



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

THAINARA DE JESUS OLIVEIRA

COMUNICAÇÃO PÚBLICA, CIDADES E DADOS.

**Um olhar sobre Comunicação e Inovação na Prefeitura de Salvador
(2020-2022)**

Salvador

2022

THAINARA DE JESUS OLIVEIRA

COMUNICAÇÃO PÚBLICA, CIDADES E DADOS.

**Um olhar sobre Comunicação e Inovação na Prefeitura de Salvador
(2020-2022)**

Monografia do Trabalho de Conclusão de Curso apresentada à Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, como requisito para a obtenção do grau de bacharel em Comunicação com habilitação em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Adriano de Oliveira Sampaio

Salvador

2022

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a minha mãe, por todo esforço e carinho diário para apoiar meus planos e tornar minha caminhada mais leve. Aos meus familiares, que são parte importante da minha vida e incentivam minha trajetória. Especialmente, meus padrinhos, Roberto e Silvana, que sempre foram minhas referências.

Muito obrigada a todos os meus amigos da Facom, dos quais torço e sou fã, e que fizeram com que a graduação se tornasse sinônimo de boas lembranças, crescimento, aprendizado e pertencimento. Ao meu orientador, Adriano Sampaio, por conduzir esse processo com paciência e sabedoria, oferecendo suporte e experiência em todas as etapas.

Sou grata a todos os amigos que estão ao meu lado, que me ajudaram a formar a pessoa que sou hoje e que estão disponíveis sempre que precisar.

Agradeço também às pessoas que contribuíram na minha jornada acadêmica e profissional.

“Da vida não quero muito. Quero apenas saber que tentei tudo o que quis, tive tudo o que pude, amei tudo o que valia e perdi apenas o que, no fundo, nunca foi meu.”

Carla de Paula

RESUMO

A partir de conceitos da Comunicação Pública, o presente estudo propõe analisar o cenário comunicativo, de inovação e tecnologia da cidade de Salvador, envolvendo uma série de atores sociais, presentes na construção de políticas públicas e exercício da cidadania. Com o intuito de entender o contexto e a relação entre comunicação e tecnologia, o trabalho busca analisar exemplos de sua utilização, refletindo sobre o papel da comunicação nessas novas iniciativas, como a gestão trabalha o processo comunicacional e os resultados voltados para a população. Para responder tais questionamentos, são revisadas referências bibliográficas, investigados documentos, planilhas e gráficos da administração pública, discutidos em entrevistas com profissionais da área, realizando comparativos entre outros setores da administração municipal a respeito do investimento de recursos públicos para inauguração e manutenção de projetos. Constatou-se que Salvador possui uma estrutura frágil para adoção de projetos tecnológicos, e os investimentos iniciais na concepção de ações ou estruturas apenas não são suficientes. Verificamos ainda que preceitos importantes da Comunicação Pública não são atendidos e a participação da sociedade nem sempre é priorizada. Além disso, a crescente utilização de tecnologia segue sendo promovida com base em práticas neoliberais e pouca transparência.

Palavras-chaves: Comunicação pública; Cidades; Democracia; Tecnologia; Informação.

Keywords: Public communication; Cities; Democracy; Technology; Information.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Painel TIC COVID-19	23
Figura 2- LOA 2020	54
Figura 3- LDO 2020	54
Figura 4- Despesas 2020 Portal da transparência	56
Figura 5- Orçamento 2020 Portal da transparência	56
Figura 6- PPA 2018-2021 Eixo Ação	58
Figura 7- PPA 2018-2021 Eixo Sustentabilidade	59
Figura 8- PPA 2018-2021 Eixo Desenvolvimento	59
Figura 9- PPA 2018-2021 Eixo Desenvolvimento 2	60
Figura 10- LOA 2021	61
Figura 11- LDO 2021	61
Figura 12- Despesas 2021 Portal da transparência	62
Figura 13- Orçamento 2021 Portal da transparência	62
Figura 14- LOA 2022	63
Figura 15- LDO 2022	63
Figura 16- Despesas 2022 Portal da transparência	64
Figura 17- Orçamento 2022 Portal da transparência	64

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. COMUNICAÇÃO PÚBLICA	12
2.1 Comunicação como instrumento democrático	13
2.2 Papel da comunicação promovida pelos governos	15
2.3 Contribuições da Comunicação Pública.....	17
2.4 O exercício da cidadania a partir da comunicação.....	18
3. TRANSFORMAÇÕES OCASIONADAS PELA TECNOLOGIA E USO DE DADOS	22
3.1 Monitoramento e armazenamento de dados	25
3.2 Rastros digitais como produto.....	29
3.3 Plano diretor de tecnologia da cidade inteligente	34
4. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA NA GESTÃO MUNICIPAL.....	37
4.1 Gestão e projetos na cidade de Salvador.....	40
4.2 Posicionamento, inovação e suas implicações	44
4.3 Salvador- Investimento em tecnologia e inovação	47
4.3.1 Baixa qualidade do sinal de internet em Salvador	49
4.3.2 Comunicação e inovação em Salvador	51

4.3.3 Reflexões sobre as redes sociais municipais	65
4.3.4 Ações da Secom	67
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	71
REFERÊNCIAS	75
ANEXOS	80

1. INTRODUÇÃO

A comunicação é uma necessidade humana que possui como definição mais breve o ato de transmissão da mensagem, envolvendo emissão e recepção de informações. Ao longo de séculos, o processo comunicativo foi decisivo para que as sociedades se desenvolvessem, compreendendo os aspectos sociais e estabelecendo relações. Por conta disso, inúmeros acontecimentos históricos moldaram a comunicação, assim como foram influenciados pela mesma. Massoni (2021) defende que, inicialmente, a comunicação era vista de forma instrumental, tendo relação com o entendimento sobre a escrita para diferentes públicos, constatação de acontecimentos, tirar fotos e entender a respeito das estruturas de poder.

No contexto atual, de transformação tecnológica, o fluxo comunicativo é cada vez maior e se depara com desafios para cumprir seu papel social de dar relevância às questões de interesse público. Principalmente, quando se trata da Comunicação Pública que possui a responsabilidade de trabalhar a informação voltada para o exercício da cidadania. Identificar tais práticas, suas estratégias de desenvolvimento e implementação é fundamental para entender as características da comunicação local e os resultados que geram na gestão pública.

Instrumento democrático, a comunicação pública deve estar presente não somente nas atividades de divulgação do trabalho político, mas na construção da agenda pública e conscientização dos cidadãos a respeito dos seus direitos, deveres, prestação de contas do Governo e debates em torno de temas que impactam a vida cotidiana. Para isso, a participação de vozes plurais devem estar presentes nas propostas políticas e a comunicação deve viabilizar o espaço de visibilidade e credibilidade dessas informações.

Em um meio social cada vez mais digital e conectado as informações possuem um impacto diferente a depender do contexto em que são inseridas, dos atores envolvidos, das discussões a respeito e suas interpretações. Algo comum da comunicação “tradicional”, mas que atualmente pode configurar em problemas e ameaças à democracia e à liberdade de expressão, que entre outros motivos, se tornaram frágeis devido ao contexto político

mundial e dinâmicas das estruturas digitais como problemas envolvendo algoritmos.

Diante da crescente adoção da tecnologia no trabalho comunicativo, especialmente na comunicação pública que também teve que se adequar, é importante investigar o contexto em que essas ações estão sendo aplicadas e se tais utilizações cumprem o que propõem em teoria ou se são as mais adequadas para serem abordadas nas estruturas comunicativas. Até porque alguns conceitos são originais de áreas como Engenharia e Computação, e construídos baseados em objetivos tangíveis de empresas privadas, que investem no desenvolvimento e inovação das suas ações para garantir finalidades individuais.

O interesse sobre o tema surgiu nos estudos a respeito das aplicações da comunicação, observando outras formações sem ser o da mídia e do jornalismo ao tratar do impacto da informação na esfera social. Pensando na construção da comunicação com a cooperação da população e do governo na estrutura de narrativas, saindo do discurso de que a mídia carrega um poder sombrio de influenciar na tomada de decisões e que esse processo possui uma finalidade de manipulação. No mais, com a tecnologia modificando as rotinas de trabalho, apresentando soluções automatizadas para entregar respostas mais rápidas e ampliando o alcance da comunicação, tornou-se pertinente conhecer como isto pode ser aplicado no funcionamento da comunicação pública.

Buscando compreender esse panorama da comunicação pública, foi escolhido como objeto de estudo a Prefeitura de Salvador, que nos últimos anos passou a investir cada vez mais em tecnologia com a promessa de tornar a gestão mais eficiente. Para isso, iniciou-se uma série de projetos com o intuito de disponibilizar serviços públicos através de plataformas digitais, construir ações baseadas na coleta de dados e equipar a cidade com ferramentas de monitoramento. Segundo os dados desse planejamento, a comunicação e a inovação são componentes estratégicos nessas iniciativas e serão trabalhadas em conjunto para garantir resultados que beneficiem a qualidade de vida da cidade.

A partir disso, a pesquisa pretende responder questionamentos a respeito do papel da comunicação pública na gestão municipal, analisando como a inovação e tecnologia são utilizadas no processo. Buscando entender se as questões, características e demandas da capital baiana são levadas em consideração para elaboração das políticas públicas pela administração, e nas atividades da comunicação municipal. Para isso, foram realizadas análises relacionando o conteúdo do levantamento bibliográfico e entrevistas com agentes e

setores responsáveis pelo processo de comunicação e inovação.

A pesquisa levou em consideração o período entre 2020-2022, por se tratar do início de uma concentração de iniciativas tecnológicas na gestão municipal, que ainda estão em processo de implantação e foram divididas em metas a serem totalmente alcançadas nos próximos anos. Uma das preocupações deste trabalho é entender se existe consulta à população para o lançamento dessas propostas e se os cidadãos possuem pleno acesso às informações a respeito de como o dinheiro público está sendo utilizado na cidade.

Como foi brevemente exposto, a comunicação pública deve estabelecer um relacionamento participativo entre o Governo e o indivíduo, prezando para que haja equilíbrio entre os discursos e legitimidade na condução do processo democrático. Sobre isso, pretende-se verificar se a prefeitura oferece canais para que as cobranças, os pedidos e a opinião dos moradores sejam captadas, e se o diálogo mediado por novos aparatos digitais contempla a diversidade presente na cidade de Salvador.

Dividido em quatro capítulos, o trabalho aborda em seu primeiro capítulo a contextualização e delimitação temática a respeito da comunicação e suas transformações na era digital. O segundo capítulo apresenta as definições de comunicação pública e os recortes que mais se adequam à proposta do trabalho, levando em conta o cenário da comunicação que é feita na cidade de Salvador e o trabalho dos órgãos vinculados de forma direta e indiretamente. No terceiro capítulo, é discutido a respeito da utilização da tecnologia na comunicação e suas implicações, apresentando o cenário soteropolitano, com seus pontos positivos e negativos. Por fim, o último capítulo expõe os resultados e reflexões acerca da pesquisa, respondendo os principais questionamentos a respeito do trabalho comunicativo realizado pela prefeitura e suas implicações.

2. COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Segundo Duarte e Veras (2006), o surgimento e a evolução da comunicação pública teve base no conceito de Comunicação Organizacional, na década de 1980, quando a comunicação governamental era marcada por um regime autoritário. Tendo como destaque negativo, a criação de políticas públicas para controle da informação nos anos 30, com o Departamento de Imprensa e Propaganda (PID) e uma articulação nacional que fiscalizava a imprensa. Além da formação do Sistema de Comunicação Social durante a ditadura militar que possuía como objetivo vigiar propagandas e instaurar a censura.

Com o fim da ditadura e antes da promulgação da Constituição de 1988, a necessidade de repensar o papel da comunicação na sociedade civil começou a ser debatida para que houvesse maior participação popular e uma relação mais igualitária entre empresas, instituições, partidos, população e o Estado, conforme apontam os autores. Neste cenário, Duarte e Veras (2006) afirmam que a comunicação pública passou a voltar-se para a troca de informações sobre temas de interesse coletivo com acesso público, diálogo e participação.

No mais, Herz (2005, apud Duarte e Veras, 2006, p.11) explica que o termo era inicialmente utilizado para distinguir a comunicação realizada no setor público. Porém, com as transformações dos meios comunicacionais, da sociedade e com o crescimento da tecnologia, essa redução para tratar a comunicação pública como sinônimo de comunicação estatal se tornou obsoleta. E uma transição passou a ocorrer em 1990, quando a política e participação civil caminhavam para novas concepções com o início do Estado Novo no Brasil.

Duarte e Veras (2006) evidenciam que o significado do termo “comunicação pública”, apesar de ainda estar em construção, é produto do surgimento de novos atores do cenário político-social que contribuíram para as mudanças do entendimento da prática de informar, atuando no fortalecimento da comunicação. Desde então, pesquisadores atuam na investigação do conceito e buscam adaptar tais questões às variáveis presentes nas novas estruturas comunicacionais e no Estado.

2.1 Comunicação como instrumento democrático

O conceito de Comunicação Pública é algo amplo, sua definição é pautada pelos pesquisadores e ainda é bastante discutida pela academia. De acordo com Zémor (1995), a comunicação possui relação com a troca de informações de utilidade pública e com a manutenção social que é de responsabilidade das instituições. O autor sinaliza que a comunicação pública possui quatro funções, sendo elas: informar, ouvir os questionamentos e o debate público, auxiliar a relação do cidadão com as esferas públicas e monitorar as modificações comportamentais do meio social, da política e do Governo.

Zémor (1995) defende que, apesar dos múltiplos sentidos e aplicações, a comunicação pública possui como objetivo a informação. Sendo seu papel informar a respeito das instituições públicas aos cidadãos, prezando pelo diálogo ao permitir evidenciar a prestação de serviços, apresentando e promovendo o trabalho da gestão, sendo a comunicação um fator decisório no acompanhamento da política.

Influenciados pela obra de Zémor, Duarte e Veras (2006) abordam que autores como Matos e Brandão propuseram reflexões voltadas para o panorama brasileiro, considerando pontos como: participação do Estado, Governo, Terceiro Setor e da sociedade. Matos debate que a comunicação pública é um espaço de negociação pública, onde questões de interesse público podem ser discutidas para que haja decisões democráticas. A autora defende ainda que, em uma democracia, independente do espaço, é preciso que ocorra ampla participação popular na comunicação pública e, inclusive, a presença do setor privado.

Seguindo o mesmo viés, Brandão conceitua a comunicação pública como a articulação do processo comunicativo que envolve o Estado, Governo e sociedade. Para Brandão (2009), um dos significados mais comuns adotados é a designação voltada para a ação de levar informações do governo para a população. A autora destaca cinco exemplos da aplicação de conceitos em diferentes áreas: Comunicação Pública identificada com os conhecimentos e técnicas da área de Comunicação Organizacional, Comunicação Pública identificada como Comunicação Científica, Comunicação Pública identificada com Comunicação do Estado

e/ou Governamental, Comunicação Pública identificada com Comunicação Política, Comunicação Pública identificada como estratégias de comunicação da sociedade civil organizada.

Duarte e Veras (2006) sinalizam que Brandão diferencia Comunicação Pública da Comunicação Governamental e da Comunicação Política, esclarecendo que as duas últimas possuem como meta alcançar a opinião pública utilizando métodos da publicidade, buscando resultados rápidos com efeitos instantâneos. Já a Comunicação Pública é baseada em uma comunicação de garantia do cumprimento da cidadania e da representação da opinião pública, debatendo temas relevantes, realizando a prestação de contas e garantindo o direito à informação.

Para concepção deste trabalho será adotada a abordagem de Brandão (2009) que entende que o Governo integra a Comunicação Pública, mas abarca também os três poderes, instituições públicas, Terceiro Setor e setor jurídico. E todos esses atores do espaço público precisam se mostrar atentos às transformações que necessitam de uma relação com a sociedade que cobra pelo exercício da democracia, da prestação de contas, do direito à informação e do espaço ao debate público.

A autora discute que é papel do Governo manter a população informada a respeito de questões que possuem relação com a cidadania. Permitindo que a transparência da gestão seja apresentada a população nos mais diversos setores, com a comunicação facilitando o fluxo de informações. Sob tal ótica, a Comunicação Governamental é articulada entre os órgãos do Estado, a mídia, as associações e empresas que prestam serviços a gestão. Com isso, a estratégia de comunicação é orientada sob o viés de divulgar o cotidiano e as ações públicas, permitindo o engajamento da população para um mandato mais democrático. A autora justifica que:

A comunicação governamental pode ser entendida como Comunicação Pública, na medida em que ela é um instrumento de construção da agenda pública e direciona seu trabalho para a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas, o reconhecimento das ações promovidas nos campos políticos, econômico e social, em suma provoca o debate público. Trata-se de uma forma legítima de um governo prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública os projetos, ações, atividades e políticas que realiza e que são de interesse público. (BRANDÃO, 2009, p. 3).

Apesar do entendimento teórico de tais premissas e de mudanças significativas, Duarte (2009) compreende que o comportamento cívico não é de valorização e contentamento com a representação política. A sensação é de que ainda existe um distanciamento entre o Governo e os cidadãos, e por consequência, uma dificuldade do poder público em ouvir e garantir os interesses da população. O autor argumenta que a apatia e o desinteresse da população em agir com maior protagonismo se dá pela desinformação, falta de formação política e espaço para participação, além da falta de credibilidade da administração.

Nesse ambiente, é fundamental que a Comunicação Pública leve em consideração a participação popular e a disponibilidade de informações para a formação do pensamento crítico e permita ao cidadão demonstrar seu posicionamento nas questões coletivas, exercendo seu direito com um panorama mais amplo da situação política e da realidade social. Duarte (2009) explica que a Comunicação Pública se encontra em um espaço composto pelos fluxos de informação e sua interação entre Estado, Governo e sociedade. Tornando presente o compartilhamento, as negociações, as discussões e os entendimentos de comum acordo para promover as expressões e reações do cidadão e da gestão.

2.2 Papel da comunicação promovida pelos governos

Tanto no âmbito federal, estadual e municipal, Brandão (2009) afirma que a comunicação promovida pelas gestões possuem o intuito de trazer à tona o sentimento cívico de exercício da cidadania e participação da vida política, publicizando ações, realizações de planos e implementação de programas. Além de incentivar que a população esteja presente no cumprimento dos direitos e deveres como votar, ou na convocação da população para campanhas de vacinação, declaração de imposto de renda, alistamento militar e etc.

Historicamente, para alcançar um público amplo, o Estado utilizou a mídia de massa como instrumento para comunicar os interesses do governo, apresentando campanhas publicitárias na televisão, no rádio, em jornais e sites para disseminar a mensagem. Brandão (2009) acrescenta que, recentemente, a comunicação comunitária e corporativa se tornou um dos componentes necessários para realizar um trabalho mais eficaz. A autora salienta que:

Além desses meios, as novas práticas de participação política que a sociedade tem encontrado para se fazer ouvir, somadas ao desenvolvimento acelerado da tecnologia e a maior possibilidade de sua

utilização pela população, fazem surgir outros meios e formas de comunicação do Estado com seus cidadãos, com forte componente político participativo. É o caso das ouvidorias, dos 0800, dos call centers, dos Conselhos, das audiências públicas. São formas novíssimas de manifestação sobre as quais ainda não é possível fazer uma análise criteriosa. No entanto, aparecem no cenário político brasileiro (e de outros países) como uma promessa de participação mais ativa e consciente dos cidadãos. (BRANDÃO, 2009, P. 3)

Outro tópico a respeito da finalidade da Comunicação Pública que a autora aborda é a prática identificada como estratégias de comunicação da sociedade civil organizada. A definição propõe que após as transformações sociais e políticas, a comunicação desenvolvida pelo Terceiro Setor, comunidades e movimentos sociais deu início a uma comunicação que não coloca o Governo como único agente de práticas públicas, e defende o envolvimento de toda sociedade na chamada Comunicação Comunitária ou Alternativa, com a proposta de reivindicar o acesso e utilização de tecnologias de comunicação para o surgimento de novas maneiras de informar.

Brandão (2009) desenvolve a ideia explicando que, ao deter o acesso a tais tecnologias, as comunidades organizadas podem manifestar suas ideias, interesses, demandas e questões com um ponto de vista próprio e mais próximo dos locais onde as situações cotidianas ocorrem, noticiando com uma linguagem familiar e mais adequada a cada realidade. Até porque, “a existência de recursos públicos ou interesse público caracteriza a necessidade de atendimento às exigências da comunicação pública.” (DUARTE, 2007, p.4)

Duarte (2007) e Brandão (2009) concordam que a questão central da Comunicação Pública estabelecida por este conceito é empoderar a sociedade para torná-la melhor. No entanto, o grande desafio da Comunicação Pública é priorizar a perspectiva do meio social acima dos interesses do Estado, de empresas privadas, da mídia e política. Adotando mídias alternativas, a Comunicação Pública se torna mais democrática e presente no cotidiano dos cidadãos com atores qualificados para tratar dos assuntos sem os entraves de uma estrutura parecida com a mídia tradicional.

Duarte (2007) defende que ao diversificar e adaptar a comunicação, é necessário também fortalecer o relacionamento entre o poder público e a população com informações consistentes, disponibilizadas de maneira rápida e que possua identificação com os diversos grupos da sociedade. Nesse panorama, os autores mostram que existe muito a ser explorado

no campo da Comunicação Pública, que continua sendo moldada por milhares de vetores com o objetivo de democratizar a informação disponível para o público.

2.3 Contribuições da Comunicação Pública

Weber (2007) define que os núcleos de comunicação são responsáveis pelo surgimento de uma rede de Comunicação Pública, a partir do momento em que assuntos de interesse público se tornam pauta, criando a necessidade de manutenção contínua dessa rede que possui a tarefa de nutrir o discurso público. A autora deduz que a concepção da abordagem funciona devido à contribuição de sujeitos políticos, que precisam dar visibilidade e legitimar o discurso que é realizado e sustentado pelos profissionais da área, pela tecnologia e pela mídia.

É possível refletir que as tentativas de levar a Comunicação Pública para outros caminhos, ou agregar sua participação em setores desprendidos da participação majoritária dos interesses do Governo e da política, ainda encontra entraves para credibilizar a prática. Apesar disso, tais movimentos contribuem para a manutenção do sentido múltiplo que a Comunicação Pública apresenta, permitindo refletir e manifestar a respeito das vozes da sociedade. “Assim se denomina a rede de comunicação pública constituída por sistemas que geram, debatem, repercutem temas públicos, temas vitais à vida e às relações em sociedade, como rege a Declaração dos Direitos Humanos e a Constituição Brasileira (WEBER, 2007, P. 23-24)

Com definições fluídas, Weber (2007) afirma que a Comunicação Pública não pode ser conceitualizada tendo como base apenas configurações presentes na legislação ou em estruturas, e deve prezar pelo debate e pela circulação das informações que possuem o papel de discutir problemas e soluções para temas de interesse público, suas implicações na vida dos cidadãos e o papel do poder público nessas decisões.

Sob tal hipótese, Weber (2007) considera que o debate a respeito do papel do poder simbólico, investigado na obra de Bourdieu, acontece entre atores e instituições da rede de comunicação, que repercute pelo sistema de informações, a partir de estratégias de visibilidade com a capacidade de mobilizar a opinião pública buscando credibilizar sua versão diante das disputas nas abordagens comunicativas.

Sobre os debates, Weber (2007) reflete que os tensionamentos ocorrem em torno dos assuntos em voga que despertam a atenção pública para discutir a respeito de temas como economia, segurança pública, educação, desenvolvimento e etc. Nessas redes de comunicação, o modo de abordagem dos assuntos também são distintos um dos outros:

Pretende-se especificar as redes que constituirão a comunicação pública, quando os sistemas de comunicação abordam temas de interesse público, especificamente: Redes de Comunicação Social (sociedade civil organizada, entidades de representação, grupos organizados, organizações sociais); Comunicação Política (governo, parlamento, partidos e políticos); Comunicação do Judiciário (poderes vinculados ao judiciário e a diferentes esferas jurídicas); Comunicação Científica e Educacional (instituições de ensino, centros de pesquisa, agências de fomento); Comunicação mercadológica (empresas e organizações privadas); Comunicação Religiosa (instituições, grupos, igrejas, seitas que fazem circular discursos esotéricos, espirituais, religiosos) e os Sistemas de Comunicação midiática (organizações de produção e circulação de produtos jornalísticos, publicitários e de entretenimento) (WEBER, 2007, p. 26)

Apesar da diversidade de aplicações, além da premissa de que comunicação social engloba todos os modos de comunicação, Weber (2007) diz que, ao tratar das redes comunicativas, o conceito só se refere ao público, ao social e suas demandas. Isso porque o objetivo dessas redes é fortalecer as reivindicações de movimentos sociais, associações, sindicatos, entidades e instituições, e outros grupos que possuem dificuldade de representação. Com isso, acredita-se na prática democrática colocando o indivíduo no ponto central das discussões.

2.4 O exercício da cidadania a partir da comunicação

Durante o século XX, governos de inúmeros países investiram em suas estruturas de comunicação, caracterizados pelo financiamento público, buscando reduzir o distanciamento entre os agentes e os meios de circulação das mensagens no momento de exposição das ideias. Carvalho e Gonçalves (2019) abordam que a Inglaterra possui a BBC; os Estados Unidos, o conglomerado de emissoras do grupo PBS; a Alemanha, sistemas ZDF, ARD e a Deutsche Welle (DW) e o Japão, a NHK. No entanto, o Brasil possui um sistema defasado comparado ao resto do mundo, apesar dos esforços e do pacto constitucional de radiodifusão. Por isso, é necessário refletir sobre a postura e o papel da comunicação no

cenário público, ainda mais em momentos onde a democracia sofre ataques e a disputa pela visibilidade é crescente.

Democracias precisam de indivíduos com vozes ativas nos processos decisórios, e para isso, pessoas de todos os grupos, classes, crenças e opiniões devem ter asseguradas sua participação e direitos respeitados. E para isso, uma das principais ações é munir a comunicação para que seja utilizada como instrumento de transformação social, permitindo que a liberdade de expressão fortaleça os debates na esfera pública.

Com a era digital, houve o crescimento da necessidade de conduzir a comunicação de maneira dinâmica, diversificando a apresentação de informações, mantendo o nível de credibilidade e qualidade que o profissional deve apresentar em todas as etapas do processo. Além dessa representação e condução do processo comunicativo público, a transformação tecnológica tornou o relacionamento com a população uma preocupação maior, talvez pela visibilidade e resposta rápida dos acontecimentos. Por esta razão, o ciclo de resposta frente aos fatos também alterou as rotinas de trabalho, e não existe mais tempo nem espaço para quem não se adapta. A respeito dessas novas configurações Duarte (2007) esclarece ainda que:

Comunicação pública, então, deve ser compreendida com sentido mais amplo do que dar informação. Deve incluir a possibilidade de o cidadão ter pleno conhecimento da informação que lhe diz respeito, inclusive aquela que não busca por não saber que existe, a possibilidade de expressar suas posições com a certeza de que será ouvido com interesse e a perspectiva de participar ativamente, de obter orientação, educação e diálogo (DUARTE, 2007, p. 64).

Assim, é possível compreender que a divulgação apenas não é suficiente, sendo necessário construir um ambiente de debate e esclarecimento, próximo ao Governo e coerente com a realidade do cidadão. Zémor (1995) ressalta que a partir do momento em que a Comunicação Pública cumpre o seu papel informativo, promove um local favorável ao diálogo e à participação. No mais, Duarte (2007) aborda que cidadania e comunicação possuem relação, sendo que o desenvolvimento de ambas estão reforçando sua importância. Desse modo, a comunicação deve oferecer condições para a população se expressar e formar pensamento crítico frente às questões, rompendo com opressões e exclusões para o pleno exercício da cidadania.

Um dos grandes desafios é garantir um espaço coerente, plural e diverso para o desenvolvimento da comunicação. Brandão interpreta que “A comunicação é um componente da vida política de um país e a Comunicação Pública é o resultado da organização da voz do cidadão neste cenário político” (BRANDÃO, 2009, p.19), sendo assim, é necessário refletir se a adoção de políticas públicas e utilização de aparatos digitais está dialogando na prática com essa lógica.

Baseado neste raciocínio, a Comunicação Pública “cresce e se organiza na mesma medida em que cresce e se estabelece o poder desses cidadãos na nova configuração da sociedade civil” (BRANDÃO, 2009, p.19). A premissa defende que a comunicação pode ser vista como a expressão de manifestações políticas, com a sociedade como parte integrante da constituição da política, pressionando que governos, instituições e empresas públicas e privadas se atentem às demandas do meio em que estão inseridas.

Para Oliveira (2017), a Comunicação Pública é influenciada pelos movimentos sociais e ações do terceiro setor, que devem dar protagonismo à cidadania já que diversos segmentos da sociedade sofrem influência pela oferta de serviços, bens e produtos dessas organizações. O compromisso de responsabilidade social deve ser uma preocupação da população e das entidades, colocando o interesse público como prioridade no contrato social, no qual resulta normas, regulamentações e leis.

O autor afirma também que, as singularidades da Comunicação Pública permitem que sejam construídos quadros do setor público para que seja possível visualizar esse processo, e diagnosticar as demandas e os níveis de comunicação, nesse trabalho de gerenciamento e observação das relações quase intangíveis do percurso comunicativo. Visto que o receptor é ao mesmo tempo cliente, consumidor, colaborador, voluntário, eleitor e cidadão.

No contexto de dinâmicas sociais, a comunicação deve possuir um papel estratégico e de inovação perante os novos desafios, estimulando a participação ativa, regional e difusa. Desse modo, Duarte (2007) relaciona a constatação com o fato de que as mudanças estruturais nas organizações, tornaram o público a principal prioridade, diferente do comportamento analisado anos atrás.

Segundo Brandão (2009) se o cidadão é representado por suas demandas no espaço público e a constatação disso na mídia, a comunicação é a condição de visibilidade da cidadania. E a

capacidade de estar presente no exercício desse direito mostra que a comunicação deve se mostrar sensível às propostas e demandas no domínio da Comunicação Pública. A autora enfatiza que:

A Comunicação Pública aparece hoje como uma nova utopia que busca resgatar o sentido verdadeiramente social da Comunicação, perdido por imposição de um fazer profissional totalmente voltado para o atendimento das necessidades do mercado empresarial, político, ideológico ou personalista. (BRANDÃO, 2009, p.12).

Esse desafio se torna mais complexo à medida que o meio social e comunicacional se expande. Mais do que garantir a pluralidade de vozes e sentidos, é necessário ir além da liberdade de expressão e estimular a presença das pessoas nos palcos onde a democracia se faz presente, dentro desse cenário midiático, que apesar dos avanços, ainda possui uma série de deficiências do “mundo real” que são exacerbadas no digital.

Apesar dos investimentos na sofisticação de ferramentas, ainda existe o desafio de codificação e decodificação das ações e mensagens no processo informativo. A simples adesão dessas tecnologias não facilita o processo ou o trabalho de comunicadores, e aplicar o termo “inovação” nos projetos não traz solução para problemas estruturais da cidade que impactam na recepção de políticas públicas.

3. TRANSFORMAÇÕES OCASIONADAS PELA TECNOLOGIA E USO DE DADOS

Com o advento da Transformação Digital, empresas de todos os portes tiveram que passar por reestruturações e implementações ligadas a tecnologia. O modo como as organizações modificaram suas formas de trabalho e comunicação é um ponto de destaque nesse processo, seja em empresas públicas ou privadas, com ou sem ligação direta com clientes e com a população. Não é uma novidade que organizações passam continuamente por reformulações, só que o atual contexto de desenvolvimento também expôs a necessidade do surgimento de novas formas de atuação do poder público, principalmente nos problemas que ocorreram e/ou foram agravados em momentos de crise.

Grande maioria dos setores da sociedade, senão todos, tiveram mudanças profundas ocasionadas pela pandemia de covid-19. Além da necessidade de aceleração da transformação digital, mostrou a série de problemas que a falta de digitalização de serviços básicos destinados a áreas como assistência social e saúde, aliados à falta de inclusão e alfabetização digital, podem comprometer o acesso da população, principalmente quando se trata dos mais carentes.

Durante o período, uma das dificuldades que mais se sobressaíram foi em relação às informações e o recebimento do auxílio emergencial. Para além do fato de que uma grande parcela da população teve o auxílio negado, outro ponto da série de dificuldades estava na utilização do aplicativo da Caixa Tem¹, principalmente entre indivíduos das classes D e E, já que um número expressivo não possui celular com configurações específicas para baixar o aplicativo, além de problemas para ter acesso à internet.

De acordo com a pesquisa de 2021 do Comitê Gestor da Internet no Brasil, o índice de buscas online por informações e práticas de serviços públicos apresentaram aumento durante a pandemia. O aumento expressivo foi observado em setores como saúde pública, que saiu de 26% para a marca de 45%, pesquisas relacionadas ao direito do trabalho ou à previdência

¹ O Caixa Tem é o app oficial da Caixa Econômica Federal para receber benefícios do Governo Federal, e permite uma série de movimentações a partir da plataforma.

social, como INSS, FGTS, seguro-desemprego, auxílio emergencial ou aposentadoria foram de 40%, em 2019, para 72%, em 2020.

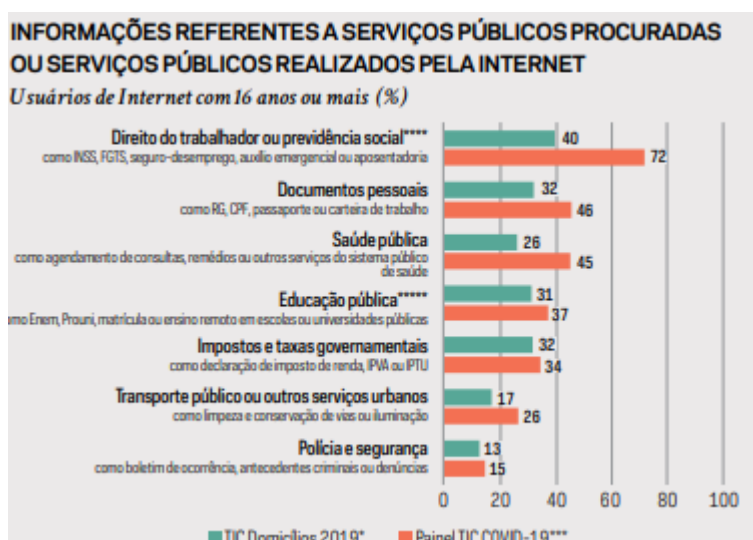


Figura 1- Painel TIC COVID-19

Por essa perspectiva, é importante pensar que apesar do investimento em tecnologia, é necessário analisar o contexto em que uma ferramenta está inserida para de fato cumprir com o propósito. Seja para o pagamento de benefícios sociais, oferta de serviços públicos, campanha de vacinação ou participação popular para entrega e demanda de políticas públicas, pensando principalmente na melhor maneira de difundir as informações a respeito de cada projeto.

No cenário da administração federal, por exemplo, é comum verificar o termo “Governo Digital” quando se trata de discutir a respeito da transformação digital em governos. A aplicação das teses e explicações são voltadas aos serviços públicos, com planos digitais que englobam áreas como Saúde, Educação, Previdência Social, Economia, Infraestrutura, Ciência e Tecnologia, Meio Ambiente, Defesa e Justiça, entre outros tópicos que podem ser favorecidos com a governança de dados.

No entanto, a construção e execução das ideias, que fazem uso de novas tecnologias para tornar mais eficiente a administração de centros urbanos, e com isso oferecer qualidade de vida para seus habitantes, depende de um ecossistema que receba investimentos de governos e empresas privadas, e conte com equipes capacitadas, para que os dados sejam traduzidos

em informação acessível para o trabalho dos mais diversos setores até chegar na população. Levando isso em consideração, é interessante analisar qual seria o papel e de que maneira o setor de comunicação municipal pode trabalhar a partir desses dados, se adaptando a partir de um plano estratégico para que a inovação ofereça de fato maior participação e benefícios para a população.

É importante destacar que todo esse processo de transformação digital precisa ser acompanhado pela prática de segurança e proteção de dados pessoais, além do esclarecimento dessas ações, já que, geralmente, possuem termos de permissão abrangentes e sem transparência da sua finalidade, ou a política pública relacionada à coleta daquele dado e suas bases legais. Além disso, é importante discutir a cultura de utilização desses dados e a responsabilidade necessária para o monitoramento, armazenamento e aplicação. Abrangendo a discussão para os problemas desta prática e refletindo a respeito da necessidade de não se basear apenas em aparatos digitais para construção de rotinas de trabalho.

A partir dessa nova necessidade e configuração de políticas públicas, é preciso que seja concebida uma análise do impacto e projeção de resultados a partir da coleta desses dados. E que seja parte de uma cultura a fim de ser desenvolvida, ampliada e monitorada pelos instrumentos adequados, sejam a partir de leis, PECs² e etc. Em função disso, a tecnologia presente deve ser utilizada pelo profissional de comunicação de maneira estratégica e interdisciplinar, já que a transformação digital está presente em todas as esferas. E a organização que busca a integração de todos os setores, deve priorizar a gerência em comunicação. Levando em conta que, uma gestão pública eficiente deve ter como base uma gestão da comunicação pública capaz de gerenciar crises, ter bom relacionamento interno e externo com as esferas pública, privada e civil.

Apesar dos pontos negativos que surgem e fazem parte das variáveis presentes nas discussões a respeito do uso de dados governamentais, refletindo sobre o interesse público e a privacidade do cidadão. Castells (1999) aborda o processo de revolução das tecnologias de informação não pela centralidade de conhecimentos e informações, e sim pela aplicação de

² A Proposta de Emenda à Constituição (PEC) pode ser apresentada pelo presidente da República, por um terço dos deputados federais ou dos senadores ou por mais da metade das assembleias legislativas, desde que cada uma delas se manifeste pela maioria relativa de seus componentes. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/glossario-legislativo/emenda-constitucional>. Acesso em: 22 nov 2021.

tais para geração de conhecimento, fazendo uso de dispositivos de inovação e processamento.

A Comunicação Pública ocorre no espaço formado [...] pelos fluxos de informação e de interação entre agentes públicos e atores sociais em temas de interesse público e ocupa-se da viabilização do direito social coletivo e individual ao diálogo, à informação e à expressão. Assim, fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo (DUARTE, 2012, p.20).

Como é possível perceber, a transformação digital é uma área em franca expansão. De acordo com as diretrizes da Estratégia de Governo Digital (EGD) 2020 a 2022 e dados da Organização das Nações Unidas (ONU), o Brasil é a 4º maior população conectada do mundo, porém, ocupa a 44º lugar no ranking de governos digitais. A publicação também destaca que, a economia do futuro é digital e deve crescer a um ritmo 2,5 vezes maior em comparação com os outros setores, chegando ao patamar de US \$23 trilhões em 2025 e, por aqui, chegar ao índice de 25% do PIB brasileiro ainda em 2021.

A coleta e utilização de tecnologias baseadas na Ciência de Dados não é algo recente. Essa prática é realizada de maneira excessiva por entidades e órgãos governamentais, no entanto, o crescimento da atividade precisa ser estruturada e acompanhada por profissionais que entendam a governança de dados. Um dos grandes avanços desta questão se deu com o avanço da pauta da privacidade dos dados pessoais, que tem sido difundida após obrigações da Lei Geral de Proteção de Dados.

A partir daí, é indispensável que haja transparência dos dados públicos, para que sejam utilizados para gerar fontes confiáveis de verificação e fiscalização, possibilitando que os cidadãos opinem e tragam demandas do poder público. Além disso, é necessário que os bancos de dados sejam atualizados frequentemente, tanto para refletir o mais próximo da realidade quanto para garantir a qualidade dos dados, que é definida como um dos principais pontos da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

3.1 Monitoramento e armazenamento de dados

Em 2011, o governo federal formalizou iniciativas voltadas ao assunto quando passou a integrar o *Open Government Partnership – OGP*, que é uma parceria voltada ao Governo

Aberto com o objetivo de construir metas e ações concretas para instrumentalizar a população com informações a respeito da iniciativa e suas novas tecnologias, além de combater a corrupção. Aqui no Brasil, o programa é coordenado pela Controladoria-Geral da União, que é responsável pelas ações referentes à estratégia de transparência dos dados públicos. Entre os feitos, estão a Lei de Acesso à Informação³ e a Política de Dados Abertos⁴.

De acordo com a Declaração de Governo Aberto (OGP BRASIL,2011), para um governo ser considerado aberto, é necessário cumprir ações como: maior disponibilidade de informações a respeito das atividades governamentais; implementar o acesso a novas tecnologias; garantir integridade dos servidores; aumentar o nível de transparência e prestação de contas. Como exemplo dessas ações, o Congresso Nacional elaborou, em 2018, as metas que deram origem ao 4º Plano de Ação em Governo Aberto⁵ com o intuito de trazer mais transparência, garantir inovação e participação nos processos políticos. Pela perspectiva de que o Governo é uma instituição com capacidade limitada para garantir a qualidade e diversidade de serviços, a abrangência de atores pode possibilitar oportunidades.

Segundo a Lei de Acesso à Informação, o Estado precisa garantir o direito de acesso à informação, atendendo a critérios como transparência, clareza e linguagem de fácil compreensão. Além disso, é necessário que aconteça ampla divulgação e publicidade nos diversos meios de comunicação com informações de interesse coletivo. Outro fator importante, é que é necessário que os governos criem serviços de informação ao público, com o intuito de orientar esse acesso aos dados e andamento da situação de solicitações.

³ A Lei de Acesso à Informação - LAI tem o objetivo de garantir o acesso a informações, direito este já garantido pela Constituição Federal de 1988, dando a todos o direito de receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado. Disponível em: <http://www.tjrj.jus.br/web/guest/leiacessoinformacao/perguntas-frequentes/lai>. Acesso em: 01 nov 2021.

⁴ A **Política Nacional de Dados Abertos** visa contribuir para o aumento da transparência do governo, criando melhores possibilidades de controle social das ações governamentais. Disponível em: https://www.gov.br/cgu/pt-br/governo-aberto/noticias/2016/copy_of_disponivel-2a-fase-da-consulta-publica-do-decreto-do-202a200emarco-civil202c-da-internet. Acesso em: 01 nov 2021.

⁵ O 4º Plano de Ação do Brasil é composto por 11 compromissos, assumidos pelo Brasil perante a Parceria para Governo Aberto (Open Government Partnership – OGP), os quais foram cocriados com o envolvimento de 88 instituições (organizações da, órgãos da Administração Pública Federal, órgãos das Administrações Públicas Estaduais e Municipais). O intuito do Plano é de fortalecer constantemente os princípios de transparência, participação cidadã, inovação, prestação de contas e responsabilização (accountability) que norteiam as ações da OGP. Disponível em: <https://repositorio.cgu.gov.br/handle/1/46277>. Acesso em: 01 nov 2021.

Porém, fica vetado o acesso às informações quando podem indicar risco à segurança nacional, operações das Forças Armadas quando envolvem acordos e negociações confidenciais com outros países, projetos científicos e tecnológicos, segurança das instituições, estabilidade econômica e principalmente a segurança e saúde da população. Esses dados são classificados como:

1. Reservados, onde para obter acesso é necessário autorização de autoridades de direção, comando ou chefia de entidades.
2. Secretos, sendo o acesso permitido apenas por titulares de autarquias, fundações ou empresas públicas e sociedades de economia mista.
3. Ultrasseguros, este último nível fica acessível para o alto escalão da administração pública, ou seja, Presidente, Ministros e Comandantes das Forças Armadas, e pode ser aplicado veto de acesso por 5, 15 e 25 anos.

Em inúmeros setores, ou mesmo nos estudos acadêmicos, está se tornando indispensável a utilização de dados presentes em plataformas tecnológicas para analisar o comportamento humano e infinitas variáveis com suas ramificações para traçar perfis. Baseando-se em técnicas de monitoramento e mineração de dados, para que, a partir da interpretação, gerem o conhecimento esperado e necessário para utilização com fins estratégicos.

Alguns fatores como web 2.0 e a conexão com múltiplas telas (smartphones, computadores, tablets etc) fizeram com que a prática ganhasse força, mas Manovich (2018) questiona de que modo podemos utilizar técnicas quantitativas para entender as transformações que tornaram a mídia atual interativa, combinando análises computacionais e visualização de grandes conglomerados de dados e metadados, incluindo estudos com análises de elementos específicos individuais e seus detalhes.

Segundo Duarte (2009) a utilização do termo “comunicação” deve ser associada ao desenvolvimento positivo das pessoas. A partir desse pressuposto, a incorporação da política de dados abertos serve para gerar conhecimento ao cidadão, e oferece uma alternativa legítima e com possibilidades amplas de participação governamental. Com base na prerrogativa que o Estado deve trabalhar de maneira representativa a sociedade, e que além

disso, não é o “verdadeiro dono” dos bens públicos e sim guardião, deve analisar a informação de maneira similar, tornando mais acessível, clara e objetiva nas instâncias públicas. O autor aborda ainda que, “os instrumentos de comunicação são utilizados a partir do ponto de vista do cidadão em sua plenitude e não apenas em suas faces de consumidor, eleitor, usuário” (DUARTE, 2009, p. 61).

Entre os riscos relacionados aos dados abertos estão os custos da disponibilização; a qualidade e utilização; privacidade e proteção das informações dos usuários. Em referência a este último ponto, é fundamental que haja a garantia de segurança no armazenamento e disposição desses dados. De acordo com um ranking de 2021 da Syhunt, uma empresa de software de segurança de rede na Internet, mostrou que o Brasil está entre os países que mais tem exposto seus órgãos públicos com altos índices de vazamento de senhas, documentos, fotos e outras informações sensíveis à fraude que estão sendo vendidos em fóruns ao redor do mundo. O país ocupa a infeliz 4º posição entre as nações que sofreram ataques cibernéticos que chegaram a expor 3,2 bilhões de senhas ao redor do mundo.

Intitulado como COMB21, sigla para *Compilation of Many Breaches*, ou "Compilação de Várias Invasões", um dos maiores vazamentos de dados brasileiros conteve 68.535 senhas de domínios “gov.br” e “jus.br”. O arquivo que circula na dark web contém senhas de e-mails de instituições como Supremo Tribunal Federal, Câmara dos Deputados, Banco Central do Brasil, entre outros. Em um dos últimos ataques noticiados, em 05 de novembro de 2021, é investigado o vazamento que pode ter atingido mais de 1 milhão de brasileiros. Segundo informações preliminares, o mega vazamento teria sido obtido dos bancos de dados da Wirecard e Pagueseguro, ambas prestadoras de serviço financeiro. No arquivo, documentos como RG e CPF, além de outras informações como nome completo, data de nascimento, endereço, número de telefone, e dados correspondentes a cartões de crédito.

A falta de punições para os responsáveis pelos ataques cibernéticos e a ausência de políticas de reparação para os titulares dos dados são uma das questões que precisam ser resolvidas com maior responsabilidade e rigor. Segundo um levantamento de 2021 do Tribunal de Contas da União (TCU), que avaliou os sistemas de *backup* de 422 órgãos federais, 50,7% das organizações públicas do estudo não possuem uma definição aprovada de *backup*, e 33 delas nem chegam a fazer *backup*, tornando seus sistemas vulneráveis e suscetíveis a novos casos de vazamento.

Neste cenário, torna-se mais desafiador para governos e instituições garantir a confiança da população, com índices de proteção de dados tão baixos. Uma das soluções é adotar a utilização de estruturas democráticas e transparentes que estejam coerentes com valores como privacidade e se enquadre dentro dos parâmetros da LGPD.

3.2 Rastros digitais como produto

A comunicação pública sofreu interferências com o advento de novas tecnologias e percebe a necessidade de reformulação e inclusão de novos instrumentos. Ferramentas como consulta pública, plebiscito, votações, debates, entre outros tipos de reuniões e conselhos, presencialmente ou adaptados para o virtual, são algumas possibilidades que a gestão e a comunidade possuem no processo de comunicação pública. Zémor (2019) esclarece que a comunicação pública é definida pela legitimidade dada pelo interesse geral, e por esta razão acontece no espaço público, sendo observado pelo indivíduo. Além do mais, as finalidades públicas devem estar associadas com as instituições públicas, entre elas: informar, ouvir demandas, expectativas, dúvidas, contribuições, assegurar a relação social, monitorar mudanças de comportamento e alterações da própria organização.

Duarte (2009) afirma ainda que, a comunicação pública perpassa pela dinâmica informativa e interativa que acontece entre cidadãos e instituições públicas. Nessa ação, é possível que o direito coletivo e individual seja viável, levando em conta a informação, o diálogo e a expressão. No cenário informatizado e conectado, todas as ações são registradas e se transformam em dados constantemente extraídos e armazenados, que podem ser utilizados como matéria-prima, se tornando um recurso valioso. Assim, podem ser reutilizados como mecanismo de inovação e oferta de serviços.

Um dos problemas enfrentados pelos portais públicos é que cada setor possui um portal próprio, com disposições diferentes de formatação e apresentação dos dados. O que gera um tempo gasto maior para reunir todas as informações e fiscalizar com atenção o poder público. Além disso, existe um déficit de funcionários e investimento em órgãos fiscalizadores, a exemplo do Tribunal de Contas.

Além disso, quando não se trabalha com dados confiáveis, é mais propício que aconteça desperdício de recursos, o que acaba gerando uma série de problemas para a população. A transparência de dados públicos serve para garantir a qualidade de acesso aos dados de governos e garantir o exercício do direito à cidadania. Entre algumas das iniciativas que utilizam dados públicos para aperfeiçoar a acessibilidade às informações governamentais estão:

Diagnóstico Público: que é um mecanismo voltado para análise de dados públicos, que pode ser utilizado pela gestão pública e privada nos mais variados setores e interesses. O sistema tem como intuito aparelhar os governos para se tornarem mais eficientes, responsáveis e capazes de oferecer mais qualidade na garantia das demandas públicas.

A ferramenta utiliza a base de dados de portais públicos de transparência para gerar relatórios instantâneos que auxiliam na tomada de decisões, levando em conta particularidades, necessidades e resultados voltados para prefeitura, câmaras, secretarias e outras autarquias.

A plataforma funciona baseada em 3 etapas. A primeira corresponde à coleta automatizada e recorrente de dados abertos dos mais diversos portais da transparência. Em seguida, os dados são organizados em uma arquitetura dimensional e analítica, simplificada para possibilitar a consulta. Por último, é disponibilizado relatórios e infográficos com uma série de informações. Entre as opções no site, existe a possibilidade de consultar as despesas e receitas das cidades, incluindo análise dos débitos, históricos de licitações e riscos financeiros, caso venha a fechar um contrato governamental.

Fiscalize Agora!: é uma página disponível para atuar na transparência dos gastos públicos, com o objetivo de diminuir a corrupção e improbidade administrativa, pontuando gastos abusivos e irregulares, com a ajuda e participação da audiência da plataforma, a partir da fiscalização de sites como o Portal da Transparência do Espírito Santo, o Portal da Cidade de São Paulo, o Tribunal de Contas do Estado de Minas Gerais, extraindo informações com base nos dados coletados. O intuito do projeto é expandir a coleta e disponibilidade dos dados para que os gastos de todos os municípios brasileiros estejam disponíveis para serem fiscalizados no site.

Com isso, a ferramenta pretende diminuir a baixa acessibilidade dos dados públicos, apresentando as informações com linguagem simples e acessível, convidando e deixando mais atraente para que a população seja agente fiscalizador das ações do Estado, podendo avaliar, denunciar, comentar e compartilhar nas redes sociais. O portal possui filtros que permitem que o usuário selecione os gastos de acordo com o ano e o assunto relacionado aos gastos. Em seguida, uma série de gastos é apresentada e é possível concordar ou discordar dos gastos, pedir maiores informações, acrescentar depoimentos e outras sinalizações.

Operação Serenata de Amor: a plataforma utiliza tecnologia para fiscalizar gastos públicos e compartilhar as informações com a população. A iniciativa verifica os reembolsos feitos pela Cota para Exercício da Atividade Parlamentar (CEAP), verba utilizada para arcar com gastos como alimentação, entretenimento, transporte e hospedagem. Com o auxílio de duas ferramentas, o Jarbas- site que lista os reembolsos da CEAP e a Rosie- um robô aperfeiçoado por inteligência artificial, que classifica os gastos como suspeitos, compartilhando os casos positivos no twitter.

De acordo com informações do site, cerca de 4 milhões de reais comprometidos foram identificados em 8.276 reembolsos suspeitos, envolvendo 735 deputados. Para ampliar o trabalho desenvolvido, a plataforma criou a iniciativa Querido Diário, que foi idealizada a partir de outros projetos. Baseando- se na Rosie, uma robô que expõe os casos de uso indevido do dinheiro público pelos deputados federais, os criadores da ferramenta se inspiraram nesse projeto inicial da operação, que possuía como foco a análise do Congresso Nacional por meio dos algoritmos.

A ideia inicial era realizar a coleta de documentos como os diários oficiais municipais e utilizar essas informações para analisar a dispensa de licitações, mas o projeto teve que ser reformulado e teve seu lançamento oficial no segundo semestre deste ano. A partir daí, a plataforma lançou a nova ferramenta voltada para realizar análises das gestões municipais por meio de palavras-chave, nomes de municípios e datas.

Observa Sampa: o Observatório de Indicadores da Cidade de São Paulo é uma plataforma voltada para a cidade de São Paulo, que possui um histórico com indicadores voltados para áreas como Finanças, Cultura, Desenvolvimento Urbano, Acessibilidade e Pessoa com

Deficiência, Turismo e etc. O projeto recebe dados do Infocidade⁶, do Geosampa⁷, das secretarias municipais, de órgãos de pesquisa, instituições acadêmicas e movimentos sociais para elaborar o material disponibilizado.

Com o Observasampa é possível pesquisar o acervo de livros em bibliotecas, informações sobre a cobertura de saúde da região, dados socioeconômicos, entre outros. De acordo com o site oficial, o sistema da ferramenta possibilita que os dados estruturados façam uma correlação entre mais de 350 variáveis que abordam aspectos sociais, econômicos, demográficos e territoriais da cidade. Além disso, a população pode verificar o comportamento de cada indicador por região, contribuindo para o monitoramento de políticas públicas.

Observatório Jundiaí: permite que o cidadão acompanhe os principais indicadores da cidade. A plataforma surgiu a partir da coleta de dados municipais e foi implementada com dados de fontes como IBGE, DataSus e do Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento. Seguindo uma configuração parecida do ObservaSampa, o Observatório Jundiaí também permite que seja conferido os indicadores e metadados correspondentes. Além disso, disponibiliza consultas sobre projetos entregues ao longo dos anos, com informações sobre período da obra e detalhes do projeto. Tudo isso pode ser baixado em todos os dispositivos e apresentados em formatos diversos como tabelas e gráficos.

Com um cenário de inovação, é preciso buscar a melhoria na comunicação pública e incentivo à participação popular para que haja a construção de políticas públicas coerentes, com um governo mais transparente a serviço dos cidadãos. Porém, estudiosos do assunto como Van Dijck (2017) chama atenção para essa questão da interpretação de dados, que se concentra e legitima a ideologia do dataísmo, tratando essa extração como “conhecimentos

⁶ Infocidade é o endereço para consultas de dados sobre a cidade de São Paulo. Nele, a Secretaria Municipal de Urbanismo e Licenciamento (SMUL) coloca à disposição do público uma extensa compilação de indicadores e informações que compõem o rico acervo de seu banco de dados. As fontes são as próprias secretarias da prefeitura, responsáveis por serviços diversos oferecidos aos paulistanos, mas também instituições como o IBGE, a Fundação Seade e os Ministérios do Trabalho e Emprego, da Educação e da Saúde. Disponível em: https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/licenciamento/desenvolvimento_urbano/dados_estatisticos/info_cidade/index.php/. Acesso em: 01 nov 2021

⁷ O Portal Geosampa é um portal que segue as diretrizes do Plano Diretor Estratégico, reunindo dados georreferenciados sobre a cidade de São Paulo, dentre eles cerca de 12 mil equipamentos urbanos, rede de transporte público, mapas geotécnicos e importantes dados sobre a população, como densidade demográfica e vulnerabilidade social. Todo conteúdo disponibilizado no GeoSampa é constantemente atualizado pelas secretarias responsáveis. O Portal oferece diversos tipos de informações ao usuário. Disponível em:

<https://gestaourbana.prefeitura.sp.gov.br/noticias/geosampa-veja-a-cidade-de-sao-paulo-em-3d/>. Acesso em: 01 nov 2021.

úteis” à análise preditiva, sem maiores aprofundamentos e questionamentos a respeito de quem as utiliza e com qual finalidade.

Principalmente porque a relativa autonomia desse processo de decisão que o algoritmo adquire, ao supostamente “aprender”, leva em conta remodelações de indicadores de análise de padrões que vêm se tornando mais complexos e presentes nas práticas midiáticas. Apesar de ser considerado pelo mercado atualmente como "o novo petróleo", Couldry e Yu (2018) abordam que é necessário não ignorar o fato de que essas informações são fabricadas, na grande maioria das vezes. E com isso, Van Dijck (2017) destaca que a circulação de dados não é neutra ou objetiva. Além disso, quem desenvolve pesquisas para conhecimento e desenvolvimento da área é justamente as grandes empresas responsáveis pela coleta e armazenamento desses dados, que trabalham focando no favorecimento das mesmas.

Assim como destaca Satuf (2020), novamente recorrendo à semântica, pode-se perceber que a própria existência de ‘programadores’ instaura a categoria dos ‘programados’. O processo se baseia então, na eficiência e intencionalidade do algoritmo curador (Corrêa; Bertocchi, 2012), que além de receber instruções das corporações, tem também seus códigos manipulados pelos especialistas em ciência de dados. Além disso, Morozov (2018) pontua que é necessário observar que a política baseada na inteligência artificial é tida como um processo de gerenciamento, já que a comunicação das questões acontece mediada por aplicativos para, após isso, ser repassada para um grupo solucionar, e a política democrática é baseada em identificar questões, e envolver uma série de vozes para pensar e discutir as causas sociais.

Ou seja, existe uma dicotomia ao analisar as aplicações da ciência de dados, “ao mesmo tempo em que as ferramentas propiciam a participação, também facilitam o rastreamento de informações e controle de seus usuários” (LIMA, 2018, p.20). Até porque, sendo as relações mediadas por plataformas, como redes sociais, está sujeita ao processo de manipulação e controle através da condução desses dados para trazer benefícios às corporações ou instituições a que pertencem.

De acordo com Brad Smith, CEO da Microsoft, os países precisam construir uma política nacional de gestão de dados para gerir crises e organizar novas ações baseadas na utilização de ferramentas da ciência de dados. Já que não é possível avançar nas discussões do

tratamento dessas informações, se o Estado não adotar uma postura que veja os dados como um bem valioso, gerador de insumos e fator com grande potencial efetivo na gestão.

Além disso, segundo Duarte (2009) a comunicação pública pode ser valiosa para identificar questões e necessidades da sociedade; pensar em parâmetros e garantir a qualidade de políticas públicas; estabelecer diretrizes para uma gestão mais eficiente; tornar o processo de participação dos cidadãos mais democrático e plural nos debates; fomentar a cidadania; informar a respeito do trabalho do setor público; aperfeiçoar e tornar mais eficiente o processo das ações públicas que tenham a ver com demandas coletivas.

3.3 Plano diretor de tecnologia da cidade inteligente

A gestão municipal de Salvador, desde o mandato de Antônio Carlos Magalhães Neto, ampliou o processo digital no poder público da cidade. A base desse processo está sendo definida pelo Plano Diretor de Tecnologia da Cidade Inteligente (PDTCI) e as etapas do projeto pelo Consórcio Salvador Smart City. De acordo com Albino, Berardi e Dangelico (2015), apesar do conceito de Cidade Inteligente não possuir um consenso, o termo é adotado pelas cidades que utilizam novas tecnologias de comunicação (TIC) com o intuito de gerir os recursos públicos de maneira mais adequada, aplicando a tecnologia para reduzir custos operacionais e ofertar serviços com base nas informações e dados obtidos por sistemas integrados da gestão.

De acordo com o Ranking Connected Smart Cities 2021⁸, Salvador ocupa a décima posição geral da lista, e está em quarto lugar quando se trata de tecnologia e inovação. Os dados e percepções dos resultados são apresentados aos gestores de todo país em um evento anual para apresentação e discussão de soluções entre os municípios que buscam ampliar a sistematização dos serviços.

⁸ Estudo elaborado pela Urban Systems, em parceria com a Necta, que mapeou todos os 677 municípios com mais de 50 mil habitantes no país, com o objetivo de apresentar as cidades mais inteligentes e conectadas de acordo com 75 indicadores. Disponível em: <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiMWJjYTgzZGUtNGZkOC00YmM1LTljMDgtODU1ZmQ4NDlmNTRiIiwidCI6IjA0ZTcxZThlTUwZDMtNDU1ZC00ODAzLWM3ZGI4ODhkNjRiYiJ9&embedImagePlaceholder=true&pageName=ReportSection>. Acesso em: 10, mar. 2022.

O PDTCI possui como propósito a definição de metas da política pública de tecnologia para a capital baiana pelos próximos 30 anos. O plano se baseia no conceito de “Internet das Coisas”, onde uma rede de objetos é capaz de reunir e transmitir dados. De acordo com os dados da Secretaria Municipal de Gestão (Semge), divulgados em 2020, a fase inicial do plano deve receber um investimento de R \$4,5 milhões, e cerca de R\$ 60 milhões na fase de implementação das ações, com recursos da Cooperação Andina de Fomento (CAF). Entre os projetos está a implantação da infovia municipal, responsável pela rede de conectividade de toda cidade junto a prefeitura, contando com sensores inteligentes de iluminação, trânsito e saneamento. A infovia vai permitir que haja a ampliação do acesso à internet tanto para a população quanto nos setores da administração municipal.

Entre os outros projetos propostos estão o Observatório Salvador Inteligente e a Nuvem Urbana. A Nuvem terá a capacidade de armazenamento e processamento das informações sobre a cidade. A partir do Observatório, as secretarias municipais poderão acompanhar, de modo integrado e em tempo real, as informações e as imagens captadas. Ambos servirão como estudo de caso para criação e gestão de outras iniciativas, para permitir que a cidade cumpra o objetivo de se tornar mais eficiente.

Na relação de serviços digitais municipais ofertados estão o cadastro online de ambulantes para destinação de cestas básicas e repasse do Auxílio Emergencial, o pagamento do Documento de Arrecadação Municipal (DAM) para emissão do Termo de Viabilidade de Localização (TVL), acordos virtuais com assinatura eletrônica que permitiu a contratação de profissionais da Atenção Primária à Saúde via Regime Especial de Direito Administrativo (REDA), entre outras taxas e condições.

O projeto de tecnologia ainda prevê o armazenamento em nuvem dos dados produzidos pelos órgãos municipais, gerando uma maior transparência e possibilitando que a população fiscalize e opine na tomada de decisões. Segundo teóricos e especialistas, a transformação de uma cidade em inteligente só é possível a partir de elementos da Ciência de Dados, como Big Data e Internet das Coisas, além do estudo e uso de tecnologias como Dados Abertos e e-Government.

- Dados Abertos: o termo tem relação com a política que visa tornar mais transparente o processo do acesso à informação, para que cidadãos comuns possam realizar

consultas, modificações e publicações, sem restrições corriqueiras como direitos autorais.

- Internet das Coisas: rede de objetos físicos com capacidade de reunir e transmitir dados, a partir daí, é possível fazer um levantamento com informações relevantes de maneira mais rápida e eficiente. Abreviada como IoT, do inglês Internet of Things, atua no aperfeiçoamento do processamento de dados.
- Governo Eletrônico: ou e-Government (e-Gov) possui diferentes definições a depender do gerenciamento de dados, que deve ser disponibilizado aos cidadãos. A ferramenta deve ser utilizada para melhoria da administração pública, afundo na gestão com fornecedores, funcionários, população, entre outros.

O objetivo é que todas as iniciativas possam ser acessadas de maneira rápida e eficiente a partir de uma única plataforma com o lançamento do aplicativo Salvador na Palma da Mão. Permitindo que todos os serviços municipais estejam on-line sem a necessidade de enfrentar filas, documentação burocrática e deslocamento para diversos lugares para resolução de questões.

No entanto, o projeto também é criticado por seguir, o que autores como Gabriel Bordignon (2021), chamam de políticas neoliberais de privatização dos espaços públicos, já que a tecnologia de gestão urbana é desenvolvida por empresas privadas, geralmente norte-americanas. E nisso, as iniciativas podem estar sendo usadas para seguir uma lógica de competição e do lucro.

O autor afirma também que em Salvador e Região Metropolitana existe um histórico de predominância do setor privado no desenvolvimento urbano, principalmente no setor imobiliário, que vem gerando o aumento da segregação no direito ao aproveitamento do espaço urbano e seus serviços. Dito isto, é preciso discutir com critérios a respeito da implementação dessas tecnologias, buscando entender quais efeitos essas questões podem gerar sobre a sociedade e como essa aplicabilidade funciona em processos públicos intermediados pela comunicação.

4. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA NA GESTÃO MUNICIPAL

A aceleração do processo de comunicação, bastante influenciado pela tecnologia, motivou a mudança de postura do comunicador, que por um lado ganhou uma série de ferramentas para implementar seu trabalho, mas também adquiriu uma gama de variáveis para se preocupar no processo de entrega da mensagem. Antes, as instituições divulgavam as informações que desejavam, a audiência não era ouvida e as críticas raramente se tornavam públicas e conseguiam repercussão. Com a transformação e presença digital, a comunicação se tornou mais interativa e moldada a partir de diversos atores, incluindo principalmente a audiência.

Com isso, a comunicação passou e ainda passa por um longo processo de transformação que modifica seu sentido, nível de atuação, atores envolvidos e resultados esperados. De acordo com Massoni (2021), no passado a comunicação era tida como uma forma de conhecimento a parte, talvez isolada e reducionista, que era ilustrada e se disseminava através da escrita de textos, da divulgação de fotos e vídeos, com o cuidado de se enquadrar em estruturas da mídia - que muitas vezes estava atrelada ao poder.

No entanto, com o avanço tecnológico e as transformações que se deram, a comunicação se tornou um dos campos de conhecimento mais explorados pela dinâmica e complexidade das relações e acontecimentos da sociedade. “Hoje a comunicação não é apenas um conhecimento de suporte técnico, que serve a outros conhecimentos para fazer seu trabalho, mas é uma disciplina científica com suas próprias teorias e metodologia.” (MASSONI, 2021, p.15, tradução nossa)⁹.

A autora explica que atualmente há a multidimensionalidade comunicacional, onde ao mesmo tempo em que se comporta como uma modalidade de ligação, distribuição de sentidos ou porta-voz dos assuntos, a comunicação também pode, e deve, considerar a

⁹ No original: "hoy la comunicación ya no es solo un saber de apoyo técnico que sirve a otros saberes a hacer su trabajo, sino que es una disciplina científica con teorías y metodologías propias."

mútua afetação que acontece nesse processo. Além de avaliar seu posicionamento de acordo com cada fragmento exposto.

Por exemplo, se trabalho com dados, localizo-me na dimensão informativa e opero um tipo particular de encontro, que é a transferência. Mas se estou prestes a intervir na dimensão da interação, vou trabalhar com espaços e operar outro tipo de encontro, que é a participação. E, por outro lado, se trabalho com discursos, coloco-me na dimensão ideológica e opero outro processo de comunicação, outro tipo de encontro na diversidade, que é a denúncia ou conscientização. (MASSONI, 2021, p. 18, tradução nossa)¹⁰

A teoria trabalha sob a hipótese de que a questão a ser resolvida então, está relacionada a reconhecer e entender qual é a dimensão macro do contexto apresentado, para a partir daí, identificar as outras dimensões, e atuar em ambas, apostando em novas configurações para entender a maneira como nos comunicamos. A multidimensionalidade comunicacional então, se afasta da ideia de construir uma comunicação a partir de pontos de vista e abarca a visão de que é necessário ir de encontro com a diversidade.

A multidimensionalidade da comunicação fala sobre considerar o processo comunicativo com um ser vivo, que possui matrizes socioculturais e não pode ser simplificado por teorias, termos e conceitos. Massoni (2021) aponta isso ao defender que a comunicação é sempre um processo multidimensional, que facilita a elaboração e implantação de estratégias de comunicação com o intuito de fomentar a democracia. “Para Massoni, essa distinção implica assumir que a comunicação é, hoje, um espaço estratégico nas dinâmicas sociais.” (Scroferneker, 2021, p.36). Segundo os autores, a partir de tal perspectiva, é necessário repensar o papel e as competências do comunicador que atua nesse cenário reconfigurado com outras características, ações e relações sociais, intermediado principalmente pela tecnologia neste ecossistema midiático.

É interessante pensar no significado que a palavra “ecossistema” tem, apesar de bastante atrelado a relação que possui com a natureza, quando empregada ao contexto da comunicação e da mídia nos remete a uma atmosfera de transmutação, movimento e

¹⁰ No original: “Por ejemplo, si trabajo con datos, me ubico en la dimensión informativa y opero un tipo de encuentro en particular que es la transferencia. Pero si me dispongo a intervenir en la dimensión de la interacción trabajaré con espacios y operare otro tipo de encuentro que es la participación. Y, en cambio, si trabajo con discursos me ubico en la dimensión ideológica y opero otro proceso comunicacional, otro tipo de encuentro en la diversidad, que es la denuncia o la sensibilización.”

acontecimentos complexos e vivos. Uma tradução do que a comunicação é atualmente, com diversos fragmentos e múltiplos responsáveis por dar sentido a essa constante movimentação.

A pluralização das plataformas de comunicação modificou a maneira de disseminar o conteúdo, ao mesmo tempo em que, teve que ser alterado de acordo com audiência e suas características específicas. Tal comportamento, além de fragmentar os atores e agentes de mídia, fez com que a relação com esses meios sofresse mudanças e questionamentos, com a audiência se tornando mais um componente desse organismo vivo.

As alternativas para trabalhar o desenvolvimento de inovação na comunicação ainda se encontram refém dos interesses privados. A situação se mantém assim, principalmente, porque o acesso a recursos financeiros e mecanismos de pesquisa não estão à disposição daqueles que possuem interesse em se aprofundar na questão. Segundo Araújo (2021), o problema é ainda maior nas empresas de mídia que continuam sem apostar no desenvolvimento de inovação própria, deixando assim de fomentar projetos e incentivar os talentos dessas empresas, e a contribuição que poderia ser realizada com parcerias entre universidades e centros de pesquisa.

Apesar desses apontamentos, Araújo (2021) destaca também que somente investimento não sana as deficiências que a comunicação possui, e não é possível pontuar soluções exatas, até porque o processo de entender quais são os problemas ainda enfrenta dificuldades. Porém, os caminhos para esse debate não podem ser ações isoladas de determinado setor, mas da conjugação de esforços de todos os envolvidos. Mais que um estereótipo, a união de forças é a única maneira de eliminar algumas dessas barreiras.

Segundo o autor, uma das possibilidades para incentivar os avanços da aplicação da tecnologia na comunicação pode ser encontrada na aplicação do Método Triplo Hélice. O modelo é centrado na ideia de que as universidades e instituições de pesquisa são importantes incubadoras para o desenvolvimento de inovação, e agentes que podem atuar em parceria com as empresas e órgãos públicos para desenvolver a comunicação institucional. Porém, como um sistema complexo, o modelo não tem resultados exatos, e suas variáveis dependem das características da instituição, das condições oferecidas por cada

parte, dos objetivos esperados e do perfil de quem é responsável por promover a inovação no meio comunicacional.

Enquanto o Estado realiza as funções de regulador e fornecedor de recursos, as universidades apoiam os demais entes produzindo novos conhecimentos e formando mão de obra, e as empresas contribuem com capital próprio e investimento na atividade produtiva. A inovação é um dos produtos dessas relações, que são resultantes de um processo complexo e dinâmico de experiências e troca de informação entre universidades, empresas e governo, em uma espiral contínua sem fim. (ETZKOWITZ; LEYDESDORFF, 1995, 2000 apud. ARAÚJO, 2021, p.48)

A diversidade de opiniões e ações entre academia e empresas pode ser extremamente benéfica para encontrar soluções para grandes desafios e neste mundo de rupturas que estamos vivenciando. Novas pesquisas podem, inclusive, aprofundar-se nessa relação entre os entes do modelo e investigar mais a fundo como a integração por meio da troca de informações estratégicas pode alavancar a inovação.

4.1 Gestão e projetos na cidade de Salvador

Para analisar o processo de inovação e tecnologia na gestão de Salvador, definimos analisar enquanto recorte o período de gestão de Antônio Carlos Magalhães Neto, que foi responsável por grande parte dos últimos projetos voltados ao tema. Segundo seu perfil no site Enciclopédia livre, o político, secretário-geral do partido União Brasil, foi prefeito de Salvador por dois mandatos consecutivos, entre 2012 e 2020. Herdeiro de uma das famílias mais importantes da política brasileira, o gestor se relaciona com política desde seu período escolar no grêmio estudantil. Formou-se em Direito pela Universidade Federal da Bahia, e esteve presente nos mandatos do seu avô Antônio Carlos Magalhães e do seu tio Luís Eduardo Magalhães. Antes de se tornar prefeito, foi assessor da Secretaria de Educação do Estado da Bahia, entre 1999 até 2002, quando foi eleito deputado federal e permaneceu no cargo até o final de 2012, iniciando no cargo de prefeito de Salvador no ano seguinte.

Eleito em 2012, assumiu a prefeitura com a promessa de colocar as contas públicas em dia e promover o turismo da capital baiana com o slogan publicitário “Salvador, a primeira capital do Brasil”. O crescimento e fortalecimento da reputação de Salvador foi trabalhado pela

comunicação a partir da construção de uma imagem positiva, de cidade acolhedora, imponente, com belezas naturais, cheia de cultura, com um povo acolhedor e etc.

A gestão ACM Neto buscou posicionar Salvador como um dos principais destinos turísticos, para além das datas festivas. Com isso, uma série de obras começaram a ser feitas para requalificação dos pontos turísticos, da orla, do Centro Histórico e construção de novos locais culturais. Apesar de não resolverem todos os problemas ou terem sido 100% finalizadas, os projetos modificaram a estrutura da cidade para pensar em novas soluções e ampliar a ocupação dos espaços públicos.

O trabalho ganhou reconhecimento e chegou a ser destaque internacional, como em 2019, quando o *The New York Times* elegeu Salvador como o 14º melhor destino do ranking “52 Places to Go in 2019”, que seleciona capitais mundiais para fazer parte da lista. A capital baiana ficou à frente de destinos como Nova York (31ª) e Hong Kong (44ª). O jornal evidenciou que a cidade estava em uma etapa de revitalização e destacou a presença marcante da cultura afro-brasileira, além das apresentações culturais e artísticas.

Essa ação pode ser definida como uma estratégia de construção da marca-lugar de Salvador, que se refere ao conceito de identidade que um lugar possui. Assim como indústrias, produtos e serviços se diferenciam a partir da valorização que suas marcas possuem no mercado, o mesmo acontece com as cidades. De acordo com Esteves (2016), para construção dos valores que conceituam a marca-lugar, é necessário destacar características importantes desses espaços. E isso não tem haver somente com a estrutura física e pontos turísticos que a cidade oferece, engloba a história, curiosidades, arte e cultura, religião, culinária, tradições e todas as particularidades do lugar. O autor evidencia que:

O place branding vem com uma vantagem embutida, pois, para discutir a marca lugar é preciso discutir o próprio lugar, e como já podemos imaginar, não existe marca lugar se não existir lugar. (...) Uma marca lugar é forte na medida em que cria uma experiência memorável para o visitante e mantém o interesse do morador (ESTEVES, 2016, p. 21).

Um dos pontos de atenção do conceito marca-lugar, segundo Sampaio; Silva e Fontes (2018) é propor estratégias de comunicação e divulgação que proporcionem ao turista e ao morador local uma percepção positiva da cidade, buscando compreender como atingir esse ideal que

perpassa pelas vivências distintas, tanto dos cidadãos que convivem com os problemas da região quanto com a experiência do turista que possui expectativas.

Os autores apontam que a desigualdade social de Salvador é um dos empecilhos para estabelecer a identidade publicitária da cidade. De acordo com os dados apresentados pelo IBGE no artigo, a renda média dos 2.953.986 habitantes foi de 3,5 salários mínimos com uma taxa de ocupação de 30,5% no ano de 2015. Além disso, 80% dos moradores se declararam como pardos e negros, no senso de 2010. As características particulares da cidade também sofrem alterações quando a análise passa a ser realizada com um recorte para os bairros e localidades que apresentam uma configuração ainda mais específica, com experiências diversas na ocupação e utilização dos espaços.

Sampaio; Silva e Fontes (2018) comentam a respeito de como essa construção de marca-lugar pode existir com condições conflitantes, e de que modo essas questões são trabalhadas pela equipe da Empresa Salvador Turismo, conhecida como Saltur. Como o trabalho de comunicação organizacional é realizado através de sites e redes sociais, algumas das estratégias utilizam técnicas da comunicação para ampliar o compartilhamento da mensagem. Entre as ações, a escolha de um assunto que está em discussão e gere debate para circulação da mensagem, utilizando imagens, vídeos e áudios com artifícios da metalinguagem.

Um dos pontos sinalizados pelos autores é que os produtos apresentam um discurso dos atores responsáveis que fazem relação com o público e o “mundo real”, e a partir da mediação de ambas propostas é possível observar o “mundo possível”. Para identificar a marca-lugar de Salvador é necessário investigar esses discursos paralelamente aos valores e manifestações da população ao lidar com esses pontos de interesse tanto da gestão quanto da sociedade.

A ausência do debate a respeito de políticas públicas com a participação social atrapalha o objetivo de oferecer projetos e serviços que atendam às demandas dos moradores. Tal exemplo, pôde ser visto com a concepção do plano de turismo de Salvador para requalificação do Centro Histórico, que foi construído tendo como base a cidade de Lisboa, e a justificativa para escolha foi a semelhança histórica e arquitetônica das cidades. No entanto, Sampaio e Miranda (2021), criticam a prática pelas diferenças econômicas da

população, que perpetuam o ciclo de afastar a classe mais pobre desses centros, além de implantar projetos sem uma consulta pública.

Com base nesse panorama, surgem questionamentos a respeito das necessidades da população, se o poder público leva em conta o que a população solicita, como isso é abordado pela gestão e comunicado para os cidadãos. Até porque o interesse público deve ser prioridade em todos esses processos, para uma gestão transparente com envolvimento da população viabilizado pela ampla discussão e divulgação das informações.

Os recursos públicos devem ser investidos levando em conta especificações regionais, com propostas que possuam relevância e indiquem o que propõe em teoria. Bencke; Lazzaretti; Machado e Sehnem (2019) afirmam que estrutura e características das Cidades Inteligentes permeiam pela ideia de que os investimentos devem promover um crescimento sustentável, junto com o aperfeiçoamento da infraestrutura, dos colaboradores e da comunicação.

Além disso, Morozov e Bria (2019), refletem sobre o surgimento das *smart cities* e utilização de soluções tecnológicas com o discurso de possibilitarem a oferta de serviços públicos com melhor direcionamento e agilidade. Os autores pontuam que essa narrativa esconde o interesse dos gestores em descentralizar as políticas públicas, ampliando privatizações e dependendo da interferência de dados, que não são disponibilizados nem esclarecidos à população.

A prática, segundo os pesquisadores, é baseada em mecanismos de extrativismo de dados para a ação de coleta de informações digitais, que é amplamente explorada por empresas como Google, Meta, Amazon e outras, que exploram e combinam esses dados para monetizar e garantir vantagem frente a outros concorrentes. Mas quando direcionado à realidade das cidades, o autor critica a proposta pela falta de entendimento dos gestores a respeito do assunto para condução dos projetos e para garantir a soberania frente às multinacionais tecnológicas.

Apesar da origem inexata, Tambelli (2018) explica que os pesquisadores indicam que o conceito de Cidade Inteligente possui relação com empresas de tecnologia como a IBM¹¹ e Cisco¹². As empresas trabalham o conceito como uma resposta técnica a uma série de pontos de desenvolvimento urbano, selecionados pelos governantes. No entanto, questões que envolvem desigualdade, falta de renda e infraestrutura precária não são discutidas pelo setor.

A narrativa positivista adota argumentos como otimização e eficiência, termos que são analisados por Tambelli (2018) como inapropriados. As definições são úteis para empresas, mas muito simplistas para adoção em questões complexas de uma cidade, que não possuem metas ajustáveis e controláveis como organizações particulares. E essa junção precisa ser revisada antes de uma implementação, que atualmente reproduz os interesses de multinacionais sem uma reflexão da realidade local.

Nesse sentido, é importante discutir sobre os problemas urbanos, envolvendo todos os fatores que se perpetuam por essas questões, e não apenas disseminar e adotar a tecnologia como solução simplista de uma infraestrutura que é resultado de um histórico econômico e social, que uma gestão baseada apenas em ferramentas de engenharia não consegue sanar. Os avanços tecnológicos são interessantes, mas devem ser discutidos com uma visão crítica a respeito dos seus impactos e seus reais resultados.

4. 2 Posicionamento, inovação e suas implicações

Segundo a análise de Joseph Schumpeter (apud Costa 2006), um dos grandes estudiosos da relação entre a tecnologia e a sociedade, as inovações não podem ser previstas. Costa (2006), afirma que apesar de suas teorias serem aplicadas em economia, podemos utilizar o conceito de inovação para fazer uma relação com o caso da comunicação e suas mudanças alcançadas a partir dos avanços tecnológicos. O autor comenta que as inovações alteram o sistema, e por ser evolucionário, permanece sofrendo alterações constantes por não conhecer o equilíbrio. Com isso, seu estudo tende a ser dinâmico dentro da história e do tempo. Já

¹¹ A International Business Machines Corporation é uma empresa dos Estados Unidos voltada para a área de informática. A empresa é uma das poucas na área de tecnologia da informação com uma história contínua que remonta ao século XIX. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/IBM>. Acesso em: 28 abril 2022.

¹² Oferece soluções para redes e comunicações quer seja na fabricação e venda (destacando-se fortemente no mercado de roteadores e switches) ou mesmo na prestação de serviços por meio de suas subsidiárias Linksys, WebEx, IronPort e Scientific Atlanta. Disponível em: <https://www.qualitytechnology.com.br/cisco/>. Acesso em: 28 abril 2022.

que, o autor defende que a inovação é um processo que acontece a partir da junção de materiais e novos atores operando através destes recursos para entregar possibilidades que não foram pensadas e colocadas em práticas em outros momentos históricos, levando em conta que nada disso tem a ver com aprimorar o que já existe. Além disso, Schumpeter explica que os recursos para realizar novas combinações estão disponíveis, alocadas em outros setores e atividades, que podem ser utilizados pelos produtores para apresentar novos sentidos à sociedade.

Quando buscou a respeito dos atores que geram a inovação e como são inseridos na atividade econômica, Schumpeter deduziu que o processo de inovação não é resultado da resposta aos anseios dos indivíduos pela evolução constante, apesar de ser um componente responsável por impulsionar essa busca. Analisando este cenário, o autor destaca ainda que o desenvolvimento e o processo de implementação da inovação passa por seus atores de maneira passiva, sendo simplesmente incluídos nos costumes, tradições, comportamentos, áreas de trabalho, teses de pesquisa e etc.

Ou seja, para o estudioso, o processo de inovação pode ser pensado e executado por um produtor, que até considera os desejos dos consumidores, no entanto, estes nunca serão responsáveis realmente pela mudança e aceleração do processo de inovação, visto que a ação acontece, e a audiência é ensinada a introduzir seus mecanismos, apreciando algo que é apresentado como novidade, necessário e se diferencia de um produto ou serviço que possui. O autor chama atenção ainda para o fato de que, se as inovações acontecem de maneira aleatória, e os investimentos estiverem sendo disponibilizados de forma uniforme, o evento não se tornaria algo digno de atenção.

No campo da comunicação, a discussão a respeito de inovação e suas aplicações possui destaque nos congressos, palestras, apresentações do meio empresarial e na mídia tradicional, como a de grandes veículos de comunicação do Brasil. Porém (2021) comenta que, no entanto, a narrativa predominante se baseia na ideia de inovação constante, com o lançamento de ideias que giram em torno da dinâmica capitalista de uma manutenção contínua do lançamento de novidades, muitas vezes voltadas para criatividade e apresentação de “algo nunca visto antes”.

A inovação sempre teve um papel importante para o desenvolvimento da humanidade e continua sendo fundamental para os avanços e suas aplicabilidades nas mais diversas áreas, com o objetivo de agilizar processos, eliminar problemas, e assim, conduzir na busca de novos conhecimentos. No entanto, a inovação possui entraves e desafios, como qualquer questão, que precisam ser conhecidos para que as soluções sejam apresentadas de maneira precoce. Além disso, Porem (2021) ressalta que:

À vista disso, poderíamos evidenciar o quanto a inovação, ao longo da nossa história, vem apoiando a nossa própria preservação: seja salvando vidas, seja melhorando o padrão e a qualidade agora viável para milhares de pessoas. Entretanto, paradoxalmente, os avanços proporcionados pela inovação ainda não são capazes de mitigar problemas estruturais enfrentados pelas sociedades. E, mais especificamente, a desigualdade econômica e social, a depredação e a degradação da natureza e do meio ambiente, sem falar nas variadas formas de intolerância e violência. (POREM, 2021, p.63).

A crítica a respeito dos efeitos nocivos da inovação permanecem quando analisamos produtos oriundos desse sentido de inovar com um discurso adotado pelo mercado, que diz adotar nas suas ações uma cultura de diversidade, flexibilidade e exige criatividade constante em seus processos. Mas, fomentar a inovação de maneira sistemática esbarra com questões técnicas e problemas do mercado. Além dos pontos de atenção individuais como o setor em que o produto ou serviço está sendo inserido, a concorrência e o próprio sistema de inovação.

A autora deixa claro ainda que as empresas estão buscando, através de tais práticas, investir em novas soluções que ampliem suas receitas, margem de lucro e vantagens sobre seus concorrentes. Com este cenário, o fator criatividade é minado pouco a pouco, até porque é humanamente impossível gerir processos assim, sem esgotamento e limitações. Mas da maneira que a ideologia é apresentada, os responsáveis por gerar e promover inovação carregam essa responsabilidade de apresentar um tipo de inovação constante, visando o acúmulo de receita para os detentores de empresas e instituições que possuem acesso ao sistema. Costa (2006) explica que Shumpeter afirmava que a inovação é um fator essencial para prospecção do desenvolvimento econômico e retroalimentação do capitalismo. E na realidade, sua aplicação na melhoria de condições econômicas e sociais para o resto da população, não é prioridade para os agentes de inovação.

Por isso, é essencial repensar nos atores que promovem a comunicação atual, que anseia por gerar inovação, mas ainda caem nos mesmos ciclos viciosos de atuarem de acordo com interesses pessoais, com divulgação de pouca informação para os mais carentes e manutenção do monopólio de grandes conglomerados de mídia, que perpetuam as mesmas ações de pouco investimento em inovação própria e valorização de parcerias com outras instituições para contribuir com a aceleração de pesquisas, projetos e capacitação de profissionais para pluralizar as discussões e o alcance dos resultados.

Casos de empresas como Uber, Spotify, Ifood, Netflix e Amazon são utilizados pelos agentes do mercado como exemplos a serem almejados, por terem em comum a inovação disruptiva, a utilização de tecnologia emergente e um impacto social e econômico bastante expressivo. Essa narrativa busca promover o discurso de alta performance, competitividade e sucesso do meio capitalista, que no recorte da comunicação, só possui sentido caso seja relacionado à participação de todo ecossistema comunicacional.

Porem (2021) chama atenção para a questão da glamourização da inovação, ainda mais nos dias de hoje que muito se fala em empreendedorismo e marketing. Nesse patamar, as pessoas internalizaram que inovação deve sempre está atrelada a novidades, lançamentos constantes e retornos positivos. Que é algo disponível para todos e depende da força de vontade e criatividade que cada um desempenha, legitimando um discurso capitalista que busca naturalizar a inovação como um recurso acessível para todos, ao contrário do que de fato é. Ou seja, uma construção social que é moldada a partir de questões econômicas, debates e discursos de agentes privilegiados com capital ou munidos de informação. Além da interferência dos atores da comunicação, do ambiente de inovação e dos interesses midiáticos. Porem (2021), afirma que “a inovação é permeada por conflitos políticos, sociais e culturais pelos quais as sociedades são confrontadas – resistem ou se conformam.”

4.3 Salvador- Investimento em tecnologia e inovação

Com a proposta de levar mais inovação à gestão pública, o Plano Diretor de Tecnologias da Cidade Inteligente (PDTCI) começou a ser desenvolvido em 2020 com o intuito de ser implementado até o final de 2022. Segundo os dados do projeto, o objetivo é realizar a integração das diversas regiões da cidade por meio da conectividade com alta velocidade,

processando dados tanto dos bairros centrais, quanto os do subúrbio, captando os dados em tempo real, gerados pela população e por sensores inteligentes espalhados pela cidade, construindo grandes conglomerados de dados para análise preditiva.

O PDTCI foi construído baseado em configurações técnicas da International Organization for Standardization (ISO), da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), ordenado aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU) e estipulados para serem concretizados por etapas, a partir de metas destrinchadas em projetos, programas, ações e iniciativas que tenham relação com a inclusão digital e o desenvolvimento sustentável urbano.

A ideia é que a instalação do PDTCI seja utilizado para além da questão de ser uma ferramenta de orientação, mas que promova a democracia da tecnologia na cidade, permitindo uma maior participação da população na decisão da utilização do dinheiro público. Quebrando as barreiras das desigualdades para gerar qualidade de vida, a partir das informações e opiniões que vão além das decisões dos gestores municipais.

O cronograma do projeto possui 50 objetivos para serem cumpridos ao longo de 30 anos, com novas estruturações, ideias e reformulações a cada novo início de uma nova gestão. Incorporando os novos dados e técnicas de leitura, o intuito é que o plano siga sendo retroalimentado com soluções inteligentes, integrando os órgãos públicos, os serviços e o cidadão. Visando transformar o transporte público, a saúde, educação, cultura, comunicação e tudo que busque garantir uma governança mais transparente, participativa e que leve benefícios para os moradores, independente de sua renda, cor, religião, idade e gênero.

A aplicação do conceito de cidade inteligente é utilizado em cidades brasileiras como São Paulo, Florianópolis, Curitiba, Brasília, e internacionais como Londres, Nova York, Tóquio e Copenhague. Entre as análises, a digitalização das cidades trouxe inúmeros benefícios, comodidades e segurança, no entanto, é necessário levar em conta toda estrutura que vai além da que o projeto propõe, e o cenário onde Salvador está inserida.

De acordo com o diretor da Secretaria Municipal de Inovação e Tecnologia (Semit), Luis Gaban, o PDTCI já está finalizado por parte da secretaria e aguarda aprovação do prefeito Bruno Reis e da Câmara de Vereadores de Salvador para ser implementado. Segundo Gaban,

os detalhes sobre as datas de definição não foram discutidas, mas afirmou que o lançamento ocorrerá ainda em 2022. Como o documento ainda poderá sofrer alterações, não disponibilizou o material e preferiu não informar informações sobre o projeto. No entanto, ressaltou que o trabalho de inovação que a ideia propõe é sistemático, com ações que beneficiam todas as áreas da gestão em um momento onde a tecnologia possui um papel de protagonista nos processos (informação verbal¹³).

Apesar de opiniões favoráveis de governantes, autores como Morozov e Bria (2019) propõem que a discussão seja ampliada e que as gestões adotem uma governança coletiva de dados envolvendo os mecanismos e indivíduos que fazem parte do processo. Definindo instrumentos de proteção e análise, abrangendo também o trabalho conjunto com as áreas jurídicas e econômicas para apresentar melhores condições de criação, desenvolvimento e fiscalização da *smart city*. A articulação dos autores também aborda a revisão constante e apresentação de protótipos e testes para simular os impactos e resultados em uma escala menor, antes de serem disponibilizados para toda população.

Além disso, a dependência tecnológica apresenta desigualdades e quando é analisada a partir da ótica do perfil dos moradores de Salvador é ainda mais preocupante. Os indicadores negativos sinalizam para a necessidade de repensar as políticas públicas, e no âmbito da comunicação demonstra que o meio e a mensagem precisam sofrer reajustes para comunicar aos diversos perfis.

4.3.1 Baixa qualidade do sinal de internet em Salvador

De acordo com um estudo de 2021, elaborado pela Consultoria Teleco, Salvador possui o segundo pior sinal de celular do país. Os índices de péssima conexão são ainda piores nos locais onde a população possui uma renda média menor. Regiões como Cidade Baixa, Subúrbio e as Ilhas possuem 5.075 habitantes por antena cada, enquanto Regiões do Centro de Salvador, e bairros como Barra e Pituba contam com uma antena para cada 1.271 habitantes.

¹³ Informações fornecidas por Luis Gaban, diretor da Secretaria Municipal de Inovação e Tecnologia (Semit), em maio de 2022

Ainda segundo estimativa da pesquisa, para um sinal de qualidade seria necessário haver uma antena para cada mil habitantes, no entanto, a capital baiana possui em média uma antena para cada 2.582 habitantes. Com a possibilidade de implementação da tecnologia 5G, seria necessário um investimento para ampliar o número de antenas, em cinco vezes mais do que os atuais padrões determinam. Ao contrário disso, a tecnologia 5G não chegaria a ter cobertura plena na cidade, que ainda apresenta problemas na distribuição de sinal do 4G ou até mesmo do 3G.

Baseados nos dados do Governo federal, do mês de janeiro de 2022, doze capitais brasileiras estão prontas para receber o sistema 5G, previsto para chegar no Brasil em julho de 2022. O levantamento apontou que as únicas capitais aptas para receber a tecnologia eram Brasília, Curitiba, Florianópolis, Fortaleza, Natal, Palmas, Porto Alegre, Rio de Janeiro, São Paulo, Vitória, Aracaju, e Boa Vista. No entanto, foi sinalizado que as outras capitais ainda estão em processo de adaptação, tanto na regularização da documentação legislativa quanto na distribuição de antenas e pontos de transmissão do sinal para garantir uma internet rápida e de qualidade.

A partir deste cenário, o Ministério das Comunicações e a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) estão auxiliando os municípios na implementação e adequação da legislação para agilizar esse processo que, segundo os órgãos, chegará primeiro nas capitais e depois partirá para todas as outras cidades do país. Porém, o serviço só chegará às regiões que cumprirem todas as normas de adequação, previstas na ¹⁴Lei Geral das Antenas, uma série de normas que visa padronizar a infraestrutura de telecomunicações, além de garantir a transformação digital. No entanto, algumas etapas são bastante complexas e foram divididas em metas fixadas para serem cumpridas ano a ano de maneira gradual, com a cobertura completa dos municípios brasileiros prevista para 2029.

Além disso, com o chamado “leilão do 5G”, foi estabelecido que as operadoras podem iniciar a execução de suas instalações nas cidades que forem se adequando à Lei Geral das Antenas para ofertar o serviço de 5G a partir de 31 de julho de 2022, conforme está previsto

¹⁴ A Lei nº 13.116, de 20 de abril de 2015, conhecida como Lei Geral das Antenas, estabelece normas gerais para implantação e compartilhamento da infraestrutura de telecomunicações. Ela busca harmonizar e simplificar as normas para a implantação de infraestrutura de redes de telecomunicações em todo o País, com o objetivo de promover a expansão da cobertura das redes e a melhoria da qualidade dos serviços prestados à população. Disponível em: <https://www.gov.br/mcom/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/lei-geral-das-antenas>. Acesso em: 12 mai 2022.

no Edital da Anatel. Seguindo as estimativas do documento do leilão das faixas de 5G, as cidades devem possuir, no mínimo, uma antena para cada 100 mil habitantes. Para que essa projeção seja possível, é necessário que haja um aumento 10 vezes maior que a oferta de antenas que o Brasil possui para transmissão e troca de dados.

Com base nos parâmetros estabelecidos pelo leilão, municípios com uma população igual ou superior a 30 mil habitantes possuem como meta a ampliação anual, até 2025, da quantidade de antenas nas capitais e Distrito Federal e ofertar 1 antena para cada 10 mil habitantes em municípios com população igual ou superior a 500 mil habitantes. Já municípios com uma população igual ou superior a 30 mil habitantes devem ter a oferta de antenas ampliada em 50% até julho de 2028. Em cidades com menos de 30 mil habitantes, a crescente no número de antes deve ocorrer com cobertura total até dezembro de 2019.

4.3.2 Comunicação e inovação em Salvador

A aplicação da inovação tem sido vista de maneira recorrente nos projetos da capital baiana. De acordo com o diretor da Semit, o ecossistema possibilita a democratização e acesso ao conhecimento por parte dos cidadãos. O projeto de Salvador visa articular uma parceria entre o público, privado, a população e a Universidade, para estimular o surgimento de novas ideias, favorecendo o crescimento econômico mais inclusivo. É interessante observar que a aplicação da iniciativa está sendo feita para fomentar projetos de inovação vinculados ao empreendedorismo tecnológico, nesta fase inicial.

O estímulo é cada vez mais crescente a startups que geram novos negócios e empregos. Alinhados ao conceito de economia criativa, que pode ser definida como uma série de possibilidades e ideias voltadas para áreas como cultura e tecnologia, com ampliação dos instrumentos criativos para concepção dos resultados, e que na economia pode estar alinhado a produção, distribuição e criação de bens e serviços.

Apesar do PDTCI possuir investimento privado, sua instalação e outros aperfeiçoamentos levam em conta o investimento do dinheiro público. Com a iniciativa, vieram outros projetos que também permeiam a lógica da economia criativa, tecnologia, inovação e que conta com

a comunicação pública para seu crescimento e melhor aplicação de acordo com os pedidos e respostas da população.

Para isso, seguem bases e diretrizes previstas em lei, como a Lei Orçamentária Anual (LOA) que indica onde os recursos serão aplicados e quais valores serão destinados, baseado na arrecadação anual de impostos. Após o projeto ser elaborado pelo Executivo, deve ser analisado, discutido e transformado em lei pelo Legislativo. Outro tipo de Lei Orçamentária importante é o Plano Plurianual (PPA), que é o documento que reúne uma série de metas e projetos para áreas como segurança, mobilidade, saúde, moradia, cultura e todos os outros setores ligados a cidade que necessitam do investimento e manutenção do poder público.

O PPA é idealizado e encaminhado para ser aprovado no primeiro ano do governo de uma gestão, só que passa a ser posto em prática no ano seguinte, durante 4 anos e sendo finalizado ao final do primeiro ano de um próximo mandato, com a intenção de promover a continuidade dos projetos, independente da reeleição ou não. Todo o processo que envolve o PPA estabelece diretrizes, objetivos e metas da Administração Pública Municipal, conforme determinam a Lei Orgânica do Município e a Constituição Federal.

A partir do PPA é possível dar seguimento à implementação das ideias e gerir os recursos durante os 4 anos, norteando também as Leis de Diretrizes Orçamentárias (LDO) e as Leis Orçamentárias Anuais (LOA), que também precisam ser votadas e aprovadas com antecedência para o planejamento da gestão. A LOA é articulada tendo como base o PPA e a LDO, sua finalidade é definir onde os recursos públicos serão aplicados de maneira prioritária no município. Já a LDO deve conter todo plano de despesas que envolve os recursos destinados aos salários dos servidores, planos de carreira, custos dos serviços, avaliação dos programas e informações do investimento ou destinação de dinheiro do setor privado. Algumas definições tratam a LDO como a responsável pelo ajuste anual do PPA. A LDO precisa ser apresentada e votada pelos vereadores no início do ano e a LOA no segundo semestre. Antes de sancionadas, podem ser alteradas, os responsáveis podem apresentar emendas e realizar alterações.

O PPA tem relação com os inúmeros instrumentos de planejamento da Prefeitura, sejam eles de médio ou longo prazo, como o Plano Estratégico, o Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano (PPDU) e o Plano Salvador 500, que possuem expectativa de implementação até

2049. O Plano Plurianual atual contém oito eixos estratégicos, que sinalizam as macrodiretrizes da administração, em 15 programas de governo e 356 ações. São destinadas a responder às demandas da sociedade, intervir em problemas que se apresentam nas diversas dimensões das funções de governo, dentre elas, nas áreas social, econômica, ambiental, tecnológica e administrativa.

O PPA 2022-2025 envolve recursos da ordem de R\$40,5 bilhões, dos quais R\$34,5 bilhões são orçamentários e R\$ 6 bilhões extraorçamentários, que são os recursos oriundos da iniciativa privada ou de outras esferas de governo. Com a aprovação do projeto, a Câmara Municipal de Salvador aprovou o orçamento de R\$ 8,7 bilhões para a cidade em 2022, destacando que as principais metas do PPA indicavam que os recursos deveriam ser gastos em programas voltados para as áreas sociais e criação de novas ações que incentivem a economia soteropolitana.

Ao realizar um levantamento a respeito desses dados municipais, fazendo um recorte dos últimos três anos, é possível constatar que as áreas de maior investimento foram as da saúde e educação. Sendo que a maior parcela dos recursos foram utilizados para manutenção das instalações e recursos disponíveis. O cenário se manteve parecido nos últimos anos, principalmente, por conta da pandemia que exigiu maior atenção para abertura de leitos, ampliação de equipes médicas e compra da vacina, por exemplo.

Orçamento Fiscal e da Seguridade Social
Recursos de Todas as Fontes **Ano Base: 2020**

Em R\$ 1,00

Código	Órgão	Manutenção (Atividades)	Ampliação (Projetos)	Total
20000	Câmara Municipal do Salvador	196.562.000	240.000	196.802.000
21000	Gabinete do Prefeito	83.413.000	-	83.413.000
22000	Gabinete do Vice-Prefeito	3.737.000	-	3.737.000
23000	Procuradoria Geral do Município	64.293.000	2.150.000	66.443.000
24000	Casa Civil	20.446.000	10.701.000	31.147.000
27000	Secretaria Municipal da Fazenda	193.943.000	58.076.000	252.019.000
30000	Secretaria Municipal da Saúde	1.723.870.000	29.866.000	1.753.736.000
34000	Secretaria Municipal da Reparação	5.353.000	54.000	5.407.000
41000	Secretaria Municipal de Gestão	692.540.000	17.164.000	709.704.000
43000	Secretaria Municipal de Sustentabilidade, Inovação e Resiliência	30.764.000	31.996.000	62.760.000
44000	Secretaria Municipal da Educação	1.442.738.000	68.422.000	1.511.160.000
45000	Secretaria Municipal de Ordem Pública	730.890.000	64.002.000	794.892.000
52000	Secretaria Municipal de Promoção Social e Combate à Pobreza	139.349.000	11.741.000	151.090.000
53000	Secretaria Municipal de Mobilidade	204.516.000	442.894.000	647.410.000
54000	Secretaria Municipal de Cultura e Turismo	101.224.000	122.834.000	224.058.000
56000	Secretaria Municipal de Manutenção da Cidade	196.604.000	13.920.000	210.524.000
57000	Secretaria Municipal de Comunicação	53.031.000	-	53.031.000
58000	Secretaria Municipal de Políticas para Mulheres, Infância e Juventude	26.402.000	26.617.000	53.019.000
59000	Secretaria Municipal do Trabalho, Esportes e Lazer	15.069.000	15.697.000	30.766.000
60000	Secretaria Municipal de Desenvolvimento e Urbanismo	87.578.000	12.505.000	100.083.000
61000	Secretaria Municipal de Infraestrutura e Obras Públicas	58.847.000	479.736.000	538.583.000
62000	Controladoria Geral do Município de Salvador	20.551.000	350.000	20.901.000
80000	Encargos Gerais do Município	517.536.000	-	517.536.000
99999	Reserva de Contingência	-	30.000.000	30.000.000
Total		6.609.256.000	1.438.965.000	8.048.221.000

Figura 2- LOA 2020



PREFEITURA MUNICIPAL DO SALVADOR
LEI DE DIRETRIZES ORÇAMENTÁRIAS
METODOLOGIA E MEMÓRIA DE CÁLCULO DAS METAS ANUAIS PARA A RECEITA
2020

Total das Receitas

ESPECIFICAÇÃO	LDO		
	2020	2021	2022
RECEITAS CORRENTES	6.628.192	6.833.997	7.210.544
Impostos, Taxas e Contribuições de Melhoria	2.683.130	2.854.649	3.031.896
Impostos	2.358.377	2.509.461	2.665.834
Taxas	324.753	345.188	366.062
Outras Receitas Tributárias	-	-	-
Contribuições	378.975	404.292	430.217
Receita Patrimonial	118.286	123.260	128.354
Receita Industrial	98	105	111
Receita de Serviços	3.252	3.381	3.508
Transferências Correntes	3.128.633	3.281.187	3.444.740
Transferências da União e de suas Entidades	1.703.872	1.788.807	1.876.662
Cota-Parte do FPM-Cota Mensal- Principal	732.660	780.730	830.989
Transferências de Recursos do SUS - Repasse Fundo a Fundo - Principal	763.162	793.687	823.451
Outras Transferências da União	208.050	214.390	222.222
Transferências dos Estados e do Distrito Federal e de suas Entidades	876.385	927.045	986.373
Outras Transferências dos Estados	-	-	-
Transferência de Recursos do FUNDEB	545.000	561.779	578.137
Transferência de Recursos da Complementação da União ao FUNDEB	-	-	-
Outras Transferências	3.376	3.556	3.568
Outras Receitas Correntes	315.818	166.723	171.718
RECEITAS INTRA-ORÇAMENTÁRIAS	340.965	363.283	386.137
RECEITAS DE CAPITAL	1.053.718	845.569	470.023
Operações de Crédito	719.960	700.860	270.987
Alienações de Bens	117.948	16.034	36
Transferências de Capital	215.810	129.475	199.000
Outras Receitas de Capital	-	-	-
Receitas Intra-orçamentárias	-	-	-
TOTAL	8.022.875	8.042.449	8.066.704

Fonte: Secretaria Municipal da Fazenda - SEFAZ.

Figura 3- LDO 2020

Em se tratando da área de comunicação, os investimentos para a Secretaria de Comunicação foram da ordem de 53.031.000, em 2020, dentro de um orçamento de 8.048.221.000, o que representou 0.66%. Vale ressaltar que todos os recursos foram destinados à manutenção das atividades e nenhum recurso foi sinalizado para ser gasto com a criação ou ampliação de algum projeto, de acordo com a LOA.

A despesa orçamentária se divide em três etapas: planejamento; execução; controle e avaliação. Na etapa de planejamento é realizada a licitação, orçamento, definição de linhas de crédito, cálculo de despesas, definições para contratação, entre outros detalhes que levam em conta as especificações de cada projeto. Todas as questões são documentadas, assim como as definições de cada etapa, os resultados e o cronograma completo. Esse conjunto é importante para gerenciar equipe, tempo, custos, riscos, problemas, mudanças e resultados. Além de ser importante para o controle do trabalho interno, é fundamental para garantir todas as entregas dos fornecedores e a finalização dentro do prazo.

No processo de execução, coloca-se em prática o que foi definido no período de planejamento, e envolve todas as partes da despesa orçamentária que são o empenho, a liquidação e o pagamento. O empenho é a garantia que a autoridade competente define para a quitação das obrigações financeiras para um fim específico, e é oficializada a partir da emissão da Nota de Empenho, que deve constar dados como o nome do credor e o valor cobrado, além de informações para controle do orçamento. É obrigatório que toda prestação de serviço tenha o empenho aprovado antes de sua execução. Se a despesa atingir valores mais altos, o empenho pode ser ampliado para contemplar todas as despesas, e se o dinheiro disponibilizado no empenho for maior que a despesa, será necessário anular o empenho parcialmente. O empenho só será anulado totalmente quando o contrato não for cumprido ou se possuir informações incorretas.



Figura 4- Despesas 2020 Portal da transparência



Figura 5- Orçamento 2020 Portal da transparência

Segundo informações do Portal da Transparência de Salvador, em 2020, o investimento empenhado da Secretaria Municipal de Comunicação foi da ordem de R\$70.007.669,79, ou seja, este foi o montante que a gestão municipal reservou para o pagamento das despesas do planejamento inicial do setor. No entanto, o valor final pago durante o ano foi de R\$83.430.289,90. O número representa um investimento de R\$28,77, por ano, para cada habitante, considerando o último censo do IBGE que indicou uma população da cidade de 2.900.319 pessoas. O pacote de ações com essa verba se torna limitado e como mostram os dados do Portal da Transparência são destinados à continuidade da estrutura e do trabalho que já existe, com poucas transformações e implementação de novas ideias.

Ao analisar o Plano Plurianual 2018-2021 foi verificado que as ações, que envolvem a área de comunicação, estão relacionadas aos projetos de modernização da gestão e promoção do legislativo. Entre os mecanismos de atuação estão a Tv Câmara, publicidades do legislativo, Rádio Câmara e o fortalecimento da comunicação governamental na mídia digital e tecnológica. Ou seja, a articulação da comunicação foi construída seguindo um molde da mídia tradicional ao buscar divulgar informações através de meios de comunicação como tv e rádio, talvez por serem meios de comunicação de massa, porém eram muito pouco efetivos quando se tratava de alcançar a audiência para informar a respeito das ações da gestão e ter interação popular.

De acordo com a Fundação Cosme de Farias, a Tv e Rádio Câmara foram criadas com o objetivo de promover a informação em todas as regiões da capital baiana, para que a população tivesse acesso ao trabalho do legislativo. Os veículos de comunicação da Câmara são geridos pela Fundação Cosme de Farias, sem fins lucrativos, utilizados exclusivamente para transmissão das ações da gestão. Além disso, a fundação é responsável por todo processo comunicativo que envolve imagem, som, telecomunicação, transmissão e retransmissão do trabalho realizado na Instituição.

A Diretoria de Comunicação da Fundação (2020), informa que a TV Câmara inicialmente teve sua programação transmitida na internet, e em seguida sua grade ampliada com um projeto de 2015, que foi ao ar em 2017, com cerca de 16 programas que levam debate, inclusão, participação de especialistas, entrevistas com políticos e etc. Segundo a Fundação Cosme de Farias, as ações atuais buscam ampliar a atuação da tv nos meios digitais, e difusão das discussões para toda sociedade, apostando na diversidade e identificação para atrair o público, principalmente nas audiências de votações, audiência e etc.

Com a utilização das redes sociais e outras tecnologias, a Fundação busca ampliar seu contato com o público, estabelecendo um relacionamento de proximidade e trabalhando pela credibilidade do veículo. Além disso, o objetivo é promover a mobilização do debate das questões de interesse público com a participação de diferentes vozes, classes sociais, faixa-etária e sexo, para exercer a cidadania. Uma das ideias para gerar mais aproximação com a população, foi a integração e presença dos vereadores nos programas, para debater e opinar a respeito da cidade, junto aos outros convidados e a aos cidadãos.

Para atingir tais metas, a Diretoria de Comunicação da Fundação (2020) explica que o canal legislativo de Salvador alterou seu canal na tv, assim como outras 40 cidades da Rede Câmara, para o número 12.3 como estratégia para popularizar a programação com um número de sintonia mais próximo dos canais populares da tv aberta. Outra novidade apresentada, com a crescente da disseminação da informação através das plataformas, foi o lançamento do aplicativo da Câmara Municipal de Salvador, em 2018, que possibilitou que a população passasse a ter acesso a TV e Rádio Câmara através dos seus celulares.

A Diretoria de Comunicação da Fundação, relata também que a Rádio Câmara foi lançada em 2018 na internet, e em seguida passou a ter sua programação transmitida na emissora de rádio 105,3 FM. O conteúdo da rádio legislativa é feito em conjunto com a Câmara Federal, onde 5 dos 10 programas são produzidos no Distrito Federal, com a ideia de tornar o trabalho político mais próximo dos eleitores, discutindo pautas relacionadas à saúde, educação, economia, serviços e etc.

As iniciativas são ferramentas interessantes para aproximar a atuação do poder político, levantar pautas e divulgar o cotidiano da Casa. Mas as dificuldades com a baixa popularidade dos veículos torna o trabalho pouco eficaz. As dificuldades estão ancoradas em problemas como a dificuldade de tornar assuntos políticos atraentes, reter audiência em veículos que já enfrentam dificuldades de crise com o público e disputar espaço com a mídia tradicional.

PPA 2018-2021				
AÇÕES REGIONALIZADAS				
EIXO: AÇÃO LEGISLATIVA E O CONTROLE DAS CONTAS PÚBLICAS				
PROGRAMA: Modernização Administrativa do Poder Legislativo		ORÇAMENTÁRIO: 41.559.000	EXTRAORÇAMENTÁRIO: 0	
OBJETIVO: Promover a implantação das ações para a modernização administrativa do poder Legislativo municipal.				
AÇÃO	PRODUTO	UNIDADE DE MEDIDA	PREFEITURA-BAIRRO	META FÍSICA
Implantação da Escola do Legislativo	Escola Implantada	Unidade	Centro/Brotas	1
Implantação da Rádio Câmara	Rádio Implantada	Unidade	Centro/Brotas	1
Modernização e Restauração do Memorial da CMS	Memorial Restaurado e Modernizado	Percentual	Centro/Brotas	100
Modernização das Instalações Físicas	Instalação Física Modernizada	Percentual	Centro/Brotas	100
Publicidade das Ações do Legislativo	Serviço Mantido	Percentual	Inter-Regionais	100
Comunicação da TV Câmara	Serviço Mantido	Percentual	Inter-Regionais	100
Capacitação dos Servidores da CMS	Servidor Capacitado	Unidade	Centro/Brotas	600
Operacionalização do Fundo Especial da Câmara Municipal de Salvador - FECAM	Fundo Operacionalizado	Percentual	Inter-regional	100
Reestruturação do Quadro de Servidores da CMS	Postos de Trabalho Ampliados	Unidade	Inter-regional	60
Ampliação e Modernização das Atividades Legislativas	Ações Implementadas	Unidade	Inter-regional	50
Fortalecimento da Gestão de Transparência das Ações Legislativas	Ações Implementadas	Unidade	Inter-regional	30

Figura 6- PPA 2018-2021 Eixo Ação

Continuação

PPA 2018-2021				
AÇÕES REGIONALIZADAS				
EIXO: SUSTENTABILIDADE E RESILIÊNCIA				
PROGRAMA: Cidade Sustentável e Resiliente		ORÇAMENTÁRIO: 301.419.000	EXTRAORÇAMENTÁRIO: 5.000.000	
AÇÃO	PRODUTO	UNIDADE DE MEDIDA	PREFEITURA-BAIRRO	META FÍSICA
Ampliação do Sistema de Coleta Seletiva	Sistema Ampliado	% de Áreas Ampliadas	Inter-Regionais	100
Fortalecimento do Empreendedorismo e Inovação no Município	Programa Implantado	Percentual	Inter-Regionais	100
Tratamento Paisagístico no Município de Salvador	Paisagismo Realizado	Metro Quadrado	Valéria	100.000
		Metro Quadrado	Barra/Pituba	100.000
		Metro Quadrado	Pau da Lima	100.000
		Metro Quadrado	Cabula/Tancredo Neves	100.000
		Metro Quadrado	Liberdade/São Caetano	100.000
		Metro Quadrado	Itapuçá/Itanganga	100.000
		Metro Quadrado	Cajazeiras	100.000
		Metro Quadrado	Centro/Brotas	100.000
		Metro Quadrado	Cidade Baixa	100.000
		Metro Quadrado	Subúrbio/Ilhas	100.000
Implantação de Centro Municipal de Inovações	Centro Implantado	Percentual	Barra/Pituba	100
Elaboração do Plano Municipal de Combate aos Efeitos das Mudanças Climáticas	Plano Elaborado	Percentual	Inter-Regionais	100
Elaboração de Campanha Educacional e Conscientização Ambiental	Campanha Realizada	Unidade	Inter-Regionais	40
Realização de Ações de Defesa Civil	Ações Realizadas	Percentual	Inter-Regionais	100

Ativar o Windows

Figura 7- PPA 2018-2021 Eixo Sustentabilidade

EIXO: DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL E ENGAJAMENTO DO CIDADÃO				
PROGRAMA: Gestão Pública de Excelência		ORÇAMENTÁRIO: 593.826.000	EXTRAORÇAMENTÁRIO: 4.500.000	
AÇÃO	PRODUTO	UNIDADE DE MEDIDA	PREFEITURA-BAIRRO	META FÍSICA
Salvador Social - Monitoramento da Gestão do Projeto	Monitoramento Realizado	Unidade	Inter-Regionais	1
Modernização e Fortalecimento do Planejamento e Orçamento Público	Ações Implementadas	Unidade	Inter-Regionais	12
Implementação da Política Municipal de Saúde Ocupacional	Política Implementada	Percentual	Inter-Regionais	100
Implementação do Plano Diretor Municipal de TIC	Plano Implementado	Percentual	Inter-Regionais	100
Implantação do Centro Administrativo Municipal	Centro Administrativo Implantado	Percentual	Centro/Brotas	100
Modernização das Instalações Físicas – LIMPURB	Instalação Física Modernizada	Percentual	Inter-Regionais	100
Modernização das Instalações Físicas – SEMPMS	Instalação Física Modernizada	Percentual	Cidade Baixa	100
Modernização das Instalações Físicas – SEMTEL	Instalação Física Modernizada	Percentual	Centro/Brotas	100
Modernização das Instalações Físicas – GCM	Instalação Física Modernizada	Percentual	Inter-Regionais	100
Modernização das Instalações Físicas – SUCOP	Instalação Física Modernizada	Percentual	Centro/Brotas	100
Ampliação e Melhoria dos Serviços de Atendimento ao Cidadão	Atendimentos Realizados	Unidade	Inter-Regionais	1.350
Fortalecimento da Comunicação do Governo em Mídia Digital e Eletrônica	Público Alcançado pela Mídia Digital	Unidade	Inter-Regionais	1.600.000
Excelência na Regulação e Fiscalização dos Serviços Públicos Concedidos	Serviços Públicos Concedidos Melhorados	Percentual	Inter-Regionais	90
Modernização e Fortalecimento da SPMJ	Serviços e Equipamentos Modernizados	Percentual	Inter-Regionais	100
Implementação do Programa de Gestão do Desenvolvimento do Servidor	Programa Implementado	Percentual	Inter-Regionais	100
Aperfeiçoamento do Modelo da Gestão da Previdência	Modelo de Gestão Aperfeiçoado	Percentual	Inter-Regionais	100
Implementação do Plano de Avaliação por Competência e Desempenho	Plano Implementado	Percentual	Inter-Regionais	100
Publicidade Institucional - Ações de Governo	Campanhas Publicitárias Realizadas	Unidade	Inter-Regionais	84

Ativar o Windows

Acesse Configurações para ativar o Wind

Figura 8- PPA 2018-2021 Eixo Desenvolvimento

PPA 2018-2021				
AÇÕES REGIONALIZADAS				
EIXO: DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL E ENGAJAMENTO DO CIDADÃO				
PROGRAMA: Gestão Pública de Excelência		ORÇAMENTÁRIO: 593.826.000	EXTRAORÇAMENTÁRIO: 4.500.000	
OBJETIVO:	Tornar Salvador referência em gestão pública de excelência, fortalecendo a adoção e a disseminação de tecnologias inovadoras e modernos modelos de gestão, reduzindo o peso da burocracia na vida do cidadão, além dos avanços de uma gestão compartilhada com a sociedade. Alcançar esse objetivo exige a adoção de iniciativas que envolvem a busca de soluções inovadoras e tecnológicas, a otimização e a modernização de processos internos, o desenvolvimento de soluções inovadoras para a integração de dados e sistemas, a utilização das melhores técnicas de gestão de pessoas, a elevação da qualidade e da celeridade nas respostas aos cidadãos, o fortalecimento das consultas populares através do Programa Ouvindo Nosso Bairro, utilizando inclusive as mídias sociais nesse processo.			
AÇÃO	PRODUTO	UNIDADE DE MEDIDA	PREFEITURA-BAIRRO	META FÍSICA
Implantação e Implementação de Rede - Salvador Conectada	Pontos de Acesso Implantado	Unidade	Inter-Regionais	1.000
Implantação e Implementação de Nuvem Tecnológica Inteligente	Tecnologia Implantada	Percentual	Inter-Regionais	100
Disponibilização e Regulamentação de Tecnologia Autossustentável	Programa Implantado	Percentual	Inter-Regionais	100
Governança Estratégica da Informação	Observatório Inteligente Implantado	Percentual	Inter-Regionais	100
Implantação do Plano de Segurança Cibernética	Solução de Segurança Implantada	Percentual	Inter-Regionais	100
Implementação do Plano de Tecnologia para Gestão	Plano Implementado	Percentual	Inter-Regionais	100
Fortalecimento da Transparência Pública Municipal	Canais de Acesso à Informação Reestruturado	Unidade	Inter-Regionais	4
Reestruturação e Expansão do Sistema de Indicadores Municipais	Ação Realizada	Unidade	Centro/Brotas	1
		Unidade	Inter-Regionais	1
Capacitação e Formação de Servidores e Lideranças	Servidores e Lideranças Capacitados	Unidade	Inter-Regionais	8.000
Implementação e Otimização de Processos Eletrônicos da Gestão Sistêmica	Processos Eletrônicos Implementados e Otimizados	Unidade	Inter-Regionais	305
Implantação do Modelo de Aperfeiçoamento de Aquisição e Gestão do Patrimônio	Modelo Implantado	Percentual	Inter-Regionais	100
Implementação do Programa de Modernização da Gestão	Programa Implementado	Unidade	Inter-Regionais	11
Implementação de Ações de Modernização do Processo de Representação e Defesa Judicial	Ações Implementadas	Unidade	Inter-Regionais	8
		Unidade	Inter-Regionais	8
Elaboração de Estudos e Projetos Especiais	Projeto Elaborado	Unidade	Inter-Regionais	8

Figura 9- PPA 2018-2021 Eixo Desenvolvimento 2

Outro ponto de atenção são os projetos de inovação, que segundo o PPA fazem parte do Programa Gestão Pública de qualidade, e possuem o intuito de adotar a tecnologia para aperfeiçoar os processos e a oferta de serviços para a população fazendo com que a burocracia diminua. Para isso, uma das ações foi a implementação do Centro Municipal de Inovações Colabore, um espaço de trabalho colaborativo público para que empreendedores, startups e o público em geral possa desenvolver ideias que gerem impacto social na cidade e que também tenham relação com os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)¹⁵ da Organização das Nações Unidas (ONU).

O intuito é que os resultados obtidos possam beneficiar também a gestão, principalmente na oferta dos serviços públicos. O projeto é uma parceria com o Sebrae e o Parque Social, que possuem participação em outros projetos com a prefeitura envolvendo áreas como empreendedorismo, tecnologia, desenvolvimento e educação. Integrando a ação Estratégia de Resiliência de Salvador voltada para o setor Cidade Inteligente, o local oferece infraestrutura, suporte técnico, consultoria, e a possibilidade de ampliação da rede de contatos com outros empreendedores para trabalhar iniciativas, discutir novas abordagens e fomentar o cenário de inovação na capital baiana.

¹⁵ As metas do milênio foram estabelecidas pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 2000, com o apoio de 191 nações, e ficaram conhecidas como Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM). Disponível em: <http://socioambientalonline.com.br/os-17-objetivos-do-desenvolvimento-sustentavel/>. Acesso em: 06 jun 2022.

Os projetos selecionados também recebem capacitação, gerenciamento, assessoria e atendimentos individualizados para administrar e desenvolver as ideias no espaço, que disponibiliza equipes jurídicas, contábeis e de comunicação. Tudo isso é monitoramento para entender as fases dos projetos, os ajustes necessários, estudar as novas formas de negócio e promover a geração de empregos voltados para uma economia criativa. Com os grupos sendo constantemente orientados por profissionais especialistas das áreas de impacto social, empreendedorismo e da área que possui relação com a temática do projeto.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SALVADOR
Demonstrativo Consolidado
Despesa por Órgão

Orçamento Fiscal e da Seguridade Social
Recursos de Todas as Fontes
Ano Base: 2021
Em R\$ 1,00

Código	Órgão	Manutenção (Atividades)	Ampliação (Projetos)	Total
20000	Câmara Municipal do Salvador	183.270.000	85.000	183.355.000
21000	Secretaria de Governo	82.054.000	-	82.054.000
22000	Gabinete do Vice-Prefeito	2.926.000	-	2.926.000
23000	Procuradoria Geral do Município	68.254.000	2.400.000	70.754.000
24000	Casa Civil	16.857.000	15.906.000	32.763.000
27000	Secretaria Municipal da Fazenda	197.708.000	21.929.000	219.637.000
30000	Secretaria Municipal da Saúde	1.899.991.000	34.655.000	1.934.646.000
34000	Secretaria Municipal de Reparação	5.420.000	420.000	5.840.000
41000	Secretaria Municipal de Gestão	695.593.000	1.310.000	696.903.000
43000	Secretaria Municipal de Sustentabilidade e Resiliência	28.559.000	32.141.000	60.700.000
44000	Secretaria Municipal de Educação	1.405.054.000	67.063.000	1.472.117.000
45000	Secretaria Municipal de Ordem Pública	750.078.000	32.624.000	782.702.000
52000	Secretaria Municipal de Promoção Social, Combate à Pobreza, Esportes e Lazer	158.544.000	32.866.000	191.210.000
53000	Secretaria Municipal de Mobilidade	206.782.000	234.538.000	441.320.000
54000	Secretaria Municipal de Cultura e Turismo	98.805.000	205.202.000	304.007.000
58000	Secretaria Municipal de Manutenção da Cidade	116.130.000	6.629.000	122.759.000
57000	Secretaria Municipal de Comunicação	61.669.000	-	61.669.000
58000	Secretaria Municipal de Políticas para Mulheres, Idosos e Juventude	27.745.000	36.898.000	64.443.000
59000	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Emprego e Renda	15.418.000	6.971.000	22.389.000
60000	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano	79.861.000	11.584.000	90.445.000
61000	Secretaria Municipal de Infraestrutura e Obras Públicas	53.982.000	497.408.000	551.390.000
62000	Controladoria Geral do Município de Salvador	19.583.000	200.000	19.783.000
63000	Secretaria Municipal de Inovação e Tecnologia	27.865.000	35.207.000	63.072.000
80000	Encargos Gerais do Município	539.136.000	-	539.136.000
99999	Reserva de Contingência	-	25.000.000	25.000.000
Total		6.740.284.000	1.290.686.000	8.030.970.000

Figura 10- LOA 2021

PREFEITURA MUNICIPAL DO SALVADOR
LEI DE DIRETRIZES ORÇAMENTÁRIAS
Metodologia e Memória de Cálculo das Metas Anuais para as Receitas
2021

Total das Receitas

ESPECIFICAÇÃO	2021	2022	2023
RECEITAS CORRENTES	6.782.216	6.923.359	7.287.782
Impostos, Taxas e Contribuições de Melhoria	2.828.997	2.966.566	3.134.744
Impostos	2.490.133	2.613.067	2.761.003
Taxas	338.864	353.499	373.741
Outras Receitas Tributárias	-	-	-
Contribuições	374.954	405.179	428.446
Receita Patrimonial	188.913	111.742	115.990
Receita Industrial	101	100	100
Receita de Serviços	17.888	17.703	18.322
Transferências Correntes	3.128.937	3.274.531	3.437.437
Transferências da União	1.758.713	1.830.060	1.917.821
Cota-Parte do FPM - Cota Mensal - Principal	782.576	831.021	881.440
Transferências de Recursos do SUS - Repasse Fundo a Fundo - Principal	758.260	770.126	799.656
Outras Transferências da União	217.877	228.913	236.725
Transferências dos Estados e do Distrito Federal e de seus Entidades	902.078	959.455	1.017.632
Outras Transferências dos Estados	-	-	-
Transferências de Recursos do FUNDEB	467.812	484.655	501.618
Transferências de Recursos da Complementação da União ao FUNDEB	-	-	-
Outras Transferências	334	361	366
Outras Receitas Correntes	323.546	147.539	152.743
RECEITAS INTRA-ORÇAMENTÁRIAS	347.808	367.412	387.748
RECEITAS DE CAPITAL	961.969	406.822	353.703
Operações de Crédito	699.286	381.653	199.843
Alienação de Bens	67.890	16.888	154.669
Transferências de Capital	195.993	8.281	-
Outras Receitas de Capital	-	-	-
Receitas Intra-orçamentárias	-	-	-
TOTAL	8.091.993	7.696.793	8.029.233

Fonte: SEFAZ

Figura 11- LDO 2021

De acordo com a LOA, em 2021, o setor de comunicação teve seus investimentos ampliados para ordem de R\$ 61.669.000, fazendo parte de um orçamento geral de R\$ 8.030.970.000, ou seja 0.77% do total. Como aconteceu no ano anterior, os investimentos visaram realizar a manutenção das atividades vigentes, seguindo uma linha do que havia ocorrido em 2020. Isso pode ser explicado pelas delimitações dos projetos que ainda seguiam o PPA 2018-2021, então suas diretrizes não sofreram alterações tão grandes, se tratando da distribuição e aplicação dos recursos.

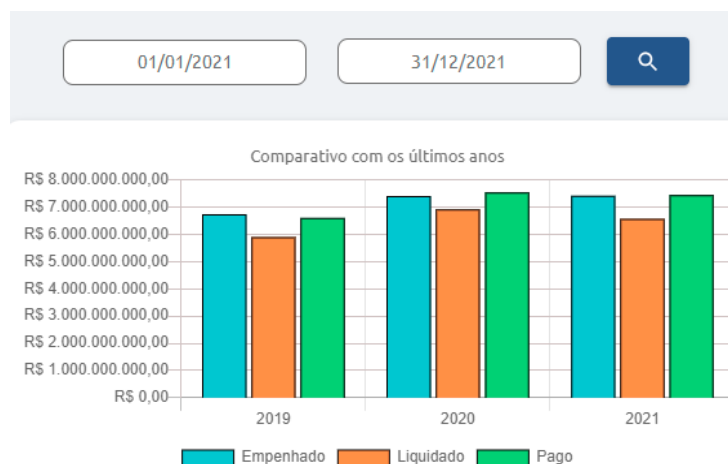


Figura 12- Despesas 2021 Portal da transparência



Figura 13- Orçamento 2021 Portal da transparência

Ao analisar o Portal da Transparência de Salvador, foi possível constatar que o investimento reservado para o pagamento de despesas da Secretaria Municipal de Comunicação em 2021 foi da ordem de R\$ 93.628.304,14, porém o total pago ao final das execuções foi de R\$ 93.818.220,50. Com menos de 1% da verba disponível, o setor de comunicação recebeu R\$32,35 por habitante para conduzir suas ações, marcadas pela crescente presença nas redes sociais para divulgar, por exemplo, os comunicados das ações municipais no enfrentamento da covid-19 e a cobertura vacinal.

As campanhas de divulgação e o ritmo de postagens foram ampliadas para promover o combate às notícias falsas, incentivar a vacinação, promover um discurso mais próximo da

população, e para que tal objetivo fosse cumprido foi necessário que a equipe de comunicação montasse novas estratégias e entregasse conteúdos relevantes e pertinentes. Apesar dos elogios da população a equipe de redes sociais, é necessário refletir que o trabalho de comunicação vai além dessa esfera de memes e mensagens curtas, e deve ser pensado para beneficiar e promover o social nas suas mais diversas articulações.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SALVADOR
Demonstrativo Consolidado
Despesa por Órgão

Orçamento Fiscal e da Seguridade Social
Recursos de Todas as Fontes
Ano Base: 2022

Em R\$ 1,00

Código	Órgão	Manutenção (Atividades)	Ampliação (Projetos)	Total
20000	Câmara Municipal do Salvador	206.905.000	1.250.000	208.155.000
21000	Secretaria de Governo	84.951.000	2.645.000	87.596.000
22000	Gabinete do Vice-Prefeito	3.639.000	-	3.639.000
23000	Procuradoria Geral do Município	68.154.000	-	68.154.000
24000	Casa Civil	19.271.000	25.076.000	44.347.000
27000	Secretaria Municipal de Fazenda	212.030.000	38.649.000	250.679.000
30000	Secretaria Municipal de Saúde	1.911.949.000	89.234.000	2.001.183.000
34000	Secretaria Municipal de Reparação	5.862.000	1.180.000	7.042.000
41000	Secretaria Municipal de Gestão	743.463.000	800.000	744.263.000
43000	Secretaria Municipal de Sustentabilidade e Resiliência	42.226.000	13.510.000	55.736.000
44000	Secretaria Municipal de Educação	1.429.678.000	191.935.000	1.621.613.000
45000	Secretaria Municipal de Ordem Pública	833.477.000	14.340.000	847.817.000
52000	Secretaria Municipal de Promoção Social, Combate à Pobreza, Esportes e Lazer	218.083.000	35.857.000	253.940.000
53000	Secretaria Municipal de Mobilidade	329.880.000	208.445.000	538.325.000
54000	Secretaria Municipal de Cultura e Turismo	89.649.000	273.380.000	363.029.000
56000	Secretaria Municipal de Manutenção da Cidade	185.190.000	10.370.000	195.560.000
57000	Secretaria Municipal de Comunicação	73.412.000	-	73.412.000
58000	Secretaria Municipal de Políticas para Mulheres, Infância e Juventude	41.191.000	26.019.000	67.210.000
59000	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Emprego e Renda	21.989.000	22.100.000	44.089.000
60000	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano	82.453.000	12.651.000	95.104.000
61000	Secretaria Municipal de Infraestrutura e Obras Públicas	53.162.000	441.418.000	494.580.000
62000	Controladoria Geral do Município de Salvador	9.999.000	50.000	10.049.000
63000	Secretaria Municipal de Inovação e Tecnologia	33.086.000	49.648.000	82.734.000
80000	Encargos Gerais do Município	524.348.000	500.000	524.848.000
99999	Reserva de Contingência	-	20.000.000	20.000.000
Total		7.224.937.898	1.479.867.000	8.703.804.898

Figura 14- LOA 2022

PREFEITURA MUNICIPAL DO SALVADOR
LEI DE DIRETRIZES ORÇAMENTÁRIAS
Metodologia e Memória de Cálculo das Metas Anuais para as Receitas
2022

Total das Receitas

ESPECIFICAÇÃO	2022	2023	2024
RECEITAS CORRENTES	6.867.819	7.236.774	7.597.839
Impostos, Taxas e Contribuições de Melhoria	2.965.647	3.132.289	3.383.926
Impostos	2.626.909	2.779.635	2.925.945
Taxas	338.658	357.654	376.981
Outras Receitas Tributárias	-	-	-
Contribuições	428.675	445.848	469.718
Receita Patrimonial	81.638	84.957	88.197
Receita Industrial	100	100	100
Receita de Serviços	24.042	24.536	25.008
Transferências Correntes	3.258.789	3.423.894	3.586.439
Transferências da União e suas Entidades	1.906.287	1.987.217	2.080.771
Cota-Parte do FPM - Cota Mensal - Principal	727.330	769.813	824.300
Transferências de Recursos do SUS - Repasse Fundo a Fundo - Principal	915.137	947.257	978.044
Transferências de Recursos da Complementação da União ao FUNDEB	152.657	158.015	163.150
Outras Transferências da União	111.163	112.132	115.277
Transferências dos Estados e do Distrito Federal e de suas Entidades	885.450	936.885	990.252
Outras Transferências dos Estados	-	-	-
Transferências de Recursos do FUNDEB	462.818	479.063	494.633
Outras Transferências	4.234	28.719	29.783
Transferências de Instituições Privadas	3.760	5.228	5.276
Transferências de Pessoas Físicas	474	15.491	15.597
Outras Receitas Correntes	116.128	119.960	123.651
RECEITAS INTRA-ORÇAMENTÁRIAS	386.189	407.125	428.172
RECEITAS DE CAPITAL	1.867.335	816.527	583.867
Operações de Crédito	714.478	658.895	442.277
Alienação de Bens	104.090	67.090	50
Transferências de Capital	168.170	98.542	141.590
Outras Receitas de Capital	80.597	-	-
Receitas Intra-orçamentárias	-	-	-
TOTAL	8.320.543	8.454.426	8.669.078

Fonte: SEFAZ.

Figura 15- LDO 2022

Segundo o quadro de informações disponibilizado na LOA 2022, a prefeitura destinou R\$ 73.412.000 para a Secretaria de Comunicação no ano em que o orçamento geral foi de R\$ 8.703.094.000, atingindo 0.84% do total. Destinados exclusivamente para manutenção dos projetos atuais, seguindo a mesma tendência dos anos anteriores. Além disso, os dados dos últimos anos analisados também indicam que a Secretaria de Comunicação foi a única que não teve recursos destinados para ampliação de projetos, apesar do PPA abordar que a comunicação deve ser fortalecida para que as articulações e estratégias da gestão sejam aperfeiçoadas.

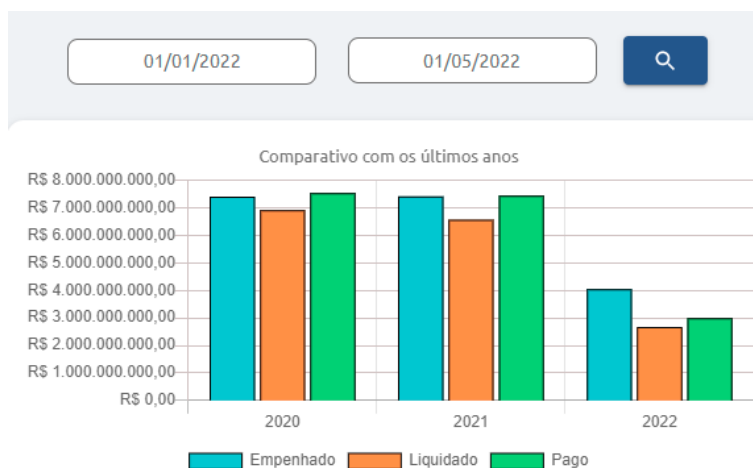


Figura 16- Despesas 2022 Portal da transparência



Figura 17- Orçamento 2022 Portal da transparência

Quando comparado ao que foi divulgado no Portal da Transparência de Salvador, é possível checar que a prefeitura reservou R\$ 41.226.624,19 para que a Secretaria Municipal de Comunicação tivesse disponível no ano para cumprir a agenda de atividades, porém foi pago R\$ 30.003.219,81 até o momento da consulta, em maio de 2022. Ainda com um orçamento menor que 1% dos recursos totais, é possível notar que nesse período foi mantida uma pequena variação nos valores destinados à pasta, que poderia ter um orçamento diferente. Isso porque a maior parcela dos recursos municipais são destinados a áreas como infraestrutura, educação e saúde que recebem grandes verbas federais, e o orçamento municipal poderia equiparar a distribuição dos valores entre outros setores, como o de comunicação.

4.3.3 Reflexões sobre as redes sociais municipais

O desafio de comunicar com clareza, responsabilidade e transparência teve sua estratégia traçada com uma linguagem mais próxima da população e da internet. Utilizando assuntos do momento, discussões sobre temas relevantes ou “memes”, os perfis oficiais da prefeitura buscaram disseminar informações importantes para o maior número de pessoas, principalmente no período de pandemia e fake news. O tom formal, de autoridade inacessível, com um modelo pronto de comunicado, foi substituído pela forma informal e leve para tratar de assuntos sérios como a utilização de máscaras, a importância de não aglomerar e o incentivo à vacinação.

A divulgação da vacinação em Salvador foi um dos maiores casos de sucessos quando se trata de alcance e engajamento da população nas redes. Um dos posts conseguiu ter mais de 1,2 milhão de visualizações no Instagram. Com o crescimento, o perfil conseguiu conquistar o posto de perfil de prefeitura mais seguido do mundo na rede social, com as outras posições sendo ocupadas por Medellín, na Colômbia, e Jacarta, capital da Indonésia. O levantamento é da Secretaria de Comunicação, que aguarda a confirmação oficial do Instagram.

Esse feito possibilitou que a gestão tenha um espaço potente para comunicar, ouvir a população e gerar debates importantes. Com isso, a cidade tem acesso a informações de uma fonte segura, oficial, de maneira rápida e que leva conteúdo relevante e acessível para os vários perfis que moram em Salvador. A construção dessa persona, inclusive, pode ser apontada como uma das razões do sucesso dos conteúdos que são compartilhados. O regionalismo é bastante explorado para gerar conexão com a audiência, causando um senso de proximidade, familiaridade, humor e exaltação do imaginário do que é ser soteropolitano, baiano e nordestino.

As gírias, ditados, festas culturais, culinária, música, datas comemorativas e brincadeiras sobre a cidade, se misturam entre as divulgações das ações que a prefeitura vem realizando. Apesar do tom descontraído, os assuntos abordados, em sua maioria, são traduzidos na oferta de serviços para a população. A comunicação dos perfis moldam e buscam direcionar os materiais para divulgar ações voltadas para área social, da saúde, educação, moradia, transporte, entre outros. No período de pandemia as redes sociais oficiais foram umas das principais fontes para atualização da situação dos leitos de Unidade de Tratamento Intensivo

(UTI), dos pontos de testagem de Covid-19, das ações de prevenção contra o aumento de caso, dos anúncios de decretos e revogações, e quando a vacinação iniciou se tornou local de referência, utilizado pela mídia e pela população, como fonte segura para obtenção de novas informações.

As redes sociais da prefeitura se tornaram canais diretos de comunicados, pedidos e reclamações. Por exemplo, a divulgação da vacinação acontecia por volta das 18h00, e quando sofria atraso era cobrado nos comentários pela população. As publicações incentivam o compartilhamento, a marcação de amigos e familiares, além da interação dos administradores que tiravam dúvidas, incluíam novas informações e interagiam acompanhando as interações do que era comentado.

Até os comentários e situações negativas são utilizadas para reforçar mensagens positivas. Como foi o caso de um rapaz que estava na fila da vacina filmando, e ao saber qual era o imunizante que estava sendo aplicado, se recusou a tomar e publicou o vídeo. A partir disso, a prefeitura fez posts que faziam analogia à situação incentivando as pessoas a tomarem “akitiver”, porque ambas protegem com alta taxa de eficácia. Depois disso, se tornou comum as pessoas se vacinarem, tirarem foto e postarem que tomaram “akiteve”, “akitinha”, que aceitavam “akitiver” e marcavam o perfil da prefeitura nas publicações.

Além disso, os posts de vacinação foram ganhando temas, personagens de cultura pop, figuras famosas de referência e etc. Tudo isso para buscar alcançar, dialogar e comunicar com as diferentes faixas etárias, classes sociais, sexo e religiões. Essa humanização das redes é uma estratégia importante porque as pessoas estão ali para se relacionar. Pode parecer algo óbvio, mas muitos perfis institucionais esquecem disso, e continuam utilizando a plataforma como uma vitrine dos seus produtos e serviços, sem se atentar para a linguagem, o meio, o perfil do público e principalmente se aquilo que busca comunicar está sendo feito de maneira coerente e eficiente.

Por serem plataformas que permitem a busca, respostas rápidas sobre perguntas, reclamações e opiniões de um modo geral, a comunicação institucional precisa ser aperfeiçoada para competir com influencers, familiares, amigos e tendências favorecidas pelos algoritmos. Neste cenário, a realidade do digital se tornou indispensável para o funcionamento, gerenciamento e crescimento de negócios e serviços. Com isso, os ruídos da

comunicação, que sempre existiram em outros meios, continuam enfrentando essas dificuldades, talvez sentidas de uma forma mais enfatizada por demandar mais agilidade, flexibilidade, novos conhecimentos, posicionamentos e criatividade ao gerir processos comunicacionais.

A ambientação digital quebrou barreiras físicas, diminuiu algumas burocracias, protocolos e continua alavancando mudanças na comunicação. Além disso, a comunicação digital possui conceitos amplos, isso porque está sendo construído e estudado nesse ambiente em constante permutação, em meio ao conglomerado de informações e mudanças rápidas da sociedade, o mercado se torna cada vez mais competitivo e os usuários consumidores cada vez mais exigentes, cobrando diferencial e inovação.

4.3.4 Ações da Secom

A Secretaria Municipal de Comunicação (Secom) da Prefeitura de Salvador (PMS) possui atualmente cerca de 120 colaboradores, distribuídos entre os setores de Gabinete e Administrativo, além das diretorias de Jornalismo e Divulgação, Comunicação Digital, Publicidade e Conteúdo Integrado, que ainda está em processo de implantação. Em linhas gerais, a comunicação municipal trabalha com a divulgação das ações municipais através de três principais vertentes: publicidade, redes sociais e imprensa. Sendo assim, a produção de conteúdo é formatada, em colaboração com os demais órgãos municipais, considerando a característica de cada meio e realizada em conjunto em grandes campanhas/mobilizações, a exemplo da vacinação contra a Covid-19, Operação Dengue, Volta às Aulas, Meio Ambiente, Março Mulher, Maio Amarelo (trânsito seguro), Outubro Rosa (combate ao câncer de mama e de útero), Novembro Azul (combate ao câncer de próstata), Novembro Negro (ações de reparação racial) e Natal.

Além disso, a Secom afirma que busca atender às demandas da população, através da imprensa e das redes sociais, de forma rápida e assertiva, assim como dar visibilidade às iniciativas relevantes da administração municipal aos cidadãos. O trabalho da Secom/PMS é integrado com as assessorias de comunicação (Ascom's) de todos os órgãos e autarquias municipais, além dos principais gestores das pastas, para uma melhor eficiência da comunicação das ações municipais.

De acordo com a Secom, a comunicação pública possui uma função essencial de ser uma ponte para o diálogo entre a Prefeitura e os cidadãos, sendo uma espécie de “termômetro” de como a população enxerga a administração municipal e suas ações. Com isso, a pasta pode, a partir da opinião direta das pessoas ou através da imprensa, propor iniciativas e estratégias para aperfeiçoar ainda mais os serviços prestados pelo Município, além do assessoramento dos gestores na realização dessas ações.

A pasta afirma que as novas tecnologias colaboram para que o trabalho seja realizado de maneira mais rápida e eficiente, em atenção às demandas que surgem em tempo real. Ferramentas como o e-mail e WhatsApp e plataformas como o Instagram, Facebook e Twitter, além de terem ampliado os canais de comunicação direta, também têm impulsionado a adoção de novas estratégias de divulgação e diálogo com o público. Apesar das contribuições da tecnologia, a secretaria define que os principais desafios enfrentados pela comunicação municipal são o estabelecimento de uma comunicação cada vez mais efetiva, transparente e direta com o cidadão, além do combate às notícias falsas (fake news).

Neste momento, quando se trata dos processos que envolvem inovação, a comunicação municipal é voltada para a divulgação das ações na área de inovação que estão sendo realizadas no âmbito da administração municipal. Onde, geralmente, possuem relação com os setores da economia, serviços e geração de emprego. A articulação para aplicação do conceito de inovação na própria comunicação não é vista como uma possibilidade pela gestão. Apesar disso, a atuação da comunicação nas ações do Plano de Cidade Inteligente está em fase de estudos.

A Secom entende que, mesmo com o surgimento frequente de novas ferramentas e processos, a figura humana é essencial para fazer com que essas estratégias sejam colocadas em prática. Sendo assim, o profissional hoje, além de estar atento a essas mudanças, também precisa saber como gerir a informação para que ela seja transmitida de forma direta e eficiente ao cidadão (informação verbal)¹⁶.

¹⁶ Notícia fornecida pela Secretaria Municipal de Comunicação (Secom) da Prefeitura de Salvador (PMS), em maio de 2022

Para Kunsch (2006) o modelo de comunicação simétrica de duas mãos é um caminho para a comunicação de excelência. Nele a participação civil é considerada pelo poder público e suas contribuições são postas em prática, buscando o equilíbrio entre as partes interessadas. Por essa perspectiva, é preciso dialogar com as novas tendências e permitir que elas sejam um dos modos, e não o ideal a ser implementado. Isto porque a utilização da inovação, tecnologia, dados, entre outros mecanismos digitais não oferecem todas as respostas, nem devem ser vistos como uma solução. Como foi possível entender, o trabalho do comunicador permanece sendo dinâmico, investigativo e crítico ao lidar com os materiais que lhe são apresentados, porque ainda não é algo com uma linguagem acessível e bem estruturada.

É possível avaliar que a comunicação pública é vista pela gestão municipal como um mecanismo funcionalista, ou seja, utilizada como meio de divulgação e publicidade com ações em outdoors, sites e redes sociais, com uma estratégia pensada à parte da política, principalmente na hora do planejamento e distribuição de recursos. A comunicação não está presente na concepção de projetos, nas agendas de discussão sobre serviços e recursos, no planejamento de alternativas de inovação e na implementação das ações. É basicamente utilizada para levar uma mensagem à população, quando isso interessa aos órgãos e instituições. Sendo trabalhada como instrumento e não parte do processo, como forma integrante do trabalho realizado pela gestão.

Este é um comportamento que subestima e coloca em segundo plano o papel da comunicação, não aproveitando seu potencial de propor reflexões, diagnósticos e uma avaliação mais próxima e profunda, tanto do poder público quanto da população. Ao fazer isso, os ruídos comunicacionais se agravam e comprometem o trabalho dos comunicadores porque as demandas não são atendidas completamente, quando são identificadas, e as atividades acabam sendo pouco eficazes na questão de informar de maneira consciente, participativa, diversa, transformadora, com autoridade e credibilidade.

Com este panorama, além de investimentos abaixo do necessário e pouca valorização do trabalho, não é possível que o plano de comunicação realmente funcione. Os problemas continuarão persistindo e a comunicação não cumprirá seu papel, independente da sua designação em questões mais básicas ou atreladas à inovação. É necessário investir forças para trabalhar todas as questões, inserindo a comunicação em todo ciclo de elaboração de políticas públicas e sua relação com o conhecimento e participação dos moradores.

Adotando essa postura, o exercício da política pode ser reconfigurado para um perfil mais assertivo, isto porque o comunicador é capacitado para levantar questões e realizar perguntas que os profissionais técnicos de gestão geralmente não fazem. Além, de claro, promover a participação popular, pensando em estratégias apoiadas no conhecimento do público e na maneira mais adequada de trabalhar as informações. No mais, presente na transformação digital, a comunicação está atrelada aos processos tecnológicos e ao ambiente de inovação, fomentando soluções inteligentes.

O processo de transformação digital, no entanto, não é possível somente com o investimento em infraestrutura tecnológica, redes digitais, plataformização, automatização de processos e uso de dados. É fundamental articular a mudança cultural para além da utilização dessas novas tecnologias no meio operacional. Ou seja, é preciso que aconteça o direcionamento de mecanismos para a capacitação de servidores e gestores em todas as etapas. Projetando as necessidades e objetivos que os setores, órgãos e colaboradores devem repensar e implementar em suas atividades, além de analisar se de fato é algo que funciona e colabora para o que foi proposto.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo analisar o papel da comunicação pública municipal, sua relação com a tecnologia e com o conceito de inovação adotado pela gestão. Para analisar essas novas demandas da comunicação, a pesquisa propôs analisar o trabalho realizado pela Prefeitura municipal de Salvador, que nos últimos anos vem elaborando estratégias para tornar a cidade mais conectada, visando utilizar a análise preditiva na tomada de decisões. A monografia buscou apresentar alguns conceitos da comunicação pública e como elas dialogam com o cenário comunicativo da administração da capital baiana, entendendo seus desafios, objetivos e resultados.

No primeiro capítulo, foi elaborada a contextualização da pesquisa, expondo como a comunicação é um ecossistema em desenvolvimento que é afetada pelas transformações sociais. A discussão também se debruçou sobre a importância de investigar a implementação da tecnologia na comunicação pública, entendendo como acontece seus processos e de que maneira os interesses da população são postos em prática. Além disso, foi argumentado a respeito do interesse em conhecer sobre o perfil da comunicação pública local, que passou a adotar mecanismos da engenharia com um discurso positivista e ingênuo de uma solução para os problemas da cidade, que em sua maioria possuem relação histórica com o baixo investimento em questões básicas como moradia, transporte e segurança, que não serão resolvidos com o espalhamento de antenas de wifi e sensores inteligentes.

Neste capítulo inicial também foi apresentada às questões principais e secundárias que seriam desenvolvidas ao longo do trabalho, como entender se Salvador possui estrutura para concepção dos projetos propostos e como funciona o processo de comunicar tais ações para os moradores. E pudemos entender que essas estruturas ainda são precárias, e precisam ser repensadas para oferecer aos cidadãos serviços mais adequados e que atendam a realidade social e econômica da região. A comunicação municipal é utilizada como acessório secundário, que majoritariamente realiza o papel de divulgação do trabalho da Prefeitura, e não está presente na concepção de políticas públicas, tendo seu potencial pouco trabalhado dentro da administração pública. Permanecendo em um cenário de pouco investimento e

valorização, mas trabalhando sob um discurso de que deve apresentar inovação constante e excelência.

No segundo capítulo, foi apresentado a definição polissêmica de comunicação pública, abordando como diferentes autores entendem o significado do termo e como sinalizam que suas aplicações devem funcionar no processo comunicativo dos governos. Funcionando como instrumento democrático da opinião pública e se preocupando em fortalecer a comunicação voltada para as demandas sociais da região, identificando os caminhos para garantir um espaço de debate mais plural que valorize o exercício da cidadania.

Com isso, foi discutido as inúmeras possibilidades e caminhos para desenvolver as ações comunicativas para um melhor entendimento do trabalho do Estado, de instituições públicas, do terceiro setor e suas implicações na sociedade. Dialogando com os avanços digitais, que apesar de apresentarem múltiplas possibilidades, exigem um olhar crítico dos comunicadores ao lidarem com fenômenos específicos da internet, sendo necessário adaptar a linguagem, apresentar ideias para públicos diversos em plataformas diferentes, que possuem características próprias e modos de funcionamento ainda pouco conhecidos, que sofrem constantes atualizações, dificultando a análise dos impactos e cobrando a antecipação das variáveis que moldam a emissão e recepção da informação.

Foi apontado também, que é primordial que a esfera pública assegure a prestação de contas e o debate em todas as suas ações, garantindo que as reivindicações sociais sejam asseguradas. Sendo importante manter os cidadãos como vozes ativas e decisórias, utilizando a comunicação como agente de transformação social, presente no fortalecimento do relacionamento do poder público e da população.

No terceiro capítulo, foi apresentado o cenário de inovação e transformação que o mundo vive, e como a disponibilidade de informações foram impactadas pelos novos arranjos e pela utilização de dados digitais com fins específicos e estratégicos. Com isso, foram apresentadas iniciativas que trabalham a utilização de dados nos processos comunicativos de plataformas e ações de setores ligados com o desenvolvimento público. Pode-se constatar que o investimento privado de empresas de tecnologia tiveram papel fundamental no estímulo digital, e por isso, é preciso ter atenção ao transferir a aplicabilidade para o setor

público, que não possui conhecimento e investimento necessário para desenvolver o mesmo nível de trabalho apresentado por multinacionais.

O quarto capítulo abordou a perspectiva da comunicação pública municipal, apresentando as principais iniciativas que os projetos públicos dispõem, suas propostas e objetivos, além dos dados que analisam investimento e perfil socioeconômico da população. Além disso, buscou-se entender onde a comunicação está presente no setor público municipal, quais suas designações e que cenário está sendo construído para desenvolver o trabalho comunicativo, tendo como preocupação o uso responsável da captação de dados, o estímulo do processo conjunto de proteção dessas informações e a transparência na disponibilização dos conteúdos.

Como horizonte dessas últimas considerações, o papel da comunicação pública municipal apresenta pouca inovação e utilização de tecnologia em comparação com a proposta que as iniciativas de projetos como o Plano diretor de tecnologia da cidade inteligente dispõe para outros setores. Isso porque a preocupação municipal, primordialmente, é desenvolver a inovação e fazer o uso da tecnologia em áreas voltadas para o desenvolvimento econômico direto. Argumentando que a aplicação na comunicação ainda está em processo de estudo.

Outro problema é que muito do que se tem disponível para trabalhar e entender a utilização da tecnologia e dos dados no processo comunicativo vem de plataformas privadas, que investem bastante em pesquisas, estratégias, profissionais aptos e adaptam a coleta e utilização dos materiais para fins próprios, sem divulgação do funcionamento e que estão em constante atualização para retroalimentar esse sistema para garantir vantagens no mercado ou no meio em que estão inseridas. Isso, sem controle e conhecimento total da população do que está sendo extraído e utilizado para ser trabalhado em anúncios, comerciais, textos e toda estratégia que abarca a comunicação.

Além disso, é perigoso apoiar o trabalho comunicativo em plataformas tão instáveis quanto as redes sociais, que sofrem constantes atualizações e pouco se sabe sobre seu funcionamento para além do que é apresentado ao consumidor pelas mesmas. Ainda mais quando se trata da comunicação pública, que deve buscar ser democrática e difusa. Os órgãos públicos podem dar preferência às plataformas de softwares livres, com dados abertos e disponíveis para consulta dos cidadãos. A prática permitiria o estudo e

acompanhamento dos códigos e do algoritmo, além de propor outras soluções de utilização das plataformas e redes sociais.

Utilizando softwares livres a diversidade e segurança seriam exploradas sem a dependência das empresas privadas, propondo um ambiente de inovação para os desenvolvedores e comunicadores. Além disso, a participação da Universidade nesse ambiente é fundamental para propor novos olhares sobre as questões, revisar conteúdos, facilitar novos debates e articular um ambiente de aprendizado para colaboradores e para a população. Presente neste ambiente, o desenvolvimento comunicativo estaria em uma “zona neutra” que permitiria a análise para críticas, melhorias e manutenção das práticas envolvendo tecnologia e inovação.

REFERÊNCIAS

- ALBINO, V.; BERARDI, U.; DANGELICO, R. M. Smart cities: definitions, dimensions, performance, and initiatives. *Journal of Urban Technology*, v. 22, n. 1, p. 1-19, 2015.
- APRESENTAÇÃO. **Cidade de São Paulo Urbanismo e licenciamento**. Disponível em: https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/licenciamento/desenvolvimento_urbano/dados_estatisticos/info_cidade/index.php/. Acesso em: 01 nov 2021.
- ARAUJO, Lucas. **Ecosistemas de inovação em comunicação no Brasil**. In: Comunicação, inovação e organizações. Salvador, EDUFBA, São Paulo ABRAPCOP, 2021.
- BA DE VALOR. Centro Municipal de Inovação Colabore é inaugurado pela Prefeitura. Disponível em: <https://badevalor.com.br/centro-municipal-de-inovacao-colabore-e-inaugurado-pela-prefeitura/>. Acesso: 12 abri 2022.
- BRASIL LAB. Diagnóstico Público. Disponível em: <https://www.brazillab.org.br/startups/diagnostico-publico>. Acesso em: 20 nov 2021.
- BORDIGNON, Gabriel. **Smart cities: Salvador e as novas faces da segregação**. Disponível em: <https://outraspalavras.net/cidadesemtrase/smart-cities-salvador-e-as-novas-faces-da-segregacao/>. Acesso em: 22 nov 2021.
- BRANDÃO, Elizabeth Pazito. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2009.
- BRASIL 61. **Câmeras de monitoramento influenciam redução do número de roubos de veículos em Salvador**. Disponível em: <https://brasil61.com/noticias/cameras-de-monitoramento-influenciam-reducao-do-numero-de-roubos-de-veiculos-em-salvador-bras200770>. Acesso em: 22 nov 2021.
- BRASIL. Controladoria-Geral da União (CGU). **4º plano de ação nacional em governo aberto**. 2018. Disponível em: <https://repositorio.cgu.gov.br/handle/1/46277>. Acesso em: 01 nov 2021.
- BRASIL. Controladoria-Geral da União (CGU). **Confira os detalhes da Política Nacional de Dados Abertos**. Disponível em: https://www.gov.br/cgu/pt-br/governo-aberto/noticias/2016/copy_of_disponivel-2a-fase-da-consulta-publica-do-decreto-do-202a200emarco-civil202c-da-internet. Acesso em: 01 nov 2021.
- CÂMARA DOS DEPUTADOS. Instrumentos de planejamento e orçamento. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/orcamento-da-uniao/cidadao/entenda/cursopo/planejamento>. Acesso em: 12 abri 2022.
- CÂMARA MUNICIPAL DE SALVADOR. Plano Plurianual 2022-2025 é apresentado em audiência. Disponível em: <https://www.cms.ba.gov.br/noticias/19-11-2021-plano-plurianual-2022-2025-e-apresentado-em-audiencia>. Acesso em: 20 abri 2022.
- Câmara Municipal de Salvador. **TV Câmara**. Disponível em: <https://www.cms.ba.gov.br/tv-camara>. Acesso em: 18 abri 2022.
- Câmara Municipal de Salvador. **Rádio Câmara**. Disponível em: <https://www.cms.ba.gov.br/radio-camara>. Acesso em: 18 abri 2022.

- Câmara Municipal de Salvador. **Fundação Cosme de Farias**. Disponível em: <https://www.cms.ba.gov.br/fundacao-cosme-de-farias>. Acesso em: 18 abril 2022.
- CARVALHO, Mariana ; GONÇALVES, Eliane. **A fragilidade da comunicação pública no Brasil e sua relação com uma democracia nunca consolidada**. Disponível em: <https://www.comciencia.br/fragilidade-da-comunicacao-publica-no-brasil-e-sua-relacao-com-uma-democracia-nunca-consolidada/>. Acesso em: 26 abril 2022.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 6ª ed. São Paulo: Paz e Terra. 1999. Cidades Inteligentes. Disponível em: https://www.gta.ufrj.br/ensino/eel878/redes1-2016-1/16_1/smartcity/tecnologias.html. Acesso em: 20 out 2021.
- CENTRO DE LIDERANÇA PÚBLICA. Modelo Orçamentário Brasileiro: O que são PPA, LDO e LOA?. Disponível em: <https://www.clp.org.br/modelo-orcamentario-brasileiro-o-que-sao-ppa-ldo-e-loa/>. Acesso em: 20 abril 2022.
- CORRÊA, Elizabeth Saad; BERTOCCHI, Daniela. O algoritmo curador: o papel do comunicador num cenário de curadoria algorítmica de informação. XXI Encontro Anual da Compós, Universidade Federal de Juiz de Fora, 2012. Disponível em: <https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmlui/bitstream/handle/123456789/2852/Elizabeth%20Saad%20Corr%c3%aaa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 20 out 2021.
- COSTA, Achyles Barcelos da. Teoria econômica e política de inovação. Revista de Economia Contemporânea, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rec/a/Gc4pQGMMGy7RhJNzQJhJb5d/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 14 abril 2022.
- COULDRY, Nick; YU, Jun. **Deconstructing datafication's brave new world**. *New Media and Society*. ISSN 1461-4448 (In Press), 2018.
- DATA SCIENCE BRIGADE. **Serenata De Amor**. Disponível em: <https://medium.com/data-science-brigade/tagged/serenata-de-amor>. Acesso em: 21 nov 2021.
- Declaração de Governo Aberto**. Disponível em: <https://www.gov.br/cgu/pt-br/governo-aberto/central-de-conteudo/documentos/arquivos/declaracao-governo-aberto.pdf>. Acesso em: 18 nov 2021.
- Diagnóstico Público**. Disponível em: <https://www.diagnosticopublico.com/>. Acesso em: 20 nov 2021.
- DUARTE, M. Y. **Comunicação e cidadania** In: DUARTE, Jorge (Org.). Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.
- DUARTE, J. **Instrumentos de comunicação pública**. In: DUARTE, J. (org). Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo: Atlas, 2009.
- DUARTE, J. e VERAS, L. (orgs). **Glossário de Comunicação Pública**. Brasília: Casa das Musas, 2006.
- ESTEVES, Caio. **Place branding: a identidade e a resiliência das cidades**. Santos: Simonsen, 2016.
- ESTRATÉGIA. Plano Plurianual – Dica Estratégica de Administração Financeira e Orçamentária. Disponível em: <https://www.estrategiaconcursos.com.br/blog/plano-plurianual/>. Acesso em: 20 abril 2022.
- G1. **Sinal de celular em Salvador é o segundo pior do país, diz estudo; problema está relacionado com o número de antenas na cidade**. Disponível em: <https://g1.globo.com/ba/bahia/noticia/2021/11/30/sinal-de-celular-em-salvador-e-o-segundo-pior-do-pais-diz-estudo-problema-esta-relacionado-com-o-numero-de-antenas-na-cidade.ghtml>. Acesso em: 10 abril 2022.

- GESTÃO. Secretaria municipal. **Salvador será a primeira capital brasileira a ter um plano diretor de tecnologia.** Disponível em: <http://gestaopublica.salvador.ba.gov.br/index.php/ultimas-noticias/309-salvador-sera-a-primeira-capital-brasileira-a-ter-um-plano-diretor-de-tecnologia>. Acesso em: 01 nov 2021.
- Glossário Financeiro.** Disponível em: <chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpegglefndmkaj/https://uspdigital.usp.br/portalthtransparencia/arquivos/GlossarioFinanceiro.pdf>. Acesso em: 22 abri 2022.
- GOV BR. Agência Nacional de Telecomunicações. Disponível em: <https://www.gov.br/anatel/pt-br>. Acesso em: 01 nov 2021.
- GOV BR. **Conheça as diretrizes da Estratégia de Governo Digital - 2020 a 2022.** Disponível em: <https://www.gov.br/governodigital/pt-br/EGD2020#:~:text=Ao%20mesmo%20tempo%20em%20que,nossas%20a%C3%A7%C3%B5es%20na%20transforma%C3%A7%C3%A3o%20digital>. Acesso em: 01 nov 2021.
- GOV BR. **O que é a iniciativa.** Disponível em: <https://www.gov.br/cgu/pt-br/governo-aberto/a-ogp/o-que-e-a-iniciativa>. Acesso em: 01 nov 2021.
- LAZZARETTI, Kellen; SEHNEM, Simone; BENCKE, Fernando Fantoni e MACHADO, Hilka Pelizza Vier. **Cidades inteligentes: insights e contribuições das pesquisas brasileiras.** *urbe*, Rev. Bras. Gest. Urbana [online]. 2019, vol.11, e20190118.
- IBGE. **PNAD Contínua - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua.** Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/habitacao/17270-pnad-continua.html>. Acesso em: 16 abri 2022.
- KUNSCH, M. M.. Krohling. **Comunicação organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas** In: MARCHIORI, Marlene. *Faces da cultura e da comunicação organizacional.* São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2006, pp.167-190.
- LIMA, C. **Espectadores participativos em plataformas de sociabilidade: datificação e gestão das audiências.** *Revista GEMInIS*, 22 jun. 2018.
- MANOVICH, L. **100 Billion data rows per second: Media analytics in the early 21st century.** *International Journal of Communication*, v. 12, p. 473–488, 2018.
- MASSONI, Sandra. **La metaperspectiva de la comunicación estratégica enactiva: hay un fractal en tu comunicación.** In: *Comunicação, inovação e organizações.* Salvador, EDUFBA, São Paulo ABRAPCOP, 2021.
- MATOS, H. **Comunicação pública, esfera pública e capital social.** In: DUARTE, J. (org). *Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público.* São Paulo: Atlas, 2009.
- MESSA, Ana Flávia. **Transparência, compliance e práticas anticorrupção na administração pública.** São Paulo: Almedina, 2019.
- Ministério das Comunicações. **Lei Geral das Antenas.** Disponível em: <https://www.gov.br/mcom/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/lei-geral-das-antenas>. Acesso em: 12 mai 2022.
- MOROZOV, Evgeny. 2018. **Big Tech: A ascensão dos dados e a morte da política: 6.** Ubu Editora; 1ª edição.
- MOROZOV, Evgeny; BRIA, Francesca. **Cidade inteligente – tecnologias urbanas e democracia.** Disponível em: https://rosalux.org.br/wp-content/uploads/2020/10/smart_city-web.pdf. Acesso em: 15 abri 2022.
- NOVELLI, A.L.R. **Comunicação e opinião pública.** In: DUARTE, J. (org). *Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público.* São Paulo: Atlas, 2009.
- OLIVEIRA, Felipe Gabriel Barbosa de . **Comunicação Pública: Conceitos em sua Singularidade, Cidadania e Compromisso com a Verdade.** *Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento.* Edição 04. Ano 02, Vol. 01. pp 438-459, Julho de 2017. ISSN:2448-0959

Observasampa. Disponível em: <http://observasampa.prefeitura.sp.gov.br/>. Acesso em: 20 nov 2021.

Observatório Jundiá. Sobre o portal Observatório. Disponível em: <https://observatorio.jundiai.sp.gov.br/index.php>. Acesso em: 20 nov 2021.

ODS. Os 17 objetivos do desenvolvimento sustentável. Disponível em: <http://socioambientalonline.com.br/os-17-objetivos-do-desenvolvimento-sustentavel/>. Acesso em: 06 jun 2022.

Operação Serenata de Amor. Disponível em: <https://serenata.ai/>. Acesso em: 20 nov 2021.

Painel TIC. Pesquisa web sobre o uso da Internet no Brasil durante a pandemia do novo coronavírus. Livro eletrônico. São Paulo, 2021.

POLITIZE. Fiscalize agora. Disponível em: <https://www.politize.com.br/> Acesso em: 04 out 2021.

POREM, Maria Eugênia. Comunicação, Inovação e Empreendedorismo: tensões e alinhamentos. In: Comunicação, inovação e organizações. Salvador, EDUFBA, São Paulo ABRAPCOP, 2021.

Quality technology. Soluções Cisco. Disponível em: <https://www.qualitytechnology.com.br/cisco/>. Acesso em: 28 abri 2022.

PREFEITURA DE SALVADOR. PPA 2022-2025. Disponível em: http://casacivil.salvador.ba.gov.br/orcamentos/PPA_2022_2025/include/versao_completa/1%20-%20PPA_2022-2025%20-%20Vers%E3o%20Completa.pdf. Acesso em: 20 abri 2022.

QUERIDO DIÁRIO. Sobre o Querido Diário. Disponível em: <https://queridodiario.ok.org.br/sobre>. Acesso em: 21 nov 2021.

Ranking Connected Smart Cities 2021. Disponível em: <https://ranking.connectedsmartcities.com.br/>. Acesso: 20 mai 2022.

RIO DE JANEIRO, Poder judiciário. Perguntas e respostas mais frequentes da sociedade. Disponível em: <http://www.tjrj.jus.br/web/guest/leiacessoinformacao/perguntas-frequentes/lai>. Acesso em: 01 nov 2021.

SATUF, Ivan. Examinar, prever e prescrever comportamentos: como atuam os “algoritmos de engajamento” no Globoplay. Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos v. 22 n. 3 (2020): Setembro/Dezembro.

SAMPAIO, A. de O.; SILVA, L. M. B. da; FONTES, L. M. C. Salvador e os sentidos: estratégias de comunicação na web para a construção da marca-cidade. Organicom, [S. l.], v. 15, n. 29, p. 30-42, 2018. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2018.149054. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/149054>. Acesso em: 25 mai. 2022.

SAMPAIO, A. de O.; MIRANDA, Mariana. Marca lugar cidades e cidadania. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult/wp-content/uploads/2021/07/MARCA-LUGAR-CIDADES-E-CIDADANIA.pdf>. Acesso: 25 mai 2022.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. Fragmentos retecidos sobre a comunicação estratégica Desafios da comunicação organizacional para inovação. In: Comunicação, inovação e organizações. Salvador, EDUFBA, São Paulo ABRAPCOP, 2021.

SECOM, TCU. TCU verifica política de backup em 422 organizações federais. Disponível em: <https://portal.tcu.gov.br/imprensa/noticias/tcu-verifica-politica-de-backup-em-422-organizacoes-federais.htm>. Acesso em: 19 out 2021.

SECRETARIA DE ESTADO DA ECONOMIA GOVERNO DE GOIÁS. Plano Plurianual. Disponível em: <https://www.economia.go.gov.br/planejamento/plano-plurianual.html>. Acesso em: 12 abri 2022.

SENADO, Agência. Emenda Constitucional. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/glossario-legislativo/emenda-constitucional>. Acesso em: 22 nov 2021.

SYHUNT. Megavazamentos. Disponível em: <https://www.syhunt.com/pt/?n=News.2021-Leaks>. Acesso em: 22 out 2021.

TAMBELLI, Clarice Nassar. **Smart Cities: uma breve investigação crítica sobre os limites de uma narrativa contemporânea sobre cidades e tecnologia**. Disponível em:

https://itsrio.org/wp-content/uploads/2018/03/clarice_tambelli_smartcity.pdf. Acesso em: 15 abril 2022.

URBANA, Gestão SP. **GeoSampa: veja a cidade de São Paulo em 3D**. Disponível em: <https://gestaourbana.prefeitura.sp.gov.br/noticias/geosampa-veja-a-cidade-de-sao-paulo-em-3d/>. Acesso em: 01 nov 2021.

URBAN, System. **.Ranking Geral**. Disponível em:

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiaWJlYXN0IjYtZGUtNGZkOC00YmM1LTljMDgtODU1ZmQ4NDlmNTRiIiwidCI6IjA0ZTcxZThlTUwZDMtNDU1ZC04ODAzLWM3ZGI4ODhkNjRiYiJ9&embedImagePlaceholder=true&pageName=ReportSection>. Acesso em: 10 mar 2022.

VAN DIJCK, J. **Confiamos nos dados? As implicações da datificação para o monitoramento social**. MATRIZES, v. 11, n. 1, p. 39–59, 2017.

WEBER, Maria Helena. **Na comunicação pública, a captura do voto**. Logos - Comunicação e Universidade, v. 01, p. 21-42, 2007

WIKIPEDIA. **Antônio Carlos Magalhães Neto**. Disponível em:

https://pt.wikipedia.org/wiki/Ant%C3%B4nio_Carlos_Magalh%C3%A3es_Neto. Acesso em: 9 mai 2022.

WIKIPEDIA. **IBM**. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/IBM>. Acesso em: 28 abril 2022.

ZÉMOR, Pierre. **As formas de comunicação pública**. In: DUARTE, Jorge (org.). Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse. -2. ed. - São Paulo: Atlas, 2009.

ZÉMOR, Pierre. **La Communication Publique**. Paris: PUF, Col. Que sais-je ?. Tradução de Elizabeth Brandão, 1995.

-----**Salvador será a primeira capital brasileira a ter um plano diretor de tecnologia**. Disponível em:

<http://gestaopublica.salvador.ba.gov.br/index.php/ultimas-noticias/309-salvador-sera-a-primeira-capital-brasileira-a-ter-um-plano-diretor-de-tecnologia>. Acesso em: 12 maio 2022.

-----**PPA 2018-2021**. Disponível em:

<http://casacivil.salvador.ba.gov.br/index.php/menu-orcamento/plano-plurianual-ppa/2018-2021>. Acesso em: 20 abril 2022.

-----**PPA 2022-2025**. Disponível em:

<http://casacivil.salvador.ba.gov.br/index.php/menu-orcamento/plano-plurianual-ppa/2022-2025>. Acesso em: 20 abril 2022.

-----**LDO**. Disponível em:

<http://casacivil.salvador.ba.gov.br/index.php/menu-orcamento>. Acesso em: 20 abril 2022.

-----**LOA**. Disponível em:

<http://casacivil.salvador.ba.gov.br/index.php/menu-orcamento>. Acesso em: 20 abril 2022.

-----Transparência Salvador. Disponível em:

<http://www.transparencia.salvador.ba.gov.br/#/RealizacaoDespesa>. Acesso em: 20 abril 2022

ANEXOS

ANEXO A- PPA 2022-2025

EIXO/PROGRAMA - AÇÕES REGIONALIZADAS				
R\$ 1,00				
EIXO: CAPITAL DA INOVAÇÃO E DO DESENVOLVIMENTO INCLUSIVO				
PROGRAMA: ECONOMIA URBANA, TRABALHO E RENDA				
RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS: 154.387.000			RECURSOS EXTRAORÇAMENTÁRIOS: 1.900.000.000	
OBJETIVO	Impulsionar um novo ciclo de desenvolvimento econômico para a capital com a atração de novos investimentos, avançando na melhoria do ambiente de negócios, fortalecendo o empreendedorismo e potencializando a integração econômica com os municípios da Região Metropolitana de Salvador. Para tanto, haverá articulação e apoio à consolidação de um sólido ecossistema de inovação que envolverá múltiplas vertentes, como a qualificação da mão de obra, o suporte ao empreendedorismo, assim como a oferta de serviços digitais, a agilização de registros e licenças pela prefeitura.			
AÇÃO	PRODUTO	UNIDADE DE MEDIDA	PREFEITURA-BAIRRO	META FÍSICA
CREDSALVADOR	Empreendedor Beneficiado	Unidade	Inter-Regionais	4.500
Treinar para Empregar - Capacitação para Trabalhadores	Trabalhador Qualificado	Unidade	Inter-Regionais	50.000
Licença Legal - Modernização do Sistema de Licenciamento e Fiscalização	Ações Realizadas	Percentual	Inter-Regionais	100
Simplifica 100% - Digitalização dos Serviços da Secretaria de Desenvolvimento Urbano	Serviços Modernizados	Percentual	Inter-Regionais	100
Implantação do Polo Logístico	Polo Implantado	Percentual	Valéria	100
Programa de Melhoria do Ambiente de Negócios de Salvador	Ações Desenvolvidas	Unidade	Inter-Regionais	50
Incentivo ao Empreendedorismo e Fortalecimento de Pequenos Negócios	Empreendedor Beneficiado	Unidade	Inter-Regionais	16.000
Treinar para Empregar - Qualificação e Certificação da Cadeia Produtiva	Trabalhador Qualificado	Unidade	Inter-Regionais	50.000
Elaboração de Estudos para Viabilizar Concessões de PPPs e Outras Parcerias	Estudo Elaborado	Unidade	Inter-Regionais	47
Salvador Potencial - Desenvolvimento da Nova Matriz Econômica	Ações Desenvolvidas	Unidade	Inter-Regionais	36

Fonte: Casa Civil

ANEXO B- PPA 2022-2025 Eixo Inovação

Continuação

PLANO PLURIANUAL — PPA 2022-2025				
EIXO/PROGRAMA - AÇÕES REGIONALIZADAS				
R\$ 1,00				
EIXO: CAPITAL DA INOVAÇÃO E DO DESENVOLVIMENTO INCLUSIVO				
PROGRAMA: CIDADE INOVADORA, SUSTENTÁVEL E RESILIENTE				
RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS: 84.100.000			RECURSOS EXTRAORÇAMENTÁRIOS: 100.000.000	
AÇÃO	PRODUTO	UNIDADE DE MEDIDA	PREFEITURA-BAIRRO	META FÍSICA
Salvador pela Inovação - Cidadão Conectado	Startups Ativas	Unidade	Inter-Regionais	215
Salvador Mais Sustentável - Implementação do Plano de Resiliência	Ações Implantadas	Unidade	Inter-Regionais	48
Universidade Digital	Pessoas Capacitadas	Unidade	Inter-Regionais	20.000
Salvador Digital - Tecnologia, Inovação e Criatividade	Polo Implantado	Percentual	Subúrbio/Ilha	50
			Centro/Brotas	50

Fonte: Casa Civil

ANEXO C- PPA 2022-2025 Eixo Modernidade

PLANO PLURIANUAL – PPA 2022-2025				
EIXO/PROGRAMA - AÇÕES REGIONALIZADAS				
RS 100				
EIXO: CAPITAL DA MODERNIDADE E SUSTENTABILIDADE				
PROGRAMA: CIDADE INOVADORA, SUSTENTÁVEL E RESILIENTE				
RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS: 356.800.000		RECURSOS EXTRAORÇAMENTÁRIOS: 0		
AÇÃO	PRODUTO	UNIDADE DE MEDIDA	PREFEITURA-BAIRRO	META FÍSICA
		Unidade	Barra/Pituba	8.000
		Unidade	Cajazeiras	8.000
		Unidade	Liberdade/São Caetano	8.000
		Unidade	Subúrbio/Ilhas	8.000
Mais Coleta Seletiva	Ações Implantadas	Unidade	Cabula/Tancredo Neves	2
		Unidade	Centro/Brotas	2
		Unidade	Subúrbio/Ilhas	2
		Unidade	Cajazeiras	2
		Unidade	Itapua/pitanga	2
		Unidade	Cidade Baixa	2
		Unidade	Liberdade/São Caetano	2
		Unidade	Pau da Lima	2
		Unidade	Valéria	2
		Unidade	Barra/Pituba	2
Cidade Digital - Plataforma de Governança Integrada	Observatório Inteligente Implantado	Unidade	Cidade Baixa	1
Bairros Inteligentes - Cidade Digital	Bairro Inteligente Implantado	Unidade	Centro/Brotas	1
		Unidade	Subúrbio/Ilhas	1

Fonte: Casa Civil

ANEXO D- PPA 2022-2025 Eixo Modernidade e Sustentabilidade

PLANO PLURIANUAL – PPA 2022-2025				
EIXO/PROGRAMA - AÇÕES REGIONALIZADAS				
RS 100				
EIXO: CAPITAL DA MODERNIDADE E SUSTENTABILIDADE				
PROGRAMA: CIDADE INOVADORA, SUSTENTÁVEL E RESILIENTE				
RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS: 356.800.000		RECURSOS EXTRAORÇAMENTÁRIOS: 0		
AÇÃO	PRODUTO	UNIDADE DE MEDIDA	PREFEITURA-BAIRRO	META FÍSICA
Cidade Digital - Implantação e Instalação de Infraestrutura Tecnológica e de comunicação	Infraestrutura Tecnológica Implantada	Percentual	Inter-Regionais	100
Cidade Digital - Implantação de Infraestrutura Tecnológica	Bairro Inteligente Implantado	Unidade	Centro/Brotas	1
		Unidade	Subúrbio/Ilhas	1
Encosta Firme e Forte - Estabilização de Encostas	Encosta Estabilizada	Unidade	Itapua/pitanga	4
		Unidade	Cabula/Tancredo Neves	5
		Unidade	Subúrbio/Ilhas	9
		Unidade	Centro/Brotas	7
		Unidade	Pau da Lima	4
		Unidade	Cidade Baixa	3
		Unidade	Valéria	1
		Unidade	Barra/Pituba	2
		Unidade	Cajazeiras	5
		Unidade	Liberdade/São Caetano	5
Multiplica Defesa Civil - Compromisso de Todos	Evento Realizado	Unidade	Liberdade/São Caetano	20
		Unidade	Barra/Pituba	4
		Unidade	Cidade Baixa	13
		Unidade	Itapua/pitanga	13
		Unidade	Subúrbio/Ilhas	17

Fonte: Casa Civil

ANEXO E- PPA 2022-2025 Eixo Capital da eficiência

Continuação

PLANO PLURIANUAL – PPA 2022-2025				
EIXO/PROGRAMA – AÇÕES REGIONALIZADAS				
R\$ 1,00				
EIXO: CAPITAL DA EFICIÊNCIA				
PROGRAMA: GESTÃO MODERNA, EFICIENTE E PARTICIPATIVA				
RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS: 288.685.000			RECURSOS EXTRAORÇAMENTÁRIOS: 0	
AÇÃO	PRODUTO	UNIDADE DE MEDIDA	PREFEITURA-BAIRRO	META FÍSICA
Prefeitura-Bairro Integrada	Unidades Integradas	Unidade	Cabula/Tancredo Neves	1
		Unidade	Pau da Lima	1
		Unidade	Valéria	1
		Unidade	Barra/Pituba	1
		Unidade	Centro/Brotas	1
		Unidade	Itapuçá/Ipitanga	1
		Unidade	Cidade Baixa	1
Prefeitura - Bairro Móvel	Unidade Implantada	Unidade	Inter-Regionais	2
Modernização das Instalações Físicas da SEMDEC	Instalação Física Modernizada	Percentual	Centro/Brotas	100
Cidadão Conectado - Modernização do Acesso aos Serviços da PMS	Serviços Digitalizados	Unidade	Inter-Regionais	30
Indenização e Desapropriação de Imóveis	Imóveis Indenizados e Desapropriados	Unidade	Inter-Regionais	205
Modernização das Instalações Físicas da SUCOP	Área Requalificada	Metro Quadrado	Inter-Regionais	1.180
Modernização e Fortalecimento da SMPJ	Serviço Fortalecido	Percentual	Inter-Regionais	100
Fortalecimento da Comunicação do Governo em Mídia Digital e Eletrônica	Público Alcançado pela Mídia Digital	Unidade	Inter-Regionais	2.300.000
Prefeitura Comunica - Publicidade Institucional das Ações de Governo	Campanha Realizada	Unidade	Inter-Regionais	257
Plano de Desenvolvimento do Servidor	Plano Implementado	Percentual	Inter-Regionais	100

Fonte: Casa Civil

ANEXO F- PPA 2022-2025 Administração municipal

PLANO PLURIANUAL – PPA 2022-2025				
EIXO/PROGRAMA – AÇÕES REGIONALIZADAS				
R\$ 1,00				
EIXO: CAPITAL DA EFICIÊNCIA				
PROGRAMA: ADMINISTRAÇÃO DO EXECUTIVO MUNICIPAL				
RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS: 24.665.000			RECURSOS EXTRAORÇAMENTÁRIOS: 0	
OBJETIVO	Fortalecer a administração municipal na prática da eficiência e da racionalidade na aplicação dos recursos públicos, na transparência da gestão e na sua interface com a sociedade. O objetivo é funcionar como retaguarda operacional da gestão, contribuindo com a otimização da aplicação dos recursos públicos e oferecendo suporte a iniciativas como pagamento de despesas com pessoal, manutenção, custeio e operações especiais em apoio aos demais programas.			
AÇÃO	PRODUTO	UNIDADE DE MEDIDA	PREFEITURA-BAIRRO	META FÍSICA
Enfrentamento à Situação de Urgência e de Calamidade Pública - SECOM	Ações Realizadas	Percentual	Inter-Regionais	100
Enfrentamento à Situação de Urgência e de Calamidade Pública - SEMOP	Ações Realizadas	Percentual	Inter-Regionais	100
Enfrentamento à Situação de Urgência e de Calamidade Pública - SEGOV	Ações Realizadas	Percentual	Inter-Regionais	100
Enfrentamento à Situação de Urgência e de Calamidade Pública - SEMGE	Ações Realizadas	Percentual	Inter-Regionais	100
Enfrentamento à Situação de Urgência e de Calamidade Pública - DESAL	Ações Realizadas	Percentual	Inter-Regionais	100
Enfrentamento à Situação de Urgência e de Calamidade Pública - SEMDEC	Ações Realizadas	Percentual	Inter-Regionais	100
Enfrentamento à Situação de Urgência e de Calamidade Pública - SALTUR	Ações Realizadas	Percentual	Inter-Regionais	100
Enfrentamento à Situação de Urgência e de Calamidade Pública - FME	Ações Realizadas	Percentual	Inter-Regionais	100
Enfrentamento à Situação de Urgência e de Calamidade Pública - FMAS	Ações Realizadas	Percentual	Inter-Regionais	100
Enfrentamento à Situação de Urgência e de Calamidade Pública - FMS	Ações Realizadas	Percentual	Inter-Regionais	100
Enfrentamento à Situação de Urgência e de Calamidade Pública - SPMJ	Ações Realizadas	Percentual	Inter-Regionais	100

Fonte: Casa Civil