

SÃO PAULO QUER SER *SMART CITY* Comunicação estratégica ou tendência do mercado tecnológico?

Regiane Maria da Silva Bianchini¹

Resumo

Uma das promessas de campanha do ex-prefeito João Dória era a de tornar a cidade de São Paulo aberta às tecnologias da informação e comunicação (TICs), transformando o município em uma cidade inteligente. O Programa de Metas da Prefeitura, para o período 2017-2020, prevê a transformação da capital paulistana em uma *smart city*, eficiente, pronta a gerar oportunidades e simplificar a vida das pessoas, do ponto de vista da gestão. Este artigo visa abordar como ocorre a divulgação sobre o tema São Paulo, cidade inteligente, realizada pela prefeitura em seu site de notícias e dirigida ao internauta/cidadão como estandarte de inovação e modernidade. O estudo se justifica devido ao tratamento dado às informações e narrativas sobre *smart cities*, que passaram a incorporar estratégias mercadológicas, de órgãos públicos e empresas de soluções tecnológicas, como a resolução para os problemas das cidades, em detrimento aos reais impactos gerados para a população, como a falta de privacidade, custos de parcerias público-privadas, não-participação em políticas públicas. Para materializar a análise de conteúdo proposta, sob o método de Laurence Bardin (2016), identificamos mensagens contidas nas notícias divulgadas pela prefeitura e de que maneira elas correspondem à meta de desenvolvimento econômico e gestão, inserido em seu Plano Diretor Estratégico, tendo como fio condutor o projeto de uma cidade inteligente. Trazemos à luz da discussão o poder de decisão sobre a comunicação de interesse público, em Jürgen Habermas (2004) e Dennis McQuail (2012), e a estratégia utilizada por setores públicos e privados em Marina Koçouski (2013) e Pierre Zémor (2009). Também foram estudados conceitos de cidades inteligentes em autores que transcendem ao ideal tecnocrático das soluções tecnológicas e propõem a participação popular constante na construção de ecossistemas inteligentes e no protagonismo cidadão consciente, como sinalizam Raquel Rolnik (2013, 2017); Rudolf Giffinger (2012), Alberto Vanolo (2014) e Robert Hollands (2008).

Palavras-chave: Cidades Inteligentes. Comunicação de Interesse Público. Cidadania.

¹ Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS) regianebianchini04@gmail.com. Pesquisa orientada por Arquimedes Personi, Professor Doutor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS) aquimedes.personi@uol.com.br.