UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS (UFAM)
INSTITUTO DE FILOSOFIA, CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO SOCIEDADE E CULTURA NA AMAZÔNIA

RÔMULO ASSUNÇÃO ARAÚJO

POLÍTICA PÚBLICA DE COMUNICAÇÃO NA AMAZÔNIA MANAUARA: UM OLHAR SOBRE A SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO A PARTIR DAS MENSAGENS GOVERNAMENTAIS DE 2013 A 2020

MANAUS
2022

RÔMULO ASSUNÇÃO ARAÚJO

POLÍTICA PÚBLICA DE COMUNICAÇÃO NA AMAZÔNIA MANAUARA: UM OLHAR SOBRE A SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO A PARTIR DAS MENSAGENS GOVERNAMENTAIS DE 2013 A 2020

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação Sociedade e Cultura na Amazônia (PPGSCA), da Universidade Federal do Amazonas (Ufam), como requisito final para obtenção do título de mestre em Sociedade e Cultura na Amazônia.

Linha de pesquisa: Processos Sociais, Ambientais e Relações de Poder

Orientadora: Profa. Dra. Maria Izabel de Medeiros Valle

MANAUS

2022

Ficha Catalográfica

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Araújo, Rômulo Assunção
A663p Política pública de comunicação na Amazônia manauara : um olhar sobre a Secretaria Municipal de Comunicação a partir das mensagens governamentais de 2013 a 2020 / Rômulo Assunção Araújo . 2022
121 f.: il. color; 31 cm.

Orientadora: Maria Izabel de Medeiros Valle
Dissertação (Mestrado em Sociedade e Cultura na Amazônia) - Universidade Federal do Amazonas.

1. Política pública. 2. Comunicação. 3. Amazônia. 4. Prefeitura de Manaus. I. Valle, Maria Izabel de Medeiros. II. Universidade Federal do Amazonas III. Título

RÔMULO ASSUNÇÃO ARAÚJO

POLÍTICA PÚBLICA DE COMUNICAÇÃO NA AMAZÔNIA MANAUARA: UM OLHAR SOBRE A SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO A PARTIR DAS MENSAGENS GOVERNAMENTAIS DE 2013 A 2020

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação Sociedade e Cultura na Amazônia (PPGSCA), da Universidade Federal do Amazonas (Ufam), como requisito final para obtenção do título de mestre em Sociedade e Cultura na Amazônia.

Linha de pesquisa: Processos Sociais, Ambientais e Relações de Poder

Orientadora: Profa. Dra. Maria Izabel de Medeiros Valle

Aprovada em: 22 / 02 / 2022

BANCA EXAMINADORA

Prof.ª Dr.ª Maria Izabel de Medeiros Valle (presidente)

Universidade Federal do Amazonas (UFAM)

Prof.ª Dr.ª Marilene Corrêa da Silva Freitas (membro)

Universidade Federal do Amazonas (UFAM)

Prof.ª Dr.ª Luiza Maria Bessa Rebelo (membro)

Universidade Federal do Amazonas (UFAM)

“O olhar do homem moderno rejuvenesce a Amazônia”.

(Neide Gondim)

“Para o homem, o conhecimento e o processo de obter conhecimento possuem a mesma magnitude. Nossa habilidade em compreender, ao mesmo tempo, galáxias e estruturas subatômicas é um movimento de faculdades que as inclui e transcende”.

(Marshall McLuhan)

Em memória às vítimas da pandemia de Covid-19 e do deplorável negacionismo no Brasil, bem como aos que se foram lutando contra ambos, como o admirável colega jornalista Ulysses Marcondes, com quem muito aprendi e em quem me inspirei.

Aos professores, cientistas e pesquisadores, que aprendem, ensinam, e inspiram um presente e futuro melhores;

Ao meu filho, minha renovação;
Aos meus pais, mestres da vida;
À minha esposa, meu refúgio;

AGRADECIMENTOS

À família, base de tudo: meu filho Leandro, minha esposa Vanessa, minha mãe Benedita, meu pai Ronaldo e minha irmã Bruna, por todo suporte e acolhida de sempre.

À professora Dr.ª Maria Izabel de Medeiros Valle pela orientação desta pesquisa e, sobretudo, pelo incentivo e paciência para com este pesquisador. Minha profunda gratidão, admiração e respeito igualmente às professoras Dr.ª Marilene Corrêa da Silva Freitas e Dr.ª Luiza Maria Bessa Rebelo pelas valiosíssimas contribuições dadas a esta dissertação, e aos professores Doutores do PPGSCA: Marilene Corrêa, Renilda Costa, Gláucio Matos, Sérgio Braga, Odenei Ribeiro, Iraildes Torres, João Barros e Rosemara Barros, bem como à Universidade Federal do Amazonas (Ufam) e ao Programa de Pós-graduação Sociedade e Cultura na Amazônia (PPGSCA) por oportunizarem a formação, a compreensão e a integração de amazônidas para com sua região.

Aos colegas de turma do mestrado, em especial à Aylin, ao Enoque, à Márcia e à Talita, cujo contato iniciado ainda durante o processo seletivo, em 2018/2, se tornou amizade a partir de 2019/1, primeiro semestre letivo, seguindo até os dias atuais, com trocas de ideias, trabalhos em conjunto e angústias e alegrias compartilhadas.

Aos amigos da vida, em nome da Laize, Filipe e Mário, por todo apoio afetivo e inúmeras conversas no decorrer do tempo em que me graduei e que concluo o Mestrado. Aproveito e incluo minha gratidão e admiração às professoras de Jornalismo Dr.ª Edilene Mafra e MsC. Leila Ronize, chefes e colegas de trabalho em minha atuação na docência e companheiras de tantas conversas sobre a vida e a profissão.

Por fim e com igual importância, registro meus sinceros agradecimentos pelo apoio e incentivo e pela parceria e convivência às (aos) companheiras (os) Kellen Veras Lopes, Alita Falcão, Eric Gamboa, Elendrea Cavalcante e ao saudoso Ulysses, que me chefiaram na Secretaria Municipal de Comunicação (Semcom) – objeto de estudo desta dissertação – e entenderam minha busca por esta formação complementar acadêmica. Em nome deles, meu muito obrigado a cada servidor desta secretaria.

RESUMO

Além de implementar políticas públicas que resultem em melhorias na vida das pessoas, informá-las sobre tais ações é obrigação constitucional, sendo, portanto, uma política pública voltada à Comunicação tão necessária quanto a de áreas como Saúde, Educação, Assistência Social, Infraestrutura e Esporte e Lazer, por exemplo. Com base nisso, este estudo apresenta um olhar sobre a Secretaria Municipal de Comunicação (Semcom) da Prefeitura de Manaus entre os anos de 2013 e 2020, cujo objetivo é reunir partes do histórico desse órgão pertencente à administração direta do Executivo Municipal, bem como identificar estratégias e mudanças, considerando a evolução de tecnologias nesse período e o perfil da atuação de profissionais de Comunicação, como jornalistas, que passam a exercer ofícios múltiplos para atender a premissa de levar aos cidadãos, por meio de mídias sociais ou pela imprensa, serviços, projetos, ações e programas realizados pela prefeitura. Para isso, foram consultados documentos oficiais, incluindo edições do Diário Oficial do Município (DOM) e as Mensagens Governamentais apresentadas, anualmente, no período descrito, pelo prefeito à Câmara Municipal de Manaus (CMM) e disponibilizados ao público. Esta pesquisa se utiliza ainda de estudos que abordam temáticas relacionadas à proposta e considera que as próprias Políticas Públicas de Comunicação constituem uma forma de poder e que a Amazônia, aqui com foco para a manauara, ainda pode ser um local para a qual se voltam olhares de desconhecimento. O resultado é um panorama do papel desempenhado pela Semcom para trabalhar de forma positiva a imagem da prefeitura, da cidade e, claro, do próprio prefeito ao longo dos anos e, principalmente, no período citado, tendo em vista o uso de múltiplas mídias e plataformas digitais. Destaca-se ainda que esta dissertação pretende dar luz, como mais uma possibilidade de instrumento de investigação científica, a uma área da Comunicação em constante crescimento, que é a voltada para instituições, organizações, empresas e afins, sejam públicas ou privadas, sobretudo em uma região que sempre despertou – e continua a despertar – os olhares do mundo: a amazônica.

Palavras-chave: Política pública; Comunicação; Amazônia; Prefeitura de Manaus;

ABSTRACT

In addition to the implementation of public policies that result in improvements in the rules on such obligations, they are constitutional, being, for so necessary communication, the policy of public actions, informing about the much-needed assistance, the policy of public actions, informing about the assistance much needed, the policy of public actions, such as health, education, social, infrastructure and sports, for example. Based on this, this study presents a look at the Municipal Communication Department (Semcom) of the Manaus City Hall between 2013 and 2020, which is to gather parts of the history of this body belonging to the direct administration of the Municipal Executive, as well as identify strategies and changes, considering the evolution of technologies, the period and the performance profile of communication professionals, such as journalists, who start to exercise a multiple exercise to meet the premise of bringing to citizens, through the media or the press, services, social projects, actions and programs carried out by the city hall. For this, documents were consulted, including the Municipality Official Gazette and Government Message, published to the public. This research also uses studies that address themes related to the proposal and considers that Public Communication Policies themselves constitute a form of power and that the Amazon, here with a focus on Manaus, can still be a place to which eyes turn of ignorance. The conclusion is a role of the work carried out in the years mentioned by the image of the city hall, panorama throughout the city and working in a positive way the image of the city hall, in the long period, having in mainly the use of the period itself of the media and platforms digital. Also noteworthy is the dissertation giving light, the area of communication as an instrument of scientific investigation, as the possibility that it is one more communication in constant growth for institutions, organizations, organizations, organizations, public or private, especially in a region that has always awakened – and continues – the eyes of the world: the amazon.

Keywords: Public policy; Communication; Amazon; Manaus City Hall;

LISTA DE QUADROS E TABELAS

QUADRO 1 – A Semcom nas Mensagens Governamentais de 2013 a 2020 23
QUADRO 2 – A Semcom na Mensagem Governamental de 2013 32
QUADRO 3 – A Semcom na Mensagem Governamental de 2014 38
QUADRO 4 – A Semcom na Mensagem Governamental de 2015 43
QUADRO 5 – A Semcom na Mensagem Governamental de 2016 47
QUADRO 6 – A Semcom na Mensagem Governamental de 2017 51
QUADRO 7 – A Semcom na Mensagem Governamental de 2018 57
QUADRO 8 – A Semcom na Mensagem Governamental de 2019 62
QUADRO 9 – A Semcom na Mensagem Governamental de 2020 67
QUADRO 10 – Secretários da Semcom de 2013 a 2020 71
TABELA 1 – Despesas da Semcom e LOA (2013-2020) 72
TABELA 2 – Despesas da Semmas e FMDMA (2013-2020) 73

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Organograma da Semcom em 2020 21
FIGURA 2 – Capa da Mensagem Governamental de 2013 30
FIGURA 3 – Capa da Mensagem Governamental de 2014 34
FIGURA 4 – Capa da Mensagem Governamental de 2015 40
FIGURA 5 – Capa da Mensagem Governamental de 2016 44
FIGURA 6 – Capa da Mensagem Governamental de 2017 49
FIGURA 7 – Capa da Mensagem Governamental de 2018 53
FIGURA 8 – Capa da Mensagem Governamental de 2019 59
FIGURA 9 – Capa da Mensagem Governamental de 2020 64
FIGURA 10 – Gráfico de produção jornalística da Semcom (2013-2020) 65

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AI ..... ASSESSORIA DE IMPRENSA
AIE ..... APARELHO IDEOLÓGICO DE ESTADO
AM ..... AMAZONAS
CMM ..... CÂMARA MUNICIPAL DE MANAUS
CP ..... COMUNICAÇÃO PÚBLICA
DOM ..... DIÁRIO OFICIAL DO MUNICÍPIO
FMDMA ... FUNDO MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO E MEIO AMBIENTE
IBGE ..... INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA
PMM ..... PREFEITURA MUNICIPAL DE MANAUS
PPGSCA .....
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO SOCIEDADE E CULTURA NA AMAZÔNIA
S.D. ..... SEM DATA
SECOM ..... SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SECOM ..... SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SEMCOM ..... SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO
SEMMAS .....
..... SECRETARIA MUNICIPAL DE MEIO AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE
TCC ..... TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
TIC ..... TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 13

1. A SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO DE MANAUS 18
1.1. A criação e a trajetória da Semcom 18
1.2. A Comunicação Municipal nas Mensagens Governamentais de 2013 a 2020 23
1.2.1. Mensagem Governamental de 2013: Comunicação 30
1.2.2. Mensagem Governamental de 2014: Comunicação 34
1.2.3. Mensagem Governamental de 2015: Comunicar para aproximar 39
1.2.4. Mensagem Governamental de 2016: Secretaria Municipal de Comunicação 44
1.2.5. Mensagem Governamental de 2017: Secretaria Municipal de Comunicação 48
1.2.6. Mensagem Governamental de 2018: Comunicação 53
1.2.7. Mensagem Governamental de 2019: Secretaria Municipal de Comunicação 59
1.2.8. Mensagem Governamental de 2020: A Comunicação como aliada 64
1.3. Outras percepções sobre a Semcom no período pesquisado 68

2. REFLEXÕES TEÓRICAS NA SOCIOLOGIA 77
2.1. Cidade e sociedade: um olhar à Amazônia manauara 77
2.2. A informação como aparelho ideológico, o poder e a teoria das elites 89

3. REFLEXÕES TEÓRICAS NA COMUNICAÇÃO 94
3.1. A Comunicação Pública e as Políticas Públicas de Comunicação 94

CONSIDERAÇÕES FINAIS 101
REFERÊNCIAS 104
APÊNDICE – Memorial do Autor 109
ANEXOS 116
Anexo 1 – Regulamento Administrativo da Prefeitura de Manaus (2000) 116
Anexo 2 – Regimento Interno da Semcom (2013) 117
Anexo 3 – Nomeações dos Secretários da Semcom (2013-2020) 121

INTRODUÇÃO

Tão essencial quanto proporcionar melhorias à cidade e, consequentemente, à população que nela habita, é tornar públicas tais ações como forma de prestar contas dos gastos dos recursos advindos de impostos e contribuições. Para isso, a política de comunicação e o planejamento e execução de suas ações são de ampla relevância, como previsto no art. 37 da Constituição Federal (BRASIL, 1988), que torna obrigatória tal publicidade de atos, programas, obras, serviços e campanhas por parte da Administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, dos Municípios, e do Distrito Federal, desde que marcada pela legalidade, impessoalidade, moralidade e eficiência, com caráter informativo, educativo ou social.

Por isso, esta pesquisa se propõe a reunir percepções sobre a Secretaria Municipal de Comunicação (Semcom), órgão integrante da administração direta da Prefeitura Municipal de Manaus (PMM), ao passo que também busca observar parte recente de sua trajetória institucional e verificar as estratégias adotadas, a partir das Mensagens Governamentais, de 2013 a 2020, procurando traçar um panorama de ações desenvolvidas e de ferramentas de comunicação utilizadas.

Para tal, também são consultados outros documentos da própria administração, como os Diários Oficiais do Município, e um Manual de Redação e Procedimentos, logo, utilizando-se de pesquisa documental, e, claro, da bibliográfica, baseando-se em fontes teóricas para o entendimento dos temas abordados, como Políticas Públicas em Comunicação, Comunicação Pública, Assessoria de Comunicação e Imprensa, reflexões sobre a Cidade, a Sociedade e o poder, e a Amazônia, conforme detalhado a seguir.

As Mensagens Governamentais, citadas como fonte de consulta primária nesta dissertação, são documentos elaborados pela próprio Executivo municipal, por meio da Semcom, e enviadas pelo prefeito à Câmara Municipal de Manaus (CMM) anualmente como parte do rito de prestação de contas do ano anterior e de metas para o ano vigente. Tais escolhas, incluindo edições do DOM se justificam pela atualidade, oficialidade e disponibilidade na íntegra em canais oficiais da Prefeitura de Manaus.

O estudo procura demonstrar diferentes formas de produção de conteúdos de Comunicação adotados pela Semcom, bem como a própria intenção de como e qual forma divulgá-los, contribuindo com um olhar sobre uma notória comutação no papel das assessorias de comunicação e imprensa de órgãos públicos, que buscam fortalecer a imagem de seus assessorados e, no caso da gestão pública, almejam o princípio da transparência e do engajamento da participação dos cidadãos.

Para alcançar os objetivos pretendidos, este estudo realiza o levantamento desses dados para compreender, com clareza, que informações e detalhes eles podem fornecer sobre uma administração pública, transformando esta pesquisa em quanti-qualitativa orientada pela revisão bibliográfica, apresentando ou não perspectiva estrutural na direção de uma Política de Comunicação pautada pela transparência. A proposta atende os tópicos de trajetória institucional e relações de poder, previstos na Linha 3 do Programa de Pós-Graduação Sociedade e Cultura na Amazônia (PPGSCA) da Universidade Federal do Amazonas (Ufam).

Considerando-se o marco temporal apresentado, os anos de 2013 a 2020, indaga-se: teria a Secretaria Municipal de Comunicação acompanhado as transformações tecnológicas e, consequentemente, comunicacionais deste período, incluindo diferentes linguagens (jornalismo, publicidade, mídias sociais digitais...)? Para tal, recorre-se ao Estudo de Caso como uma das estratégias de pesquisa, a propósito do que recomenda Yin (2001, p. 19), que indica o método para situações como política e pesquisa em administração pública. Ainda segundo o autor, “o estudo de caso contribui, de forma inigualável, para a compreensão que temos dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais e políticos” (YIN, 2001, p. 21).

Interessante também refletir sobre as transformações de uma comunicação que migrou da analógica para uma digital, tendo os anos anteriores como valiosos aspectos históricos de consulta. Aliás, no âmbito da questão histórica, utilizando-se dos dados e informações obtidas, é importante mencionar que no período a ser considerado, o Diário Oficial do Município registra um total de seis nomeações de secretários municipais de Comunicação, mudanças que podem demonstrar uma variação no tipo de postura adotada para a concretização da política pública.

Questiona-se, afinal, qual a função da Secretaria Municipal de Comunicação dentro na Prefeitura de Manaus, para além de uma certa obviedade que consta no Regimento Interno da Semcom, publicado no DOM de 22 de outubro de 2013, e que define como duas as suas finalidades: planejar e implementar a Política Municipal de Comunicação Social, mediante a coordenação e o controle das ações de comunicação; e divulgar ações municipais de governo e promover a publicidade institucional, em articulação com diversos meios de comunicação (MANAUS, 2013, p. 13).

Neste caso, a pesquisa documental é fundamental pois trata-se de onde se encontram todos os dados, bem como balanços, cumprimentos de metas e detalhamento de ações vigentes que nortearão este estudo. Como exemplo, consta em uma edição do DOM de 2013 uma mudança na política de comunicação da Semcom, além disso, em um rápido comparativo nas Mensagens Governamentais de 2013 e 2020, é possível notar um volume maior de informações e uso de mídias antes não empregadas para propagar ações e serviços da prefeitura.

Também é preciso considerar, evidentemente, as temáticas incluídas nesta pesquisa, bem como seus principais autores e obras que compõem as áreas da Comunicação, Sociologia e Amazônia. Parcela importante da bibliografia utilizada são oriundas das orientações obtidas a partir das aulas das disciplinas do mestrado e de conhecimento prévio deste pesquisador, a exemplo de autores como Marshall McLuhan, Manuel Castells, Norbert Elias, Anthony Giddens, Louis Althusser, Laurence Bardin, além de renomados pesquisadores da Amazônia e trabalhos acadêmicos que envolvem diretamente o objeto de estudo em questão.

Cito alguns direta e indiretamente ligados ao objeto de análise, a exemplo de um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), intitulado “A reconfiguração do podcast no radiojornalismo: O uso pela Secretaria Municipal de Comunicação (Semcom) como forma de divulgação das ações da Prefeitura de Manaus à população” (GRECO, 2016), do qual fui um dos consultados pela autora – que trabalhou na Semcom no referido período – para contribuir, visto que à época estava à frente do Departamento de Rádio

do órgão, e que conta também com importantes depoimentos em forma de entrevista, como da primeira secretária de Comunicação, sendo valiosa fonte de consulta para este.

Outros dois TCCs, de ex-estagiários que passaram pela Semcom, também foram consultados para esta pesquisa. São eles: "Conexão Assessoria-Redação: Um estudo sobre a publicação de releases da Secretaria Municipal de Educação no portal Em Tempo em agosto de 2019" (OLIVEIRA, A.M.S., 2019), que trata especificamente sobre conteúdos jornalísticos que passaram pela Semcom no referido período envolvendo o tema Educação, e "Comunicação Organizacional: O uso do Facebook como estratégia midiática pela Secretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Manaus" (TAVARES, 2020), que trata sobre o uso de uma rede social digital para a divulgação de ações e serviços realizados pelo Executivo Municipal.

Dito e feito isso, dividiu-se, então, este trabalho em dois capítulos, além de itens pré e pós-textuais. Logo na primeira parte, ousa-se ao apresentar a trajetória, estratégias e a política de comunicação da Semcom no período de 2013 a 2020, com base nos dados coletados e permeando com análises e comentários teóricos, analisando os dados e informações de cada Mensagem Governamental no que se refere à Comunicação. No capítulo seguinte, discutem-se conceitos que envolvem Cidade, Sociedade e Amazônia e Comunicação como Política Pública, buscando sistematizá-los com o objeto de estudo.

Durante o processo de "Estado de Arte" para a realização desta obra, o olhar sobre a Amazônia, bem como sobre a própria Comunicação pensada e estudada aqui, foi levado à reflexão. Na tentativa de se contrapor ao insistente olhar das narrativas comunicacionais que evidenciam o olhar exótico que se tem sobre a Amazônia, e trazendo um pensamento que considera particularidades locais e seus elos com o global, como recomendam Monteiro e Colferai (2011, p. 33), tal pesquisa vem somar-se aos esforços de ampliar os olhares de pesquisadores quanto aos processos de comunicação, bem como das relações sociais e digitais estabelecidas na região.

Considerando ainda que a comunicação deixa de ser uma prática social imediata, "para se tornar um exercício coletivo enquanto estratégia de poder" (HOHLFELDT, et al., 2015. p. 19), gestores públicos se utilizam de todas as ferramentas disponíveis para dar

transparência e atenção às demandas da população, a fim de evitar tensões maiores entre nas relações entre si e dar ampla visibilidade às políticas públicas de cada setor.

Contudo, mesmo com essa aproximação, essa ainda é uma difícil missão que encontra barreiras nos próprios desafios de se melhorar diversos setores de uma cidade. Oliveira, J.A. (2010, p. 17) discorre que a participação popular e a transparência de todas as ações do Estado são importantes medidas para um caminho de democracia participativa, já que "o Estado, além de reconhecer os direitos dos cidadãos, divide com eles o poder de estabelecer critérios para as políticas públicas".

Bueno (2009, p. 323) aponta que "a política de Comunicação não é só uma intenção que se manifesta, mas um compromisso que se assume" e que isso é algo que não se faz apenas com discursos, mas com um trabalho sério. Corroborando com esse pensamento, Mafei (2007, p. 43) considera que "o trabalho para o setor público exige um conhecimento mais aprofundado em política, além da divulgação de campanhas e ações", algo que é fundamental em se tratando de um gestor eleito pela população.

Importante que se ressalte ainda que "a Comunicação é sempre um bem necessário, especialmente no Brasil, com a edição da Lei da Transparência (de nº 12.527/2011), que procura garantir o acesso de todos os cidadãos aos atos dos órgãos públicos" (TORQUATO, 2015. p. 222) e que, para isso, como ressalta Ferrareto (2009, p. 51), a assessoria de imprensa é a responsável por essa transparência, algo que pretende ser aprofundado no decorrer da pesquisa.

Portanto, espera-se que esta pesquisa contribua para entender a missão da secretaria de comunicação para a prefeitura e para a sociedade, tendo em vista cidadãos cada vez mais conectados. Este estudo pode inspirar outros pesquisadores que tenham interesse no tema, podendo até mesmo servir de fonte de consulta para outras secretarias de comunicação, especialmente diante do crescimento e desenvolvimento de outras cidades e Estados da região amazônica. Além disso, sendo uma dissertação integrante de um programa que valoriza estudos de uma terra redescoberta a cada dia, que este seja uma pequena, mas importante, contribuição aos estudos em Comunicação na Amazônia.

1. A SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO DE MANAUS

A história da Secretaria Municipal de Comunicação (Semcom), durante alguns anos, parece relegada a publicações oficiais e a algumas poucas palavras publicadas no site oficial da secretaria, dentro do portal oficial da Prefeitura de Manaus. Porém, nota-se mudança significativa principalmente no período pesquisado, quando o órgão passa por remodelações, mudanças periódicas de secretários, se torna alvo de estudos – como este – e passa a protagonizar muitos atos dentro da gestão.

Adiante, dividem-se em três partes a abordagem sobre a Semcom. São elas: sua criação, a Política Pública Municipal de Comunicação da Prefeitura de Manaus de 2013 a 2020 e o que revelam sobre a Semcom as Mensagens Governamentais desse período. O texto desde primeiro capítulo é permeado por análises e percepções, incluindo tabelas e imagens, além de exposições teóricas que corroboram para a reflexão sobre o que se apresenta, e que podem revelar mais que a prestação de contas de um governo.

1.1. A criação e a trajetória da Semcom

Em 27 de janeiro de 1986, na gestão do prefeito Manoel Henriques Ribeiro (1986-1989), foi criada a Secretaria Municipal de Comunicação Social (Semcom)[1], cuja competência é "desenvolver a política de comunicação do Município, compreendendo a divulgação das atividades e realizações do Poder Executivo; o entrosamento de comunidades às atividades políticas e outras funções do Sistema de Comunicação Social" (art. 1º). Na mesma publicação (art. 6º) foi extinto o Cargo em Comissão de Sub-chefe de Gabinete para Assuntos de Comunicação, criada pela Lei 1454/79.

Ou seja, antes da oficialização da Semcom, as atividades de comunicação da prefeitura eram desenvolvidas por uma assessoria integrante do gabinete do prefeito, como explica a jornalista Celes Borges, nomeada como primeira secretária municipal de Comunicação, em entrevista à Greco (2016, p. 50):

[1] MANAUS. Diário Oficial do Município. Lei nº 1821. "Cria a Secretaria Municipal de Comunicação Social – SEMCOM e dá outras providências". Disponível em: GRECO (2016, p. 85)

> Quando eu cheguei à Prefeitura de Manaus o que existia era uma Assessoria de Imprensa ligada ao Gabinete Civil responsável por integrar a estrutura organizacional da Administração Direta do Poder Executivo, com a finalidade de prestar assistência e assessoramento direto e imediato ao Prefeito no desempenho de suas atribuições legalmente instituídas. Em 1986, a gestão era administrada pelo Prefeito Manoel Henrique Ribeiro, eu atuei durante todo seu mandato como assessora de Gabinete do Prefeito. Foi quando senti a necessidade de divulgar a Prefeitura de uma maneira mais ampla, mas de forma autônoma com liberdade e gerenciamento.

Nesse período, a Secretaria Municipal de Comunicação Social funcionava na antiga sede da prefeitura, localizada onde funciona, atualmente, o Paço da Liberdade, na rua Gabriel Salgado, em frente à Praça Dom Pedro II, no centro histórico da cidade. A partir de 1998, tanta a sede da prefeitura quanto a própria Semcom passaram para um prédio localizado na avenida Brasil, nº. 2.971, bairro Compensa, zona Oeste de Manaus, estando lá desde então (GRECO, 2016, p. 50 e 51).

A partir de sua criação, algumas mudanças são percebidas nas consultas a outras publicações oficiais. Em 1991, por exemplo, o prefeito de Manaus em exercício Félix Valois Coelho Júnior sancionou uma lei que definiu uma nova estrutura básica para a prefeitura[2], mantendo a secretaria de Comunicação como integrante da administração direta, mas sem a palavra "Social" em sua nomenclatura e justificando a sua finalidade como a de "incumbir-se de propor e executar a política de comunicação social da administração, de forma a propiciar, sempre que possível e pelos meios de que dispuser, perfeita sintonia entre o poder público e a comunidade administrativa" (art. 5º).

Já em 1999, o prefeito Alfredo Pereira do Nascimento sanciona nova lei que reestrutura a administração[3], mantendo a Semcom como órgão da administração direta, retomando sua origem com o nome de Secretaria Municipal de Comunicação Social, competindo a ela: a) formulação e execução da política de publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas da Administração Municipal; b) informação; c) coordenação dos serviços de comunicação social do Governo Municipal (art. 8º, X).

---

[2] MANAUS. Legislação Municipal. Lei nº 52, de 11 de janeiro de 1991. "Dispõe sobre a nova estrutura básica da Administração Direta, extingue a Fundação Municipal do Menor e dá outras providências". Disponível em: <http://leismunicipa.is/vakqp>

[3] MANAUS. Legislação Municipal. Lei nº 470, de 21 de janeiro de 1999. "Reestrutura a administração do Poder Executivo municipal, extingue e transforma órgãos e entidades e dá outras providências". Disponível em: <http://leismunicipa.is/orhde>

A nomenclatura e tais finalidades permaneceram inalteradas nos anos seguintes, mesmo havendo outras reformas administrativas. Até que, em 2006, a Semcom deixou novamente de ter o "Social", tornando-se apenas Secretaria Municipal de Comunicação, mas mantendo a sigla que a consagrou (MANAUS, 2020, p. 13) e sem alterações em suas atribuições, mudança realizada em lei sancionada[4] pelo então prefeito à época Serafim Fernandes Corrêa.

É em 2009, contudo, que, conforme consulta à legislação municipal de Manaus, consta mudança no regimento interno da Semcom, cujo decreto é assinado[5] pelo então prefeito Amazonino Armando Mendes. Na decisão, a secretaria é definida como órgão de assessoramento e assistência direta, para o cumprir o planejamento e implementação da Política de Comunicação Social do Município e divulgação das ações municipais de governo e promoção da publicidade institucional da Prefeitura (art. 1º).

Além disso, no mesmo decreto, a estrutura operacional da Semcom a ser dividida em: I – Órgão de assistência e assessoramento: a) Gabinete do Secretário; b) Assessoria Técnica; II – Órgãos de apoio à gestão: a) Departamento Administrativo e Financeiro (1. Gerência de Patrimônio, Material e Serviços; 2. Gerência de Pessoal; 3. Gerência de Informática; 4. Gerência de Orçamento e Finanças); e III – Órgãos de atividades finalísticas: a) Departamento de Jornalismo (1. Divisão de Rádio e TV; 2. Divisão de Impressos; 3. Gerência de Web) e b) Departamento de Criação, Marketing e Publicidade (1. Divisão de Marketing e Publicidade; 2. Divisão de Atendimento e Publicidade; 3. Gerência de Design).

O decreto acima foi revogado em 2013, quando um novo redefiniu o regimento interno da secretaria. Algumas mudanças são observadas no que tange à estrutura organizacional, finalidades e competências da Semcom, que passam a contar com

[4] MANAUS. Legislação Municipal. Lei nº 936, de 20 de janeiro de 2006. "Dispõe sobre a estrutura organizacional do Poder Executivo municipal e adota outras providências". Disponível em: <http://leismunicipa.is/fodhr>

[5] MANAUS. Legislação Municipal. Decreto nº 88, de 04 de maio de 2009. "Modifica o Regimento Interno da Secretaria Municipal de Comunicação e dá outras providências". Disponível em: <http://leismunicipa.is/vcglq>

funções mais bem definidas. O novo decreto[6] (também publicado em versão eletrônica no Diário Oficial do Município [edição 3.278, caderno II] – ver Anexo) é assinado pelo prefeito Arthur Virgílio Neto e passa a nortear a gestão, envolvendo funções diversas.

> Para concretizar a implementação da política de Comunicação, as ações da secretaria envolvem articulação, promoção e divulgação das ações municipais, incluindo a convocação da mídia impressa e eletrônica; assessoramento do prefeito no seu relacionamento com a mídia e a comunidade, servindo, inclusive, de porta-voz, junto ao administrador municipal acerca do comportamento da opinião pública em relação às atividades de governo. Também cabe à Semcom, a coordenação, supervisão e controle da publicidade no âmbito das assessorias de comunicações dos demais órgãos e entidades da administração municipal. (MANAUS, 2020, p. 11)

Como se observa, ao longo de três décadas e meia (até o momento de defesa desta dissertação), com 35 anos de criação, a Semcom passou por muitas mudanças, tornando a Comunicação Municipal de Manaus centralizada. Até 2020, a secretaria era dividida em: Departamento de Comunicação, Departamento de Administração e Finanças e Ouvidoria (figura 1).

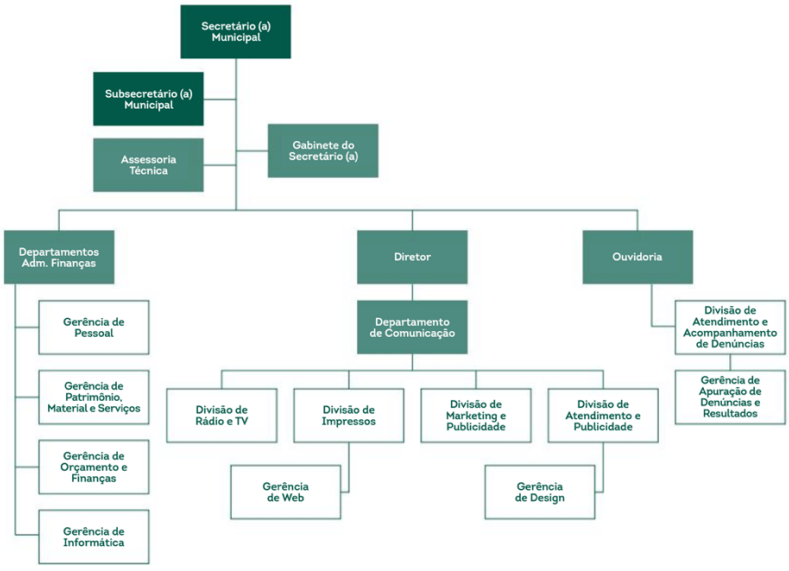

Figura 1 - Organograma da Secretaria Municipal de Comunicação (Semcom) em 2020
Fonte: Manual de Redação e Procedimentos / Semcom / Prefeitura de Manaus (p.12)
Disponível em: <https://issuu.com/prefeiturademanaus/docs/manual_de_reda__o_-_semcom>

[6] MANAUS. Legislação Municipal. Decreto nº 2574, de 22 de outubro de 2013. "Dispõe sobre o Regimento Interno da Secretaria Municipal de Comunicação – Semcom, e dá outras providências". Disponível em: <http://leismunicipa.is/nafvp>

Tomando, portanto, como base os trabalhos feitos pela Secretaria Municipal de Comunicação da Semcom, envolvendo seus diferentes desdobramentos, e usando como referencias as Mensagens Governamentais, apresentam-se a seguir estratégias muitas vezes consideradas eficazes pela própria gestão para produzir e divulgar informações sobre ações e serviços municipais (MANAUS, 2020, p. 12). Aliás, cabe aqui uma primeira ponderação teórica, já que a palavra "estratégia" é muitas vezes usada para se referir às ações realizadas ou a serem executadas pela secretaria.

Segundo Nicolau (2001 apud REBELO, 2004), estratégia é uma das palavras mais utilizadas pelas organizações e sendo encontrada abundantemente na literatura da área, mas segundo Rebelo (2004, p. 22) "estratégia não pode ser simplesmente retratada como um processo deliberado, consciente, racional e lógico, enfatizando a separação entre o pensar e o agir, entre planejar e executar", acrescentando que, apesar do amplo uso, isso está longe de significar que haja um conceito que seja único e consensual.

> Conquanto isso possa indicar que já exista um conceito estabilizado de sentido consensual e único, a realidade é que, ao enveredar-se no estudo do tema, percebe-se logo que não existe qualquer uniformidade, podendo o mesmo termo referir-se a situações muito diversas. Nicolau (2001) afirma ainda que, embora isso possa parecer irrelevante para o leigo, na realidade tais discrepâncias influenciam o gestor e aqueles que se dedicam ao estudo da área, uma vez que há orientações com conteúdos políticos, técnicos e ideológicos bem díspares, indicando caminhos bastante diferentes entre si. (REBELO, 2004, p. 69)

Para além dos múltiplos conceitos sobre estratégia, consideremos, então, para este estudo a divisão descrita a seguir por Mintzberg et al. (2000, p. 16-20, apud REBELO, 2004, p. 69 e 70), que trata sobre os 5Ps da Estratégia. São eles: Plano (direção, um guia, um caminho); Padrão (comportamento com consistência ao longo do tempo, um modelo); Posição (lugar de produtos e mercados, onde o produto encontra o cliente fora da organização); Perspectiva (foco para dentro, olhar dos estrategistas para uma visão ampla); Pretexto (truque, manobra para abafar ou enganar).

Tendo isso em mente, bem como o breve panorama sobre a trajetória da Semcom aqui apresentado, constam a seguir múltiplas dessas estratégias adotadas pela administração pública entre 2013 e 2020. Que se veja, então, o que podem revelar.

1.2. A Comunicação Municipal nas Mensagens Governamentais de 2013 a 2020

As informações a seguir baseiam-se, conforme já citado, nas Mensagens Governamentais apresentadas pelo prefeito à Câmara Municipal e à população de Manaus e incluem dados de balanços do ano anterior e projeções para o ano vigente. A apresentação desse balanço e plano anual de governo marca a abertura dos trabalhos legislativos do município, sendo um procedimento constitucional para revelar a situação administrativa e econômica da cidade.

Interessante mencionar que a própria Mensagem Governamental se configura como um importante instrumento de comunicação, já que se trata de uma publicação, geralmente em formato de livro, com versões impressa e digital, em que o prefeito e sua equipe apresentam uma prestação de contas anual do que o Poder Executivo realizou, realiza ou pretende realizar com o dinheiro público. Resumidamente, são reunidas em um único material o balanço do ano anterior e as metas para o exercício atual, com divisões por áreas ou secretaria fins do governo municipal.

No caso das Mensagens Governamentais da Prefeitura Municipal de Manaus de 2013 a 2020, os dados referentes à Comunicação serão apresentados a seguir por partes, destacando cada ano e seus conteúdos e discursos. Cabe, antes, porém, uma rápida e importante observação sobre a posição ocupada pela Semcom nessas publicações, bem como o número de páginas e, principalmente, a sua finalidade definida por si própria. A proposta de tal organização (quadro 1) é, em um primeiro olhar, notar o que se revela.

QUADRO 1 – A Semcom nas Mensagens Governamentais de 2013 a 2020				
Ano	**Capítulo(s)**	**Título**	**Páginas**	**Finalidade da Semcom**
2013	19 19º	Mensagem do Prefeito Arthur Neto à Câmara Municipal de Manaus Comunicação	152 8	Responsável pelo planejamento e implementação da Política de Comunicação Social do Município, mediante a coordenação e o controle de ações de comunicação no âmbito da Administração Municipal (p. 140)

2014	24 24º	Mensagem do Prefeito Arthur Virgílio Neto à Câmara Municipal de Manaus Comunicação	248 8	Órgão da administração direta responsável pelo planejamento e implementação da Política de Comunicação Social (p. 239)
2015	26 5º	Mensagem do Prefeito Arthur Virgílio Neto à Câmara Municipal de Manaus Comunicar para aproximar	287 14	Com função estratégica, atua na construção da credibilidade da administração municipal, trabalhando a exposição correta da imagem institucional do Executivo municipal e no estímulo de posicionamentos favoráveis da opinião pública. É o órgão de assessoramento de comunicação direto do prefeito. Atua dentro dos modernos conceitos da comunicação institucional, agregando valores e facilitando os processos interativos da prefeitura com os diferentes públicos e de forma integrada e sinérgica com as demais secretarias municipais (p. 39 e 40)
2016	23 5º	Mensagem do Prefeito Arthur Virgílio Neto à Câmara Municipal de Manaus Secretaria Municipal de Comunicação	206 10	A secretaria utiliza modernas ferramentas da comunicação, fazendo chegar à população informações sobre ações da administração municipal (p. 50)
2017	22	Mensagem do Prefeito Arthur Virgílio Neto à Câmara Municipal e ao Povo de Manaus	209	As estratégias de comunicação da Semcom visam a unificar a identidade da Prefeitura, integrando todas as informações relacionadas a seus órgãos. Jornalistas / assessores atuam como peças fundamentais para captar, analisar e formular em conjunto com a

	4º	Secretaria Municipal de Comunicação	8	Semcom, a estratégia ou ação mais adequada para divulgação, assim como tomar decisões e administrar possíveis crises (p. 31)
2018	26 7º	Mensagem Governamental do Prefeito Arthur Virgílio Neto à Câmara Municipal de Manaus Comunicação	320 18	Constitui-se a Secretaria Municipal de Comunicação na ferramenta mais acessível à população para o controle social dos investimentos municipais. A gestão na Semcom buscou dar eficiência e garantir a eficácia para ampliar o acesso às informações geradas a partir da consecução das ações, projetos e programas da Prefeitura de Manaus. (p. 72)
2019	27 7º	Mensagem Governamental do Prefeito Arthur Virgílio Neto à Câmara Municipal e ao Povo de Manaus Secretaria Municipal de Comunicação	344 22	Pesquisa de opinião demonstrou que a Semcom levou com clareza a moradores de todas as zonas da cidade informações sobre serviços oferecidos pela gestão municipal, obtendo o retorno com a lembrança institucional da prefeitura em sua integralidade. O resultado mostra que a Semcom cumpre com êxito a missão de tornar públicas, acessíveis e transparentes as ações municipais planejadas para diversas pastas por meio da Lei Orçamentária Anual (p. 65)
2020	5 Livros 7 Eixos Livro 1 Eficiência em gestão	Mensagem Governamental do Prefeito Arthur Virgílio Neto à Câmara Municipal e ao Povo de Manaus A comunicação como aliada	446 14	As ações de comunicação são integradas: redes sociais, marketing e jornalismo atuam em conjunto, reforçando a comunicação institucional e atingindo maior parcela da população, exercendo um multipapel com o atendimento de demandas sociais, divulgação de ações e veiculação de campanhas de interesse público (p. 44)

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das Mensagens Governamentais do prefeito à Câmara Municipal de Manaus (2013-2020) / Disponíveis na internet (ver Referências)

Ao passo que as Mensagens Governamentais possuem um mesmo propósito, como já mencionado, o de prestar contas, é perceptível também, neste primeiro olhar, que podem apresentar diferenças entre si. Em comparação com 2013, por exemplo, a publicação de 2014 apresenta 96 páginas a mais, contudo, em ambas a Semcom ocupa o número de oito páginas, tendo em comum ainda figurar no último capítulo das duas, sob o mesmo título. A finalidade descrita também é, praticamente, a mesma.

Já a Mensagem de 2015, é completamente diferente das duas anteriores, a iniciar pela posição que a Semcom passa a ocupar na publicação, o quinto capítulo de 26, e desta vez com o título de "Comunicar para aproximar", além do número de páginas, sendo 14 de um total de 287. A finalidade também chama a atenção por expor com toda clareza que entre suas funções está a de trabalhar a "exposição correta da imagem institucional do Executivo municipal e no estímulo de posicionamentos favoráveis da opinião pública" (MANAUS, 2015, p. 39 e 40), além de ser "o órgão de assessoramento de comunicação direto do prefeito" (Idem).

Nessa perspectiva, Camilo (1998, p. 156) avalia que as estratégias de uma comunicação municipal possuem objetivos caracterizados por três tipos diferentes de intenções: a notoriedade, a adesão e a acção, podendo na maioria das vezes apresentar mais de uma, em alguns casos uma se sobressaindo a outra. Para ele, a comunicação municipal possui também três categorias distintas de objetivos, sendo elas:

> O aconselhamento, cuja intenção comunicacional é a acção, no sentido de sensibilizar as populações para a concretização de determinadas condutas coletivas; a informação, cuja intenção é a notoriedade, na qual se procuram concretizar os valores da publicidade; e a promoção dos valores democráticos, cuja intenção é a adesão a consensos locais coletivos e participativos (CAMILO, 1998, p. 157).

Estabelecendo uma relação entre as intenções comunicacionais e os níveis de comunicação municipal que Camilo (1998) julga ser possível, poderíamos estar diante de um primeiro resultado implícito nos balanços divulgados pela Semcom por meio das Mensagens Governamentais: a de que uma ação se sensibilização gere notoriedade e,

por sua vez, a busca por um consenso coletivo, ou seja, a adesão das pessoas àquilo que a administração propõe.

> Nesta medida, na comunicação administrativa, cujos objetivos são os da sensibilização, em ordem a se levar as populações municipais à concretização de um comportamento colectivo específico, a intenção é a da acção. Procura-se que a população municipal concretize um comportamento municipal específico. Por sua vez, na comunicação político-administrativa ou política, cujos objetivos são os da informação, a intenção comunicacional é a da notoriedade. É necessário dotar de publicidade a ação administrativa e a deliberação municipal, visto que não é possível consumir, eficazmente, ou participar, politicamente, se não existir informação. Finalmente, como consideramos que, idealmente, a comunicação política deveria facilitar a concretização de consensos locais participativos em torno das realidades municipais, as intenções subjacentes a estes objetivos são a adesão. Consideramos que a opinião pública municipal não é mais do que um consenso coletivo e participativo, isto é, uma adesão da totalidade das populações municipais a determinadas propostas municipais. (CAMILO, 1998, p. 156)

Para que haja tal posicionamento favorável da opinião pública, e sua almejada adesão e consenso, a Secretaria de Comunicação do município se utiliza de "modernas ferramentas da comunicação, fazendo chegar à população informações sobre ações da administração municipal" (MANAUS, 2016, p. 50). É o que diz em 10 páginas, de um total de 206, o quinto capítulo – de 23 – intitulado com o nome da própria secretaria, da Mensagem do prefeito apresentada em 2016.

Em 2017, a Semcom se faz presente na publicação com oito páginas, de um total de 209, desta vez no quarto capítulo, de 22, voltando a ter como título o nome da própria secretaria. Chama atenção em um trecho do texto de abertura o que parece uma nova definição de "estratégias de comunicação da Semcom": a de "unificar a identidade da Prefeitura, integrando todas as informações relacionadas a seus órgãos", bem como o destaque para a atuação de jornalistas e assessores "para captar, analisar e formular em conjunto com a Semcom, a estratégia ou ação mais adequada para divulgação, assim como tomar decisões e administrar possíveis crises" (MANAUS, 2017, p. 31).

O trabalho de jornalistas e assessores é algo que vale ser pontuado aqui. Se uma organização pública precisa e deve, constitucionalmente, dialogar com seus públicos, é necessário, portanto, organizar os fluxos de informações. Para isso, são utilizados os serviços de uma Assessoria de Comunicação, que por sua vez integra uma assessoria de

Imprensa, com iniciativas de áreas como Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade. Considere-se, portanto, o seguinte quando se trata da relação e do desempenho da função jornalista/assessor:

> Segundo a Federação Nacional dos Jornalistas Profissionais (2007, p. 8), a função do assessor de imprensa é "facilitar a relação entre seu cliente - empresa, pessoa física, entidades e instituições e os formadores de opinião", cabendo a esse profissional orientar o assessorado quanto ao que pode ou não interessar aos veículos e, portanto, vir a ser notícia.
> Uma das atribuições fundamentais do assessor de imprensa é, assim, a intermediação das relações entre o assessorado e os veículos de comunicação, tendo como matéria-prima a informação e como processo sua abordagem na forma de notícia. (FERRARETTO, 2009, p. 13)

Acontece, no entanto, que entre as funções que um jornalista desempenha em uma assessoria, quase sempre estão inclusas as de outros profissionais como o de um Relações Públicas e de Publicitário, por exemplo. De um modo geral, para Ferraretto (2009, p. 17), na assessoria de comunicação o jornalista responde pela assessoria de imprensa e o trato da informação jornalística, enquanto o relações públicas cuida da imagem pessoal ou institucional (no caso do objeto de estudo tratado, pode-se afirmar que seria do prefeito e da prefeitura), enquanto o publicitário fica responsável pela parte de comercialização de serviços ou produtos).

Dito isso, na Mensagem Governamental de 2018, a Semcom passa a figurar no sétimo capítulo, de um total de 26, voltando às origens no que refere ao título, somente denominado como “Comunicação”, ocupando 18 páginas de um total de 320. Um item de atenção, e até novidade, encontra-se nesta frase sobre a finalidade do órgão: “Constitui-se a Secretaria Municipal de Comunicação na ferramenta mais acessível à população para o controle social dos investimentos municipais” (MANAUS, 2018, p. 72), justiçando a busca pela eficiência e eficácia para ampliar o acesso às informações.

Para Fernandes (2020, p. 16), “o controle social dos recursos públicos por seus habitantes permite o acompanhamento e avaliação dos gastos despendidos, bem como do próprio planejamento das políticas públicas”, devendo, então, para isso, haver uma gestão transparente em seus atos. Contudo, essa expressão possui um conceito múltiplo, conforme a área aplicada, devendo, então, ser entendida aqui sob o prisma da ciência política e da administração pública.

Interessante notar que esse tópico de transparência é destaque na publicação de 2019, devido ao reconhecimento a partir de uma pesquisa de opinião feita por uma agência que demonstrou que a Prefeitura de Manaus era a marca pública mais lembrada pelas pessoas, levando o órgão a concluir que "o resultado mostra que a Semcom cumpre com êxito a missão de tornar públicas, acessíveis e transparentes as ações municipais" (MANAUS, 2019, p. 65). Aliás, esse é o ano em que se encontra o maior espaço ocupado pela Semcom nas Mensagens Governamentais no período pesquisado. Ao todo, de 344 páginas, o capítulo sétimo – de 27 – cujo título é, novamente, apenas o nome da secretaria, ocupa 22 páginas.

Para que se alcance tal objetivo, o da transparência de atos da gestão, deve haver uma conduta que planeje e realize essa ação de uma forma que isso se reflita como uma sensação de pertencimento por parte dos cidadãos e, assim, esses se tornem participantes do governo. A transparência das ações por parte do governo é uma importante medida para um caminho de cumplicidade junto à participação popular.

> No caso da forma de governo chamada de democracia participativa, o Estado, além de reconhecer os direitos dos cidadãos, divide com eles o poder de estabelecer critérios para as políticas públicas. Tudo isso pressupõe cidadãos informados e atuantes, que terão influência na formulação e no acompanhamento de políticas decididas de comum acordo entre poder público e sociedade civil. Para que tudo funcione mais ou menos, o poder público deve ser completamente transparente, informando sobre todas as suas ações. Sabemos que essa transparência não é tão fácil de ser atingida na prática, apesar de toda a parafernália tecnológica de que podemos dispor para atingir esse objetivo. (OLIVEIRA, J.A., 2010, p. 17)

Por fim, a Mensagem de 2020, que se pode considerar a mais diferenciada de todas, embora não cause surpresa por ser aquela do último ano de governo da gestão, por ser dividida não em capítulos, mas em sete "eixos estratégicos" em cinco livros. As ações referentes à Semcom ocupam o livro/eixo 1, intitulado "Eficiência em gestão", sendo o subtítulo da parte que nos compete denominada "A Comunicação como aliada". De um total de 446 páginas, a comunicação ocupa 14 e em sua finalidade está uma autopercepção de comunicação integrada, com redes sociais, marketing e jornalismo, "exercendo um multipapel com o atendimento de demandas sociais, divulgação de ações e veiculação de campanhas de interesse público" (MANAUS, 2020, p. 44).

Somente por esse primeiro recorte, é possível notar a riqueza de informações e revelações que estes documentos, as Mensagens Governamentais, podem carregar. Por ser um instrumento de comunicação, a realização das mesmas compete à própria Semcom. Logo, indaga-se a partir de uma constatação inicial o(s) motivo(s) que leva(m) essa secretaria a passar de uma condição de órgão secundário, por assim dizer, estando no início do período avaliado nos últimos capítulos de um importante documento público, ao lugar de protagonismo, ocupando mais páginas e posição de destaque nas publicações anuais do meio para o fim do marco temporal desta pesquisa, como será explorado de forma mais detalhada a seguir.

1.2.1. Mensagem Governamental de 2013: Comunicação

Em sua primeira Mensagem Governamental (figura 2) no retorno ao cargo de prefeito, Arthur Neto apresenta uma publicação de 152 páginas, com ações de seus primeiros dias de governo, primeiro mês para ser mais exato, já que, tradicionalmente, a leitura da Mensagem Governamental do chefe do Executivo acontece no início de fevereiro[7], marcando o começo dos trabalhos do Legislativo municipal daquele ano.

Figura 2 – Capa da Mensagem Governamental do ano de 2013
Fonte: https://issuu.com/prefeiturademanaus/docs/2013

[7] Em 2013, a Mensagem do Prefeito Arthur Neto à Câmara Municipal foi apresentada em 06/02. FIERRO, Leonardo. Prefeito fala em novo modelo de gestão e em dobrar a capacidade de investimentos. Prefeitura Municipal de Manaus. Disponível em <https://www.manaus.am.gov.br/noticia/prefeito-fala-em-novo-modelo-de-gestao-e-em-dobrar-a-capacidade-de-investimentos/>

Logo nas primeiras páginas, voltada ao discurso do prefeito aos vereadores e ao presidente da câmara, o gestor direciona suas primeiras palavras ao empenho de buscar a aproximação entre a prefeitura e a população:

> Reafirmo que, antes de tudo, é preciso eliminar o abismo aberto entre o Poder Público e o povo, tal como se constata em todo o País. É preciso manter a lealdade com o cidadão, não só com o irrestrito cumprimento do dever legal, mas com a determinação de fazer o interesse coletivo prevalecer sempre. (VIRGÍLIO NETO, A. in MANAUS, Prefeitura de, 2013, p. 5)

Estando o político a serviço da população, que lhe conferiu poderes para isso, a fala acima vai ao encontro constitucional e moral do que dele se espera, visto que é "inadmissível que uma informação seja sonegada à grande imprensa e, por consequência, aos cidadãos" (FERRARETTO, 2009, p. 51), cabendo à assessoria de imprensa essa missão, sem que se confunda informação com propaganda ideológica.

Mesmo com essa pretensão do prefeito, conforme já apontado, a Comunicação ocupa o último capítulo da Mensagem de 2013 e apresenta em oito páginas resultados iniciais da gestão e as metas para aquele ano, referindo-se ao período de 2 a 31 de janeiro de 2013, com gráficos e imagens que ilustram os números apresentados. Na primeira folha do capítulo, enfatiza-se a missão da Semcom e destaca-se que as primeiras ações desse órgão em 2013 "tiveram como foco a ocupação dos espaços jornalísticos nos veículos de comunicação locais, de todas as formas de mídias" (MANAUS, 2013, p. 141).

São apresentados dados de produções de informativos divididos nas seguintes subcategorias: televisão (com 95 vídeo releases[8] e 274 matérias veiculadas em Tv, sendo 172 positivas, 63 negativas e 39 neutras [dados de clipagem[9]]), rádios (251 áudio releases e 329 matérias veiculadas, sendo 235 positivas, 57 negativas e 37 neutras

[8] Release ou relise é, conforme Ferraretto (2009, p. 70), o "material de divulgação produzido pela assessoria de imprensa e destinado aos veículos de comunicação", devendo ser feito em linguagem jornalística. No caso do relise para televisão e para rádio, ou videorrelease e audiorrelease, como são chamados nas Mensagens Governamentais, atende as linguagens específicas dessas duas mídias.

[9] Clipagem ou clipping, segundo Pena (2012, p.136), "é a seleção de matérias sobre a empresa ou relacionadas e ela publicadas nos meios de comunicação", podendo ser oriunda de veículos impressos, on-line, de rádio ou televisão.

[dados de clipagem]), impressos (284 produções, sendo 228 matérias[10], 6 notas[11] e 56 sugestões de pauta[12], além de 1.431 matérias de interesse, sendo 1.170 positivas [82%] e 261 negativas [18%]), internet (subdividindo nas redes usadas à época, como Twitter [apresentando crescimento de 492 seguidores {5%}, saltando de 11.808 na para 12.300], Facebook [saindo de 7.359 para 12.100 seguidores, crescimento aproximado de 65%], Soundcloud [contabilizando o total de reproduções/plays: 873 em 30 podcasts[13]]) e marketing (com destaque à nova identidade visual da gestão – alianças nas cores verde, azul e amarela –, simbolizando "a união e o compromisso da nova gestão com a cidade e com o seu povo" [Ibidem, p. 146]), dados a seguir (quadro 2).

Além disso, entre os objetivos apresentados na última página do capítulo voltado à Comunicação, nota-se o desejo de utilizar espaços com potencial de grande alcance, tendo como foco a internet, como estratégia para comunicar ao público ações da gestão. Entre as metas citadas, estão: modernizar o portal da prefeitura; utilizar "todas as mídias sociais", postagem de "vídeos jornalísticos no Youtube" e "ocupação de espaços jornalísticos em veículos alternativos e espaços alternativos de mídia".

QUADRO 2 – A Semcom na Mensagem Governamental de 2013			
Nominação dos tipos de Mídias	**Números e produções**	**Observações e outros destaques**	**Metas para o ano**
Televisão: - Vídeo-releases - Clipagem	 95 274 (172	Marketing destaca a nova identidade	Modernizar o portal da prefeitura; utilizar "todas as mídias

[10] No Brasil, matéria, na área do jornalismo, é o texto em linguagem jornalística. No caso da assessoria de imprensa, entenda-se o termo como o release. Fonte: explicação do autor.

[11] Nota é também um texto jornalístico, mas de rápido consumo. Segundo Pena (2012, p.137) "é uma das estratégias das assessorias de imprensa para chamar a atenção para um determinado assunto".

[12] A sugestão de pauta, também chamado aviso de pauta, é um comunicado/convite feito pela assessoria e enviado à imprensa sobre eventos promovidos pela pessoa, empresa ou instituição (PENA, 2012, p. 136).

[13] "O Podcast, também conhecido como podcasting, é um sistema de produção e disseminação de conteúdos sonoros, textos e imagens para diversas plataformas digitais através da Internet" (GRECO, 2016, p. 41), sendo "um material entregue na forma de áudio, semelhante a um rádio, e fica disponível para que se possa ouvir quando quiser". Fonte: BOSCARIOL, Matheus. Podcast: o que é, para que serve e como fazer um podcast. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/talent-blog/o-que-e-podcast/>

	positivas, 63 negativas e 39 neutras)	visual da gestão – três alianças nas cores verde, azul e amarela – simbolizando "a união e o compromisso da nova gestão com a cidade e com o seu povo" [p.146])	sociais", postagem de "vídeos jornalísticos no Youtube", "ocupação de espaços jornalísticos em veículos alternativos e espaços alternativos de mídia", apoio de patrocínio de transmissões jornalísticas de eventos culturais e esportivos, apoio na divulgação das ações e programas das secretarias e "Criação e divulgação de campanhas educativas e de utilidade pública, com o objetivo de informar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar para adotar comportamentos que lhes tragam benefícios sociais, visando melhorar sua qualidade de vida." (p. 147)
Rádios:			
- Áudio-releases	251 (sendo 123 com sonoras e, 87 sem e 51 sugestões de pautas)		
- Clipagem	329 (235 positivas, 57 negativas e 37 neutras)		
Impressos			
- Press release	284		
- Veiculação	1.431 (1.170 positivas [82%] e 261 negativas (18%)		
Internet			
- Facebook	De 7.359 para 12.100 seguidores		
- Twitter	De 11.808 para 12.300 seguidores		
- Soundcloud	873 plays em 30 podcasts		

Fonte: Elaborado pelo autor a partir da Mensagem Governamental de 2013

Embora os dados se refiram ao primeiro mês do primeiro ano do novo governo, já se apresenta a tônica com a qual se pretende seguir na gestão da Comunicação. Há uma tendência de investimento em produções para múltiplas mídias e plataformas, bem como distintas linguagens, incluindo a comunicação digital a partir das redes sociais, como canal direto entre prefeitura e cidadão. A propósito, em pouco tempo, já se nota um crescimento no Twitter e de quase o dobro de seguidores no Facebook, além do uso do Soundcloud, para postagem dos podcasts, itens que serão mais explorados adiante.

1.2.2. Mensagem Governamental de 2014: Comunicação

A segunda Mensagem Governamental apresentada[14], a de 2014 (figura 3), possui dados do ano de 2013 e as metas para o vigente. O conceito visual já difere muito do elaborado no ano anterior, visto que na capa os anéis que simbolizam a gestão àquela época estão em evidência, combinando com os tons de verde e amarelo, que, entende-se, por ser ano da realização da Copa do Mundo FIFA Brasil 2014, que teve Manaus como uma das cidades sede, remeta ao evento e ao envolvimento da gestão municipal. Outro diferencial é a sutil mudança do título da publicação, que inclui o nome Virgílio no nome do prefeito, diferente da anterior que trazia apenas Arthur Neto.

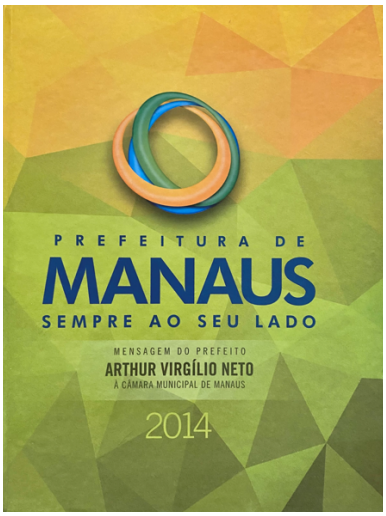

Figura 3 – Capa da Mensagem Governamental de 2014
Fonte: Foto do autor, publicação cedida pela Semcom (Não há versão digital disponível)

A exemplo de 2013, o capítulo voltado à Comunicação figura como o último, desta vez, sendo o 24º, iniciando na página 238 e seguindo até a 245. A primeira subdivisão já mostra que parte da meta estabelecida no ano anterior estava em curso, por começar o balanço da Comunicação daquele ano destacando o avanço nas mídias digitais, dando visibilidade ao aumento exponencial no número de seguidores na página da Prefeitura de Manaus no Facebook, saltando de 7.359 em 30 de dezembro de 2012

[14] Em 2014, a Mensagem do Prefeito Arthur Virgílio Neto à Câmara Municipal foi apresentada em 10/02. FALCÃO, Alita. Prefeito destaca equilíbrio financeiro e transformação da cidade durante o primeiro ano de gestão. Disponível em: < https://www.manaus.am.gov.br/noticia/prefeito-destaca-equilibrio-financeiro-e-transformacao-da-cidade-durante-o-primeiro-ano-de-gestao/>

para 84.200 em 31/12/2013 (MANAUS, 2014, p. 240). Outras plataformas digitais são apresentadas ao público, como Instagram, Issuu e Foursquare, além das já usadas Twitter e Soundcloud. O YouTube também foi incorporado como uma nova mídia.

Quando o assunto é redes sociais e mídias digitais, cabe uma rápida ponderação. Afinal, as relações entre os seres humanos podem definir as redes sociais, de forma simplória e sem se aprofundar nas discussões das ciências sociais sobre o conceito. O estudo das redes ganhou maior notoriedade, principalmente, a partir das tecnologias que possibilitaram as redes sociais conectadas pela internet, por meio das mídias digitais.

Martino (2014, p. 58) afirma que "na medida em que as ações nas redes sociais online e na vida cotidiana se articulam de maneira cada vez mais próxima, os fatores políticos, sociais e econômicos podem ganhar em relevância". Por isso, assim como o mundo real é levado para as redes sociais em âmbito digital, as discussões ocorridas na internet têm o potencial de gerar atitudes e ações no mundo físico.

> Isso leva a pensar, entre outros elementos, no poder político das redes sociais – a partir de um ponto de vista otimista, a arquitetura horizontal das redes permite aos participantes passarem por cima de barreiras institucionais e mesmo governamentais na troca de informações; por outro lado, é possível pensar também até que ponto as redes sociais, de fato, são usadas para fins políticos e democráticos mais do que para saber quem mudou o status do perfil de "solteiro" para "casado". (MARTINO, 2014, p. 58 e 59)

Esclarecido isso, o capítulo aborda que "a Semcom também priorizou o rádio como veículo essencial de comunicação, em função de seu grande alcance e baixo custo de veiculação publicitária" (MANAUS, 2014, p. 242). Além de produções jornalísticas para esse meio de comunicação, que somaram 2.778 produções de janeiro a dezembro de 2013, sendo 1.148[15] com sonora, com uma explicação entre parênteses contendo a palavra entrevista, e 1630 sem, há ainda a apresentação do "Momento Cidadão", definido como "um produto publicitário com linguagem informativa" (Ibidem) veiculado no espaço comercial das rádios, sendo produzidos 208 no período de abril a novembro de 2013, e ainda há o Podcast, "outro produto criado pelo setor de rádio da

[15] Na apresentação oficial deste dado, há um erro, colocando-o como 1.1148 (MANAUS, 2014, p. 242). Após checagem do autor junto à Semcom, o mesmo foi corrigido aqui para 1.148.

Semcom, em 2013" (Ibidem), que é um informativo gravado em áudio e publicado na internet, cujo balanço diz que foram produzidos 292, totalizando 15.294 acessos.

Interessante observar que no Amazonas, quando o rádio surge, a prioridade eram informações ligadas à economia, principalmente ligadas ao contexto da época – o período da borracha e extrativismo –, além dos horários da chegada e partida de embarcações de outras cidades ou estados, se moldando, portanto, ao cotidiano dos amazonenses. "Ora direcionou os caminhos da política, ora reorganizou o pensamento social" (OLIVEIRA, E.M.M, 2017, p. 49).

> A tônica da política acompanha o radio amazonense desde a primeira emissora, instalada pelo então presidente do Estado, Efigênio Salles. Anos depois, a história mostra as influências do interventor Álvaro Maia. Também revela que grande parte das emissoras de rádio teve ou tem políticos entre seus proprietários. Claro que essa presença nas emissoras reflete nas mensagens veiculadas no dia a dia da população, por meio da exploração das falhas ou do enaltecimento dos feitos da classe política. (OLIVEIRA, E.M.M., 2017, p. 50)

Mesmo com o surgimento e avanço da internet, os "meios de comunicação de massa", como o próprio rádio, a televisão e produtos impressos, ainda são veículos que as organizações têm como alvos para levar suas mensagens às audiências que também podem ser "de massa" (WRIGHT, apud TORQUATO, 2015, p. 36), mesmo que essa exposição ocorra em pequenos grupos e até individualmente. "O que caracteriza o meio como de massa, no entanto, é o fato de que, sob o ponto de vista do comunicador, a mensagem é endereçada a quem interessar possa" (Ibidem).

A categoria Televisão se limita a informar que "as principais ações, programas e eventos da Prefeitura são registrados em vídeo pelas equipes de vídeo-release da Semcom" (MANAUS, 2014, p. 243) e que, conforme balanço, foram produzidas 1.251 matérias de vídeo-release em 2013 e que o aproveitamento chegou próximo a 70%, diariamente. Outro destaque vai para a "Mídia Impressa". Segundo o balanço, os "chamados press-releases", cuja explicação entende-se no tópico a seguir, alcançaram "a marca recorde de 4.685", divididos em matérias ou notas (3.696) e sugestões de pautas (989), com aproveitamento médio idem de 70% em jornais locais. No trecho, há ainda uma explicação sobre o processo de produção dos textos informativos:

> Diariamente, as equipes de jornalismo da Semcom produzem, redigem e distribuem para todos os jornais impressos da cidade, matérias jornalísticas sobre as ações, programas e serviços da Prefeitura de Manaus. Esse trabalho tem a colaboração das equipes de assessorias de imprensa de órgãos e secretarias municipais. (MANAUS, 2014, p. 243)

Nota-se, então, que o assessor de imprensa, segundo Ferraretto (2009, p. 15) "acaba assumindo diversas outras funções (...) porque o jornalista é identificado, dentro da instituição, como um profissional com grande domínio de técnicas de redação, podendo contribuir, com seus textos, para uma melhor comunicação com o público", algo que se reflete na própria condução da Semcom, como é tratado no item 1.3 deste.

Destacam-se ainda o "Novo Portal"[16], anunciado como meta na Mensagem anterior, desenvolvido pela Semcom com projeto "mais leve, mais moderno, de fácil visualização, acompanhando as tendências modernas de comunicação na web" (Ibidem, p. 243), anunciando que as páginas de cada secretaria municipal também serão modernizadas; um vídeo para internet intitulado "Amazônia Manauara"[17], com duração de 2min21seg, cuja proposta é de "divulgar a cidade de Manaus como produto turístico para o mundo todo" (Ibidem, p. 244); e Publicidade e Patrocínios.

Entre as metas de 2014, constam melhorias de relacionamento com mídias alternativas; maior interação nas redes sociais; maior interlocução com os órgãos municipais para divulgação de suas atividades; criação e implantação de um sistema de comunicação municipal, com padronização de linguagem; concepção e implantação da política oficial de patrocínios; campanhas de divulgação publicitária nacional e internacional; produção de informativos impressos para distribuição em locais de grande concentração pública; coordenação do comitê de Comunicação para Gestão de Crise na Copa do Mundo; elaboração de protocolo de atendimentos a jornalistas nacionais e internacionais com vistas ao período da Copa; capacitação dos profissionais de comunicação da prefeitura em inglês básico e cobertura de grandes eventos (quadro 3).

---

[16] Portal da Prefeitura Municipal de Manaus: <https://www.manaus.am.gov.br>

[17] "Amazônia Manauara" é um vídeo publicitário descrito como "um mergulho pelos mistérios e a beleza de Manaus, a capital no coração da Amazônia". Disponível em: <https://vimeo.com/77360512>

QUADRO 3 – A Semcom na Mensagem Governamental de 2014			
Nominação dos tipos de Mídias	**Números e produções**	**Observações e outros destaques**	**Metas para o ano**
Televisão: - Vídeo-releases - Clipagem Rádios: - Áudio-releases - Momento Cidadão Impressos - Press release - Clipagem Internet - Facebook - Twitter - Soundcloud - Instagram (novo)	1.251 Aproveitamento de 70% 2.778 (1.148 com sonora e 1630 sem) 208 spots 4.685 (3.696 matérias ou notas e 989 sugestões de pautas [aproveitamento de 70%] 78% de matérias espontâneas e 22% negativa; De 7.359 para 84.200 seguidores (crescimento de 1.044%) De 11.808 para 16.767 seguidores (crescimento de 41%) 15.594 plays em 592 podcasts 989 seguidores 526 seguidores e 5496	Com objetivo de promover Manaus para o mundo, a Semcom produziu um vídeo chamado “Amazônia manauara” (2min51seg) para veiculação na internet; Na publicidade, explica-se a atuação dividida em publicidade legal, institucional e de utilidade pública; Em patrocínios, destaque a apoios dado pela Prefeitura, por meio da Semcom, a eventos culturais, esportivos e ambientais, além de transmissões de TVs e portais para cobertura de eventos na cidade, como Carnaval, Boi Manaus, Réveillon e inauguração do	Melhorias de relacionamento com mídias alternativas; maior interação nas redes sociais; maior interlocução com as secretarias e órgãos municipais para divulgação de suas atividades; criação e implantação de um sistema de comunicação municipal, com padronização de linguagem; concepção e implantação da política oficial de patrocínios; campanhas de divulgação publicitário para âmbito nacional e internacional; produção de informativos impressos para distribuição gratuita em locais de grande concentração pública; coordenação do comitê de Comunicação para Gestão de Crise na Copa do Mundo, que teve Manaus como subsede; elaboração de protocolo de atendimentos a jornalistas nacionais

Foursquare (novo) Issuu (novo)	visualizações 36 documentos e 54.498 impressões	Mercado Adolpho Lisboa e Ponta Negra;	e internacionais com vistas ao período da Copa; capacitação dos profissionais de comunicação da prefeitura em inglês básico e cobertura de grandes eventos (p. 245)

Fonte: Elaborado pelo autor a partir da Mensagem Governamental de 2014

O balanço das ações da Semcom contidos na Mensagem de 2014 demonstram uma estratégia de posição, em busca de ocupar os lugares nos quais a "massa" se encontra. Diferente da de 2013, que pareceu entregar uma estratégia de pretexto, apresentando um truque para falar das ações tomadas no primeiro mês de governo. Ambas, entretanto, embora possam se diferenciar em números, visual e estratégias, parecem estar em busca de uma perspectiva de comunicação para os próximos anos.

1.2.3. Mensagem Governamental de 2015: Comunicar para aproximar

A Mensagem Governamental apresentada[18] em 2015 (figura 4) possui uma significativa mudança em comparação às anteriores, de 2013 e 2014, que serão pontuadas a seguir. No item Comunicação, que além de não estar mais no último ou entre os últimos capítulos, a publicação recebeu um título, diferente das anteriores em que constava apenas a palavra fim do serviço municipal.

Intitulada "Comunicar para aproximar", esse é o quinto capítulo de um total de 26, apresentando também número maior de páginas, um total de 14, seguindo da 38 até a 51. Além de possuir mais páginas e de aparecer nos primeiros balanços, a publicação se mostra dedicada a mostrar o que o ano da Copa do Mundo de futebol significou para Manaus e qual a contribuição dada pela Comunicação nesse segmento.

[18] Em 2015, a Mensagem do Prefeito Arthur Virgílio Neto à Câmara Municipal foi apresentada em 09/02. FALCÃO, Alita. Prefeito afirma que Manaus está preparada para enfrentar crise econômica. Disponível em: <https://www.manaus.am.gov.br/noticia/prefeito-afirma-que-manaus-esta-preparada-para-enfrentar-crise-economica/>

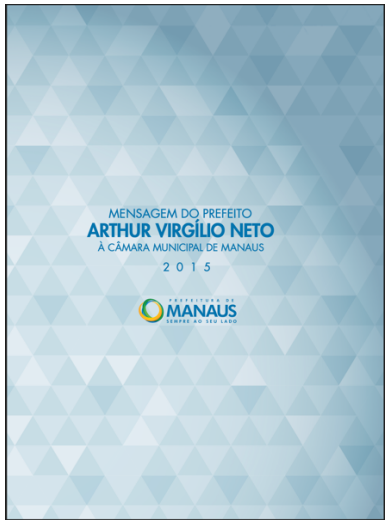

Figura 4 – Capa da Mensagem Governamental de 2015
Fonte: https://issuu.com/prefeiturademanaus/docs/2015

Antes, porém, o capítulo demonstra querer explicar melhor aos leitores qual, afinal, é a função da Semcom dentro da administração municipal:

> Com função estratégica na estrutura organizacional da Prefeitura de Manaus, a Secretaria Municipal de Comunicação atua na construção da credibilidade da administração municipal, trabalhando a exposição correta da imagem institucional do Executivo municipal e no estímulo de posicionamentos favoráveis da opinião pública. É o órgão de assessoramento de comunicação direto do prefeito da cidade. Para isso, atua dentro dos modernos conceitos da comunicação institucional, agregando valores e facilitando os processos interativos da prefeitura com os diferentes públicos, a opinião pública, a sociedade e, também, de forma integrada e sinérgica com as demais secretarias municipais, utilizando-se, nessas atividades, de todas as formas de comunicação. De forma coletiva, atendendo ao que dispõe a Lei Delegada no 1, de 31/7/2013, a Semcom coordena e interage junto às assessorias das demais secretarias municipais, estabelecendo um fluxo de comunicação que permite ao todo enxergar o específico e vice-versa, funcionando como apoio nas tomadas de decisão com consultas e orientações, reuniões, definições de estratégias para programas/problemas/crises específicos e coordenação geral da comunicação institucional. (MANAUS, 2015, p. 39 e 40)

Notório também que, além da atividade fim, o texto deste tópico descreve ainda atuações da secretaria no cotidiano, como o fluxo de produção de uma agência de comunicação, com envio de materiais para diferentes mídias e plataformas, bem como o recebimento de demandas de veículos de imprensa, planejamentos de campanhas e peças publicitárias, além de responder pela publicação legal de atos administrativos, o que inclui a "coordenação editorial da mensagem anual do prefeito de Manaus à Câmara

Municipal, trazendo um balanço de todas as áreas de atuação, bem como as metas de realizações para o ano em curso" (MANAUS, 2015, p. 42).

Outra mudança apresentada, é a divisão evidente dos tipos de conteúdos em Jornalismo e Publicidade e Propaganda, cada um com subcategorias. No caso do que a Semcom categoriza como jornalismo, por exemplo, destaca-se a produção de 4.324 press releases (3.594 matérias e 730 sugestões de pauta), uma média de 360 por mês. Tal trabalho "é ininterrupto, funcionando também aos sábados, domingos e feriados, em consonância com as necessidades dos órgãos da administração e as demandas dos veículos de comunicação" (Ibidem).

Outro ponto é voltado às produções para televisão, intitulado "Videojornalismo", acrescentando logo na primeira linha que foram 995 "videorreportagens" produzidas pela Semcom e distribuídas às emissoras de Tv. "O serviço de vídeo-release é realizado por uma empresa contratada por meio de licitação, sob a orientação e supervisão da Semcom" (p.42). Contudo, segundo Thomé (2011, p. 8):

> A videorreportagem é um formato informativo que tem particularidades próprias se comparada às reportagens jornalísticas tradicionais: ao invés de seguir uma rotina de produção onde diversos profissionais se ocupam de áreas específicas, é realizada por um único profissional, responsável por toda a execução da matéria.

Ora, visto que, conforme mencionado no capítulo anterior, a Semcom possui "equipes de jornalismo" para realizar o serviço de levar informações com o auxílio de recursos audiovisuais destinados às televisões, o termo videojornalismo está aplicado de forma incorreta, visto que, a exemplo da videorreportagem, a palavra designa uma produção feita por um único profissional. O termo correto, no caso da assessoria de imprensa, seria o videorrelease, também citado pela Semcom, mas com a proposta de ser, equivocadamente, sinônimo de videojornalismo ou videorreportagem.

Já o tópico "Radiojornalismo" informa que "o departamento de Rádio da Secretaria Municipal de Comunicação consolidou suas atividades" (MANAUS, 2015, p. 43) e que foram produzidas, de janeiro a dezembro de 2014, um total de 3.415 matérias

para rádio, destacando crescimento de 22% em relação a 2013. Outra produção destacada é a do podcast, com 730 produções em um ano e somando 56.568 acessos.

> Dessa forma, a Prefeitura de Manaus acompanha as novas tendências da Comunicação, protagonizando a radiomorfose[19], termo utilizado por renomados pesquisadores da área para de- nominar a transformação do rádio diante de novas mídias, apresentando uma linguagem híbrida junto à internet. (MANAUS, 2015, p. 43)

O trabalho com as mídias sociais, aliás, mais uma vez figura entre os principais avanços, já que a Semcom incorporou como atividade o atendimento de demandas a partir das mídias sociais. Só o Facebook alcançou 200 mil curtidas, enquanto o Instagram teve 226% de crescimento, chegando a 3,5 mil seguidores, com as mídias sociais Twitter e Soundcloud completando a lista e desconsiderando outras.

> A utilização das mídias sociais na Comunicação da Prefeitura de Manaus tem sido uma das estratégias mais significativas na aproximação do Poder Público com a população moradora da cidade, contribuinte e usuária dos serviços públicos, revelando-se como instrumento de grande importância na identificação de problemas e respostas rápidas, além de trazer um conceito de modernidade à comunicação institucional. (MANAUS, 2015, p. 44)

Também é válido observar que, diferente das Mensagens anteriores, nesta a Comunicação não apresenta metas para 2016, algo incomum por não ser o último ano de governo da gestão. O protagonismo em texto, imagens e números é dado à atuação da administração municipal no período da Copa do Mundo de Futebol Fifa Brasil 2014, que teve Manaus como cidade sede[20], assunto muito explorado pela prefeitura em campanhas publicitárias e informativos jornalísticos. Além disso, no item voltado à publicidade, há a menção a patrocínios (Ibidem), objetivando fortalecer a presença institucional e uma imagem pública favorável (quadro 4).

---

[19] Radiomorfose é conceito adaptado ao rádio apresentado por Prata (2009, p. 79), inspirado nos estudos sobre midiamorfose, que é "uma forma adaptada de pensar sobre a evolução tecnológica dos meios de comunicação" (FIDLER, 1997, p. 23 apud OLIVEIRA, E.M.M., 2017, p. 148).

[20] Foram quatro jogos da Copa de 2014 realizados na Arena da Amazônia: Inglaterra (1) X (2) Itália, em 14/06; Camarões (0) X (4) Croácia, em 18/06; Estados Unidos (2) X (2) Portugal, em 22/06; e Honduras (0) X (3) Suíça, no dia 25/06. Naquele ano, a Alemanha foi a campeã, com a Argentina em segundo e o Brasil em quarto lugar, perdendo o terceiro para a Holanda. Fonte: 2014 FIFA World Cup Brazil™. Disponível em: < https://www.fifa.com/tournaments/mens/worldcup/2014brazil>

QUADRO 4 – A Semcom na Mensagem Governamental de 2015			
Nominação dos tipos de Mídias	**Números e produções**	**Observações e outros destaques**	**Metas para o ano**
Jornalismo - Press release - Clipagem **Videojornalismo** - videorreportagens - vídeos para Youtube **Radiojornalismo** - Matérias para rádio - Podcasts **Internet** - Facebook - Twitter - Instagram - Soundcloud	4.324 (3.594 matérias e 730 sugestões de pautas; 12.784 matérias publicadas (9.654 positivas [76,11%] e 3.030 negativas) 995 240 3.415 730 / 56.568 plays 200 mil curtidas 23,8 mil seguidores 3,5 mil seguidores (226% de crescimento) 1.264 podcasts e 69.863 plays	Na publicidade e propaganda, seja de caráter institucional, utilidade pública ou legal, utilização de forma integrada e convergente, a exemplo do jornalismo, novas ferramentas e canais de comunicação associadas às mídias tradicionais; Patrocínios: fortalecer a presença institucional e uma imagem pública favorável. Manaus na Copa: coordenação e planejamento do Plano de Comunicação da Copa;	Não há.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir da Mensagem Governamental de 2015

Nota-se que a Mensagem Governamental de 2015, no quesito Comunicação, foca em duas principais estratégias, no sentido de demarcar posição próximo ao público

que se pretende alcançar, habitantes da cidade de Manaus: o uso de mídias tradicionais e de "massa", como rádio, televisão e publicações impressas, e o de mídias digitais. Além disso, para alcançar outros públicos, utiliza-se de um grande evento, como a Copa do Mundo, para também promover não apenas a cidade, mas a instituição. A Semcom, por meio dessa publicação, parece demonstrar um caminho estratégico no sentido de Plano e Padrão, conforme apontado por Mintzberg et al. (2000 apud Rebelo, 2004, p. 69 e 70).

1.2.4. Mensagem Governamental de 2016: Secretaria Municipal de Comunicação

A Mensagem de 2016 (figura 5) apresentada pelo prefeito[21] possui um total de 206 páginas e a Comunicação ocupa novamente o quinto capítulo, de um total de 23, iniciando na página 50 e seguindo até a 59. Desta vez, a seção recebe como título o próprio nome do órgão municipal: "Secretaria Municipal de Comunicação", destacando, mais uma vez, a sua missão nas primeiras linhas de apresentação: "A secretaria utiliza modernas ferramentas da comunicação, fazendo chegar à população informações sobre ações da administração municipal" (MANAUS, 2016, p. 50).

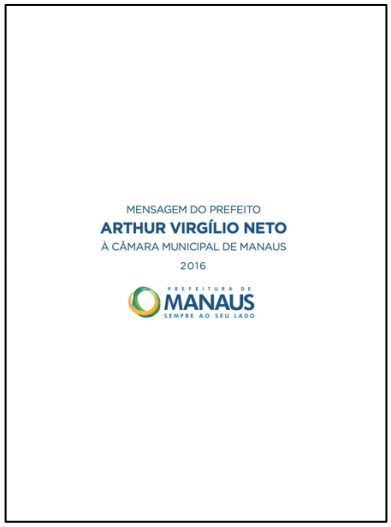

Figura 5 – Capa da Mensagem Governamental de 2016
Fonte: https://issuu.com/prefeiturademanaus/docs/mensagem_2016

[21] Em 2016, a Mensagem do Prefeito Arthur Virgílio Neto à Câmara Municipal foi apresentada em 15/02. MARINHO, Mário. Em mensagem à Câmara Municipal, Arthur reafirma compromisso com Manaus. Disponível em: <https://www.manaus.am.gov.br/noticia/em-mensagem-a-camara-municipal-arthur-reafirma-compromisso-com-manaus/>

A publicação dá destaque a uma "Comunicação Integrada", que evidencia o papel da Semcom como um "órgão responsável por trabalhar a imagem e credibilidade do Executivo municipal, não só perante a mídia como frente a toda a sociedade", servindo também como canal de comunicação do prefeito, mediante a justificativa de um maior alcance obtido com o uso das novas mídias digitais.

> Com equipes diurnas e noturnas – inclusive aos sábados, domingos e feriados – formadas por jornalistas, repórteres fotográficos, editores, repórteres cinematográficos e mídias sociais, além de outros profissionais como apoio, inclusive terceirizados, a rotina da Semcom funciona de forma integrada a de todos os outros órgãos da estrutura municipal. (MANAUS, 2016, p. 50)

Para Bueno (2008)[22], na prática, o conceito de Comunicação Integrada "funciona como uma palavra mágica para dizer, provavelmente, que a agência/assessoria 'faz qualquer negócio'", criticando ainda a existência de uma disputa entre profissionais da própria área de Comunicação: "em Comunicação (que tem a mesma origem da palavra comunhão), integrar significa estar junto, partilhar". Logo, define (Ibidem):

> Vamos ser mais precisos: quando nos referimos à comunicação integrada não queremos apenas dizer que as atividades de comunicação se tangenciam numa organização, mas que elas se integram umbilicalmente ao processo de gestão, de planejamento, de marketing e que obedecem a uma política e diretrizes comuns. A comunicação se integra não na superfície, não é uma questão de epiderme, mas de DNA, de cultura. É para valer mesmo.

Por outro lado, com o avanço das tecnologias e das mídias, os profissionais da área de Comunicação – sejam jornalistas, publicitários, relações públicas e outros – passam a ser cada vez mais demandados para o exercício de outras funções, que não as que lhe competem, em muitos casos conflitantes entre si e até externos ao que faziam antes, como a postura de gestor. "Cada vez mais, o profissional de comunicação precisa se posicionar como um consultor que contribui para a tomada de decisões, por meio de sua bagagem de informações, conhecimento de mercado e das especificidades de sua área" (MAFEI; CECATO, 2015, p. 67).

[22] BUENO, Wilson da Costa. A Comunicação Integrada entre o discurso e a prática. Disponível em: <https://portalimprensa.com.br/noticias/opiniao/129/a+comunicacao+integrada+entre+o+discurso+e+a+pratica>

Ainda segundo a publicação, em 2015, foram enviados à imprensa 2.984 releases e notas, além de 560 sugestões de pautas. Interessante notar que, pela primeira vez, surge uma explicação mais clara de como a própria secretaria se utiliza desse tipo de conteúdo que produz: "Depois da distribuição, todo o conteúdo é postado no portal (www.manaus.am.gov.br) e avaliado para as redes sociais" (MANAUS, 2016, p. 51).

Novamente, produções voltadas à televisão são denominadas "Videojornalismo" e "videorreportagens", equivocadamente, conforme já explicado, com o primeiro dando título a esse tópico. Ao todo, foram produzidas 1.260 videorreportagens em 2015 e 300 vídeos para a plataforma YouTube, somando 875 vídeos publicados com 215.694 acessos. Quanto ao "Radiojornalismo", foram 3.385 "áudio-releases" e 842 podcasts em 2015. Publicados no soundcloud, a o perfil da prefeitura na plataforma somava 2.207 produções e 165.900 acessos (Ibidem, p. 52).

Os outros dados da secretaria naquele ano apresentam balanços voltados às mídias digitais e à Publicidade e Propaganda, dedicando, aliás, a maior parte das 10 páginas da Mensagem voltadas à Semcom. Em relação ao Facebook, a página da Prefeitura de Manaus alcançou 230.168 fãs. No Twitter, chegou aos 47.708 seguidores (aumento de 100,4%) e no Instagram aumento ainda maior, de 14.500 seguidores (crescimento de 348,9%). A publicidade mostra a produção de campanhas que exaltam "uma nova cidade" e se prepara, a exemplo da Copa, para divulgação das Olimpíadas Rio 2016, que também teve Manaus como subsede.

Inclusive, entre as metas descritas para o ano, a maior parte está voltada ao evento esportivo, como o "desenvolvimento de estratégias pré, durante e pós-torneio olímpico" (MANAUS, 2016, p. 59), com divulgação local, nacional e internacional, capacitação dos profissionais de comunicação, atendimento à imprensa, parceria com a Secretaria de Estado de Comunicação Social (Secom)[23], comunicação visual para a cidade e uma nova reformulação do portal oficial da Prefeitura de Manaus (quadro 5).

[23] A Secom "é um órgão da administração direta do Poder Executivo, responsável pela definição de diretrizes, coordenação e o desenvolvimento da política de comunicação social do Governo Estadual, atuando no segmento de comunicação pública e publicidade institucional". Disponível em: <http://www.amazonas.am.gov.br/entidade/secretaria-de-estado-de-comunicacao-social-secom/>

QUADRO 5 – A Semcom na Mensagem Governamental de 2016			
Nominação dos tipos de Mídias	**Números e produções**	**Observações e outros destaques**	**Metas para o ano**
Jornalismo impresso - Releases - Sugestões de pauta - Clipagem - Clipagem **Videojornalismo** - videorreportagens - vídeos para Youtube - Saúde informa **Radiojornalismo** - áudio-releases - Podcasts - Momento Cidadão **Internet** - Facebook - Twitter - Instagram	2.984 560 9.997 (sendo 6.736 [67,38%] conteúdo positivo e 3.261 [32,62%] negativo; 1.260 300 24 edições 3.385 (1.446 com sonoras e 1939 notas) 842 (total de 2.207) e 24 / mês 230.168 fãs 47.708 seguidores (aumento de 100,4%) 14.500 seguidores (aumento de 348,9%)	Reforço na publicidade e propaganda institucional, legal e de utilidade pública, com campanhas que exaltam “uma nova cidade”; A exemplo da Copa de 2014, a Semcom atua nas ações de divulgação da cidade nos mercados nacional e internacional, preparando as estruturas para receber profissionais de comunicação que estarão na cidade para cobertura do evento esportivo.	Entre as metas descritas para o ano, a maior parte está voltada ao evento esportivo, como o “desenvolvimento de estratégias pré, durante e pós-torneio olímpico”, incluindo divulgação local, nacional e internacional, capacitação dos profissionais de comunicação, atendimento à imprensa, parceria com a Secretaria de Estado de Comunicação Social (Secom), comunicação visual para a cidade e uma nova reformulação do portal oficial da Prefeitura de Manaus, além de reformulação do novo portal da prefeitura. (p.59)

Fonte: Elaborado pelo autor a partir da Mensagem Governamental de 2016

A Mensagem Governamental de 2016, importante destacar, está em um contexto de fim de mandato, sendo o quarto ano de gestão vigente, logo um ano idem de eleições municipais. A presença da Comunicação até aqui parece ter estabelecido um plano, uma

estratégia e uma política a serem seguidas, algo que Ferraretto (2009, p. 35 e 36) compreende como diferentes etapas nas atividades de uma assessoria de Imprensa, e até de Comunicação, conforme a seguir:

- **Planejamento**: um processo abrangente, que define metas, objetivos, públicos-alvo da instituição e, acima de tudo, as políticas de comunicação a serem adotadas;
- **Políticas**: conjunto de normas em que se fundamenta a atividade de comunicação institucional (Rabaça e Barbosa, 1987, p. 468 apud Ferraretto, 2009, p.35);
- **Planos**: Documentos que, com base naquilo que foi estabelecido no planejamento, definem que tipo de atitude será adotado normalmente para prestar os serviços de assessoria;
- **Estratégias**: Táticas que precisam ser aplicadas, fazendo parte do processo global de planejamento e norteadas pelas diretrizes indicadas;

Baseado nisso, inicialmente sobre o prisma da Comunicação, e mais adiante pelo da sociologia, tem-se nesse primeiro mandato uma busca por estabelecer a comunicação como sistema (TORQUATO, 2015, p. 23), ou seja, organizada por elementos que dão força à atuação, como fontes, codificador, canal, mensagem, decodificador e receptor, que se divide em duas etapas: transmissão da mensagem e controle da comunicação pela fonte. Tal processo leva a enxergar a comunicação como poder, como será explorado.

1.2.5. Mensagem Governamental de 2017: Secretaria Municipal de Comunicação

A Mensagem apresentada pelo prefeito[24] reeleito possui 209 páginas e funciona também de balanço do mandado recém-concluído. Visualmente diferente das anteriores, já não mais apresentando os anéis como símbolo, mas trazendo o brasão da cidade no

[24] Em 2017, a Mensagem do Prefeito Arthur Virgílio Neto à Câmara Municipal foi apresentada em 06/02. MONTEIRO, Eriana. Câmara reabre trabalhos com a leitura da mensagem anual do prefeito Arthur Virgílio Neto. Disponível em: <https://www.cmm.am.gov.br/camara-reabre-trabalhos-com-a-leitura-da-mensagem-anual-do-prefeito-arthur-virgilio-neto/>

lugar, a publicação apresenta em seu título, pela primeira vez, a mensagem do prefeito destinada não mais somente à Câmara, mas “ao povo de Manaus” (figura 6).

Figura 6 – Capa da Mensagem Governamental de 2017
Fonte: https://issuu.com/prefeiturademanaus/docs/mensagem_2017_web

No que se refere à comunicação, no entanto, os conteúdos ocupam apenas das páginas 30 a 37. Além de destacar o contato direto com o público, por meio da Publicidade e das Mídias Sociais, a publicação volta a dar destaque ao trabalho que envolve produções voltadas ao setor de jornalismo da secretaria, contando com o apoio de uma equipe composta por jornalistas, repórteres, fotógrafos, cinegrafistas, motoristas e editores, que se revezam em horário comercial e plantões à noite e fins de semana e feriados para entregar conteúdos atualizados à imprensa e ao público.

> As estratégias de comunicação da Semcom visam a unificar a identidade da Prefeitura, integrando todas as informações relacionadas a seus órgãos. Jornalistas / assessores atuam como peças fundamentais para captar, analisar e formular em conjunto com a Semcom, a estratégia ou ação mais adequada para divulgação, assim como tomar decisões e administrar possíveis crises. (MANAUS, 2017, p. 31)

Nesta mesma edição, continua clara a divisão dos conteúdos por mídias e o foco às produções de textos jornalísticos para divulgar as ações da prefeitura, sendo os releases e as sugestões de pauta os mais frequentes, partindo tanto da própria Semcom, quanto das assessorias de imprensa que fazem parte da estrutura das secretarias municipais. No balanço, as apresentações são divididas em Jornalismo Impresso,

Videojornalismo e Radiojornalismo, possuindo esta última duas subdivisões: Momento Cidadão e Podcast.

No Jornalismo impresso (MANAUS, 2017, p. 32), a publicação traz apenas o número geral, de que foram produzidos 14.984 releases nos quatro anos anteriores. Uma característica presente no texto daquele ano é que tais conteúdos "após distribuição" eram "imediatamente postados no Portal da PMM (www.manaus.am.gov.br)" para consultas, destacando ainda o acompanhamento do aproveitamento dessas matérias nos jornais impressos da cidade, apontando que do que foi publicado 65% foi positivo e 35% foi negativo, sem enfatizar o período ou mais detalhes.

Quanto ao chamado "Videojornalismo" (Ibidem, p. 32), conforme já explicado que segue apontado equivocadamente no texto, também como "videorreportagens", referindo-se à produção de videorreleases, na verdade, ou seja, o conteúdo prepara pela assessoria de imprensa voltado exclusivamente às emissoras de televisão, as produções são feiras por uma equipe que une servidores da Semcom e uma empresa terceirizada, selecionada via licitação, apontando que foram produzidas 4.479 em quatro anos.

Na sessão sobre Radiojornalismo (Ibidem, p. 33), os números são apresentados de forma geral e detalhados por ano, apontando que de janeiro de 2013 a dezembro de 2016 foram produzidos e distribuídos 12.296 audiorreleases (textos com sonoras – trechos em áudio de entrevistas de personagens), além de informar que foram produzidos mais de 2 mil podcasts e que o "Momento Cidadão" – um informativo de um minuto que veiculava em intervalos comerciais – era a principal "vitrine" da prefeitura nas emissoras de rádio.

Em relação às Mídias digitais, conforme consta na publicação, o Facebook alcançou o número de 245 mil seguidores, enquanto o Instagram chegou aos 22,2 mil. Além disso, é contabilizado ainda o número de podcast publicados na rede social Soundcloud, um total de 2.326 faixas, somando 184.598 acessos. "Nenhuma gestão do Executivo municipal em Manaus esteve tão próxima da população quando nos últimos quatro anos. (...) Além da equipe, o próprio prefeito busca, sempre que pode, fazer essa interação" (Ibidem).

Além disso, no item voltado à Publicidade e Propaganda, destacam-se ações de publicidade legal (balanços, atas, editais, avisos, decisões, convocações para audiências públicas, além de processos licitatórios), institucional (ações da prefeitura nas mais diversas áreas, utilizando como mídias veículos impressos, televisivos, rádios e outdoors, além de mobiliários urbanos, busdoor e internet) e de utilidade pública (que orienta, alerta e mobiliza a população sobre assuntos de relevância social), inclusive com a realização de campanhas autorizadas no período eleitoral.

Outras publicações impressas são citadas como produção da Semcom, como as revistas "Viva Manaus" e "Manaus" e jornais para cada área da cidade: "Zona Leste", "Zona Sul", "Zona Norte", "Zona Oeste", além de edições do "Jornal Manaus" e da coordenação da própria Mensagem do Prefeito à Câmara Municipal. Importante citar ainda o destaque às coberturas jornalísticas da Copa do Mundo de Futebol FIFA Brasil 2014 e das Olímpiadas Rio 2016, eventos esportivos que tiveram Manaus como cidade-sede e subsede, respectivamente. Nas metas (Ibidem, p. 37) destacam-se: "ampliar a divulgação de conteúdos", "introduzir novos recursos tecnológicos ao trabalho diário" e "disponibilizar ao público o novo portal oficial da Prefeitura" (quadro 6).

QUADRO 6 – A Semcom na Mensagem Governamental de 2017			
Nominação dos tipos de Mídias	**Números e produções**	**Observações e outros destaques**	**Metas para o ano**
Jornalismo impresso - Releases, notas e sugestões de pauta - Clipagem - Clipagem **Videojornalismo** Videorelease	14.984 (4 anos) De todo material publicado (estimulado ou espontâneo) 65% positivo e 35% negativo 4.479 (4 anos)	Balanço de Publicidade e Propaganda com ações de publicidade legal, institucional e de utilidade pública, com campanhas autorizadas durante o período	Ampliar divulgação de conteúdos; Reformular as estruturas físicas interna da Semcom; Adquirir novos equipamentos compatíveis com as funções desempenhadas pela Semcom; Introduzir novos recursos tecnológicos ao

Radiojornalismo - áudio-releases - Podcasts - Momento Cidadão **Mídias sociais** - Facebook - Instagram - Soundcloud **Publicações** - Revista Viva Manaus - Revista Manaus - Jornais “Zona Leste”, “Zona Sul”, “Zona Norte”, “Zona Oeste” - Jornal “Manaus” - Mensagem do Prefeito à Câmara Municipal de Manaus (coordenação)	12.296, sendo 2.604 em 2016 (1.184 com sonora e 1.420 notas) Mais de 2 mil produções (1.923 reportagens, 179 Mensagens do Prefeito e 127 Boletins Municipais) e 150 mil acessos 24 / mês 245 mil seguidores 22,2 mil seguidores 2.326 faixas e 184.598 reproduções 6 edições 2 edições - 4 edições	eleitoral; Trabalho integrado com demais órgãos de organização da Copa do Mundo e das Olimpíadas para discutir, planejar e executar ações para o período pré, durante e pós-eventos;	trabalho diário que possibilitem a oferta de novos produtos, a exemplo da galeria de fotos online, vídeo-release formatado para transmissão rápida por aplicativos via internet, vídeos compactados para veiculação em redes sociais em tempo real, todos já em fase de teste; Fortalecer as estratégias de divulgação de Manaus como polo de turismo tanto para o trade doméstico quanto internacional; Fortalecer os eventos já consolidados, bem como estimular novos eventos, por meio de estratégias de comunicação desenvolvidas em parceria com os órgãos realizadores; Disponibilizar ao público o novo portal oficial da Prefeitura de Manaus, em parceria com a Subsecretaria Municipal de Tecnologia da Informação (SubTI).

Fonte: Elaborado pelo autor a partir da Mensagem Governamental de 2017

Em 2017, observa-se que a Semcom se apresenta na Mensagem Governamental como um órgão com estratégias amadurecidas de comunicação, sem desconsiderar uma perspectiva em relação ao novo mandato que se inicia. A mudança no visual – da capa

da Mensagem Governamental e do novo símbolo da gestão – parece incentivar a sensação de renovação, por mais que o governante seja o mesmo. A partir daqui se renova um olhar sobre o que as próximas Mensagens podem revelar sobre a gestão.

1.2.6. Mensagem Governamental de 2018: Comunicação

A Mensagem Governamental apresentada[25] em 2018 (figura 8), segue tendência da anterior, visualmente mais elaborada, porém, com a mudança do próprio brasão, símbolo da cidade de Manaus, e que passa a ser a identidade visual oficial da Prefeitura de Manaus[26], ficando vedada aos órgãos do Executivo Municipal a utilização de outra identificação. A aplicação segue o que recomenda o Manual de Identidade Visual[27].

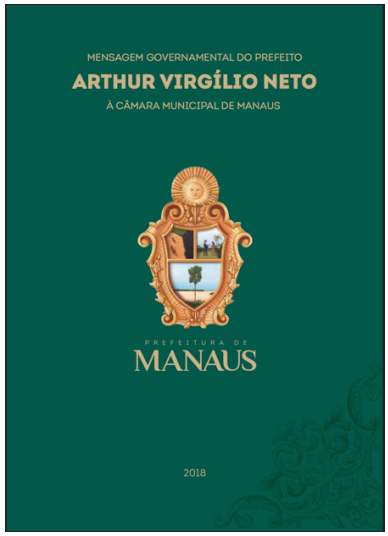

Figura 8 – Capa da Mensagem Governamental de 2018
Fonte: https://issuu.com/prefeiturademanaus/docs/mensagemdoprefeito2018

Sob o título de "Sintonia com as novas tecnologias", o texto de abertura do capítulo voltado à Comunicação traz como destaque a frase que funciona como um

[25] Em 2018, a Mensagem Governamental do Prefeito Arthur Virgílio Neto à Câmara Municipal foi apresentada em 06/02. MARCONDES, Ulysses. Prefeito destaca equilíbrio econômico do Município no início do ano legislativo. Disponível em: <https://www.manaus.am.gov.br/noticia/prefeito-destaca-equilibrio-economico-do-municipio-no-inicio-do-ano-legislativo/>

[26] MANAUS. Legislação Municipal. Decreto Nº. 3727, de 28 de junho de 2017. "Determina a utilização do Brasão do Município de Manaus como identidade visual oficial da Prefeitura Municipal de Manaus, e dá outras providências". Disponível em: <http://leismunicipa.is/lrjvn>

[27] Disponível em: <https://issuu.com/prefeiturademanaus/docs/manual_id_pmm2019_23-04-2019>

subtítulo “Adesão a novas ferramentas inovou a forma da prefeitura de se comunicar com os cidadãos”, completando que “a Semcom cumpre um dos princípios constitucionais do Serviço Público Municipal que é a Publicidade”, a partir da “avaliação e curadoria jornalística e publicitária” (MANAUS, 2018, p. 72).

> Por este viés do acompanhamento das ações diárias da prefeitura, constitui-se a Secretaria Municipal de Comunicação na ferramenta mais acessível à população para o controle social dos investimentos municipais. E é neste sentido que a gestão na Semcom buscou dar eficiência e garantir a eficácia para ampliar o acesso às informações geradas a partir da consecução das ações, projetos e programas da Prefeitura de Manaus. Para isso, meios e processos foram adotados para garantir que um volume crescente de conteúdo jornalístico fosse cada vez mais aproveitado pelos veículos de comunicação.

O balanço anual também reconhece um processo de reestruturação ocorrido em 2017, com a incorporação de novas tecnologias “que possibilitaram à Semcom adquirir formas de uma agência de comunicação com o uso das mais variadas mídias” (Ibidem, p. 73) e mudando “a forma de se fazer comunicação”, referindo-se ao planejamento, à produção e distribuição de seus produtos “com o único objetivo de melhor informar a população”, feito com investimento na capacitação dos servidores.

Sem categorizar, o documento informa que foram publicadas 7.734 matérias sobre a prefeitura, sendo 5.200 positivos e 2.534 negativos, comparando com os mais de 3 mil no ano de 2016, sem detalhar. O texto também destaca que novas ferramentas para monitoramento de conteúdos em rádios, televisões, jornais impresso e on-line passaram a ser utilizadas, a fim de dar maior agilidade para resposta às demandas.

Um dos destaques, cumprindo meta apontada no ano anterior, é a reestruturação do portal oficial da prefeitura, ocorrido em meados de 2017, deixando de ser apenas um canal institucional para acesso aos serviços municipais e se tornando um portal de notícias, agregando os outros canais de acesso à informação e serviços da administração municipal, além de informações sobre a cidade.

> Manaus.am.gov.br agora não é mais apenas um portal institucional para acesso a serviços. o endereço, apresentado oficialmente em junho de 2017 à imprensa, é agora o canal oficial de informações sobre a cidade de Manaus, com links úteis para o cidadão, ao turista e à imprensa. Com a reformulação,

> o endereço eletrônico recebe atualizações de notícias a cada hora, com conteúdo multimídia – incluindo, além dos textos, fotos, áudios e vídeos – para as informações mais relevantes do dia. (MANAUS, 2018, p. 74)

Outro tópico chamado "Comunicação Integrada" aponta uma unificação de discursos entre os setores de jornalismo, publicidade e mídias, que inclui orientação aos assessores das outras secretarias. Em seguida, dando destaque à melhoria da divulgação dos releases, o texto aponta que os conteúdos jornalísticos passaram a ser enviados por e-mail à imprensa, publicados no portal e divulgados pelo WhatsApp. Ao todo, foram 2.635 releases produzidos e enviados.

Sem mencionar o quantitativo e já corrigindo para a nomenclatura adequada, a Mensagem trata sobre uma evolução dos videorreleases (Ibidem, p. 76), embora já fossem parte da rotina de trabalho da Semcom, destacando que antes o envio era feito em alta resolução e gravado em um DVD para entrega às emissoras de televisão e passou a ser adotado o envio por FTP[28], com os textos ganhando uma versão mais curta, distribuídos por e-mail e em um grupo de WhatsApp criado para essa finalidade. Além disso, as gravações foram aproveitadas para a produção de vídeos institucionais de um minuto, editados para consumo rápido, publicados na conta do YouTube da prefeitura, incorporados ao portal, e compartilhados via WhatsApp.

Adotando estratégia similar, o setor de Rádio (Ibidem, p. 77) também passou a reforçar o envio dos audiorreleases por meio de um grupo direcionado no WhatsApp. Segundo a publicação, foram 3.043 produções de rádio distribuídas em 2017. Outro serviço do departamento destacado é o uso dos carros de som para propaganda volante, com 60 produções, sem citar os podcasts, desta vez. O balanço anual traz como "inovação" a criação do Boletim Manaus, produto publicitário que possui linguagem jornalística. Além de veiculação nas rádios, substituindo o "Momento Cidadão" da gestão anterior, o produto também é publicado na conta da plataforma soundcloud da prefeitura, incorporado ao portal e compartilhado também via WhatsApp.

[28] File Transfer Protocol é uma série de serviços de hospedagem e transferências de arquivos, que pode ser entendido como um banco de dados bastante simplificado, alimentado por um gerenciador. Fonte: Canaltech. Disponível em: <https://canaltech.com.br/utilitarios/O-que-e-e-como-funciona-um-FTP/>

Ainda no âmbito do jornalismo, em 2017, a Semcom produziu três edições da "Revista Manaus", que circulou nos meses de agosto, outubro e dezembro, além de 12 edições do Jornal Informativo Manaus, com circulação mensal (Ibidem, p. 77). Outro trabalho destacado, embora não seja diretamente ligado ao jornalismo, foi o resgate do Brasão (Ibidem, p. 78) como símbolo oficial da cidade e da gestão, que impactou na padronização visual dos conteúdos da prefeitura, como visto no início desta.

> A ideia foi ressignificar os aspectos originais deste símbolo, de elementos modificados ao longo de décadas e apresentar o brasão original à população, passando a usá-lo como assinatura em toda a papelaria da prefeitura, peças publicitárias e comunicação visual oficial do município.
> Para reproduzir com fidelidade os traços originais, a Semcom buscou um historiador que pudesse interpretar cientificamente o decreto que criou o símbolo, além de uma equipe de designers e arte-finalistas que recriaram o brasão conforme as interpretações históricas. (MANAUS, 2018, p. 78)

Pela primeira vez, aparece um tópico sobre "a consolidação" de uma conta aberta pela prefeitura na plataforma Flickr[29] (Ibidem, p. 84), disponibilizando fotos profissionais e em alta resolução de ações e serviços do município, acompanhando os releases com um link encurtado dos álbuns e sendo incorporados ao portal. Somente em 2017, foram publicadas 20.500 fotografias, rendendo quase um milhão de visualizações, embora uma figura da área "Sobre" da conta mostre que a mesma havia sido criada em 2012, o que simboliza um resgate de uma conta já criada anteriormente.

No quesito "Mídias Sociais", a página da Prefeitura de Manaus no Facebook alcançou 266.600 seguidores, com uma média de 70 publicações por semana, enquanto no Instagram se chegou aos 31.700 seguidores, representando 43% de crescimento. "Vivemos uma era em que se torna necessário e essencial para uma gestão pública estar antenado com todas as novas ferramentas e tecnologias digitais" (Ibidem). Nesse item, um dos conteúdos de destaque internacional apontado na publicação foram conteúdos sobre Migração, em meio à chegada de indígenas da etnia warao, da Venezuela. As publicações do Facebook foram compartilhadas pelo Alto Comissariado das Nações Unidas para os Refugiados do Brasil (Acnur - Brasil) e as publicações do Twitter foram traduzidas e publicadas pela Acnur das Américas (Ibidem).

[29] Disponível em: <https://www.flickr.com/prefeiturademanaus>

No item Publicidade, reforçando novamente a divisão entre legal, institucional e de utilidade pública, destaque para a campanha “Prefeitura nas Ruas” (vídeos de 30 segundos, criado em 2017, especialmente para a TV, para informar sobre serviços realizados pela gestão municipal, principalmente nas ruas) e para o “Boletim Manaus” (veiculado nas rádios diariamente).

Entre as metas apresentadas pela Semcom estão: “instalação de uma web rádio para ser acessada pelo portal da prefeitura”, bem como de “circuito interno de rádio nos terminais de ônibus”, “otimização do portal para torná-lo mais atraente e dinâmico”, “ampliação da cobertura de eventos pelo portal em tempo real” e “realização de mais cursos e treinamentos aos assessores” (quadro 7).

QUADRO 7 – A Semcom na Mensagem Governamental de 2018			
Nominação dos tipos de Mídias	**Números e produções**	**Observações e outros destaques**	**Metas para o ano**
- Releases; - Clipagem **Vídeo release** **Rádio** - áudio-releases - carro som / Volante Publicações	2.635, além de 414 sugestões de pautas; Destes, 371 são produções de iniciativa da Semcom 7.734 matérias a respeito da prefeitura em jornais impressos, sendo 5.200 positivos e 2.534 negativos. Média de 3/dia 3.043 60 spots	Pela primeira vez, dado mostra qual secretaria mais produziu e enviou conteúdos: a Fundação Municipal de Cultura, Turismo e Eventos (Manauscult) com 360; Atualização do portal da Prefeitura, agora dinâmico e multimídia; Padronização e aperfeiçoamento dos releases (no	Instalação de uma webradio para ser acessada pelo portal da prefeitura; Otimização do Portal da Prefeitura para torná-lo ainda mais atraente e dinâmico; Ampliação da cobertura de eventos pelo Portal da Prefeitura em tempo real; Em parceria com a Escola do Serviço Público Municipal e Inclusão Socioeducacional (Espi), promoção de cursos para os profissionais de comunicação da prefeitura com instrutores de renome nacional;

- Revista Manaus - Jornal Informativo Manaus **Mídias sociais** - Facebook - Instagram - Twitter Minuto Manaus Drops Manaus - Flickr	3 edições 12 edições 266.600 seguidores, 70 publicações por semana; 31.700 seguidores (43% de crescimento) e 1.256 publicações 739.859 pessoas alcançadas 119 edições - 20.500 fotos / 2.196 álbuns / 976.400 visualizações	portal e imprensa); Mudança na distribuição do vídeo release: antes, motoboy entregava DVD, agora vídeo é enviado em HD / Mp4 por FTP; Resgate do Brasão da Cidade; Adesão da plataforma Flickr Publicidade Legal, institucional e de utilidade pública, com destaque para "Prefeitura nas Ruas" (VT de 30 segundos) e "Boletim Manaus" (um minuto nas rádios com quatro notas diárias)	Realização de mais cursos e treinamentos para servidores e assessores da prefeitura; Melhoria da estrutura interna da Semcom; Fortalecimento do trabalho de mídias sociais nas secretarias municipais; Instalação de circuito interno de rádio nos terminais de ônibus, com a divulgação de notícias e serviços da prefeitura (p. 88)

Fonte: Elaborado pelo autor a partir da Mensagem Governamental de 2018

A Mensagem Governamental de 2018 parece consolidar uma estratégia padrão, ou seja, mantendo um modelo de comportamento adotadas e desenvolvido desde 2013, com o uso das mídias tradicionais aliado ao investimento em novas mídias, além de dar um novo passo na direção de uma identidade visual também padrão para a Prefeitura de Manaus, sob o pretexto de resgate da história da cidade a partir do brasão.

1.2.7. Mensagem Governamental de 2019: Secretaria Municipal de Comunicação

A Mensagem Governamental de 2019[30] inova no visual (figura 8), mantendo o brasão, mas fugindo do conceito unicamente artístico. A publicação de 344 páginas, estando as ações da Semcom entre as páginas 64 a 85, traz em sua capa a imagem de um símbolo arquitetônico: o Mercado Municipal Adolpho Lisboa, obra centenária reinaugurada[31] no primeiro ano da referida gestão, na véspera do aniversário de Manaus.

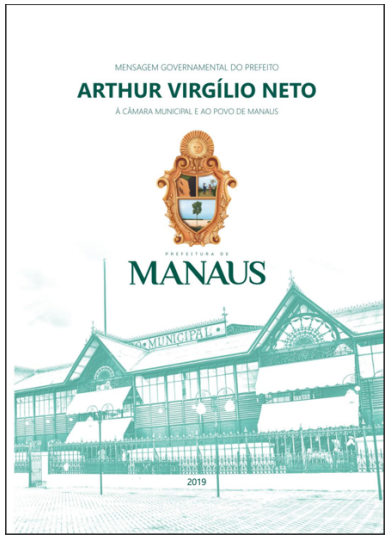

Figura 8 – Capa da Mensagem Governamental de 2019
Fonte: https://issuu.com/prefeiturademanaus/docs/mensagem2019

A publicação dá destaque ao reconhecimento do que parece a consolidação de um trabalho de gestão na Semcom dos dois anos anteriores, apontando o fortalecimento do seu "papel estratégico dentro da administração municipal" e a conquista do "prêmio Top Marketing Empresarial" (MANAUS, 2019, p. 65) que apontou a prefeitura como marca mais lembrada entre os órgãos públicos, a partir de consulta à opinião pública.

---

[30] Em 2019, a Mensagem Governamental do Prefeito Arthur Virgílio Neto à Câmara foi apresentada em 06/02. OLIVEIRA, Jacira. Arthur reafirma que 2019 será o ano de investimento em infraestrutura e educação. Disponível em: <https://www.manaus.am.gov.br/noticia/leitura-mensagem-prefeito-2019/>

[31] O Mercadão, como é conhecido, é um dos principais prédios do patrimônio histórico de Manaus. Com estilo eclético, levou três décadas para ser construído, iniciando em 02/08/1882. Sua primeira restauração técnica e científica teve início em 2006, na gestão do prefeito Serafim Corrêa, mas só foi concluída sete anos depois e entregue por Artur Neto em 23/10/2013. MEDEIROS, Girlene. No AM, Mercado Adolpho Lisboa será reaberto após sete anos em reforma. Disponível em: <http://glo.bo/1benl4I>

> O estudo, sob a responsabilidade da Action Pesquisas de Mercado, demonstrou que a Semcom levou com clareza a moradores de todas as zonas da cidade informações sobre os serviços oferecidos pela gestão municipal, obtendo o retorno com a lembrança institucional da prefeitura em sua integralidade. Mais do que a lembrança, o resultado mostra que a Semcom cumpre com êxito a missão de tornar públicas, acessíveis e transparentes as ações municipais planejadas para diversas pastas por meio da Lei Orçamentária Anual (LOA).

Diferente das construções anteriores, essa Mensagem em questão mostra muito mais trabalhos de sucesso, como o tópico chamado de "Desafios da Comunicação", que traz um relato sobre a estratégia de divulgação para se reverter o quadro de surto de Sarampo pelo qual passou a capital em 2018, adotando divulgações diárias em rádios, jornais, painéis de LED e outras mídias. Outro exemplo foi a criação do aplicativo "Táxi Manaus", de responsabilidade da Semcom, que deu mais competitividade aos taxistas.

O Jornalismo também mereceu um capítulo ampliado (MANAUS, 2019, p. 78), integrando seus múltiplos conteúdos e detalhando o funcionamento e o resultado de cada um. Pela primeira vez, por exemplo, foi apresentado um balanço de 6,2 milhões de acessos ao portal da prefeitura, com mais de 885 mil visitantes. Também foram enviados e publicados 2.710 releases, com destaque às produções de saúde (368), cultura (354), meio ambiente (194) e educação (185).

Nos conteúdos audiovisuais (Ibidem, p. 79 e 80), os videorreleases somaram 874 produções, uma média de três por dia, além de 294 vídeos de 1 minuto. Também foi criado um produto novo, o "Manaus a Serviço", em formato de reportagem especial[32], entre 2 a 5 minutos, que teve 14 edições de agosto a dezembro. Já nas produções de rádio, "veículo de comunicação que sempre possui mais alcance e instantaneidade" (Ibidem, p. 80), foram produzidos um total de 2.789 áudio-releases, além do serviço se carro volante, sem mencionar quantidade, e do Boletim Manaus, com 265 edições, 24 mil veiculações nas rádios e 11 mil acessos pelo soundcloud.

[32] Reportagem, segundo PENA (2012, p. 21), citando Marques de Mello, é o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu. A especial, então, é uma produção jornalística feita com ainda mais profundidade. No caso da assessoria, entenda-se como uma produção institucional que se utiliza das características de uma reportagem.

Pela primeira vez, ainda falando de rádio, surge como tópico à parte o serviço de Web Rádio[33], "como parte do processo de modernização da comunicação pública", que pode ser acessada diretamente pelo portal da prefeitura ou em aplicativo para Android[34], buscando-se por "Manaus Rádio Web". Segundo dados divulgados, foram mais de 3,7 milhões de acessos à rádio que toca músicas regionais e nacionais e inclui boletins e radiojornais com informações sobre as ações da prefeitura. "A programação também é ouvida nos terminais de integração do transporte coletivo, localizados na avenida Constantino Nery (T1), Cidade Nova (T3) e Jorge Teixeira (T4)" (Ibidem, p. 81).

Também foram acrescentados à Mensagem, o Flickr, com números que apontam 18.655 fotografia publicadas em 2018, somando mais de 2,9 milhões de acessos e 38.747 fotografias no banco de imagens, além dos tópicos "Newsletter", divulgação das principais notícias do dia por e-mail, "estrategicamente chamado de Boletim Manaus" (Ibidem, p. 82), "Qualificação", com um curso de Redes Sociais Avançado, promovido pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), e "Formação", um projeto pioneiro que reuniu 40 alunos de jornalismo em encontro com o prefeito[35].

A atuação nas Mídias Sociais, cada vez mais intensa, gerou alcance de 295 mil seguidores na página da prefeitura no Facebook, um aumento de 21% em relação ao ano anterior. Já o Instagram chegou aos 59 mil seguidores. Outras plataformas como o Twitter, o Youtube e o próprio WhatsApp seguiram na tendência de serem apresentados como opção de divulgação de conteúdos.

Entre as metas para 2019 estão: "finalização e publicação do Manual de Práticas e Redação", "Realização de mais cursos de capacitação", "reforço no conteúdo imediato no portal", "expansão da Rádio Web para mais terminais" e "execução da campanha de 350 anos de aniversário da cidade", além de outros destaques (quadro 8).

---

[33] Sobre as webrádios, "Prata (2009, p. 59) afirma que esse modelo de transmissão tem presença exclusiva na web", com transmissão digital independente da analógica (OLIVEIRA, E.M.M., 2017, p. 87)

[34] Plataforma utilizada pelo Google para dispositivos móveis.

[35] Prefeito Arthur Virgílio Neto recebe alunos de jornalismo para debate sobre Manaus. Disponível em: <https://www.manaus.am.gov.br/noticia/jornalismo-debate-sobre-manaus/>

QUADRO 8 – A Semcom na Mensagem Governamental de 2019			
Nominação dos tipos de Mídias	**Números e produções**	**Observações e outros destaques**	**Metas para o ano**
- Jornalismo Portal da Prefeitura Textos jornalísticos - Clipagem **Videos-release** Rádio - áudio-releases - carro som / Volante - Web Rádio - Boletim Manaus **Publicações** - Revista Manaus	6,252 milhões de acessos e 885 mil visitantes 2.710, 460 de iniciativa da Semcom; 429 sugestões de pautas; 6.864 matérias em jornais impressos (5.315 positivas) Aproveitamento: a cada release enviado dois jornais impressos e 11 blogs ou portais publicam 874, média 3/dia 2.789, sendo 1.334 com sonoras e 1.455 notas; - 3,7 milhões de acessos / 300 mil mensais 265 edições / 24 mil veiculações em rádios / 11 mil acessos na internet Bimestral / 40 a 50 páginas	Reconhecimento à gestão: prêmio de instituição pública mais lembrada à Prefeitura de Manaus, resultado de ações de comunicação; Desafios da Comunicação: ajudar a reverter o surto de sarampo em Manaus; Destaque do capítulo voltado primeiramente à publicidade e campanhas; Dentro do material jornalístico divulgado, a maior parte se relaciona às áreas de saúde (368), cultura e entretenimento (354), meio ambiente (194) e educação (185); Semcom coordenou duas capacitações na área de comunicação	Finalização e publicação do "Manual de Práticas e Redação"; Realização de mais cursos de capacitação para os profissionais da Semcom e de comunicação da prefeitura; Reforço da comunicação interna no âmbito da prefeitura; Reforço de conteúdo imediato no portal manaus.am.gov.br; Expansão da Rádio Web para mais terminais de integração; Execução da campanha de 350 anos de aniversário da cidade; Ampliação da divulgação e internacionalização de Manaus por meio da publicidade; Melhoria das instalações internas da Semcom (p. 85)

- Jornal Informativo Manaus **Mídias sociais** - Facebook - Instagram - Twitter - WhatsApp Produtos de Mídias Minuto Manaus Resumo semanal Fala, Morador #AsCoresDeManaus #PeloOlharManauara - Youtube Manaus a Serviço - Flickr	Mental / 8 páginas 295 mil seguidores (21% de crescimento) 59 mil seguidores; Crescimento de 68%; Envio semanal de divulgações / 294 vídeos de 1 minuto 84 edições 54 edições 12 edições 256 postagens 583 postagens 1.407 interações e 147 mil visualizações 14 / 3,2 mil visualizações 18.655 fotos / 38.747 no total / 2,9 milhões de visualizações	para assessores da prefeitura: Redes Sociais Avançado (promovido pela ESPM) e Comunicação Organizacional (Espi)[36]; Semcom intermedia encontro intitulado "Comunicação e Gestão Pública": o prefeito recebeu 40 universitários de jornalismo durante uma tarde para uma aula prática questionando sobre temas importantes da cidade;	

Fonte: Elaborado pelo autor a partir da Mensagem Governamental de 2019

O ano de 2019 é focado no reconhecimento da gestão a partir do recebimento de um prêmio. Nota-se que o uso de múltiplos meios, principalmente digitais, para se alcançar o público pretendido, não para vender um produto, mas uma ideia, já que "a comunicação municipal distingue-se da comercial" (CAMILO, 1998, p. 189).

[36] A ESPM é a Escola Superior de Propaganda e Marketing, com sede em São Paulo; e a Espi é a Escola de Serviço Público Municipal e Inclusão Socioeducacional, integrante da Prefeitura de Manaus.

1.2.8. Mensagem Governamental de 2020: A Comunicação como aliada

A Mensagem Governamental[37] de 2020 se diferencia das anteriores em vários aspectos, a começar pelo visual. É a primeira, nos oito anos de governo, que traz na capa, ao menos na versão digital, uma foto do prefeito, com a denominação, pela segunda vez, de "Mensagem Governamental do Prefeito Arthur Virgílio Neto à Câmara Municipal e ao Povo de Manaus – 2020" (figura 9).

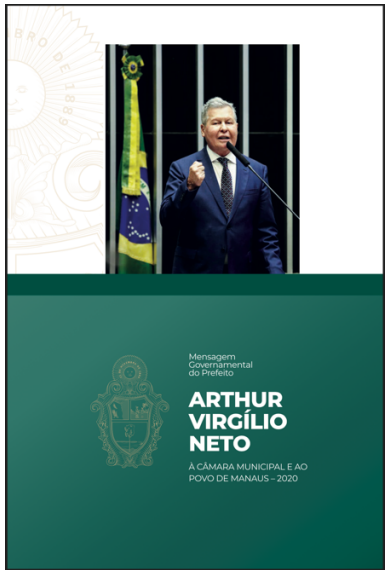

Figura 9 – Capa da Mensagem Governamental de 2020
Fonte: https://issuu.com/prefeiturademanaus/docs/mensagem_governamental_2020

A versão impressa foi entregue em um modelo de caixa, dividida em cinco livros. Em ambas, os capítulos e livros foram definidos por eixos temáticos, não mais por secretarias ou áreas fins. Ao todo, são 446 páginas, que além do discurso textual do prefeito à Câmara, é segmentada em cinco livros e sete eixos: 1 Eficiência em Gestão; Eixos 2 e 3: Atenção à Saúde e Educação Básica e Profissional; Eixo 4: Desenvolvimento Social; Eixos 5 e 6: Ambiental e Infraestrutura e Mobilidade; e, por fim, Eixo 7: Crescimento econômico e ações 2020.

[37] Em 2020, a Mensagem Governamental do Prefeito Arthur Virgílio Neto foi apresentada em 10/02. OLIVEIRA, Jacira. 'Refundamos Manaus e a preparamos para o futuro', diz prefeito ao abrir Ano Legislativo. Disponível em: <https://www.manaus.am.gov.br/noticia/discurso-prefeito-mensagem-2020/>

Comunicação consta no Livro 1, o eixo da Eficiência em Gestão, iniciando na página 44 e seguindo até a 57. No entanto, as metas da Semcom para aquele ano foram inseridas, junto às demais, na página 52 do livro cinco impresso e na página 434 da versão digital, no eixo 5, no tópico de ações para o ano de 2020. O tópico é intitulado de "A comunicação como aliada" e começa destacando que a Prefeitura de Manaus está ciente de que o cidadão está cada vez mais "atento e participativo" (MANAUS, 2020, p. 44), tendo a internet como meio para interagir, fiscalizar e controlar a administração.

> A utilização das redes sociais foi repensada e agora elas são canais de diálogo. As ações de comunicação são integradas: redes sociais, marketing e jornalismo atuam em conjunto, reforçando a comunicação institucional e atingindo maior parcela da população, exercendo um multipapel com o atendimento de demandas sociais, divulgação de ações e veiculação de campanhas de interesse público. (...) Todo o processo foi pensado para melhor informar as ações e investimentos do poder público, ampliando os canais de acesso à informação (MANAUS, 2020, p. 44).

No tópico intitulado "Jornalismo", o destaque é feito para sete dos oito anos de mandato, justificando que no período de 2013 a 2019 "os índices da Semcom apresentaram melhoras significativas" (MANAUS, 2020, p. 46). Em termos de quantidade, há um quadro elaborado pela própria Semcom trazendo o balanço de todos esses anos no quesito produção de press-releases e aproveitamento por parte da imprensa (figura 10), únicos dados disponíveis, diferente dos anos anteriores que também apresentavam números de produções de Rádio e Televisão, por exemplo.

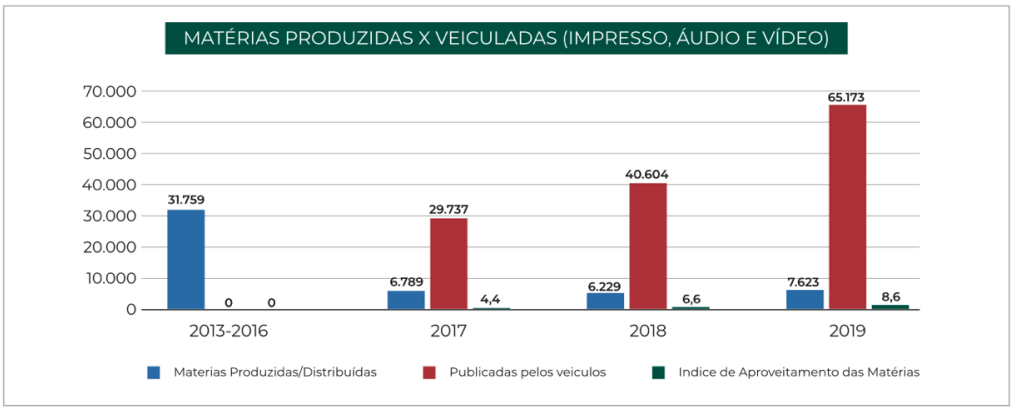

Figura 10 – Gráfico elaborado pela Semcom com dados de press-releases produzidos e enviados à imprensa entre 2013 e 2019 / Fonte: MANAUS, P. 2020, p.46

Há, porém, outros produtos citados relacionados à produção jornalística, como o podcast, vídeos de conteúdo para internet e resumos diário e semanal, apostas feitas pela Semcom "para garantir que as informações fossem cada vez mais difundidas à população" (Ibidem, p. 47), inclusive, segundo a própria Secretaria, não utilizando somente meios jornalísticos e digitais, mas também outras formas de comunicação que são citadas no documento, como carros de propaganda volante, sistema de rádio instalado em terminais de integração de linhas do transporte coletivo, outdoors e outros.

> A iniciativa partiu do pressuposto que, em muitos desses lugares, é preciso não apenas adequar o meio pelo qual a mensagem é levada, mas também produzir conteúdo com linguagens mais claras para que o cidadão, na ponta final do processo, possa ter compreensão dos serviços a que tem direito e dispõe. As estratégias de comunicação para esse público fazem parte do Planejamento Estratégico Manaus 2030, interligadas ainda aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis do Milênio (ODSs), que, dentre suas metas, destaca a urgente necessidade de promoção da informação e tecnologia aos menos assistidos em todo o mundo – um compromisso firmado por nações de todo o mundo e que vem sendo seguido em Manaus. (MANAUS, 2020, p. 55)

Além do Jornalismo, da Publicidade e Propaganda, do Marketing e de múltiplas ações nas mídias sociais digitais, a publicação cita ainda que "em âmbito acadêmico, a Secretaria Municipal de Comunicação foi e tem sido objeto de estudos de graduações e até mestrado", mostrando ciência e até interesse em ampliar a visibilidade de suas ações de comunicação pública não apenas para a sociedade de forma geral, mas também para novos profissionais em formação e pesquisadores.

Entre as metas da Semcom para o ano de 2020 (quadro 9), estão: Fortalecer a comunicação da prefeitura como estratégia de transparência e prestação de contas com a sociedade; Ampliar o aproveitamento de veiculação jornalística com a produção de conteúdos especiais; Finalizar o Manual de Práticas e Redação; Realizar mais cursos de capacitação para os profissionais da Semcom e de comunicação das demais secretarias; Ampliar o controle de atendimento das demandas para todas as secretarias municipais; Expansão da Rádio Web para as galerias populares e shopping Phelipe Daou; Aumentar o engajamento das redes sociais e o atendimento do SAC 2.0; Melhorar as instalações internas da Semcom.

QUADRO 9 – A Semcom na Mensagem Governamental de 2020			
Nominação dos tipos de Mídias	**Números e produções**	**Observações e outros destaques**	**Metas para o ano**
- Jornalismo Matérias produzidas e distribuídas Índice de aproveitamento; - Clipagem **Portal da Prefeitura** **Mídias sociais** - Facebook - Instagram - Whatsapp - Flickr	7.623, sendo 65.173 publicadas pelos veículos; 8,6 69.712 matérias divulgadas em rádio, Tv, impresso, blogs e portais (64.893 positivas e 4.819 negativas), sendo 7.753 em impressos, 52.685 em sites, 3.541 em rádios e 5.733 em Tvs. 13,5 milhões de acessos 301.477 fãs 98.700 seguidores Envio de mensagens para mais de 500 mil pessoas 23.436 fotografias	Integrando o Livro 1 do "Eixo Eficiência em Gestão", o tópico voltado à comunicação destaca atuação integrada de diversas mídias, sobretudo as digitais, e formas de se comunicar, ressaltando um maior canal para diálogos com os cidadãos; O tópico em questão reúne dados gerais dos últimos 7 anos, funcionando como balanço antecipando de final de gestão; Novos produtos, antes detalhados, são citados como modo de modernização;	Fortalecer a comunicação da prefeitura como estratégia de transparência e prestação de contas com a sociedade; Ampliar o aproveitamento de veiculação jornalística com a produção de conteúdos especiais; Finalizar o Manual de Práticas e Redação; Realizar mais cursos de capacitação para os profissionais da Semcom e de comunicação das demais secretarias; Ampliar o controle de atendimento das demandas para todas as secretarias municipais; Expansão da Rádio Web para as galerias populares e shopping Phelipe Daou; Aumentar o engajamento das redes sociais e o atendimento do SAC 2.0; Melhorar as instalações internas da Semcom. (p. 52, Livro 5)

Fonte: Elaborado pelo autor a partir da Mensagem Governamental de 2020

A Mensagem Governamental de 2020, ano do desfecho do governo municipal, destaca atuação integrada de diversas mídias, sobretudo as digitais, e as formas de se comunicar, ressaltando um maior canal para diálogos com os cidadãos. A publicação reúne dados gerais dos sete anos (2013-2019) e as perspectivas para 2020, funcionando como balanço antecipado de final de gestão. As estratégias adotadas, portanto, ganham intensidades maiores no último ano de governo e com toda bagagem apresentada.

1.3. Outras percepções sobre a Semcom no período pesquisado

Nos oito anos (dois mandatos) em que administrou a capital do Amazonas, o prefeito Arthur Virgílio Neto[38] nomeou seis secretários de Comunicação, identificados a partir de consultas ao DOM (ver Anexos 3) e citados a seguir. A título de informação, o artigo 18 do decreto 2.574, de 22/10/2013, que dispõe sobre o Regimento Interno da Semcom (ver Anexo 2) atribui ao todo 12 funções à competência do gestor do órgão:

I – instituir o Plano Anual de Trabalho do órgão, estabelecendo as diretrizes para a Proposta Orçamentária do exercício seguinte;

II – subsidiar a elaboração do Plano Plurianual e da Proposta Orçamentária do setor, observadas as orientações e as diretrizes fixadas pelo Prefeito;

III – ordenar as despesas do organismo, podendo delegar tal atribuição por meio de ato específico;

IV – deliberar sobre assuntos da área administrativa e de gestão econômico-financeira no âmbito do órgão;

V – propor aos órgãos competentes a alienação de bens patrimoniais e de material inservível sob a administração do organismo;

[38] Além de 2013 a 2020, Arthur Virgílio do Carmo Ribeiro Neto governou a capital do Amazonas entre 1989 e 1992, exercendo, portanto, três vezes o cargo de prefeito de Manaus. Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais, é diplomata de carreira. Também foi deputado federal (1983-1987, 1995-1999 e 1999 a 2003), licenciando-se de 14/11/2001 a 03/04/2002 para assumir o posto de ministro-chefe da Secretaria-Geral da Presidência da República na gestão de Fernando Henrique Cardoso, e senador entre fevereiro de 2003 e janeiro de 2011. Nascido em Manaus, em 15/11/1945, é filho de Arthur Virgílio do Carmo Ribeiro Filho – também foi deputado e senador com mandato cassado durante a Ditadura Militar no Brasil – e da professora Isabel Victoria de Mattos Pereira do Carmo Ribeiro. Fonte: Câmara, Senado, FGV. Disponível em: <www.camara.leg.br/deputados/74089/biografia>, <www25.senado.leg.br/web/senadores/senador/-/perfil/551> e <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/virgilio-artur-neto>.

VI – assinar, com vistas à consecução de objetivos do órgão e respeitada a legislação aplicável, convênios, contratos e demais ajustes com pessoas físicas ou jurídicas, nacionais ou estrangeiras;

VII – indicar ao Prefeito as nomeações, na forma da lei, para cargos de provimento em comissão do organismo, ou de seus substitutos, quando for o caso;

VIII – julgar os recursos administrativos contra atos de seus subordinados;

IX – aprovar o Relatório Anual de Atividades do órgão;

X – exercer as funções estratégicas de planejamento, orientação, coordenação, controle e revisão no âmbito de sua atuação, de modo a oferecer condições de tramitação mais rápida de processos na esfera administrativa e decisória;

XI – propor projetos, programas e planos de metas da Secretaria;

XII – estabelecer, por meio de portaria, o detalhamento das atribuições, procedimentos e rotinas dos órgãos da Secretaria, observado o disposto nas Leis Delegadas n° 01, de 2013, e n° 06, de 2013, e neste Decreto.

Mais que um preparado profissional da área de Comunicação, o perfil exigido para o cargo de secretário municipal da pasta aponta para alguém com domínio em gestão de pessoas, projetos e até habilidades políticas. O artigo 21 do mesmo Regimento Interno esclarece que tal função, bem como outros cargos, são “de provimento em comissão”, sendo de livre escolha do prefeito.

Assim, a comunicação no setor público parece se assemelhar cada vez aquela realizada no setor privado, ampliando o que se denomina de “comunicação corporativa de uma empresa” e que é definido por Mafei e Cecato (2015, p. 17) como “um conjunto de ações que ela executa para interagir com os públicos que são essenciais para a sua reputação (imagem), negócio (desempenho financeiro) e sustentabilidade”. Para isso, além de um plano de comunicação e de trabalho em equipe, é preciso alguém com função estratégica para a tomada de decisões.

> Tornar-se um consultor em comunicação leva tempo. É essencial conhecer muito bem os processos de gestão da comunicação corporativa e ter fácil adaptabilidade às mudanças. Não é algo que se faça de imediato e sem o aprendizado contínuo. Sentir-se o dono da verdade pode ser uma péssima ideia. É um comportamento que tende a colocar em risco a sua credibilidade e da sua equipe. Como diz Ricardo Noblat, parodiando Sócrates, em A arte

> de fazer um jornal diário, "o mais inteligente é achar que tudo que sabem é que nada sabem". (MAFEI; CECATO, 2015, p. 68)

Dito isso, em 2013 o jornalista Márcio Lima Noronha[39] assumiu o posto de secretário de Comunicação, cargo que ocupou até dezembro daquele ano, quando, por decisão do prefeito, passou o comando da Semcom para sua então subsecretária, também jornalista, Mônica Elizabeth Santaella da Fonseca[40], e assumiu a então Secretaria Municipal de Governo (Semgov). Mônica comandou a Semcom até setembro de 2015, sendo após isso transferida para o gabinete do prefeito, e tendo como sucessor o jornalista Célio Alves Rodrigues Júnior[41], que permaneceu como secretário até o fim do primeiro mandato, em dezembro de 2016.

No início do segundo mandato, em janeiro de 2017, foi nomeado o jornalista Marcos dos Santos Carmo[42] como secretário de Comunicação, que permaneceu até meados de julho. Ainda sim, Santos (2017), em texto publicado em um site de notícias que leva seu nome[43], considera "que secretário de Comunicação é para fazer acontecer, não para aparecer", que "foram seis meses que valeram como mestrado e doutorado, no novo mundo em que se move a comunicação", justifica sua saída como "fim do ciclo" e acrescenta, em sua carta de demissão ao prefeito, que organizou a Semcom.

> Organizei a Semcom. Deixei-a pronta. A equipe está afinada e os procedimentos azeitados. Não cito ninguém para não ser injusto e evitar prejudicar quem quer que seja. Mas foi uma enorme felicidade encontrar juventude e experiência misturada a tanto talento e dedicação. Muito legal ajudar a "resolver" um comercial escrevendo o texto, mexendo no roteiro ou

[39] Fonte: G1. SOUZA, Marina. Conheça o perfil dos novos secretários da Prefeitura de Manaus. Disponível em: <http://glo.bo/W7EKDe>

[40] Fonte: Prefeitura de Manaus. ALBUQUERQUE, Carla. Prefeito Arthur Neto empossa novos secretários. Disponível em: <https://www.manaus.am.gov.br/noticia/prefeito-arthur-neto-empossa-novos-secretarios/>

[41] Fonte: Amazonas Atual. Casa Civil confirma troca de comando na Comunicação do prefeito Arthur Neto. Disponível em: <https://amazonasatual.com.br/casa-civil-confirma-troca-de-comando-na-comunicacao-do-prefeito-arthur-neto/>

[42] Fonte: Prefeitura de Manaus. FALCÃO, Alita. Prefeito e vice anunciam novo secretariado e metas para 2017. Disponível em: <https://www.manaus.am.gov.br/noticia/prefeito-e-vice-anunciam-novo-secretariado-e-metas-para-2017/>

[43] SANTOS, Marcos. O processo administrativo da Prefeitura. Ou a loucura de administrar Manaus. Ou a saída da Semcom. Disponível em: <https://www.portalmarcossantos.com.br/2017/07/20/o-processo-administrativo-da-prefeitura-ou-loucura-de-administrar-manaus-ou-saida-da-semcom/>

> apontando a imagem que faltava. E trafegar entre os fakes, militantes e criadores de tendências nas redes sociais. (SANTOS, 2017)

Com a saída de Marcos, assumiu seu subsecretário, o jornalista Eric Gamboa Tapajós de Jesus[44]. Sua permanência na Semcom se deu até a semana de apresentação da última Mensagem Governamental, em fevereiro de 2020. Por fim, o comando do órgão foi assumido pela sua segunda subsecretária – a primeira foi a jornalista Elendrea Cavalcante de Andrade Segura –, a administradora Kellen Cristina Veras Felisardo Lopes[45], que foi mantida na função até o fim do segundo mandato (quadro 10).

QUADRO 10 – Secretários da Semcom de 2013 a 2020

Ordem	Nome	Profissão	Nomeação / Exoneração	Tempo de permanência
1º	Márcio Lima Noronha	Jornalista	1/1/2013 a 15/12/2013	11 meses e 15 dias
2º	Mônica Elizabeth Santaella da Fonseca	Jornalista	16/12/2013 a 30/09/2015	1 ano, 9 meses e 15 dias
3º	Célio Alves Rodrigues Júnior	Jornalista	1/10/2015 a 31/12/2016	1 ano e 3 meses
4º	Marcos dos Santos Carmo	Jornalista	1/1/2017 a 07/07/2017	6 meses e 7 dias
5º	Eric Gamboa Tapajós de Jesus	Jornalista	07/07/2017 a 07/02/2020	2 anos e 6 meses
6ª	Kellen Cristina Veras Felisardo Lopes	Administradora	07/02/2020 a 31/12/2020	10 meses e 21 dias

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de consultas ao Diário Oficial do Município (Anexos 3)

A partir do quadro apresentado, observa-se que dos seis secretários municipais de Comunicação do período pesquisado, somente um(a) não é jornalista. Além disso,

[44] Fonte: BNC, rapidinhas. Eric Gamboa é o novo secretário de Comunicação de Manaus. Disponível em: <https://bncamazonas.com.br/rapidinhas/eric-gamboa-e-o-novo-secretario-de-comunicacao-de-manaus/>

[45] Fonte: Amazonas Atual. Eric Ganboa (sic) se despede da Semcom e é substituído por Kellen Lopes. Disponível em: <https://amazonasatual.com.br/eric-ganboa-se-despede-da-semcom-e-e-substituido-por-kellen-lopes/>

Marcos dos Santos Carmo foi quem ficou por menos tempo no cargo, apenas seis meses e sete dias. Seu sucesso, Eric Gamboa Tapajós de Jesus é quem permaneceu por mais tempo, dois anos e seis meses. Também interessante notar que dos seis secretários, metade (três) atuava como subsecretário antes de serem promovidos ao posto, sendo eles: Mônica Santaella (subsecretária de Márcio Noronha), Eric Gamboa (subsecretário de Marcos Santos) e Kellen Lopes (subsecretária de Eric Gamboa).

Outro ponto importante a ser mencionado são os gastos anuais da prefeitura e os valores gastos pela secretaria Municipal de Comunicação. De 2013 a 2020, foram gastos R$ 754,3 milhões de reais em Comunicação, sendo 2013 o menor valor em um ano – R$ 43,8 milhões – e 2020 o maior orçamento – R$ 179 milhões, o que representa um aumento de 308,6% (tabela 1).

Tabela 1 – Despesas da Semcom e LOA (2013-2020)

Ano	Valor Liquidado / Pago pela Semcom	Lei Orçamentária Anual
2013	R$ 43.809.398,19	R$ 3.473.000.000,00
2014	R$ 74.395.295,29	R$ 4.058.639.000,00
2015	R$ 84.283.410,21	R$ 4.485.516.000,00
2016	R$ 58.514.670,52	R$ 4.146.710.000,00
2017	R$ 88.035.148,41	R$ 4.127.323.000,00
2018	R$ 95.289.038,33	R$ 4.769.702.000,00
2019	R$ 131.013.969,15	R$ 5.149.837.000,00
2020	R$ 179.030.571,56	R$ 6.251.775.000,00
Total	R$ 754.371.501,66	R$ 36.462.502.000,00

Fonte: Elaborada pelo autor a partir de consulta ao Portal da Transparência Municipal[46]

O valor total de despesas da Semcom nos oito anos de governo considerado nesta pesquisa representa 2,07% do orçamento total da gestão previsto na Lei

[46] Disponível em: <https://transparencia.manaus.am.gov.br>, “Despesas” e “Planejamento Orçamentário”.

Orçamentária Anual (LOA), que soma R$ 36,4 bilhões, conforme consulta ano a ano. Os gastos da Comunicação, porém, a título de comparação, são cinco vezes maiores que o orçamento da Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Sustentabilidade (Semmas), incluindo o Fundo Municipal de Desenvolvimento e Meio Ambiente, nos oito anos de governo, representando 18,8% do total gasto pela Semcom e apenas 0,39% do previsto na LOA para o mesmo período (tabela 2).

Tabela 2 – Despesas da Semmas e FMDMA (2013-2020)

Valor Liquidado / Pago pela Semmas		**Fundo Municipal de Desenvolvimento e Meio Ambiente**
Ano	**Liquidado / Pago**	**Liquidado / Pago**
2013	R$ 14.525.129,41	-
2014	R$ 16.192.984,66	-
2015	R$ 16.283.668,20	-
2016	R$ 15.112.883,39	-
2017	R$ 15.080.355,60	-
2018	R$ 14.834.050,18	R$ 3.537.513,89
2019	R$ 15.681.065,56	R$ 3.295.138,29
2020	R$ 24.295.058,28	R$ 3.280.217,13
Total	R$ 132.005.195,28	R$ 10.112.869,31
	R$ 142.118.064,59	

Fonte: Elaborada pelo autor a partir de consulta ao Portal da Transparência Municipal

Durante as pesquisas realizadas para esta dissertação, foram encontradas muitas publicações em sites locais de conteúdo jornalístico sobre o orçamento gasto na gestão da Prefeitura de Manaus com relação à Comunicação. Embora não seja a objetivo deste estudo avaliar tais valores – nem sendo de sua competência –, em uma dessas fontes há um esclarecimento da Semcom sobre as despesas referente ao exercício do ano de 2013,

justificando que a maior parte do valor, segundo a secretária de Comunicação à época em nota ao site Amazonas Atual[47], "foi gasto com a atividade fim da Secretaria de Comunicação, que vale ressaltar, não se resume a publicidade e propaganda".

A nota explica que entre os gastos estão pagamento de servidores, manutenção da secretaria, investimento em equipamentos, despesas com dívidas da gestão anterior, serviços de clipagem e monitoramento eletrônico (de rádio e Tv), registros e documentação de ações municipais em vídeo, além da publicidade legal, "que é a obrigação constitucional do poder público de publicar os avisos, editais, comunicados, etc. Ou seja, é chamado de publicidade, mas não é propaganda".

Ainda sim, restam R$ 37,7 milhões (dos mais de R$ 43 milhões total) voltados à publicidade/propaganda, "empenhados entre as três agências detentoras da conta publicitária da Prefeitura, vencedoras da última licitação realizada na gestão anterior". Santaella (in Amazonas Atual, 2014) esclarece também que:

> Gostaria de destacar ainda dois itens. Primeiro, que desse total, foram pagos R$ 34.486.581,19, que é a despesa real da publicidade do primeiro ano de gestão. Segundo, que grande parte dessa verba foi utilizada em campanhas de Utilidade Pública, como campanhas educativas de Limpeza, Meio Ambiente (Consciência Limpa) e Trânsito (Manaus na Faixa), Saúde (combate à dengue e vacinação HPV), Ação Social (Enfrentamento à Violência contra Crianças e Adolescentes, Combate à Violência contra os Idosos, Fundo Municipal do Idoso), recadastramento de meia passagem, processo seletivo do Bolsa Universidade e do Bolsa Idiomas, etc. Ou seja, não são campanhas publicitárias de promoção à administração municipal, mas que prestam serviços de relevada importância à comunidade.

Então, se por um lado o papel do jornalismo é de amenizar "a angústia do desconhecimento ao nos proporcionar (...) saber de tudo que se passa nos mais diversos contextos" (PENA, 2012, p. 1), por outro, buscando uma rápida contribuição sobre o conceito, "a publicidade é capacidade que um veículo tem de tornar seus assuntos públicos" (Ibidem, p. 6), o que proporciona reflexões sobre seu uso na esfera pública.

> O filósofo Jürgen Habermas, autor do livro Mudança estrutural na esfera pública, traça um perfil das transformações que o conceito sofre no decorrer do tempo, da ideia de cidadania presente nas praças atenienses à noção de

[47] Amazonas Atual. Semcom presta esclarecimentos sobre gastos com publicidade. Disponível em: <https://amazonasatual.com.br/semcom-presta-esclarecimentos-sobre-gastos-com-publicidade/>

> publicidade dos tempos atuais, que está condicionada pelas famigeradas leis do mercado. "No âmbito das mídias, a publicidade certamente mudou de significado. De uma função de opinião pública tornou-se um atributo de quem desperta a opinião pública" (p. 14).

Esse atributo pelo viés de um órgão público, ao usar as mídias para despertar a opinião pública a seu favor, nas entrelinhas parece buscar não apenas a prestação de contas, como muitas vezes mencionado pela Semcom nas Mensagens Governamentais, como também favorecer a figura do gestor eleito para gerir os recursos em favor dos cidadãos. O fato de usar nos quatro anos iniciais do mandato a frase "Sempre ao seu lado" junto à figura de alianças entrelaçadas é um símbolo dessa publicidade, assim como de ressignificar o brasão oficial da cidade e utilizar campanhas como "Prefeitura nas ruas" também demonstram o propósito desse despertar à opinião pública.

Por isso, diante de tantos dados e informações, em um primeiro momento, deve-se considerar a dificuldade de compreensão sobre o que as Mensagens Governamentais, um documento – embora público – que parece endereçar somente à Câmara Municipal, podem revelar. Inicialmente, em oito anos, a partir das informações apresentadas, observa-se uma evolução na linguagem de como é feita essa prestação de contas e na própria (auto) percepção do trabalho desenvolvido pela Semcom, como o protagonismo assumido frente aos desafios de gestão, e não apenas a mera fabricação de informativos institucionais, além do uso de múltiplos canais de comunicação para com o público.

Vê-se, então, um panorama ampliado, com permissão à possível redundância, do trabalho realizado por um órgão da administração pública que tem por objetivo dar visibilidade aos atos institucionais, a partir de uma série de ações, que devem contribuir para a aproximação dos cidadãos ao poder público e que lhes permitir uma participação e efetiva fiscalização. Como já mencionado, isso é previsto na constituição brasileira e se faz cada vez mais crescente em órgãos públicos do país, a exemplo do próprio Executivo Federal, que possui sua Secom – Secretaria Especial de Comunicação Social.

> Quer pelo poder político que encerra, quer pela dimensão financeira que assumiu, a regulamentação da atividade de propaganda continua sendo uma das principais preocupações do Executivo. Um exame no site da SECOM atesta que da coletânea de instrumentos normativos disponibilizados no site, dezesseis são normas de publicidade, seis são normas de propaganda e três são normas sobre licitação e contrato. O conjunto administrativo público que

> forma a comunicação governamental, SECOM e as assessorias, ainda tem influência preponderante na maneira de produzir comunicação, mas nos últimos anos, com a implantação de estruturas profissionais de comunicação na Câmara e no Senado e o início dos trabalhos da TV Justiça, o Legislativo e o Judiciário aportam novas formas de fazer comunicação governamental e pública. (BRANDÃO, 2020. p.7)

Nesse sentido, outros estudos, inclusive dentro do próprio PPGSCA, dão luz às atuações de órgãos públicos e discutem sobre a condução de suas políticas públicas. No sentido de contribuir para a compreensão do termo, reproduz-se a seguir uma definição clara adotada por uma dessas pesquisas.

> Pode-se, então, resumir política pública como o campo do conhecimento que busca, ao mesmo tempo, "colocar o governo em ação" e/ou analisar essa ação (variável independente) e, quando necessário, propor mudanças no rumo ou curso dessas ações (variável dependente). A formulação de políticas públicas constitui-se no estágio em que os governos democráticos traduzem seus propósitos e plataformas eleitorais em programas e ações que produzirão resultados ou mudanças no mundo real (SOUZA, 2006, p. 26 apud FERNANDES, 2020, p. 42).

Outro estudo também do PPGSCA evidencia a atuação da própria Prefeitura de Manaus na gestão Arthur Virgílio Neto, mas na questão ambiental e se utilizando igualmente de um documento oficial para isso, o Planejamento Estratégico Manaus 2030[48], apresentado por força de decreto (n° 3.712, de 1º de junho de 2017) para alinhar os objetivos, programas e ações da gestão municipal na próxima década.

> A Prefeitura Municipal de Manaus apresentou, portanto, o primeiro planejamento de longo prazo da região norte, com o objetivo de estabelecer etapas, metodologias, responsabilidades e prazos a serem seguidos por todos os órgãos e entidades da Administração Pública Municipal em consequência da crise política e econômica vivida pelo país na época visando otimizar o desempenho da gestão pública através de uma administração mais organizada e competente. (LOPES, 2021, p. 115)

Logo, vê-se um vasto campo passível de investigação: os atos de uma gestão pública e, consequentemente, de seu(s) gestor(es). A Comunicação, incluindo o avanço das mídias sociais e da sociedade nessa rede digital, é essencial para aproximar as pessoas de quem elas escolhem para cuidar de si e de onde habitam, mas pode também contribuir para incitar outros propósitos. E isso, sob aspectos teóricos, se trata a seguir.

[48] Disponível em: < https://issuu.com/prefeiturademanaus/docs/planejamento_estrate_gico_manaus_20>

2. REFLEXÕES TEÓRICAS NA SOCIOLOGIA

Diante do cenário exposto no capítulo primeiro, permitindo que se visualizem tantos números e informações, relacionando-se com alguns conceitos para tentar ajudar a compreender o que mais podem revelar além do que se lê, neste segundo momento da dissertação recorre-se à pesquisa teórica, ou bibliográfica, a partir de estudos e autores de livros, artigos, teses e dissertações que proporcionem reflexões e embasamentos que possam estar relacionados ao objeto de estudo neste tratado.

Dividindo-se este capítulo em três partes – sendo elas: 2.1. Cidade e sociedade: um olhar à Amazônia manauara; A informação como aparelho ideológico, o poder e a teoria das elites; e A Comunicação Pública e as Políticas Públicas de Comunicação – abordam-se questões conectadas ao relacionado e alcance de uma prefeitura, de sua gestão e de seus gestos para com quem mora na cidade, incluindo a comunicação e seus efeitos e intenções, legais e até ocultos, conforme se acompanha a seguir.

2.1. Cidade e sociedade: um olhar à Amazônia manauara

Se a função de uma prefeitura – e consequentemente de seu gestor eleito – é administrar recursos públicos e convertê-los em melhorias para a vida das pessoas, e que além disso deve primar pela transparência de tais investimentos, deve-se pensar, então, sobre qual as necessidades dos grupos desses habitantes de uma cidade. Mas, afinal, o que é uma cidade? Quem são os indivíduos que formam a sociedade que nela reside? E que cidade e sociedade são essas em meio à Amazônia? Convite aberto a se refletir um pouco sobre isso nas linhas que se seguem.

Na medida em que se busca estabelecer compreensão sobre a importância do funcionamento de um órgão público como a Semcom, incluindo a tríade que nomeia este subcapítulo, apresenta-se, então, Manaus, capital do Amazonas, uma das principais cidades do Norte do Brasil, cuja população é estimada em 2.255.903 habitantes[49] (IBGE, 2021), abrigando, portanto, mais da metade do total de moradores do estado,

[49] Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/am/manaus/panorama>

estimado em 4.269.995 (Ibidem). Está localizada à margem esquerda do Rio Negro. Sua história tem início com a construção do Forte da Barra de São José, em 1669, ano que se passou a considerar como o de seu surgimento.

> Ao redor do Forte de São José do Rio Negro se desenvolveu o povoado do Lugar da Barra, que por conta da sua posição geográfica passou a ser sede da Comarca do São José do Rio Negro. Em 1755, por meio de Carta régia, a antiga missão de Mariuá foi escolhida como capital, passando a se chamar vila de Barcelos, anos mais tarde a sede foi transferida para o Lugar da Barra, que em 1832 tornou-se Vila da Barra, e em 24 de outubro de 1848, a Cidade da Barra de São José do Rio Negro. No entanto, com a elevação da Comarca à categoria de Província, em 1850, a Cidade da Barra, passou a se chamar em 04 de setembro de 1856, Cidade de Manaus, tornando-se independente do Estado do Grão-Pará. O nome lembra a tribo indígena dos Manaós, que habitavam a região onde hoje é Manaus antes de serem extintos por conta da civilização portuguesa, e seu significado é "mãe dos deuses". (MANAUS, s.d.)

Sendo uma região estratégica desde sua origem, com a fixação do domínio português, Manaus é também uma das principais cidades da Amazônia, sendo considerada e até chamada por muitos de "Metrópole". Essa região é uma terra cuja história tem sido contada sob o prisma da utopia e da excentricidade de quem a ela não pertence, algo que parece ir ao encontro da mudança pelos olhares de amazônidas e suas pesquisas. Há de se entender, porém, que estudar a Amazônia é um desafio tão vasto quanto as próprias dimensões continentais que ela ocupa.

> A Amazônia Legal corresponde à área de atuação da Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia - SUDAM delimitada em consonância ao Art. 2o da Lei Complementar n. 124, de 03.01.2007. A região é composta por 772 municípios distribuídos da seguinte forma: 52 municípios de Rondônia, 22 municípios do Acre, 62 do Amazonas, 15 de Roraima, 144 do Pará, 16 do Amapá, 139 do Tocantins, 141 do Mato Grosso, bem como, por 181 Municípios do Estado do Maranhão situados ao oeste do Meridiano 44º, dos quais, 21 deles, estão parcialmente integrados na Amazônia Legal. Possui uma superfície aproximada de 5.015.067,75 km², correspondente a cerca de 58,9% do território brasileiro. (IBGE, s.d.)

As reflexões que se apresentam aqui contribuem para a compreensão de lugares e grupos sociais tratados há muito como "descobertos" e "civilizados", a exemplo de viajantes colonizadores que chegaram às terras amazônicas e narraram essa Amazônia exótica ainda hoje retratada para o mundo, a exemplo do vídeo intitulado "Amazônia manauara", já mencionado nesta pesquisa.

> A Amazônia é uma região cujo traço mais geral é o de ter sido construída por um pensamento externo a ela. Ela tem sido pensada, em nível internacional, através de imagens transmitidas pelo ideário ocidental, europeu, sobre o que eles entendem ser sua natureza, ou, em outras palavras, sobre o lugar que a Amazônia ocupou na sua experiência, imagem que foi ratificada em diversos textos: crônicas, relatos de viajantes, relatórios de cientistas, informes de missionários. Somente no final do século 19, foram recuperadas as linguagens que deram pluralidade ao discurso amazônico, de forma que hoje já podemos escutar vozes distintas. (PIZARRO, 2009, p. 31)

Se por um lado, esse olhar estrangeiro sobre a Amazônia parece ainda habitar o imaginário, por outro a Prefeitura de Manaus, por meio de sua Secretaria Municipal de Comunicação, dele se utilizou para "divulgar a cidade de Manaus como produto turístico (sic) para o mundo todo" (MANAUS, 2014, p. 244). Há de se considerar, assim, que tal estereótipo é reforçado inclusive pelo poder político e grupos sociais que na Amazônia vivem, como afirma Souza (2009, p. 19):

> A História da Amazônia é um processo social entrecortado pelas relações sociais e de poder político de nove Estados-nação, de centenas de etnias, sem esquecer os diversos grupos sociais de interesse, de todos os tamanhos, nacionais e internacionais. Até agora é uma história contada, de forma fragmentária, por gente da metrópole, por cientistas da América do Norte e da Europa, por professores oriundos das universidades nacionais, marcando para sempre a forma de ler os fenômenos sociais da região. Mas a História da Amazônia é algo que interessa a todos que decidiram se envolver na sua construção, sejam estes intérpretes, coadjuvantes ou protagonistas. A região não é apenas uma geografia, e sua história é muito mais que um viveiro de criaturas exóticas de futuro incerto. É a história de uma parte do planeta habitada por seres humanos, que sendo geografia, também é um espaço em que a humanidade pode aprender um pouco mais sobre si mesma.

A partir dessa visão europeia e do vídeo "Amazônia manauara" citado como exemplo, identifica-se que ao usar as imagens dessa Amazônia exuberante para atrair os turistas, reforça-se a própria imagem há séculos reproduzida. Tal narrativa, todavia, já não é única, principalmente quando se consideram os novos estudos realizados por amazônidas sobre sua própria terra, cultura, costumes e pessoas. Esse novo olhar sobre a região reduz e contraria o pensamento de uma Amazônia "inventada".

> Existe, contudo, o anseio de permanência da exuberância da floresta, não tanto mais enfatizada enquanto laboratório virtual de suposições científicas. A Amazônia reencontra-se, na atualidade, com os contadores de histórias, que iluminavam as noites medievais narrando experiências extraordinárias, ouvidas dos viajantes recém-chegados, ainda desorientados por haverem participado das novidades do desconhecido. O olhar do homem moderno rejuvenesce a Amazônia. A magia da região permanece através dos autores

> europeus analisados, como se quisessem remir os pecados cometidos por tão falsas apreensões de seus compatriotas. (GONDIM, 2007, p. 329 e 330)

O fato é que é nessa Amazônia inventada que se desenvolve a cidade de Manaus, que em um momento ainda parece se reconhecer em meio a essa invenção e em outro busca se colocar na posição de metrópole, ou seja, a cidade principal, da região. Passa-se, então, a buscar uma breve conceituação sobre a ideia de cidade, sua origem e seu desenvolvimento até este momento em que uma estrutura a administra. Para isso, recorre-se a duas visões a seguir sobre esse modelo.

A própria ideia de moradia, mobilidade e vizinhança, por exemplo, são frutos de experiências tão antigas quanto a própria história dos seres humanos. Mumford (2004) e Benévolo (2005) discorrem sobre percepções e desenvolvimento de cidade, desde os primeiros agrupamentos do homem pré-histórico até as modernas estruturas, com bairros planejados e irregulares, parte de um processo iniciado pela necessidade da vida em conjunto, da busca rotineira por alimentos e do culto aos espíritos de seus ancestrais.

Ao questionar o que é a cidade e como começou a existir, Mumford (2004, p. 9) aponta que "não há definição que se aplique sozinha a todas as suas manifestações nem descrição isolada que cubra todas as suas transformações". Para ele, é preciso conhecer a história da cidade ao longo de mais de cinco mil anos e fazer com que antes que alcance o status de "Homem Pós-Histórico", que não precisará da cidade, é conveniente que a espécie humana reconheça sua história, a partir desenvolvimento de cidade.

> (...) proponho-me retroceder até os começos da cidade. Precisamos de uma nova imagem da ordem, que abrangerá o orgânico e o pessoal, e acabará por abraçar todos os cargos e funções do homem. Somente se pudermos projetar essa imagem, seremos capazes de encontrar uma nova forma para a cidade. (MUMFORD, 2004, p. 10)

O alerta também se estende sobre o cuidado na busca pelas origens da cidade no que tange a investigar apenas seus restos físicos, sem considerar por exemplo que aquele lugar já possa ter sido habitado. Para Mumford (2004, p. 13) é preciso pensar que antes da cidade, houve um povoado ou uma aldeia e que, antes ainda, por sua vez, o respeito pelos mortos, os primeiros a terem "morada permanente", aponta para uma

decisão de retorno periódico dos vivos – além da caverna – a esse lugar, mais do que a coleta de alimentos e a caça, a fim de comungar com os espíritos ancestrais.

> A cidade dos mortos antecede a cidade dos vivos. Num sentido, aliás, a cidade dos mortos é a precursora, quase o núcleo, de todas as cidades vivas. A vida urbana cobre o espaço histórico entre o mais remoto campo sepulcral da aurora do homem e o cemitério final, a Necrópolis em que uma após outra civilização tem encontrado o seu fim. (MUMFORD, 2004, p. 13)

Portanto, antes de qualquer agrupamento social, Mumford (2004) vê nos antigos santuários paleolíticos os primeiros indícios de vida cívica. Isso deu condições para que o homem daquele tempo começasse a se organizar em busca de caça e alimentos, o que pode ter gerado as primeiras aldeias e a domesticação geral, entre 15 e 10 mil anos, junto ao interesse pela sexualidade e reprodução, atribuindo papel importante à mulher. "A casa e a aldeia, e com o tempo a própria cidade, são obras da mulher" (Ibidem, p. 19). Foram nessas primeiras aldeias que surgiram tecnologias como os instrumentos do homem caçador (lança, martelo, machado e faca) e, sob domínio da mulher, recipientes, utensílios e cerâmicas (como vasos, jarros, potes, depósitos).

> Note-se o quanto a cidade deve, tecnicamente, à aldeia: dela surgiram, diretamente ou pela elaboração, o celeiro, o banco, o arsenal, a biblioteca, o armazém. Lembremo-nos também de que a vala de irrigação, o canal, o reservatório, o fosso, aqueduto, o dreno, o esgoto, também constituem recipientes destinados ao transporte automático ou à armazenagem. O primeiro deles foi inventado muito antes da cidade; e sem essa ordem de invenções, a cidade antiga não poderia ter tomado forma, como afinal ocorreu; pois não era ela nada menos que um recipiente de recipientes. (MUMFORD, 2004, p. 23 e 24)

Assim, a formação das aldeias trouxe o domínio de elementos importantes para a constituição das cidades e por tudo isso "a estrutura embrionária da cidade já existia na aldeia" (Ibidem, p. 26), incluindo até mesmo o começo dos governos e da chamada civilização. Ainda sim, Mumford (2004, p. 33) admite que "o que realmente aconteceu antes que a cidade começasse a existir só pode ser objeto de conjecturas". Ainda assim, os componentes das aldeias não deixaram de existir, "cada um deles continuou a florescer por si mesmo, ainda que certa parte da sua existência pudesse ficar absorvida pela cidade" (Ibidem, p. 36).

Com o passar do tempo e do aperfeiçoamento das práticas absorvidas pelas cidades, bem como da própria estruturação, estabelece-se a divisão de setores sociais, como a burguesia e as classes subalternas, agora limitadas pela intervenção da administração pública. “Da cidade liberal se passa assim para a cidade pós-liberal” (BENÉVOLO, 2005, p. 573), o que já contém características da cidade contemporânea, como proprietários e comércios e a cidade pós-liberal que se sobrepõe à antiga.

> Os especialistas necessários para fazer funcionar a cidade devem aceitar um papel secundário, subordinado à combinação entre burocracia e propriedade. Não devem discutir as decisões já tomadas, mas ter a competência para executá-las e a habilidade para torná-las aceitáveis. (BENÉVOLO, 2005, p. 585)

Benévolo (2005) afirma que o interesse na propriedade imobiliária passa a ser parte do novo modelo de cidade, com “um centro mais denso e periferia mais rala” e com “aparelhamentos públicos – ruas, instalações, serviços” insuficientes (Ibidem, p. 589), mas dando forma ao novo ambiente com instrumentos urbanísticos que passam a mesclar o público e o privado, com milhares de ambientes particulares repleto de experiências individuais. É assim que, para ele, a nova cidade é aceita como “modelo universal” e se torna um “parque aparelhado” para as várias funções da vida urbana.

> Esta nova estrutura pretende superar o antigo dualismo entre cidade e campo, e seu corolário mais recente, isto é, a apropriação privada do território urbano, para daí tirar uma fonte de renda. Desde o início, os arquitetos modernos criticam a combinação entre interesse público e propriedade particular que já se encontra na base da cidade burguesa, e indicam a alternativa a alcançar: a reconquista do controle público sobre todo o espaço da cidade. (BENÉVOLO, 2005, p. 631)

Benévolo (2005) considera ainda que, dentre as características citadas, habitar é tida como a principal e que, por isso, a moradia “se torna o elemento fundamental da nova cidade” (Ibidem, p. 637). Benévolo avalia também que se tenta dar às cidades uma “organização mais racional”, como a estruturação de cidades e considerando o que ele chama de “bairros irregulares”. Para ele, essa política “deveria ser revista mais do ponto de vista dos habitantes ‘irregulares’, que dos ‘regulares’”, devendo, portanto, a cidade ser reorganizada, dando aos bairros posições melhores.

As ideias de Mumford (2004) e Benévolo (2005) convergem e se complementam à medida em que compreende a formação das cidades a partir das necessidades de convivência em conjunto dos seres humanos. Enquanto o primeiro avalia o aspecto da gênese de como a formação das aldeias originou o embrião das cidades, o segundo incide mais diretamente na estruturação urbana e distinção de classes, o que provoca uma reflexão acerca da relação das pessoas – habitantes e gestores – com as cidades.

Não basta falar sobre a cidade, sem considerar quem nela habita. A partir daqui, recorre-se à Elias (1994a) que, ao pensar sobre a relação entre sociedade e indivíduo, apresenta em sua obra pelo menos três conjuntos de temas importantes para a compreensão dessa temática: pulsão e comportamento (controle), figurações (interrelação entre sociedade e indivíduo) e a noção de processo, realizando um estudo global sobre os seres humanos, analisando a fragmentação das sociedades e a dependência de uns para com os outros, configurando o poder exercido dos últimos para com os primeiros. Para ele, o poder oscila dependendo do que chama de figurações e da autonomia relativa (de uma figuração para outra, sem que isso lhe afete) e absoluta.

Elias (1994a) discorre que sem desenvolvimento biológico não seria possível desenvolvimento social e são justamente as relações sociais que formam o conhecimento, abordando conceitos como cultura e civilização, além do papel do Estado na proteção e controle dos indivíduos, que formam sociedades. Por isso, a ideia de trazê-lo para essa discussão é explorar, pela sua ótica, conceitos como sociedade, indivíduo, poder e suas relações estabelecidas, tentando relacioná-las com a região que recebe cada vez mais olhares por parte do mundo – a Amazônia.

Segundo Elias (1970, p. 100), “diz-se que é tarefa da sociologia investigar sobre a sociedade. Mas não se define claramente o que devemos entender por sociedade”. Ademais, esclarece, “o contraste repetidamente traçado entre indivíduo e sociedade faz com que pareça que os indivíduos podem, até certo ponto, existir independentemente da sociedade e vice-versa” (1970, p. 107). O fato é que:

> (...) só podemos compreender muitos aspectos do comportamento ou das acções das pessoas individuais se começarmos pelo estudo do tipo da sua

> interdependência, da estrutura das suas sociedades, em resumo, das configurações que formam uns com os outros. (ELIAS, 1970, p. 79)

Essa "rede de interdependência" entre cada indivíduo e deles para com seus grupos, ora semelhantes e outrora distintos, cria condições para que se busque compreender, a partir da teoria ele asiana, o que se chama de sociedades, estabelecendo conexões simultâneo ao que denomina de autonomia relativa. Nesse viés, é preciso considerar os níveis de integração e de organizações desses agrupamentos.

> No passado, as sociedades foram muitas vezes retratadas como se realmente constituíssem uma espécie de superorganismos. Isto deve-se primeiramente ao facto de que o poder que as pessoas tinham para uma compreensão intelectual se limitava a uma concentração sobre as semelhanças entre os níveis mais altos e mais baixos de integração. Ainda não estavam aptas para compreender as diferenças em que se baseava a sua autonomia relativa. (ELIAS, 1970, p. 114-115)

Para Elias (1970), é improvável conceber o estudo das sociedades, por parte da sociologia, sem que se considere o caráter biológico da espécie, por serem os humanos organismos com características singulares, ressaltando que, por outro lado, sociedades humanas podem mudar, sem que haja alterações biológicas na espécie. Logo, é preciso ir mais a fundo nas discussões e considerar a relação entre o homem e a natureza.

> O factor central e inalterável em todas as sociedades é a natureza humana. Mas o que torna o homem singular entre as outras formas de vida, é demonstrado pelo facto de o significado da palavra «natureza» quando referida à humanidade, diferir em certos aspectos do seu significado noutros contextos. De um modo geral, entende-se «natureza» como algo que se mantém inalterável, algo para além da mudança. Um aspecto singular da humanidade é que os seres humanos são, de certo modo, mutáveis por natureza. (ELIAS, 1970, p. 117)

Portanto, ao tratar-se de indivíduo, Elias (1970, p. 129), pondera que:

> O conceito tradicional de indivíduo, veicula uma imagem mental. Fomos educados desde pequenos para nos tornarmos independentes, adultos perfeitamente auto-confiantes, desligados de toda a gente. Acabamos por acreditar e por sentir que somos realmente o que deveríamos e talvez desejássemos ser. Mais precisamente, confundimos os factos com os ideais, ou seja, aquilo que é com aquilo que deveria ser.

Ampliando o conceito para sociedade, explicita Elias (1994a, p. 63), explica que:

> A sociedade, como sabemos, somos todos nós; é uma porção de pessoas juntas. Mas uma porção de pessoas juntas na Índia e na China formam um tipo de sociedade diferente da encontrada na América ou na Grã-Bretanha; a sociedade composta por muitas pessoas individuais na Europa do século XII era diferente da encontrada nos séculos XVI ou XX. E, embora todas essas sociedades certamente tenham consistido e consistam em nada além de muitos indivíduos, é claro que a mudança de uma forma de vida em comum para outra não foi planejada por nenhum desses indivíduos.

Posto isso, é plausível pensar, a partir de tais definições, que é única a relação entre os indivíduos e a sociedade. Segundo Elias (1994a, p. 25), "não se compreende uma melodia examinando-se cada uma de suas notas separadamente, sem relação com as demais. Também sua estrutura não é outra coisa senão a das relações entre as diferentes notas". Essa analogia permite um olhar mais esclarecedor sobre as sociedades a partir dos indivíduos, e vice-versa, em uma teia de relações. Elias (1994b, p. 23) também apresenta outros conceitos que merecem destaque, como os de civilização, que carrega a consciência do ocidente sobre si mesmo, orgulhando-se do desenvolvimento adquirido em relação às sociedades ditas mais primitivas, e de cultura.

> (...) os conceitos de Kultur e "civilização", para sermos exatos, portam o selo não de seitas ou famílias, mas de povos inteiros ou talvez apenas de certas classes. Mas, em muitos aspectos, o que se aplica a palavras específicas de grupos menores estende-se também a eles: são usados basicamente por e para povos que compartilham uma tradição e situação particulares. (ELIAS, 1994b, p. 26)

Tais definições, assim como de sociedade e indivíduo, tornam-se importantes à medida em que se compreende a organização de grupos de pessoas sob proteção de instituições que garantem direitos individuais e harmônicos aos coletivos, ao menos em teoria. Contudo, Elias (1970, p. 137) observa que é uma simplificação grosseira olhar as funções sociais apenas nessa perspectiva, sendo importante observar sua formação.

> Embora possa ter um significado diferente, a evolução social implica sempre alterações da natureza e das relações das posições sociais, ocupadas pelos vários grupos de pessoas. Tem que significar sempre e inevitavelmente que no decurso da evolução há certas posições sociais ou grupos de posições que cedem, total ou parcialmente, as suas funções, dentro de um complexo funcional. Ao mesmo tempo, outros grupos de posições (por vezes mais antigos, mas na maioria das vezes, bastante novos) adquirem novas funções ganhando importância dentro de uma sociedade mais lata. (IBIDEM, p. 188-189)

Chega-se aí a um dos pontos fundamentais na obra eliasiana, cuja perspectiva nos cobra considerar outro conceito fundamental na relação entre sociedade e indivíduo: o poder e as relações de domínios estabelecidas, que será discutido no tópico 2.2 deste. Mas, ao evidenciando conceitos da Sociologia, somando-se às teorias de Elias, Giddens e Sutton (2017) ressaltam que a sociedade não é algo estático e que definir a sociologia apenas como o "estudo das sociedades" é ter parado no tempo e desconsiderar que tais sociedades não permanecem imutáveis. No entanto, para eles, o conceito de sociedade se torna menos relevante para a nova sociologia do século XXI:

> É plausível o sólido argumento de que sociedade é o conceito central em Sociologia, usado por Émile Durkheim para formar a nova disciplina que lida com a realidade coletiva da vida humana em contraste ao estudo dos indivíduos. Durkheim (1984 [1893]) entendia a sociedade como uma realidade independente que existe *sui generis*, ou "em seu próprio direito", e que exerce uma profunda influência sobre os indivíduos dentro de um território restrito. A concepção de sociedade de Durkheim manteve seu lugar central na Sociologia ao longo da maior parte do século XX e só foi seriamente questionada a partir de meados dos anos 1970. Teorias sobre o surgimento de um nível de realidade social global e teorias de globalização questionavam o conceito de sociedade essencialmente baseado no Estado-nação de Durkheim. (GIDDENS e SUTTON, 2017, p. 38)

Assim, ao considerar as limitações da concepção de sociedade e suas mudanças em curso, relaciona-se também essa sociedade com os indivíduos. Para Giddens e Sutton (2017, p. 40), "é bem possível que o conceito de sociedade mais atrapalhe do que ajude a compreender" e que "a Sociologia deve se concentrar no estudo das mobilidades – processos de movimento de travessia das fronteiras nacionais – que estão se tornando cada vez mais reais no cotidiano das pessoas", fazendo-se necessário dar destaque à reflexividade, um conceito chave para compreender a sociedade atual.

Em síntese, sociedade, na visão dos autores, é uma contínua construção social e não uma entidade fixa separada dos indivíduos, logo "a existência da reflexividade individual e social fatalmente acabou com qualquer vestígio de positivismo na Sociologia". Válido destacar ainda que, para se entender uma sociedade, também é necessário compreender seus modos de vida, leis e crenças, debates e ideias que são desenvolvidas no âmbito da "esfera pública". Citando Habermas (1989 [1962]), os autores (2017, p. 219) a definem como uma "arena de debate público em que os assuntos de interesse geral podem ser discutidos e as opiniões podem ser formadas".

Acontece que, atualmente, ainda segundo Giddens e Sutton (2017), a mídia de massa é vista de forma negativa por ter criado um clima de hostilidade geral em relação à política. Junto ao entretenimento de massa, ela faz a esfera pública definhar, já que há interesses comerciais e a política finda estando sob efeito disso no parlamento e na mídia, formando uma opinião pública manipulada. Ao passo que reconhecem também a mídia global como forte aliada da democracia, pressionando governos autoritários.

Giddens e Sutton (2017, p. 221) mostram que a esfera privada tende a canalizar – ou dominar – a esfera pública, o que sugere uma ideologia que ajudou a legitimar as desigualdades sociais, e que com a internet "a esfera pública pode, na verdade, estar se expandindo e não se contraindo". Tais inquietações, trazem à tona o conceito de identidade, que discute como o sujeito se compreende enquanto indivíduo dentro de uma sociedade. Essa definição cresceu em importância junto a questões que envolvem, por exemplo, a discussão sobre ideologia, que se expandiu a partir das mídias de massa e que são tidas como ideias do senso comum e crenças em uma sociedade que atendem interesses de grupos dominantes, legitimando a posição desses grupos.

> A mídia de massa, como o rádio, a televisão, os CDs, DVDs e a internet, também é vista como algo que exerce um papel cada vez maior na socialização, ajudando a formar opiniões, atitudes e comportamento. Isso vale sobretudo no caso do advento da nova mídia, que possibilita interações virtuais através de salas de bate-papo, blogs, e assim por diante. (GIDDENS e SUTTON, 2017, p. 210)

Outro ponto importante, descrevem Giddens e Sutton (2017), trata-se da interação social, que pressupõe inúmeras formas de comunicação não verbal. Para os autores, sem esse conceito, seria difícil "fazer Sociologia", pois a compreensão da interação social e de comunicação em ambientes virtuais é um campo de pesquisa crescente. Com certa preocupação e reflexão, citam que há diferença de comportamento ético dentro e fora do ciberespaço[50], aliás, algo muito explorado pela Semcom com o uso de mídias e plataformas que facilitam a proximidade com indivíduos e sociedade.

[50] Pierre Levy (1999, p. 94) define o ciberespaço como "o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores", definição que para ele inclui os sistemas de comunicação eletrônicos que transmitem informações de fontes digitais.

Por isso, integrando esfera pública e interação, as mídias de massa são formas de comunicação que alcançam grande público e exercem importante papel no que tange à socialização. O impacto da mídia interativa "ainda está para ser totalmente compreendido e avaliado pela Sociologia" (GIDDENS E SUTTON, 2017, p. 237), alertando que a mídia de massa modifica o equilíbrio entre o público e o privado e que transformou a própria natureza da vida, não sendo mais possível separar realidade de representação da mídia. Giddens e Sutton (2017, p. 240) apontam que:

> As teorias sociológicas das diversas formas de mídia nos mostram que elas jamais podem ser consideradas politicamente neutras ou socialmente benéficas. Ao mesmo tempo, porém, as mazelas do mundo não podem ser depositadas na conta da mídia de massa, e devemos partir do princípio de que as pessoas não são "idiotas culturais" incapazes de detectar o caráter tendencioso. O próximo estágio para os sociólogos da mídia será estudar a nova mídia digital, que também pode significar criar novas teorias capazes de compreendê-la melhor. Parece improvável que as teorias desenvolvidas para analisar a televisão e o rádio servirão para entender a internet.

Giddens e Sutton (2017, p. 100) tratam sobre o entendimento de que as cidades são povoações de grande porte e centros de poder. O avanço de tecnologias e da própria organização das sociedades fez surgir cidades mundiais, que buscam um equilíbrio de integração das sociedades humanas à natureza, além disso, rompeu a fronteira física de nações e ampliou a mobilidade social, que é o movimento de indivíduos e grupos entre diferentes posições socioeconômicas, o que influencia na organização de poderes e da própria esfera pública. Giddens e Sutton (2017, p. 218) afirmam ainda que democracias modernas se desenvolveram junto com as chamadas mídia de massa, já que "em um sentido bastante real, a mídia de massa possibilitou e estimulou a cultura democrática".

Por fim, sociedade civil, utilizada em muitas ocasiões na Comunicação das Mensagens Governamentais, é outro conceito essencial descrito como redes formadas por cidadãos de modo independente do governo, aproximando-se da definição de esfera pública. Estudos sugerem que essa sociedade civil fortalece a democracia e ainda trazem teorias cosmopolitas de uma sociedade civil global que, pela primeira vez, promete uma forma global efetiva de cidadania. Por isso, um olhar de um amazônida sobre a própria Amazônia pode fazer com que a sociedade civil desta aldeia seja cada vez mais compreendida como global (MCLUHAN, 1964).

2.2. A informação como aparelho ideológico, o poder e a teoria das elites

Convocando Althusser (1985, p. 31 e 32), que por sua vez apropria-se de visão marxista, parte-se da definição de que, antes de tudo, o Estado é aparelho de Estado e que acima deste conjunto está o chefe do Estado, a governo e a administração. Para Althusser (1985, p. 36), o Estado só tem sentido em função do poder de Estado.

> O Estado é uma «máquina» de repressão que permite às classes dominantes (no século XIX à classe burguesa e à «classe» dos proprietários de terras) assegurar a sua dominação sobre a classe operária para a submeter ao processo de extorsão da mais-valia (quer dizer, à exploração capitalista). (ALTHUSSER, 1985, p. 31)

O sentido repressivo do Estado indica que o Aparelho de Estado em questão funciona pela violência e que ele pode se apresentar de formas não físicas. Althusser, então, define que há Aparelhos Ideológicos de Estado, que atuam para um mesmo resultado, o das relações de exploração capitalistas. Para ele, há o AlE religioso, o escolar, o familiar, o jurídico, o político, o sindical, o cultural e o da informação, que abrange a imprensa, rádio, televisão e etc.

> Para se avançar na teoria do Estado, é indispensável ter em conta, não só a distinção entre poder de Estado e aparelho de Estado) mas também outra realidade que se situa manifestamente do lado do aparelho (repressivo) de Estado, mas não se confunde com ele. Designaremos esta realidade pelo seu conceito: os aparelhos ideológicos de Estado. (ALTUSSER, 1985, p. 42)

O aparelho de informação a que se refere Althusser reforça nos cidadãos o sentimento cotidiano de nacionalismo, algo que para ele necessita de uma estrutura de funcionamento, "no sentido em que esta estrutura e este funcionamento estão, sob uma mesma forma, imutável" (Althusser, 1985, p. 118), visão que pode ser aplica ao próprio objeto de estudo que esta pesquisa apresenta, reforçando o sentido anteriormente mencionado de governantes e governados ou dominantes e dominados.

> A ideologia da classe dominante não se torna dominante por obra e graça divina, nem mesmo pela virtude da simples tomada do poder de Estado. É pela instauração (mise en place) dos AlE, em que esta ideologia é realizada e se realiza, que ela se toma dominante. (ALTUSSER, 1985, p. 118)

Por outro lado, somado ao conceito que se apresenta, buscou-se inspiração na questão de análises a partir do conteúdo e do discurso. Para Bardin (1977, p. 31), análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análises das comunicações, tomando como exemplo a implicação do político em seus discursos. Essa aplicação, acrescenta, pode ser por código e suporte é oral e voltado à comunicação de massa, como jornais, anúncios publicitários (BARDIN, 1977, p. 35), tal qual se encontra nas Mensagens Governamentais que expõem o trabalho da Semcom. Nesse sentido, Bardin (1977, p. 39), afirma que o analista é como um arqueólogo, que trabalha com vestígios, como os documentos que descobre, justificando que:

> Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos as condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 1977, p. 42)

No que chama "Polos de inferência", Bardin (1977, p. 133) recorre a mecanismos clássicos da comunicação: por um lado, a mensagem (significação e código) e o seu suporte ou canal; por outro, o emissor e o receptor. Segundo ela, "a mensagem exprime e representa o emissor", por exemplo, ao analisar o discurso político, há dados sobre o orador, no entanto, observa, "nem todo o texto é tido em consideração" (p.156). Assim, seguindo essa diretriz, vejamos o seguinte esquema:

a) **Emissor:** o político/prefeito Arthur Virgílio Neto, representando a Prefeitura de Manaus, por sua vez, representada sua Secretaria Municipal de Comunicação;
b) **Receptor:** a população da cidade de Manaus, representada pela Câmara Municipal de Manaus, por sua vez, por seus vereadores.
c) **Mensagem:** a prestação de contas do que foi feito e do que ainda será em cada área de interesse, carregando não apenas tom de políticas públicas, mas político;
d) **Medium (meio):** As Mensagens Governamentais;

Tem-se, portanto, a organização não apenas de conteúdo, mas de discurso, o que não é foco desta pesquisa, embora sobre discurso, Bardin (1977, p. 214) diz que é determinado por condições de produção e sistema linguístico e que o mesmo "está situado e determinado não só pelo referente como pela posição do emissor nas relações

de força e também pela sua relação com o receptor", sendo que emissor e receptor integram lugares determinados na estrutura de uma formação social. A propósito, a própria estrutura da Comunicação Municipal pode se dividir, segundo Camilo (1998, p. 15), em informação municipal, comunicação política e comunicação simbólica.

Natural, então, pensar que além dessa comunicação com o propósito de prestar contas à sociedade e aos indivíduos, a comunicação é também usada como forma de poder e quem a detém possui posição de privilégio sobre outros, por sua vez, muitos desses a pretendem alcançar. Essas relações de poder entre governantes e governados, especialmente dos primeiros sobre os últimos, não é de hoje que se pensa e pesquisa. Porém, é na chamada teoria das elites, conceito que surge no final do século XIX a partir do livro "Elementi di Scienza Política" (1896), do filósofo Gaetano Mosca, que se estabelece que em toda sociedade há sempre uma minoria que detém o poder, sendo esta organizada, enquanto uma maioria está dividida e privada.

A palavra "elite" é um termo utilizado para fazer referência a um grupo superior no sentido hierárquico dentro de uma organização. No sentido político, em seu "Traité de Sociologie Générale" (1968), o sociólogo Vilfredo Pareto se propõe a estudar as diversas elites e suas interações, principalmente as políticas e as econômicas, sendo as desigualdades existentes entre a maioria social um fator determinante para o surgimento e permanência das elites no poder.

> Toda população social é composta de duas camadas, uma camada inferior que compreende todos aqueles que se saem mediocremente na vida, e uma camada superior, a elite, que compreende todos aqueles que se saem bem em qualquer domínio que seja e que se divide em duas a elite não governamental e a elite governamental. Em sentido amplo, a elite é definida fora de toda consideração moral; a circulação das elites é a mobilidade social que afeta, em toda a sociedade, o grupo social dirigente. A sociedade é caracterizada pela natureza social de sua elite governamental que se impôs como dirigente à camada inferior, seja pela força, seja pela astúcia, pois toda elite política, seja ela leoa ou raposa, luta por sua vida. A revolução justa seria uma ilusão. O caráter ilusório da democracia reside no fato de que todo poder é sempre confiscado por uma elite política que dele se utiliza em seu proveito. A tendência à "oligarquização" da democracia acentua o caráter irreconciliável entre os interesses da elite política e os do resto da população. O povo que sustenta o estado democrático tem papel instrumental em relação ao poder das elites. (FREITAS, 2018, p. 118 e 119)

Ao analisar a sociologia de Pareto, Freitas (2018, p. 118) discorre que sociedades hierarquizadas possuem em sua forma os dominantes, que são as elites em constante movimento, e os dominados, que, citando um exemplo clássico de Pareto, podem ser indivíduos em grupos que lutam para revolucionar um sistema que lhes parece opressor. Sendo, entretanto, conhecedora de elementos, derivações e resíduos que compõem uma sociedade, as elites circulam e se alternam no poder.

> É a circulação das elites que move a história particular das sociedades pela mudança no poder que provoca, e não a luta de classes. Sendo um importante fator de mudança social, as elites são necessárias à evolução histórica. Cada nova elite carrega consigo novos valores, novos comportamentos econômicos e sociais e uma nova forma de dinamismo coletivo. Elas são também fundamentais para os processos de mobilidade social que equilibram a alternância de poder nas sociedades hierarquizadas. (FREITAS, 2018, p. 119)

A teoria das elites, debatida e aprofundada por tantos, se relaciona com a proposta apresentada neste estudo na medida em que os gestores públicos, em sua maioria políticos ou cooptados pela política, se utilizam das demandas sociais para chegar ou permanecer no poder, pertencendo a comunicação a um dos eixos centrais desse processo. Entenda-se política como palavra derivada do grego, “polis”, ou seja, cidade, um dos elementos fundamentais da civilização, enquanto os “politikos” eram aqueles que viviam na polis, os cidadãos, trazendo um sentido próximo ao que se tem hoje e moldando e mudando os significados pelo que se atende como anseio das elites.

Ao falar-se de poder, porém, logo associa-se apenas ao domínio de alguém sobre outro(s), geralmente financeiro, mas há inúmeras formas de vê-lo em funcionamento. Elias (1970, p. 81) afirma que “o poder não é um amuleto que um indivíduo possua e outro não; é uma característica estrutural das relações humanas” e alerta que o perigo não está no progresso da ciência e tecnologia, mas na maneira como são usadas, somando-se a luta pelas oportunidades de distribuição de todo tipo de poder.

> Para muita gente, o termo «poder» tem um aroma desagradável. Isto deve-se ao facto de, durante todo o processo de desenvolvimento das sociedades humanas, o equilíbrio de poder ter sido extremamente desigual; pessoas ou grupos de pessoas com possibilidades relativamente grandes de acesso ao poder, exerciam habitualmente essas possibilidades em pleno, muitas vezes de um modo brutal e sem escrúpulos, tendo em vista os seus próprios fins. As conotações ofensivas que consequentemente acompanham o conceito de «poder» podem impedir que se distinga entre os dados factuais a que o

> conceito de poder se refere e a avaliação que se faz desses dados. (ELIAS, 1970, p. 80)

Essa desigualdade no poder dá-se de várias formas, devendo, segundo Elias (1970, p. 101), ser temido, já que causa uma aparente obrigação em quem é dominado de praticar algo que não se queira. “O poder é suspeito: as pessoas usam de poder para explorar outras para os seus próprios fins. O poder parece imoral: todos devíamos poder tomar por nós próprios todas as nossas decisões”, alerta, complementando:

> Dependemos dos outros; os outros dependem de nós. Na medida em que somos mais dependentes dos outros do que eles são de nós, em que somos mais dirigidos pelos outros do que eles são por nós, estes têm poder sobre nós, quer nos tenhamos tomado dependentes deles pela utilização que fizeram da força bruta ou pela necessidade que tínhamos de ser amados, pela necessidade de dinheiro, de cura, de estatuto, de uma carreira ou simplesmente de estímulo. (ELIAS, 1970, p. 101)

Inevitavelmente, ao falar-se de poder, deve-se considerar as estruturas e instituições governamentais que regem os indivíduos e garantem seus direitos. Mas Elias (1970, p. 33) propõe uma reflexão por parte dos governados, tendo em vista a burocracia com a qual se alimentam o poder e o quanto pode ser enganoso, ao mesmo tempo que é a maneira de se organizar a sociedade.

> Entretanto, os governados submetem-se aos seus chefes, confiando a estes a tarefa de empenhar os riscos e dificuldades com que a sociedade se depara e exigindo-lhes que, pelo menos, saibam para onde caminham. Quanto à máquina governativa, à burocracia, talvez não seja deslocado dizer, como Max Weber, que a estrutura das burocracias e as atitudes dos burocratas se tornaram mais racionais se as compararmos com as dos séculos anteriores; mas será pouco correto pretendermos, como Max Weber na realidade pretendeu, que a burocracia contemporânea é uma forma racional de organização e que o comportamento dos seus funcionários é um comportamento racional. Isto é altamente enganador. (IBIDEM)

Assim, as relações entre sociedade e indivíduo, vividas cotidianamente, apontam para o quão importante é compreender o papel da sociologia, sem que se exclua desse processo outras áreas igualmente importantes. Esse estágio de estudo para sociólogos, valendo-se das relações digitais, certamente impactará também nos estudos sobre as relações de poder, que funciona “por meio de discursos, que fornecem estruturas pelas quais compreendemos o mundo” (GIDDENS E SUTTON, 2017, p. 330).

3. REFLEXÕES TEÓRICAS EM COMUNICAÇÃO

Após abordar sobre a cidade, a sociedade, o indivíduo e o poder, passa-se, então, a um breve olhar mais aprofundado sobre a importância e a eficácia da Comunicação como instrumento de políticas públicas. Embora, ao longo desta dissertação, em especial no capítulo 1, voltado à própria Semcom, já se tenha feito apontamentos sobre os processos comunicativos, neste aborda-se mais sua relação com as políticas públicas. Tais reflexões corroboram para o entendimento que se pretende ser construído nesta, o da efetiva função de um órgão público voltado à comunicação, como se vê a seguir.

3.1. A Comunicação Pública e as Políticas Públicas de Comunicação

O interesse por estudos assim deve ser cada vez mais crescente, não somente, mas principalmente na Amazônia, buscando entendimento das relações sociais, culturais e naturais que emergem da e na região, contribuindo para a história e para o legado deixado pelos seus habitantes, bem como suas ligações entre si e com o contexto global.

> Os processos de comunicação na Amazônia têm recebido cada vez mais atenção por parte de pesquisadores, principalmente diante das narrativas que apresentam a região de fora e se concentram no exótico e no estranhamento. Mas, mesmo diante de esforços – esparsos – de mudar esse cenário, a pesquisa em comunicação é um dos campos em que pouco se tem produzido na Amazônia. E os trabalhos que vêm à luz são reflexos de um pensamento sobre a região construído com base em paradigmas que pouco apreendem das particularidades locais e das suas ligações com o global. (MONTEIRO e COLFERAI, 2011. p. 33)

Diante da existência de muitos temas que ainda anseiam por olhares atentos, como a Comunicação na Amazônia, é importante ressaltar que essa dimensão de interesse não se dá somente pela comunicação em si, mas principalmente com as relações de poder por ela estabelecidas e potencializadas com o avanço de tecnologias, mudando a forma com a qual a "sociedade em rede", assim denominada por Castells (2005), enxerga a si e ao outro.

> Já teorizei sobre como a estrutura social de uma sociedade em rede resulta da interação entre o paradigma da nova tecnologia e a organização social num plano geral. [...]. O que é novo é o facto de serem de base microelectrónica, através de redes tecnológicas que fornecem novas capacidades a uma velha

> forma de organização social: as redes. As redes ao longo da história têm constituído uma grande vantagem e um grande problema por oposição a outras formas de organização social. Por um lado, são as formas de organização mais flexíveis e adaptáveis, seguindo de um modo muito eficiente o caminho evolutivo dos esquemas sociais humanos (CASTELLS, 2005, p. 17, apud TAVARES DE SOUZA, 2020, p. 27)

Ao se conectar em rede, a Prefeitura de Manaus como instituição pública, por meio de sua Secretaria de Comunicação, encontra uma organização social que anseia pela resolução de suas demandas e que encontra nas tecnologias o caminho mais curto para isso, rompendo barreiras físicas. E isso é algo que o Executivo municipal parece ter noção, ao estabelecer um elo a partir das redes sociais digitais. "Para a Semcom, a evolução tecnológica na comunicação se tornou uma eficiente ferramenta de cidadania e de transparência" (MANAUS, 2020, p. 51). Mais que um simples elo, há a tentativa de transformar essa importante ferramenta de Comunicação como instrumento de poder.

> É plausível que a comunicação tenha ganhado visibilidade neste momento onde deixa de ser uma prática social imediata e constitutiva da consciência humana ou das relações interpessoais, para se tornar um exercício coletivo enquanto estratégia de poder. É, pois, no contraste cultural e no impulso de superar as diferenças que a comunicação se torna visível e supera os entorpecimentos das relações comunitárias. Nós somente nos damos conta de nosso idioma entrando em contato com o de outros. (HOHLFELDT et al., 2015, p. 19)

E é nessa interpretação de sociedade moderna e de massa que nascem "as críticas às novas condições vividas pelos indivíduos, sobretudo nas aglomerações urbanas" (HOHLFELDT et al., 2015, p. 105). Em busca de atender a esses anseios, os poderes públicos vêm se utilizando de todas as ferramentas disponíveis para tentar dar a transparência e atenção devida à população, a fim de evitar tensões maiores entre os segmentos e de dar ampla visibilidade às políticas públicas de cada setor.

> O Estado é fundamental na mobilização e articulação dos diferentes interesses (setor privado, sociedade civil etc.) envolvidos nas políticas públicas. É determinante seja na formulação direta delas, seja na definição do marco regulatório da sua implementação – não importando se ela terá lugar dentro ou fora do Estado. (GUIMARÃES DE CASTRO in CANELA, 2008. p. 66)

Com essa aproximação de contato entre a sociedade e o poder público, a comunicação das ações e serviços ganham cada vez mais protagonismo e notoriedade,

tendo em vista o importante papel que desempenha para estreitar essas relações. Essa aproximação é provocada pelas mudanças nas tecnologias e pela mudança de comportamento da sociedade, que percebeu a partir de cada indivíduo, que pode ser mais atuante no desenvolvimento das cidades em que moram.

Todavia, como também se nota a partir das observações de teóricos da área, cada vez mais informações podem provocar um chamado "abstencionismo" por parte dos cidadãos diante de tanta informação, o que demanda estratégias eficazes e mais assertivas na direção de ter os munícipes participantes da gestão, ponderando seus respectivos objetivos e não tratando a informação apenas como informação, mas agregando elementos que a aproximem do emocional.

Com tantas formas de comunicação, não é difícil a missão de dar transparência aos atos de uma gestão, ao passo que também pode se tornar trabalho árduo preencher os vários espaços em que as pessoas estão inseridas, sobretudo em âmbito digital. Para que se alcance tal objetivo, é necessária uma conduta que planeje e realize essa ação. Nesse ponto, são as Políticas Públicas que pautam (ao menos deveriam) as ações de um governo, incluindo a Comunicação. Quando se trata de ciência política, há duas definições convencionais que ajudam a compreender o que são políticas públicas:

> A primeira é de autoria de Bruno Jobert e Pierre Muller (1987) que definem: "política pública é o Estado em ação". Embora o Estado apareça como um agente central dentro desta concepção, tal abordagem não deve remeter à falsa conclusão de que toda política pública deva ser estatal, mas sim que uma política só é pública a partir do momento em que o Estado participa como um agente importante. (...) A segunda definição está mais ligada ao conceito de política social e foi formulada por T.H. Marshall (2002). Os referenciais do autor estão no campo da democracia liberal e da social-democracia, a partir de uma abordagem não marxista, e, ainda que antiga, sua definição permanece atual. De acordo com Marshall, política social é todo bem produzido para promover as coletividades em diferentes campos. Nesse sentido, educação, saúde, habitação, transporte, saneamento básico, trabalho, emprego, dentre outros bens que dizem respeito à promoção do bem-estar e do desenvolvimento humanos, são considerados políticas sociais. (GUIMARÃES DE CASTRO in CANELA, 2008. p. 66)

Posto isso, Brandão (2020, p. 6) discorre que há "uma tendência para identificar Comunicação Pública com o viés apenas da comunicação feita pelos órgãos governamentais". Porém, ela identifica cinco diferentes áreas de conhecimento e de

atividade profissional ao pesquisar e analisar os variados significados que existem para Comunicação Pública (CP), que são: CP identificada com os conhecimentos e técnicas da área de Comunicação Organizacional; CP identificada como Comunicação Cientifica; CP identificada com Comunicação do Estado e/ou Governamental; CP identificada com Comunicação Política; e CP identificada como estratégias de comunicação da sociedade civil organizada;

> (...) dentre os múltiplos significados da expressão Comunicação Publica, é possível encontrar um ponto comum de entendimento que é aquele que diz respeito a um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania. É com este significado que no Brasil o conceito vem sendo construído, sobretudo por força da área acadêmica que tem direcionado seu pensamento para esta acepção. (BRANDÃO, 2020. p. 6)

Para além do próprio conceito de Comunicação Pública e de algumas de suas subdivisões identificadas, a comunicação vem sendo entendida cada vez mais como forte aliada na parceria entre Poder Público e cidadãos, cujo própria relação vem se ressignificando e transformando o exercício diário da cidadania e do consequente crescimento da democracia em mais atuante e participativa, o que fez com que governos entendessem informar é ato inerente à administração pública.

Mesmo diante dos desafios de se gerir uma grande cidade, como a capital amazonense, a transparência pública é um princípio e direito fundamental de todo cidadão que elege representantes para gerir os recursos advindos de suas contribuições. Bueno (2009, p. 323) aponta que "a política de Comunicação não é só uma intenção que se manifesta, mas um compromisso que se assume" e que isso é algo que não se faz apenas com discursos, mas com um trabalho sério. Corroborando com o pensamento, Mafei e Cecato (2015, p. 43) afirmam que "o trabalho para o setor público exige um conhecimento mais aprofundado em política, além da divulgação de campanhas e ações", algo que é fundamental em se tratando de um gestor eleito pela população.

> Deve-se partir aqui do princípio que a Comunicação é sempre um bem necessário, especialmente no Brasil, com a edição da Lei da Transparência (de n° 12.527/2011), que procura garantir o acesso de todos os cidadãos aos atos dos órgãos públicos e autarquias, tanto da União quanto dos estados e municípios e do Distrito Federal. (TORQUATO, 2015. p. 222)

Porém, ainda segundo Torquato (2015), “a administração pública brasileira apresenta mentalidade muito arcaica” e a “comunicação sofre, inevitavelmente, os efeitos dessas estruturas obsoletas”. Para ele, “o desafio está em fazê-las se aproximar da sociedade”. Ferrareto (2009, p. 51) aponta que uma das maneiras de se criar essa aproximação e de engajar servidores públicos está na própria finalidade de uma assessoria em um órgão público: sua gestão transparente.

> O político está a serviço da população, que lhe delegou poderes para tal. Assim, é inadmissível que uma informação seja sonegada à grande imprensa e, por consequência, aos cidadãos. A assessoria de imprensa, nesse caso, é responsável pela transparência dessa relação.

A Assessoria de Imprensa é apenas um dos trabalhos desenvolvidos pela Assessoria de Comunicação, o que aponta para um trabalho mais amplo. No entanto, o próprio atendimento à imprensa merece uma atenção em particular por se diferenciar da propaganda em muitos casos em forma de publicidade que tira um pouco a naturalidade das ações. Por isso, a importância da distribuição de conteúdos diversificados, em áudio, vídeo, fotografias e textos, para a imprensa a fim de que estejam mais próximas da linguagem do jornalismo, que tem o dever de informar como serviço à sociedade.

> Algumas instâncias do poder político, pelo volume de informações envolvidas e pela importância na sociedade, possibilitam a estruturação de rádio e televisão (prefeituras e câmaras de vereadores de grandes centros, palácios de governos estaduais e federal, assembleias legislativas, Congresso Nacional, instâncias superiores do Poder Judiciário). A produção do material informativo e sonoro, audiovisual ou multimídia deve também seguir as normas jornalísticas, e não de propaganda. (FERRARETO, 2009. p. 52).

Presente, atualmente, em todas as formas de se fazer comunicação, a multimidialidade é uma das características fundamentais do jornalismo que se faz presente na internet e que pressupõem ampla interação com a sociedade em rede que ali está. Mas, Levy (1999, p. 68) convida a pensar se tal termo é o adequado para o que realmente se quer dizer.

> Mas se desejamos designar de maneira clara a confluência de mídias separadas em direção à mesma rede digital integrada, deveríamos usar de preferência a palavra “unimídia”. O termo multimídia pode induzir ao erro, já que parece indicar uma variedade de suportes ou canais, ao passo que a tendência de fundo vai, ao contrário, rumo à interconexão e à integração.

Entretanto, se por um lado essa gama de mídias na rede digital proporciona um escoamento mais amplo de informações e, potencialmente, com capacidade de alcançar mais pessoas, é necessário refletir também que o excesso de informação torna mais difícil a tarefa de captar audiências, o que obriga os profissionais de comunicação a adotarem estratégias que unam informação e publicidade, ao ponto da primeira ter se tornado a última (SERRA, 2002), ponto de vista que deverá ser aprofundado no desenvolver deste estudo.

> O cidadão que procura – ou a quem é oferecida – uma informação "séria" depara-se com uma dupla dificuldade: por um lado, e dado o "mar de informação", de produtos informacionais em que a própria informação "séria" se encontra imersa, torna-se-lhe cada vez mais difícil e mesmo doloroso distinguir entre o essencial e o acessório, o relevante e o irrelevante; por outro lado, e em virtude da prevalência daquilo a que Giddens chama os "sistema periciais", e que incidem sobre aspectos tão comezinhos como a comida, a saúde, a educação, os transportes, etc., mas também sobre os diversos temas da agenda política – prevalência que se repercute nos próprios media -, torna-se-lhe difícil escolher entre informações "sérias", mas igualmente bem fundamentadas e contraditórias entre si, o que o coloca numa situação de incerteza (Giddens fala em "risco") permanente. Assim sendo, se é verdade que o cidadão tem cada vez mais "informação", também é verdade que percebe cada vez menos o que se passa na *coisa pública*, esta é-lhe cada vez menos transparente, e tem cada vez menos capacidade para decidir, é-lhe cada vez mais difícil participar. O abstencionismo – político e cívico – seria, assim, uma resposta ou, pelo menos, umas das respostas possíveis a este excesso de informação, a esta "iluminação" que, literalmente, nos ofusca. Mas abster-se é, precisamente negar a essência da democracia – por muito "mínima" que seja a sua definição. (SERRA in CORREIA, 2002, p. 217)

Diante de questionamentos, análises, teorias, pensamentos e mídias que são cada vez mais convergentes (Jenkins, 2009), é salutar ainda discutir sobre as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) e seus papéis nesse processo. O uso das TIC é cada vez mais intenso pelos governos, gerando novos (talvez já nem tanto assim) conceitos como governança eletrônica, e-administração pública, e-gov, e-democracia, e-serviços públicos e outros temas emergentes a partir do uso das Tecnologias da Comunicação e Informação. No entanto, tais avanços trazem consigo também a preocupação com o acesso da população a essas tecnologias, assim como a necessidade de conhecimento para usá-las, como evidenciam Cunha e Miranda (2013).

> As TIC na sociedade informacional podem ser um novo canal entre o governo e o cidadão, que pode ser usado para a oferta de novos ou melhores serviços públicos, que pode melhorar a eficiência do governo, melhorar a gestão dos recursos que administra, possibilitar accountability (AKUTSU;

> PINHO, 2002) e facilitar os processos de descentralização. No entanto, há anos se fala que podemos estar assistindo à construção de uma sociedade onde as desigualdades sociais se acentuam e onde a distância dos que têm para os que não têm (inclusive o acesso à tecnologia e aos serviços de informação essenciais) é cada vez maior (MUNN, 1999).

A temática, portanto, traz consigo a necessidade de políticas públicas, ou seja, ações do governo para o bem dos cidadãos, em diferentes setores que oportunizem esse acesso e entendimento, mas como o foco aqui está na área de comunicação, vamos considerar que esse é um desafio também para ela e quem – obviamente – nela atua, compreendendo e relembrando, sempre que possível, esse fim.

Ao se abordar o desenvolvimento das cidades e sociedades, das relações de poder, esfera pública, do contexto amazônico e manauara em que esse estudo se insere, o que inclui a própria trajetória institucional da Semcom, esse conjunto pode ajudar a compreender essa dinâmica e importante relação entre governos e governados. Isso, sem esquecer que falar sobre políticas de comunicação é, também e sobretudo, trazer à tona problemas de cunho social, cultural e econômico, por exemplo, e apontar possíveis soluções, papel que pesquisas como esta ajudam a fortalecer.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Chega-se ao final desta saga acadêmica com menos conclusões do que esperava, mas cheio de considerações. A primeira é que considero este estudo ousado por se tratar de um recorte temporal recente e abrangente de uma Política Pública de Comunicação do Executivo Municipal de Manaus que ainda não havia recebido um olhar acadêmico com profundidade, especialmente por se tratar de um órgão público que serve de elo entre a instituição cujo dever é propiciar melhorias à vida das pessoas e aos cidadãos, habitantes de uma cidade amazônica que tem ares de metrópole.

Ao propor traçar um panorama – palavra usada para conceituar uma visão ampla a respeito de algo, como a própria cidade – sobre a história e as ações das políticas de comunicação da Semcom, pensei na riqueza que a quantidade de dados e informações aos quais tinha conhecimento poderiam abrir caminhos para o maior interesse no tema e em proporcionar um ponto de referência e inspiração para outros estudos que buscam avaliar os efeitos de ações, não apenas comunicacionais, realizadas por prefeituras.

Como alguém que testemunhou boa parte das estratégias adotadas e mudanças implementadas no período em que este estudo procurou se debruçar, ao passo que sendo alguém que já não faz mais parte do quadro de servidores do local no momento em que se apresenta esta dissertação, penso haver elementos suficientes para uma avaliação sobre a eficácia (ou não) da implementação dessas Políticas Públicas de Comunicação, apontando eventuais caminhos para futuras melhorias para o órgão e deixando um legado histórico documental e acadêmico sobre o período em questão.

Antes mesmo de finalizar esta dissertação, tal proposta apresentada já frutificava em um Congresso Nacional de Comunicação, como um recorte inicial desta pesquisa, com resultados de algumas das estratégias de imprensa adotadas entre os anos de 2017 e 2019 pela Semcom, comparando as produções entre si (Araújo e Valle, 2019), o que fez despertar, inclusive, interesse de dois outros formandos em jornalismo por fazerem seus trabalhos de conclusão de curso também inspirados no papel da comunicação municipal.

Espera-se ter contribuído para provocar discussões sobre políticas públicas, principalmente em comunicação, desenvolvidas por órgãos públicos em suas várias esferas (Executivo, Legislativo, Judiciário, municipal, estadual ou federal), descrevendo os processos de comunicação e parte da história da própria Semcom, com compreensão e análise do impacto da evolução dos serviços de comunicação do poder executivo municipal junto à sociedade manauara, mostrando que tais itens podem garantir maior transparência e estimular a participação cidadã na administração pública.

Mais do que percepções sobre a Semcom e suas ações durante os anos de 2013 e 2020, as Mensagens Governamentais, tendo como suporte paralelo consultas ao Diário Oficial do Município, revelam múltiplas ações realizadas no período de oito anos para mudar a cidade, levar melhorias às pessoas e, consequentemente, mostrar que aquele administrador sabe governar e sabe ser transparente.

Ademais, cada Mensagem Governamental consultada possui um texto assinado pelo gestor e político como se fosse um discurso direcionado aos parlamentares e cidadãos da cidade. Só isso, sem dúvida, renderia um excelente objeto de pesquisa. Outro ponto, destacado em objetivos de anos anteriores das Mensagens Governamentais, é a criação do Manual de Redação e Procedimentos, o que fora executado no fim de 2020, englobando estratégias de comunicação executadas em meio à pandemia da Covid-19, seja no campo publicitário ou no jornalístico, documento usado nesta pesquisa, mas que também pode ser objeto de futuras análises.

Outro item que tornou esta pesquisa desafiadora, é que – além das estratégias adotadas ao longo dos anos – em 2020, com a pandemia da Covid-19, doença provocada pelo novo coronavírus, ações específicas de comunicação precisaram ser adotadas e em um curto prazo para conscientizar as pessoas sobre a urgência de medidas de segurança coletivas, o que provocou uma mudança no planejamento inicial que consta na última Mensagem Governamental da gestão apresentada à Câmara. Essa crise sanitária global provocou efeitos em outros setores, como saúde, educação, trabalho e emprego, pressionando governos a adotarem medidas para amenizar o impacto da pandemia, incluindo, claro, campanhas informativas e educativas, combatendo informações falsas, o que também pode ser um outro importante objeto futuro de análise.

Este trabalho também buscou valorizar e evidenciar a importância de estudos como o da Comunicação, Sociologia e da própria Amazônia, cujo conhecimento reforça a urgência e o desafio de se compreender uma sociedade em acelerado movimento e distinto comportamento no mundo digital. E, como a Comunicação também está presente em tudo, espera-se obter significativas contribuições com o avanço desse estudo que envolve tantos fatores fundamentais para a democracia e a efetiva participação popular. Sem ao menos se esforçar em entender a sociedade em mobilidade, considerando seus conceitos chave, isso não seria possível.

Ao organizar os muitos resultados divulgados pela Semcom nas Mensagens Governamentais do prefeito de Manaus, chego à conclusão de que essas ações de comunicação foram pensadas para além dos jornais, com auxílio das mídias digitais e de meio tradicionais de comunicação, parecendo a intenção da propaganda maior que as próprias informações, perspectiva que está ligada sim ao desenvolvimento da cidade, mas também implicitamente à imagem positiva do gestor, que sem muito esforço pode ser percebida pelos indivíduos dessa cidade moderna, pertencente a uma sociedade em mudança originada nas aldeias e que hoje habita as redes.

Por fim, considerando a linha de pesquisa, bem como a própria proposta do Programa de Pós-Graduação Sociedade e Cultura na Amazônia, anseia-se que esta dissertação seja parte dos estudos que ajudam a enriquecer ainda mais o conhecimento que se tem sobre a região, fornecendo olhares de amazônidas sobre sua própria terra e abordando um tema que impacta diretamente na vida dos cidadãos, munindo-os de informações para que exerçam a cidadania e fortaleçam cada vez mais a democracia.

Aliás, penso que a partir de tudo que está apresentado até aqui, concluo esta pesquisa e o mestrado em Sociedade e Cultura na Amazônia transformado e passando a querer e valorizar mais a região amazônica, sua diversidade, riqueza e conhecimento que ainda aguardam por serem descobertas. Olhares sobre a Amazônia, considerando a forma como ela merece ser notada, são cada vez mais essenciais e estarão cada vez presentes e nisso a comunicação e a ciência possuem papel estratégico.

REFERÊNCIAS

Obras bibliográficas

ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos ideológicos de Estado**. Editora Graal, 1985.

BARDIN L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70; 1977.

BENEVOLO, Leonardo. **História da cidade**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2005.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: políticas e estratégias**. São Paulo: Saraiva, 2009.

CAMILO, Eduardo. **Estratégias de Comunicação Municipal: Uma reflexão sobre as modalidades de comunicação nos municípios.** Estudos em Comunicação. Universidade da Beira Interior. Covilhã, 1998.

ELIAS, Norbert. **A Sociedade dos Indivíduos.** Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1994a.

_____. **Introdução à Sociologia.** Lisboa: Edições 70, 1970.

_____. **O processo civilizador**: uma história dos costumes. Tradução de Ruy Jurgman. 2 ed., Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994b. 1v.

FERRARETTO, Elisa K.; FERRARETTO, Luiz A. **Assessoria de imprensa: Teoria e Prática**. São Paulo: Summus, 2009.

FREITAS, Marilene Corrêa da Silva. **A sociologia crítica e a questão social.** Coleção Pensamento Amazônico. Série André Araújo; v.23. Manaus: Reggo/Academia Amazonense de Letras, 2018.

GIDDENS, Anthony. SUTTON, Philip W. **Conceitos essenciais da sociologia**. Tradução: Cláudia Freire. São Paulo: Editora Unesp Digital, 2017.

GONDIM, Neide. **A invenção da Amazônia.** Manaus: Editora Valer, 2ª edição, 2007.

GUIMARÃES DE CASTRO, Maria Helena. Políticas públicas: conceitos e conexões com a realidade brasileira. In: CANELA, Guilherme (org.). **Políticas Públicas Sociais e os Desafios para o Jornalismo**. ANDI – Agência de Notícias dos Direitos da Infância. São Paulo: Cortez editora, 2008.

HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera V. [org.]. **Teorias da Comunicação: Conceitos, escolas e tendências**. 15. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. - São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 1999.

MAFEI, Maristela. **Assessoria de imprensa: como se relacionar com a mídia**. 3ª. Ed. São Paulo: Contexto, 2007.

MAFEI, Maristela; CECATO, Valdete. **Comunicação Corporativa: Gestão, Imagem e Posicionamento**. São Paulo: Editora Contexto, 2015.

MONTEIRO, Gilson Vieira. COLFERAI, Sandro Alberto. **Por uma pesquisa amazônida em comunicação: provocações para novos olhares.** In: MALCHER, Maria Ataíde; SEIXAS, Netília Silva dos Anjos; LIMA, Regina Lúcia Alves de; FILHO, Otacílio Amaral [org.] autores [et al.]. **Comunicação Midiatizada na e da Amazônia**. Belém: FADESP, 2011.

MUMFORD, Lewis. **A Cidade na História: Suas Origens, Transformações e Perspectivas.** São Paulo: Martins Fontes, 2004.

OLIVEIRA, José Aldemir de [org.]. **Cidades brasileiras: territorialidades, sustentabilidade e demandas sociais**. Manaus: Editora da Universidade Federal do Amazonas (Ufam), 2010.

PENA, Felipe. **1000 perguntas sobre Jornalismo.** Rio de Janeiro: LTC, 2012.

PIZARRO, Ana. **Amazônia: as vozes do rio: imaginário e modernização.** Trad. Rômulo Monte Alto. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2012.

SERRA, Paulo. **Informação e Democracia: O sentido da crítica Rousseauniana da Informação.** In: CORREIA, João Carlos (org.). Comunicação e Poder. Universidade da Beira Interior. Covilhã, 2002.

SILVA, Marilene Corrêa da. **O Paiz do Amazonas.** Manaus, Editora da Universidade do Amazonas, 1996.

SOUZA, Márcio. **História da Amazônia**. Manaus: Editora Valer, 2009.

THOMÉ, Carol. **Videorreportagem: a arte de produzir além do telejornalismo.** São Paulo: All Print Editora, 2011.

TORQUATO, Gaudêncio. **Comunicação nas organizações: Empresas privadas, instituições e setor público**. São Paulo: Summus, 2015.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** Tradução Daniel Grassi. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

TCCs, Dissertações e Teses

GRECO, Bruna Thaís da Silva. **A reconfiguração do podcast no radiojornalismo: O uso pela Secretaria Municipal de Comunicação (Semcom) como forma de divulgação das ações da Prefeitura de Manaus à população**. Manaus: Centro Universitário do Norte – Uninorte, 2016.

FERNANDES, Talita Hermógenes. **A política pública de transparência nos municípios do Amazonas: Sinergias entre o controle social dos recursos públicos e o Tribunal de Contas Estadual.** Manaus, Ufam, 2020.

LOPES, Aylin Cynthia de Carvalho. **A problemática ambiental da Amazônia com relação a A3P e o Planejamento Estratégico Municipal "Manaus 2030"**. Manaus, Ufam, 2021.

OLIVEIRA, Alan Marcos de. **Conexão Assessoria-Redação: Um estudo sobre a publicação de releases da Secretaria Municipal de Educação no portal Em Tempo em agosto de 2019**. Manaus: Centro Universitário do Norte – Uninorte, 2019.

OLIVEIRA, Edilene Mafra Mendes de. **Vozes Moduladas da Floresta: A complexidade da migração das rádios amazonenses de AM para FM e suas adaptações ao ambiente da convergência tecnológica.** 2017. 312f. Tese (Doutorado em Sociedade e Cultura na Amazônia) – Universidade Federal do Amazonas (Ufam).

REBELO, Luiza Maria Bessa. **A dinâmica do processo de formação de estratégias de gestão em universidades: a perspectiva da teoria da complexidade**. 2004. 275 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

SOUZA, Paloma Tavares de. **Comunicação Organizacional: O uso do Facebook como estratégia midiática pela Secretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Manaus**. Manaus: Centro Universitário do Norte – Uninorte, 2020.

VERAS, Hemanuel Jhosé Alves. **Comunicação Governamental e Ciberdemocracia: Deslocamentos de sentidos nos órgãos federais brasileiros.** Dissertação (mestrado em Ciências da Comunicação) – Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas (Ufam). Manaus, 2012.

Artigos e Periódicos

ANJOS, Mayara Abadia Delfino dos. **Políticas Públicas de Comunicação nos Planos de Governos dos Candidatos a presidência do Brasil nas eleições 2014.** Disponível em: http://www.fucamp.edu.br/editora/index.php/getec/article/viewFile/616/448. Acesso em: 21/01/2021.

ARAÚJO, R.A.; VALLE, M.I.M. **De Assessoria Multimídia à Fonte Oficial: Um Breve Panorama de Estratégias de Produção Jornalística da Secretaria de Comunicação da Prefeitura de Manaus**. Intercom, 2019. Disponível em: https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1760-1.pdf. Acesso em: 11/01/2020.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. **Conceito de Comunicação Pública**. Disponível em: https://fasam.edu.br/wp-content/uploads/2020/07/Historia-da-Comunicação-Pública.pdf. Acesso em: 05/06/2021.

CUNHA, Maria Alexandra Viegas Cortez da; MIRANDA, Paulo Roberto de Mello. **O uso de TIC pelos governos: uma proposta de agenda de pesquisa a partir da produção acadêmica e da prática nacional**. Salvador, 2013. Disponível em: https://doi.org/10.1590/S1984-92302013000300010. Acesso em 30/01/2020.

SOUZA, Celina. **Políticas Públicas: uma revisão da literatura.** Sociologias, Porto Alegre, ano 8, no 16, jul/dez 2006, p. 20-45. Disponível em: https://www.scielo.br/j/soc/a/6YsWyBWZSdFgfSqDVQhc4jm/?lang=pt&format=pdf. Acesso em: 20/05/2021.

Documentos, Publicações e Sites consultados

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil. **Texto constitucional promulgado em 5 de outubro de 1988, com as alterações determinadas pelas Emendas Constitucionais de Revisão nos 1 a 6/94, pelas Emendas Constitucionais nos 1/92 a 91/2016 e pelo Decreto Legislativo no 186/2008**. – Brasília: Senado Federal, Coordenação de Edições Técnicas, 2016.

_____. Câmara dos Deputados. **Arthur Virgílio: Biografia.** Disponível em: https://www.camara.leg.br/deputados/74089/biografia. Acesso em 30/05/2021.

_____. Senado Federal. Arthur Virgílio – AM. Disponível em: https://www25.senado.leg.br/web/senadores/senador/-/perfil/551. Acesso em 30/05/2021.

_____. **Artur Virgílio Neto é eleito prefeito de Manaus-AM**. Disponível em: https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2012/Outubro/artur-virgilio-neto-e-eleito-prefeito-de-manaus-am. Acesso em 30/01/2021.

_____. Tribunal Superior Eleitoral (TSE). **Manaus (AM): Arthur Virgílio e Marcelo Ramos vão disputar 2º turno.** Disponível em: https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2016/Outubro/manaus-am-arthur-virgilio-e-marcelo-ramos-vao-disputar-2o-turno. Acesso em 30/01/2021.

MANAUS, Prefeitura Municipal de. **Cidade: história.** Disponível em: https://www.manaus.am.gov.br/cidade/historia. Acesso em: 05/06/2021.

_____. **Manual de Redação e Procedimentos**. 2020. Disponível em: https://issuu.com/prefeiturademanaus/docs/manual_de_reda__o_-_semcom. Acesso em 2021.

_____. **Mensagem do prefeito Arthur Neto à Câmara Municipal de Manaus**. Manaus, Reggo Edições, 2013. Disponível em: https://issuu.com/prefeiturademanaus/docs/2013. Acesso entre 2019 e 2021.

_____. **Mensagem do prefeito Arthur Neto à Câmara Municipal de Manaus**. Manaus, Reggo Edições, 2014.

_____. **Mensagem do prefeito Arthur Neto à Câmara Municipal de Manaus**. Manaus, 2015. Disponível em: https://issuu.com/prefeiturademanaus/docs/2015. Acesso entre 2019 e 2021.

_____. **Mensagem do prefeito Arthur Neto à Câmara Municipal de Manaus**. Manaus, 2016. Disponível em: https://issuu.com/prefeiturademanaus/docs/mensagem_2016. Acesso entre 2019 e 2021.

_____. **Mensagem do prefeito Arthur Virgílio Neto à Câmara Municipal e ao povo de Manaus 2017**. Disponível em: https://issuu.com/prefeiturademanaus/docs/mensagem_2017_web. Acesso entre 2019 e 2021.

_____. **Mensagem governamental do prefeito Arthur Virgílio Neto à Câmara Municipal de Manaus 2018**. Disponível em https://issuu.com/prefeiturademanaus/docs/mensagemdoprefeito2018. Acesso entre 2019 e 2021.

_____. **Mensagem governamental do prefeito Arthur Virgílio Neto à Câmara Municipal e ao povo de Manaus 2019**. Disponível em https://issuu.com/prefeiturademanaus/docs/mensagem2019. Acesso entre 2019 e 2021.

_____. **Mensagem governamental do prefeito Arthur Virgílio Neto à Câmara Municipal e ao povo de Manaus – 2020**. Disponível em https://issuu.com/prefeiturademanaus/docs/mensagem_governamental_2020. Acesso entre 2019 e 2021.

SANTOS, Marcos. **O processo administrativo da Prefeitura. Ou a loucura de administrar Manaus. Ou a saída da Semcom.** Disponível em: https://www.portalmarcossantos.com.br/2017/07/20/o-processo-administrativo-da-prefeitura-ou-loucura-de-administrar-manaus-ou-saida-da-semcom/. Acesso: 25/6/2021.

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO. Prefeitura de Manaus. **Nossa História; Estrutura Organizacional e Institucional**. Disponível em: http://semcom.manaus.am.gov.br. Acesso em: 25/6/2019.

Outras fontes consultadas

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede (Volume 1)**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: editora 34, 1999.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem (Understanding media)**. 4ª ed. São Paulo: Cultrix, 1974.

APÊNDICE

MEMORIAL DO AUTOR

Meu nome é *Rômulo Assunção Araújo*, filho de uma paraense (dona Bena) que trabalhou boa parte da vida como empregada doméstica e de um profissional autônomo amazonense com pouca escolaridade (seu Ronaldo) que sonha(va) ser radialista. Nasci em Manaus, capital do Amazonas, em 21 de abril de 1989. Sou casado com uma mulher também jornalista (Vanessa) e pai de um filho de oito anos (Leandro). Sou jornalista por formação, com experiências em redação de jornal, assessoria de comunicação e imprensa e freelancer, e professor universitário de jornalismo. Além da graduação, cursei duas especializações, tenho alguns artigos publicados em congressos regionais e nacionais, um capítulo de um livro e produções independentes na área.

Desde criança, inspirado em meu pai que "brincava de fazer rádio" com o velho toca-discos na sala da pequena casa de madeira em que morávamos, sentia que trabalharia na área de comunicação. Na escola, aos poucos fui levado a crer que esse era mesmo o caminho ao ser escolhido para apresentar trabalhos, horas-cívicas e representar a turma em feiras culturais e de ciências. Ainda antes de chegar à faculdade, novamente influenciado pelo meu pai, fui assistente voluntário em um programa de rádio local, atendendo o telefone da produção com os pedidos de músicas dos ouvintes e os "alôs" que mandavam aos familiares, amigos e amores, anunciando-os no ar, ao vivo.

Sempre estudei em escola pública e no fim do terceiro ano do ensino médio, eu tinha certeza de que o jornalismo seria minha escolha profissional. Na Universidade Federal do Amazonas (Ufam), não fui aprovado por pouco. Meu destino, para não perder tempo, e com o esforço dos meus pais, foi estudar no Centro Universitário do Norte (UniNorte), onde cursei jornalismo de 2007 a 2010, vivendo muitas experiências dentro e fora da sala de aula, inclusive com destaques em âmbito nacional. Como Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), em parceria com outros dois colegas de turma, apresentamos uma proposta de um programa de rádio chamado "Nova Geração Ciência" para ser veiculado nos intervalos das aulas de uma escola pública estadual.

Aproveitando as oportunidades de cada disciplina e da Central Multimídia do curso, participei de projetos de rádio, televisão, fotografia e internet, além de vivenciar o lado da pesquisa acadêmica e dos projetos de extensão. Entre os destaques, o projeto de rádio Programa Saber Viver, uma parceria com a rádio Rio Mar, do qual fui produtor, repórter e apresentador, e junto à equipe, sendo aluno-líder, fomos vencedores da etapa regional Norte do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação em 2010, na categoria audiovisual, modalidade programa laboratorial de rádio.

No início da faculdade, tive a felicidade de ter sido estagiário no setor de jornalismo da Tv Cultura do Amazonas, ajudando a produzir o programa diário "Conexão de Notícias", o telejornal matinal que ia ao ar às 11h. Foi uma grande "escola". Após dois anos e meio, como voluntário e estagiário, deixei o local e aproveitei o edital aberto de comunicação científica da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (Fapeam), me inscrevi e fui selecionado como um dos bolsistas de iniciação científica, realizando atividades de produção para rádio, internet e revista.

A propósito, no ensino médio, também na área científica, tive a oportunidade de atuar como estagiário no Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (Inpa), desempenhando atividades na gigante biblioteca daquele museu à céu aberto, onde tive contato com pesquisas que mostravam importantes resultados e observações sobre a região. Durante a faculdade, voltei ao Inpa como colaborador da assessoria de comunicação, produzindo vídeos e escrevendo para a revista "Ciência para todos".

Ainda falando em ciência, entre 2013 e 2014, cursei a especialização oferecida pelo Instituto Leônidas e Maria Deane / Fundação Oswaldo Cruz (FioCruz / ILMd Amazônia), em parceria com a extinta Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia e Inovação (Secti), voltada à Divulgação e Jornalismo Científico em Saúde e Ambiente na Amazônia. O resultado de conclusão do curso foi uma proposta de um programa de rádio em feiras e mercados da cidade de Manaus, sendo publicado em um livro organizado pela própria Fiocruz Amazônia. Alguns anos depois, em 2019 e 2021, fui convidado a retornar para ministrar oficinas sobre produção de vídeos para divulgar a ciência voltadas a pesquisadores bolsistas da instituição.

Antes, entre 2012 e 2013, cursei também uma especialização em Design, Comunicação e Multimídia oferecida pela Fundação Centro Análise de Pesquisa e Inovação (Fucapi), realizando um projeto final sobre a prática e o estudo em videorreportagem – a linguagem do repórter que usa sua própria câmera para produzir um conteúdo jornalístico audiovisual – no Amazonas. O estudo também rendeu um artigo publicado em um congresso nacional e um documentário de 20 minutos usando a linguagem da videorreportagem e está em fase de preparo para se transformar em livro.

A videorreportagem é, sem dúvida, uma das experiências mais marcantes da minha trajetória profissional. Ainda na faculdade, os experimentos na área me renderam a oportunidade de fazer um teste para um projeto inovador no jornalismo local, a produção de videorreportagens para a internet no portal de notícias do jornal Diário do Amazonas, o D24am.com, ainda no ar. A partir disso, outras portas profissionais se abriram, inclusive com prestação se serviços para canais nacionais e internacionais de notícias, como o portal Terra e a Agência France Press (AFP), ambos como freelancer.

Em 2011, a partir de um convite feito por um ex-chefe da área, saí do jornal e encarei um novo desafio: integrar a Secretaria Municipal de Comunicação (Semcom) da Prefeitura de Manaus, trabalho que dei por concluído com a troca de mandato no fim de 2020, somando quase 10 anos de experiência. Por isso, para o mestrado em Sociedade e Cultura na Amazônia, propus um estudo fruto dessa prática e observação que perpassam três mandatos e sete gestores diferentes, cujo órgão tem como missão dar transparência aos atos administrativos do município de Manaus, a partir de diversas mídias.

Em paralelo, aceitei mais uma missão (e das grandes, diga-se): ser professor do curso onde estive como aluno, após frequentes retornos para bate-papos, palestras e oficinas. Entre março de 2015 e julho de 2020, foram quatro anos e meio letivos, nove semestres, lecionando disciplinas como radiojornalismo e jornalismo digital para quem um dia, como eu, buscou um lugar neste concorrido e amplo mundo da comunicação. Em 2019, pausei esse árduo desafio para me dedicar ao mestrado, retornando em 2020, lecionando com ainda mais inspiração e sendo desligado, como outros, por mudanças na gestão e reflexos da pandemia de Covid-19. Ainda sim, em 2021, um novo convite de outra instituição surgiu, onde ainda sigo lecionando até a conclusão desta dissertação.

Após esse breve panorama, pessoal e profissional, me candidatei a esse mestrado da Ufam, inspirado em colegas que por ele já passaram, trazendo como proposta de pesquisa a política pública de Comunicação desenvolvida pela Semcom entre 2013 e 2020, período em que estive como servidor público e pude acompanhar mais de perto as mudanças nessas formas de levar aos cidadãos informações sobre ações e serviços da Prefeitura de Manaus. Logo, como alguém que participou de tal processo entre o poder público e a sociedade, tinha enorme interesse de observar melhor essas estratégias como forma de potencializar a presteza e melhorias dos serviços de comunicação e, por meio deste, quem sabe, deixar um legado para outras cidades que queiram seguir o modelo.

O trabalho no serviço público me permitiu acompanhar e participar do desenvolvimento de políticas públicas nas diversas áreas da administração municipal, especialmente em Comunicação, sempre atento às tendências e tecnologias que possibilitassem uma melhor realização e evolução de tal papel. Boa parte desse trabalho que acompanhei ao longo de quase uma década teve a pretensão de ser revisitado nesta pesquisa a partir de conduções teóricas e um olhar de um amazônida sobre sua região, conforme visto em estudos a partir do mestrado em Sociedade e Cultura na Amazônia.

Durante o curso, vivi com expectativa cada etapa, desde a decisão de realizar a inscrição, passando pelo desenvolvimento do pré-projeto, até a aprovação, após a defesa e o resultado, para minha surpresa um dos poucos com nota acima de 7,0. Era um sonho se realizando: cursar um mestrado em uma universidade pública federal centenária que formou tantos talentos. Depois disso, foram as expectativas pela matrícula e pelo início das aulas para, então, viver e absorver o que fosse possível de conhecimento.

Aliás, procurei cumprir com dedicação os créditos e exigências necessários à qualificação e ao conhecimento, incluindo a proficiência em língua inglesa obtida a partir de um curso oferecido pela própria universidade, por meio do Centro de Estudo de Línguas (CEL/Ufam), bem como o artigo científico publicado em congresso nacional – o Intercom – de Ciências da Comunicação e o estágio docente com a comprovação de que atuava como professor de ensino superior em uma instituição particular.

As aulas instigantes das disciplinas obrigatórias e eletivas oferecidas pelos docentes do curso merecem citação à parte porque me abriram ainda mais a cabeça para conhecer melhor a região da qual sou filho, especialmente ao tratar sobre a sociedade e cultura de um território que atrai olhares de todo o mundo e carece de investimentos em pesquisa e desenvolvimento. Cada matéria, da primeira à última, além de resultar em artigos científicos com partes neste projeto, contribuiu para meu crescimento intelectual, não somente visando a realização deste, mas a disseminação do conhecimento obtido.

Logo na primeira aula, além de conhecer a turma tão diversa e privilegiada, formada por pessoas das áreas da Comunicação, Direito, Saúde, História, Pedagogia e outras, fomos apresentados à Epistemologia e Metodologia das Ciências Humanas e Sociais, ministrada pelo professor Dr. Odenei de Souza Ribeiro, na qual aprendemos a enxergar o mundo a partir de grandes pensadores e suas obras, como Pierre Bourdier, Thomas Kuhn, Gaston Bachelard e Michel Foucault, por exemplo. Essa matéria e o próprio professor serviram de base sólida para uma outra que viria a seguir.

Em paralelo às orientações sempre cuidadosas e assertivas da professora Dra. Maria Izabel de Medeiros Valle, as disciplinas Seminário de Pesquisa I e II, ministradas pelos professores Dra. Renilda Aparecida Costa e Dr. João Luiz da Costa Barros, trouxeram à luz do conhecimento a formatação do pensamento sobre nosso projeto de pesquisa, a partir de três teóricos que são o pilar no estudo das ciências sociais: Émile Durkheim, Karl Marx e Max Weber. O estudo dos três, as leituras complementares e o desenvolvimento metodológico da pesquisa, bem como este próprio memorial, foram atividades constantes nessa disciplina e contribuíram para o saber aqui apresentado.

Outra disciplina que transformou o pensamento deste que vos escreve foi a de Tópicos Especiais III – Teoria Social, ministrada pela professora Dra. Marilene Correa da Silva Freitas, pela qual pude conhecer, por exemplo, conceitos das teorias sociais como fato e fenômeno, ordem e desordem, atores, sujeitos e agentes, além dos pesquisadores que nortearam essas ideias: o cientista político e sociólogo francês Vilfredo Pareto e o sociólogo britânico Anthony Giddens. Dessa disciplina, produzi um artigo sobre percepções que tive acerca da sociedade, esfera pública e comunicação a partir dos conceitos essenciais da sociologia de Giddens, que uso parte nesta pesquisa.

Outro sociólogo possui disciplina à parte no curso, o alemão Norbert Elias. Sob condução do professor Dr. Gláucio Campos Gomes de Matos, a matéria intitulada Processo Civilizador e Práticas Socioculturais em Comunidades Amazônicas muito contribuiu para o conhecimento que tive sobre a sociedade, o indivíduo e o poder, principalmente a partir de obras como A Sociedade dos Indivíduos, Introdução à Sociologia e os clássicos volumes I e II de O Processo Civilizador, sendo possível, portanto, relacioná-las com estudos sobre comunidades amazônicas. Como trabalho final, produzi um artigo sobre as reflexões da teoria elisiana e aplicações na Amazônia a partir do Ethos e Figurações, obra do professor Gláucio, que resultou ainda, sob minha produção, um texto jornalístico e um podcast sobre a visão do pesquisador e a relação com as queimadas na região, material publicado no site da Ufam.

Como ex-servidor público, trabalhando na Prefeitura de Manaus, cujo objetivo é cuidar do município, considero que foi igualmente importante o estudo da disciplina A Cidade e o Urbano na Amazônia, com a orientação do professor Sérgio Ivan Gil Braga, com o qual aprendi, somando-se às leituras, que as cidades são onde vivemos e que contemplam várias linhas de investigação, distinguindo-se umas das outras, a exemplo das especificidades das cidades amazônicas em relação ao restante do Brasil. A partir dessa matéria, usando estudos de Leonardo Benevolo e Lewis Mumford, produzi um artigo sobre as origens e o desenvolvimento das cidades, também usado neste estudo.

Ainda como parte das disciplinas eletivas do curso, participei da que se chama Seminário Temático IV: Processos Criativos, voltada à arte, ciência e cultura, cuja ministrante foi a professora Dra. Rosemara Straub. Esta matéria reforçou questões metodológicas e conceitos relevantes para a pesquisa, no entanto, sobre um ponto de vista, digamos, poético, buscando entendimento de que tudo é um processo e que nada é acabado em si mesmo, de que a cultura é dinâmica e a ciência é um diálogo, além de teorias como a da Complexidade, de Edgar Morin, e provocações sobre o Estado da Arte da pesquisa, rendendo como trabalho final um projeto de pesquisa atualizado.

Por fim, a disciplina que considero chave do curso: A Formação do Pensamento Social na Amazônia, ministrada por três professores: Dr. Odenei Ribeiro, Dra. Marilene

Corrêa e a Dra. Iraildes Caldas Torres. Essa gerou um dos artigos mais produtivos e com o conhecimento mais transformador que tive no mestrado. Logo de início, fomos provocados a entender que o pensamento social amazônico é parte do pensamento social brasileiro e que a base da formação dos intelectuais da região veio de fora. Lê-se autores como Euclides da Cunha, Mário Ypiranga, Araújo Lima, Djalma Batista, Artur César, Álvaro Maia, Samuel Benchimol, Leandro Tocantins e tantos outros, incluindo a coletânea Vozes da Amazônia, obras ricas em pesquisa e informação sobre a região.

Ao contrário da Amazônia exótica, homogênea e "pulmão do mundo" que habita erroneamente o imaginário, o Programa de Pós-Graduação Sociedade e Cultura na Amazônia abre possibilidades para que a heterogeneidade da floresta e seus habitantes seja estudada e revista pela literatura a fim de dar voz e vez a um lugar ainda relegado a segundo plano, mas que se apresenta como estratégico para o Brasil e para o mundo. É nesse processo que me insiro, tentando contribuir com uma pequena fração percentual a partir desta dissertação sobre políticas públicas e comunicação em Manaus.

Ressalto ainda a honra de estudar em uma universidade pública centenária como a Ufam, local que almejei estar após oito semestres cursando inglês no projeto CEL e de ter recebido uma bolsa para estudar Química devido a boa colocação em uma olimpíada estadual e preparativo para regional, e cujo sonho volto a realizar ao cursar o mestrado. Nestes tristes tempos, com áreas como a Educação, a Ciência e o Meio Ambiente sendo não tão somente desvalorizadas, inclusive por quem as deveria proteger e valorizar, mas dando lugar ao deplorável negacionismo que orbita o pensamento de quem prefere o obscurantismo à luz do conhecimento, seguir estudando é sinal de resistência.

Ao revisitar este memorial antes da tão aguardada defesa da Dissertação, após toda essa experiência proporcionada pelo PPGSCA, e ainda sob o espectro da pandemia do Novo Coronavírus, que teve Manaus como um dos epicentros, endosso o quanto a ciência e o saber que ela propicia a partir do estudo de pesquisadores são necessários para a melhoria da vida humana. Nesse ponto, me sinto privilegiado em morar e ser parte de um laboratório a céu aberto que surpreende a cada nova pesquisa, como esta que por ora concluo, e que deixa um leque de possibilidades para investigações futuras.

ANEXOS

ANEXO 1 – REGULAMENTO ADMINISTRATIVO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE MANAUS, destinado ao funcionamento dos órgãos da Administração Direta do Município, Edição 02, ANO I, de 04/04/2000.

Fonte: http://dom.manaus.am.gov.br/pdf/2000/abril/DOM20000002CAD1.pdf

Art. 14 – À Secretaria Municipal de Desenvolvimento e Meio Ambiente compete:

I - formulação e execução da política municipal de desenvolvimento e meio ambiente, em consonância com as diretrizes estabelecidas pela política nacional de desenvolvimento econômico, científico, tecnológico e de meio ambiente, de modo a contemplar os componentes social, científico e tecnológico de desenvolvimento.

Art. 15 – À Secretaria Municipal de Comunicação Social compete:

I - formulação e execução da política de publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas da Administração Municipal;
II - informação;
III - coordenação dos serviços de comunicação social do Governo municipal.

Art. 16 – À Secretaria Municipal de Esporte e Lazer compete:

I - fomento às práticas desportivas formais e não formais;
II - incentivo ao lazer como forma de promoção social

Art. 17 – À Secretaria Municipal de Assistência Social compete:

I - assistência social;
II - proteção à criança, ao adolescente e ao idoso;
III - ações comunitárias.

Art. 18 – À Secretaria Municipal de Abastecimento, Mercados e Feiras compete:

I - formular a política de oferta de produtos alimentícios, abastecimento e comercialização;
II - supervisionar e coordenar a utilização de feiras e mercados municipais.

Art. 19 – À Auditoria Geral do Município compete:

I - fiscalizar e controlar, direta e internamente, os atos e contratos de Poder Executivo, incluídos os da Administração Indireta;
II - zelar pela preservação dos princípios que informam, orientam e condicionam o agir da Administração Pública.

Art. 20 - Além das competências expressas neste capítulo, incluem-se as dispostas nos arts. 86 e 87 da Lei Orgânica do Município de Manaus.

CAPÍTULO III

DA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL BÁSICA

SEÇÃO I

DAS NORMAS GERAIS

Art. 21 - A estrutura básica dos órgãos da Administração Pública Municipal desdobrar-se-á nos seguintes níveis de atuação:
I - Direção Superior;
II - Decisão Colegiada;
III - Assessoramento;
IV - Atividade Meio;
V - Atividade Fim;
VI - Órgão Vinculado.

Art. 22 - Os níveis componentes da estrutura básica a que se refere o artigo anterior compreendem:

I - DIREÇÃO SUPERIOR – representada pelo Secretário e pelo Subsecretário Municipal, com funções relativas à liderança e articulação das atividades político-institucionais e administrativas da Secretaria, incluindo as relações intergovernamentais;
II - COLEGIADOS – exercidos pelos Conselhos ou assemelhados, com respectivas funções regimentais;
III - ASSESSORAMENTO – representado por assessoria técnico-administrativa especializada aos órgãos da Administração Municipal;
IV - ATIVIDADE MEIO – representada por órgãos de gerenciamento e execução das atividades meio na Administração

ANEXO 2 – REGIMENTO INTERNO DA SEMCOM (2013)
Fonte: Diário Oficial do Município, Edição 3278 – Caderno II, de 22/10/2013, disponível em: http://dom.manaus.am.gov.br/pdf/2013/outubro/DOM%203278%2022.10.2013%20CAD%202.pdf

Art. 36. As informações referentes à SEMGOV somente serão fornecidas para divulgação mediante autorização de seu titular ou de seu substituto legal, respeitado o disposto na Lei Federal nº 12.527, de 18 de novembro de 2011.

Art. 37. Revogadas as disposições em contrário, especialmente o Decreto nº 137, de 5 de junho de 2009, este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Manaus, 22 de outubro de 2013.

ARTHUR VIRGÍLIO DO CARMO RIBEIRO NETO
Prefeito de Manaus

LOURENÇO DOS SANTOS PEREIRA BRAGA
Secretário Municipal Chefe da Casa Civil

DARCY HUMBERTO MICHILES
Secretário Municipal de Governo

DECRETO Nº 2.574, DE 22 DE OUTUBRO DE 2013

DISPÕE sobre o Regimento Interno da **SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO – SEMCOM** e dá outras providências.

O PREFEITO DE MANAUS, no exercício da competência que lhe confere o artigo 80, inciso VIII, da Lei Orgânica do Município de Manaus,

DECRETA:

CAPÍTULO I

DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º Este Decreto dispõe sobre o Regimento Interno da Secretaria Municipal de Comunicação – SEMCOM, órgão integrante da Administração Direta do Poder Executivo, na forma da Lei Delegada nº 01, de 31 de julho de 2013, e estruturado pela Lei Delegada nº 06, de 31 de julho de 2013.

CAPÍTULO II

DAS FINALIDADES

Art. 2º A SEMCOM tem por finalidades:
I – planejar e implementar a Política Municipal de Comunicação Social, mediante a coordenação e o controle das ações de comunicação;
II – divulgar as ações municipais de governo e promover a publicidade institucional, em articulação com os diversos meios de comunicação.

CAPÍTULO III

DA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

Art. 3º Dirigida por um Secretário Municipal, com auxílio de um Subsecretário, a SEMCOM tem a seguinte estrutura operacional:

I – ÓRGÃOS DE ASSISTÊNCIA E ASSESSORAMENTO
a) Gabinete do Secretário
b) Assessoria Técnica

II – ÓRGÃOS DE APOIO À GESTÃO
a) Departamento de Administração e Finanças
1. Gerência de Patrimônio, Material e Serviços
2. Gerência de Pessoal
3. Gerência de Informática
4. Gerência de Orçamento e Finanças

III – ÓRGÃOS DE ATIVIDADES FINALÍSTICAS
a) Departamento de Comunicação
1. Divisão de Rádio e TV
2. Divisão de Impressos
2.1. Gerência de **Web**
3. Divisão de **Marketing** e Publicidade
4. Divisão de Atendimento e Publicidade
4.1. Gerência de **Design**

CAPÍTULO IV

DAS COMPETÊNCIAS DOS ÓRGÃOS

Seção I
Do Gabinete do Secretário

Art. 4º Ao Gabinete do Secretário compete:
I – coordenar a representação social e política do Secretário e incumbir-se do preparo e despacho de seu expediente pessoal;
II – assistir ao Secretário em suas atribuições técnicas e administrativas, mediante controle da agenda;
III – organizar o fluxo de informações, divulgando as ordens do Secretário, e promover as ações de relações públicas de interesse da Secretaria;
IV – receber e distribuir as correspondências;
V – desenvolver outras atividades correlatas.

Seção II
Da Assessoria Técnica

Art. 5º À Assessoria Técnica compete:
I – prestar assessoria nas áreas jurídica, tecnológica, de comunicação e de planejamento, dentre outras;
II – elaborar pareceres, laudos e notas técnicas;
III – desenvolver outras atividades correlatas.

Seção III
Do Departamento de Administração e Finanças

Art. 6º Ao Departamento de Administração e Finanças compete:
I – coordenar, programar, monitorar e avaliar as atividades financeiras, contábeis e de execução orçamentária de programas, projetos e convênios da Secretaria;
II – acompanhar a prestação de contas anual e a inserção mensal de informações no Sistema de Auditoria de Contas Públicas – ACP/Captura do Tribunal de Contas do Estado do Amazonas;
III – realizar a manutenção e a aquisição de materiais e serviços, assim como controlar os bens patrimoniais necessários ao funcionamento da Secretaria;
IV – coordenar a gestão de pessoal;
V – interagir com os órgãos subordinados para definir metas e programas de trabalho;
VI – fornecer elementos necessários à elaboração da proposta orçamentária anual;
VII – elaborar a programação financeira;
VIII – efetuar o controle de crédito orçamentário;
IX – preparar documentos de gestão orçamentária, financeira, patrimonial e material;
X – empenhar e pagar despesas;
XI – desenvolver outras atividades correlatas.

Subseção I
Da Gerência de Patrimônio, Material e Serviços

Art. 7º À Gerência de Patrimônio, Material e Serviços compete:

SEM VALOR OFICIAL

Regimento Interno da Semcom e outras providências / 2013 / Decreto Nº 2.574 / Página 1

I – programar, executar e supervisionar as atividades relativas a compras, almoxarifado, patrimônio, transporte e serviços gerais;

II – executar, orientar e fiscalizar os serviços de manutenção, conservação, segurança e limpeza;

III – acompanhar e controlar a transferência e a elaboração do inventário anual de bens móveis;

IV – manter cadastro atualizado e controlar a movimentação dos bens patrimoniais;

V – elaborar e consolidar a programação das atividades de manutenção do sistema de patrimônio;

VI – classificar e cadastrar os bens móveis e imóveis, registrando as variações ocorridas;

VII – propor a alienação dos bens móveis ociosos, inservíveis ou de recuperação antieconômica;

VIII – analisar, receber, conferir, registrar, classificar, organizar e distribuir o material mantido sob guarda;

IX – elaborar e divulgar o catálogo de material, estabelecendo os padrões de especificação, nomenclatura e código;

X – promover o controle do acesso de pessoas, veículos, equipamentos e outros bens e utensílios;

XI – proceder ao controle da utilização das áreas de uso comum;

XII – desenvolver outras atividades correlatas.

Subseção II
Da Gerência de Pessoal

Art. 8º À Gerência de Pessoal compete:

I – implantar e manter atualizado os dados cadastrais, funcionais e financeiros dos servidores;

II – elaborar a folha de pagamento de pessoal;

III – examinar e instruir processos referentes a direitos, deveres, garantias individuais e sociais, vantagens e responsabilidades dos servidores;

IV – organizar e conservar atualizada a documentação referente à vida funcional do servidor;

V – fiscalizar o cumprimento das penalidades administrativas;

VI – controlar frequência, vínculos, recessos, férias, licenças, afastamentos de servidores;

VII – realizar treinamentos, cursos e palestras de capacitação;

VIII – analisar os pedidos de licenças e afastamentos legais;

IX – expedir certidões, declarações e identidades funcionais;

X – desenvolver outras atividades correlatas.

Subseção III
Da Gerência de Informática

Art. 9º À Gerência de Informática compete:

I – garantir o funcionamento dos sistemas de informática;

II – desenvolver e atualizar programas e sistemas em conjunto com o órgão competente do Poder Executivo, visando ao atendimento das necessidades da Secretaria;

III – analisar a viabilidade técnica e funcional para a elaboração de projetos referentes à contratação de serviços de informática e aquisição de equipamentos tecnológicos;

IV – gerenciar a manutenção e a segurança de informações, de servidores e de equipamentos da rede e computadores;

V – assessorar e treinar os usuários dos programas e sistemas;

VI – desenvolver outras atividades correlatas.

Subseção IV
Da Gerência de Orçamento e Finanças

Art. 10. À Gerência de Orçamento e Finanças compete:

I – promover a execução orçamentária e extraorçamentária e a prestação de contas de projetos, convênios, contratos, parcerias e acordos de cooperação técnica e outros ajustes firmados pela Secretaria;

II – subsidiar a elaboração do Plano Plurianual e do Orçamento Anual de acordo com a legislação vigente;

III – executar as atividades necessárias ao pagamento dos servidores, inclusive quanto ao atendimento das obrigações trabalhistas e previdenciárias;

IV – ordenar despesas e pagamentos mediante orientação da unidade administrativa competente;

V – executar, acompanhar, registrar e controlar as dotações orçamentárias e os créditos adicionais;

VI – desenvolver outras atividades correlatas.

Seção IV
Do Departamento de Comunicação

Art. 11. Ao Departamento de Comunicação compete:

I – elaborar matérias jornalísticas destinadas a divulgar as ações dos órgãos e entidades do Poder Executivo;

II – revisar os textos encaminhados à divulgação e publicação;

III – coordenar as diversas unidades administrativas responsáveis pela imagem institucional da Prefeitura de Manaus;

IV – organizar cronograma de cobertura jornalística das atividades de que participem o Prefeito, Secretários e demais autoridades municipais;

V – coordenar, dirigir e orientar a cobertura informativa e jornalística das solenidades e atos de caráter público do Prefeito e de seus auxiliares;

VI – coordenar o registro fotográfico da Secretaria, programando a cobertura das atividades da Administração municipal e supervisionando o arquivo;

VII – preparar relatórios destinados à divulgação das atividades dos órgãos e entidades do Poder Executivo;

VIII – prestar assistência na elaboração de todo o material informativo correspondente às atividades do Executivo;

IX – orientar quanto à preparação de relatórios, folhetos e outras publicações para a divulgação das atividades do Poder Executivo;

X – receber sugestões, questionamentos e críticas acerca da prestação dos serviços públicos encaminhando-os aos órgãos competentes;

XI – promover a comunicação interna e a divulgação externa das ações da Secretaria;

XII – planejar campanhas institucionais e de publicidade;

XIII – coordenar o uso de materiais gráficos e mídias destinadas a promover a comunicação do Poder Executivo;

XIV – planejar, gerenciar e avaliar o processo de **endomarketing** da Administração;

XV – exercer outras atividades correlatas.

Subseção I
Da Divisão de Rádio e TV

Art. 12. À Divisão de Rádio e TV compete:

I – produzir e distribuir matérias jornalísticas às emissoras de rádio e televisão;

II – promover e divulgar as ações do Poder Executivo, inclusive com a convocação dos veículos de comunicação;

III – promover e coordenar a realização de entrevistas e conferências, assim como a cobertura jornalística de atividades e atos do Poder Executivo;

IV – prestar informações acerca da opinião pública em relação às atividades do Poder Executivo, divulgando-as nos veículos de comunicação;

V – promover o registro sonoro das atividades e dos eventos de interesse do Poder Executivo;

VI – supervisionar a prestação dos serviços de TV fiscal e rádio escuta realizados por terceiros contratados pela Secretaria;

VII – cadastrar e arquivar o acervo da sua área de competência;

VIII – supervisionar a cobertura em vídeo das atividades e dos eventos de interesse do Poder Executivo realizada por terceiros contratados pela Secretaria;

IX – contatar com os veículos de comunicação;

X – atualizar o arquivo de matéria jornalística de interesse da Secretaria;

XI – desenvolver outras atividades correlatas.

SEM VALOR OFICIAL

I – cumprir e fazer cumprir a Constituição, a Lei Orgânica do Município e as normas infraconstitucionais específicas;

II – gerir as áreas operacionais sob sua responsabilidade;

III – assegurar padrões satisfatórios de desempenho em suas áreas de atuação;

IV – administrar os bens e materiais sob sua guarda, garantindo adequada manutenção, conservação, modernidade e funcionamento;

V – promover permanente avaliação dos servidores que lhes são subordinados, com vistas à constante melhoria dos serviços a seu cargo;

VI – zelar pela consecução dos objetivos e pelo alcance das metas estabelecidas para o setor;

VII – executar outras atividades, em razão da natureza da unidade sob sua direção, mediante orientação do Secretário.

CAPÍTULO VI

DOS CARGOS E DAS FUNÇÕES DE CONFIANÇA

Art. 21. Os cargos de provimento em comissão e as funções gratificadas da SEMCOM são os especificados no Anexo Único da Lei Delegada nº 06, de2013, com a remuneração fixada em lei específica.

Art. 22. O Secretário Municipal de Comunicação poderá atribuir a servidores do quadro permanente funções gratificadas pelo exercício de encargos de chefia, direção ou assessoramento.

CAPÍTULO VII

DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 23. A substituição do Secretário Municipal de Comunicação, por impedimentos ou afastamentos legais, observará o disposto no art. 28, inciso I, da Lei Delegada nº 01, de 2013.

Parágrafo único. A substituição não será remunerada, exceto se superior a trinta dias, hipótese em que o substituto perceberá somente os subsídios inerentes ao cargo do titular, a serem pagos na proporção dos dias de efetiva substituição que excederem os primeiros trinta dias.

Art. 24. As informações referentes à SEMCOM somente serão fornecidas para divulgação mediante autorização de seu titular ou de seu substituto legal, respeitado o disposto na Lei Federal nº 12.527, de 18 de novembro de 2011.

Art. 25. Revogadas as disposições em contrário, em especial o Decreto nº 88, de 4 de maio de 2009, este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Manaus, 22 de outubro de 2013.

ARTHUR VIRGÍLIO DO CARMO RIBEIRO NETO
Prefeito de Manaus

LOURENÇO DOS SANTOS PEREIRA BRAGA
Secretário Municipal Chefe da Casa Civil

MÁRCIO LIMA NORONHA
Secretário Municipal de Comunicação

DECRETO Nº 2.575, DE 22 DE OUTUBRO DE 2013

DISPÕE sobre o Regimento Interno da **SECRETARIA MUNICIPAL DO CENTRO – SEMC** e dá outras providências.

O PREFEITO DE MANAUS, no exercício da competência que lhe confere o artigo 80, inciso VIII, da Lei Orgânica do Município de Manaus,

DECRETA:

CAPÍTULO I

DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º Este Decreto dispõe sobre o Regimento Interno da Secretaria Municipal do Centro – SEMC, órgão integrante da Administração Direta do Poder Executivo, criado pela Lei Delegada nº 01, de 31 de julho de 2013, e estruturado pela Lei Delegada nº 07, de 31 de julho de 2013.

CAPÍTULO II

DAS FINALIDADES

Art. 2º A SEMC tem por finalidades:

I – desenvolver e acompanhar planos estratégicos para requalificação da área central da Cidade de Manaus, com estabelecimento de prioridades e definição de mecanismos de implantação de atividades afins;

II – articular ações próprias e em conjunto com demais órgãos e entidades municipais, estaduais, federais, privadas e representativas de classe, visando à requalificação do Centro;

III – formular políticas públicas inerentes à área central da Cidade de Manaus, em conjunto com as demais Secretarias Municipais e em conformidade com a legislação pertinente;

IV – propor soluções para questões urbanísticas, ambientais e sociais do perímetro central da Cidade de Manaus;

V – planejar, coordenar e quando for o caso executar obras de restauro do patrimônio histórico de sua área de influência;

VI – elaborar e implementar campanhas públicas educativas de valorização de espaços e equipamentos postos à disposição da população principalmente no Centro de Manaus.

CAPITULO III

DA ÁREA DE ATUAÇÃO

Art. 3º A área de atuação da SEMC é circunscrita ao Centro de Manaus, tendo como delimitação:

I – ao Sul: a margem do Rio Negro, no trecho compreendido entre a foz dos Igarapés de São Raimundo e Educandos;

II – ao Norte: a Avenida Boulevard Álvaro Maia;

III – a Leste: o Igarapé do Mestre Chico;

IV – a Oeste: o Igarapé do São Raimundo.

CAPÍTULO IV

DA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

Art. 4º Dirigida por um Secretário Municipal, com o auxílio de um Subsecretário, a SEMC tem a seguinte estrutura organizacional:

I – ÓRGÃOS DE ASSISTÊNCIA DIRETA E ASSESSORAMENTO

a) Gabinete do Secretário
b) Assessoria Técnica

II – ÓRGÃOS DE APOIO À GESTÃO

a) Divisão de Administração
1. Gerência de Pessoal
2. Gerência de Orçamento e Finanças
3. Gerência de Patrimônio, Material e Serviços

III – ÓRGÃOS DE ATIVIDADES FINALÍSTICAS

a) Diretoria de Articulação Institucional

Subseção II
Da Divisão de Impressos

Art. 13. À Divisão de Impressos compete:

I – divulgar as ações do Poder Executivo por meio da produção própria de matérias jornalísticas de interesse da municipalidade, a serem veiculadas pelos meios de comunicação local, regional ou nacional;

II – produzir matérias jornalísticas sobre as atividades ou projetos dos órgãos do Poder Executivo e assuntos de interesse da comunidade;

III – sugerir pautas e orientar os jornalistas em busca de informações de interesse público;

IV – contatar com os veículos de comunicação impressos;

V – atualizar o arquivo de matéria jornalística de interesse do Poder Executivo;

VI – supervisionar o trabalho de clipagem dos veículos impressos;

VII – desenvolver outras atividades correlatas.

Art. 14. À **Gerência de *Web*** compete:

I – acompanhar e controlar a divulgação de informações e de temas relativos à Secretaria e definir os dados a serem divulgados na **internet**;

II – produzir e divulgar campanhas institucionais na **internet**, em harmonia com as campanhas veiculadas em mídia impressa, rádio e televisão;

III – gerenciar o conteúdo jornalístico de interesse do Executivo veiculado na **internet,** por meio de **sites**, **blogs**, fóruns e portais;

IV – monitorar as publicações relacionadas ao Poder Executivo;

V – organizar, administrar e atualizar o conteúdo das matérias jornalísticas do portal do Poder Executivo;

VI – administrar e atualizar os perfis institucionais do Poder Executivo nas redes sociais;

VII – desenvolver outras atividades correlatas.

Subseção III
Da Divisão de Marketing e Publicidade

Art. 15. À Divisão de **Marketing** e Publicidade compete:

I – promover as atividades institucionais dos órgãos e entidades do Poder Executivo;

II – promover pesquisas de opinião pública e a interpretação de seus resultados;

III – planejar, criar e executar campanhas institucionais e de publicidade;

IV – criar e desenvolver a produção visual de materiais gráficos ligados à Administração pública;

V – promover estudo das mídias disponíveis no mercado, a fim de otimizar a divulgação das campanhas institucionais e de publicidade do Poder Executivo;

VI – supervisionar as ações e elaborar estratégias de posicionamento de comunicação e de projeção da imagem do Poder Executivo junto à sociedade;

VII – planejar ações de **marketing** institucional**;**

VIII – estudar e indicar os meios, veículos, volumes e formatos adequados à divulgação institucional e de publicidade do Poder Executivo;

IX – desenvolver outras atividades correlatas.

Subseção IV
Da Divisão de Atendimento e Publicidade

Art. 16. À Divisão de Atendimento e Publicidade compete:

I – promover o relacionamento entre a Secretaria e as agências que detêm a conta publicitária da SEMCOM;

II – coletar informações para desenvolver projetos e campanhas institucionais e de publicidade;

III – acompanhar o planejamento, a criação e a produção de peças institucionais e de publicidade;

IV – aplicar e executar as políticas de publicidade do Poder Executivo;

V – desenvolver outras atividades correlatas.

Art. 17. À **Gerência de *Design*** compete:

I – gerenciar, de forma centralizada e juntamente com os profissionais de criação, os formatos para os anúncios, publicações, logotipos, ilustrações, montagens e artes finais;

II – executar projetos visuais e de **design** gráfico para peças institucionais referentes a programas e ações do Executivo;

III – produzir ilustrações, tratar imagens, realizar projetos editoriais e diagramar peças institucionais;

IV – orientar, gerenciar e autorizar a correta aplicação da identificação visual do Poder Executivo pelos órgãos que compõem a Administração;

V – supervisionar o projeto estético e funcional de peças de **web** do Poder Executivo;

VI – acompanhar a produção gráfica de materiais de publicidade junto aos fornecedores terceirizados;

VII – desenvolver outras atividades correlatas.

CAPÍTULO V

DAS ATRIBUIÇÕES DOS DIRIGENTES

Seção I
Do Secretário

Art. 18. Sem prejuízo do estabelecido no art. 86 da Lei Orgânica do Município, nos artigos 7º, 8º, 9º e 27 da Lei Delegada nº 01, de 2013, e na Lei Delegada nº 06, de 2013, compete ao Secretário Municipal de Comunicação:

I – instituir o Plano Anual de Trabalho do órgão, estabelecendo as diretrizes para a Proposta Orçamentária do exercício seguinte;

II – subsidiar a elaboração do Plano Plurianual e da Proposta Orçamentária do setor, observadas as orientações e as diretrizes fixadas pelo Prefeito;

III – ordenar as despesas do organismo, podendo delegar tal atribuição por meio de ato específico;

IV – deliberar sobre assuntos da área administrativa e de gestão econômico-financeira no âmbito do órgão;

V – propor aos órgãos competentes a alienação de bens patrimoniais e de material inservível sob a administração do organismo;

VI – assinar, com vistas à consecução de objetivos do órgão e respeitada a legislação aplicável, convênios, contratos e demais ajustes com pessoas físicas ou jurídicas, nacionais ou estrangeiras;

VII – indicar ao Prefeito as nomeações, na forma da lei, para cargos de provimento em comissão do organismo, ou de seus substitutos, quando for o caso;

VIII – julgar os recursos administrativos contra atos de seus subordinados;

IX – aprovar o Relatório Anual de Atividades do órgão;

X – exercer as funções estratégicas de planejamento, orientação, coordenação, controle e revisão no âmbito de sua atuação, de modo a oferecer condições de tramitação mais rápida de processos na esfera administrativa e decisória;

XI – propor projetos, programas e planos de metas da Secretaria;

XII – estabelecer, por meio de portaria, o detalhamento das atribuições, procedimentos e rotinas dos órgãos da Secretaria, observado o disposto nas Leis Delegadas n° 01, de 2013, e n° 06, de 2013, e neste Decreto.

Seção II
Do Subsecretário

Art. 19. Compete ao Subsecretário auxiliar diretamente o Secretário Municipal de Comunicação no desempenho de suas funções, por meio da supervisão, coordenação e controle das atividades de apoio e finalísticas da SEMCOM, assim como realizar outras atividades determinadas pelo titular da Pasta.

Seção III
Das Atribuições Comuns

Art. 20. São atribuições comuns dos dirigentes das unidades que compõem a estrutura organizacional da SEMCOM:

SEM VALOR OFICIAL

ANEXO 3 – NOMEAÇÕES DOS SECRETÁRIOS DA SEMCOM (2013 A 2020)

Fonte: Diário Oficial do Município

DECRETO DE 1º DE JANEIRO DE 2013

O PREFEITO DE MANAUS, no exercício da competência que lhe outorga o inciso XI do artigo 80 da **LEI ORGÂNICA DO MUNICÍPIO DE MANAUS**, **resolve**

NOMEAR, nos termos do artigo 11, inciso II, da Lei nº 1.118, de 1º-09-1971 (Estatuto dos Servidores Públicos do Município de Manaus), o senhor **MÁRCIO LIMA NORONHA** para exercer o cargo de **SECRETÁRIO MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO**, objeto da Lei nº 1.314, de 04-03-2009, alterada pela Lei nº 1.410, de 20-01-2010.

Manaus, 1º de janeiro de 2013.

ARTHUR VIRGÍLIO DO CARMO RIBEIRO NETO
Prefeito de Manaus

LOURENÇO DOS SANTOS PEREIRA BRAGA
Secretário-Chefe do Gabinete Civil

DOM 3078, Ano XIV

DECRETO DE 16 DE DEZEMBRO DE 2013

O PREFEITO DE MANAUS, no exercício da competência que lhe outorga o inc. XI do art. 80 da Lei Orgânica do Município de Manaus, **resolve**

NOMEAR, a contar de 16-12-2013, nos termos do art. 11, inc. II, da Lei nº 1.118, de 1º-09-1971 (Estatuto dos Servidores Públicos do Município de Manaus) a senhora **MÔNICA ELIZABETH SANTAELLA DA FONSECA,** para exercer o cargo de **SECRETÁRIO MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO,** objeto da Lei Delegada nº 06, de 31-07-2013.

Manaus, 16 de dezembro de 2013.

ARTHUR VIRGÍLIO DO CARMO RIBEIRO NETO
Prefeito de Manaus

LOURENÇO DOS SANTOS PEREIRA BRAGA
Secretário Municipal Chefe da Casa Civil

SERAFIM PEREIRA D'ALVIM MEIRELLES NETO
Secretário Municipal de Administração, Planejamento e Gestão

DOM 3313, Ano XIV

DECRETO DE 1º DE OUTUBRO DE 2015

O PREFEITO DE MANAUS, no uso da competência que lhe confere o art. 80, inc. XI, da Lei Orgânica do Município de Manaus, **resolve**

NOMEAR, a contar desta data, nos termos do art. 11, inc. II, da Lei nº 1.118, de 1º-09-1971 - Estatuto dos Servidores Públicos do Município de Manaus, o senhor **CÉLIO ALVES RODRIGUES JÚNIOR** para exercer o cargo de **SECRETÁRIO MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO**, objeto da Lei Delegada nº 06, de 31-7-2013.

Manaus, 1º de outubro de 2015.

ARTHUR VIRGÍLIO DO CARMO RIBEIRO NETO
Prefeito de Manaus

MÁRCIO LIMA NORONHA
Secretário Municipal Chefe da Casa Civil

DOM 3744, Ano XVI

DECRETO DE 06 DE JANEIRO DE 2017

O PREFEITO DE MANAUS, no uso da competência que lhe confere o art. 80, inc. XI, da Lei Orgânica do Município de Manaus, **resolve**

CONSIDERAR NOMEADO, a contar de 01-01-2017, nos termos do art. 11, inc. II, da Lei nº 1.118, de 01-09-1971 - Estatuto dos Servidores Públicos do Município de Manaus, o senhor **MARCOS DOS SANTOS CARMO** para exercer o cargo de **SECRETÁRIO MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO**, objeto da Lei Delegada nº 06, de 31-07-2013.

Manaus, 06 de janeiro de 2017.

ARTHUR VIRGÍLIO DO CARMO RIBEIRO NETO
Prefeito de Manaus

DOM 4040, Ano XVIII

DECRETO DE 21 DE JULHO DE 2017

O PREFEITO DE MANAUS, no uso da competência que lhe confere o art. 80, inc. XI, da Lei Orgânica do Município de Manaus, **resolve**

CONSIDERAR NOMEADO, a contar de 07-07-2017, nos termos do art. 11, inc. II, da Lei nº 1.118, de 01-09-1971 - Estatuto dos Servidores Públicos do Município de Manaus, o senhor **ERIC GAMBOA TAPAJÓS DE JESUS** para exercer o cargo de **SECRETÁRIO MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO**, integrante da estrutura organizacional da **SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO**, objeto da Lei Delegada nº 06, de 31-07-2013.

Manaus, 21 de julho de 2017.

ARTHUR VIRGÍLIO DO CARMO RIBEIRO NETO
Prefeito de Manaus

JOSÉ FERNANDO DE FARIAS
Secretário Municipal Chefe da Casa Civil

DOM 4171, Ano XVIII

DECRETO DE 13 DE FEVEREIRO DE 2020

O **PREFEITO DE MANAUS**, no uso da competência que lhe confere o art. 80, inc. XI, da Lei Orgânica do Município de Manaus, **resolve**

CONSIDERAR NOMEADA, a contar de 07-02-2020, nos termos do art. 11, inc. II, da Lei nº 1.118, de 01-09-1971 - Estatuto dos Servidores Públicos do Município de Manaus, a senhora **KELLEN CRISTINA VERAS FELISARDO LOPES** para exercer o cargo de **SECRETÁRIO MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO**, integrante da estrutura organizacional da **SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO – SEMCOM**, objeto da Lei Delegada nº 06, de 31-07-2013, combinada com a Lei nº 1.975, de 29-04-2015.

Manaus, 13 de fevereiro de 2020.

ARTHUR VIRGÍLIO DO CARMO RIBEIRO NETO
Prefeito de Manaus

ARTHUR VIRGÍLIO DO CARMO RIBEIRO BISNETO
Secretário Municipal Chefe da Casa Civil

DOM 4780, Ano XXI