

Comunicação Digital e Mobilização Social: Análise do Relatório de Redes Sociais do Plano Diretor de Drenagem Urbana de Goiânia¹

Caio Lopes RABELO²
Gabriela Souza de OLIVEIRA³
Isadora de Farias GUIMARÃES⁴
Kamila Marçal SILVA⁵
Natã Silva de CARVALHO⁶
Versanna Carvalho LIMA⁷
Lutiana CASAROLI⁸
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

RESUMO

O objetivo geral é analisar atividades realizadas nas redes sociais do Plano Diretor de Drenagem Urbana de Goiânia (PDDU-GYN), durante o período de agosto a dezembro de 2023. Nesse período, foram implementadas estratégias de comunicação e engajamento nas plataformas digitais YouTube, Facebook e Instagram, com o intuito de fortalecer o diálogo com a comunidade. Utilizou-se a revisão bibliográfica e a pesquisa documental como quadro metodológico. Conclui-se que houve resultados significativos no fortalecimento do diálogo com a sociedade na disseminação de informações sobre as iniciativas do plano, principalmente no Instagram.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação digital; Relações Públicas; Mobilização Social; Engajamento; PDDU-GYN.

INTRODUÇÃO

Este estudo tem como objetivo geral analisar as atividades realizadas nas redes sociais do Plano Diretor de Drenagem Urbana de Goiânia (PDDU-GYN)⁹ durante o período de agosto a dezembro de 2023. Nesse intervalo de tempo, foram implementadas estratégias de comunicação e engajamento nas plataformas digitais YouTube, Facebook

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho “Comunicação Organizacional e Relações Públicas”, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 5 a 7 de junho de 2024.

² Discente de pós-graduação em MBA Digital Business pela Universidade de São Paulo (USP) e relações-públicas pela Universidade Federal de Goiás, email: caiorabelo.rp@gmail.com.

³ Discente em Relações Públicas pela Universidade Federal de Goiás (UFG), email: gabriela.oliveira2@discente.ufg.br.

⁴ Discente em Relações Públicas pela UFG, email: isadoradefariasguimaraes@gmail.com.

⁵ Discente em Relações Públicas pela UFG, email: kamila_marcal@hotmail.com.

⁶ Graduado em Design Gráfico pela Faculdade de Tecnologia Senac Goiás, email: nata_silva@ufg.br.

⁷ Graduada Comunicação Social - habilitação Jornalismo pela UFG, email: versanna@ufg.br.

⁸ Professora da FIC-UFG, Relações Públicas pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), lutiana_rp@ufg.br.

⁹ Na Universidade, o convênio é gerido administrativamente e financeiramente pela Fundação de Apoio à Pesquisa (Funape). O PDDU-GYN vai conter propostas para o planejamento e o bom funcionamento do sistema de drenagem de águas pluviais, integrado aos demais serviços de saneamento básico, em atendimento e consonância com as legislações e normas técnicas vigentes, observando o planejamento urbano, a qualidade de vida da população e a preservação do meio ambiente, prevendo um horizonte de 30 anos.

e Instagram, com o objetivo de fortalecer o diálogo com a comunidade, disseminar informações sobre as iniciativas do plano e promover uma maior conscientização sobre questões relacionadas à drenagem urbana na cidade de Goiânia. O PDDU-GYN é um convênio firmado entre a Prefeitura Municipal de Goiânia, por meio da Secretaria Municipal de Infraestrutura Urbana (Seinfra), Agência de Regulação de Goiânia (AR) e a Universidade Federal de Goiás (UFG) para o desenvolvimento de um conjunto de estudos técnico-científicos que irão embasar a elaboração de propostas para o Plano Diretor de Drenagem da capital. Cinco são as coordenações do Plano, sendo uma delas denominada Coordenação de Comunicação e Mobilização Social, responsável pela criação de diversas estratégias comunicacionais com o intuito de levar informações para a sociedade. Dentre as diversas atividades, a mobilização social por meio das mídias digitais tem sido amplamente explorada por seu alto potencial de engajamento. Stasiak (2015) define que os fluxos entre organizações e sociedade passaram por um processo de midiaticização, e com o advento da internet podemos convergir entre diferentes mídias, inserindo os sujeitos na rotina da organização.

Desde agosto de 2023, a equipe de Comunicação e Mobilização Social do PDDU-GYN é responsável pelo gerenciamento das redes sociais e tem trabalhado para estabelecer uma presença online sólida e eficaz, principalmente no aspecto da educação ambiental. Segundo Fragoso (2001), a interatividade se torna protagonista no que diz respeito ao ambiente cultural, além dos processos psicológicos e cognitivos frutos da digitalização da comunicação. Assim, reconhecendo o potencial das redes sociais como ferramentas poderosas de mobilização, foram desenvolvidas estratégias visando maximizar o alcance e o impacto das mensagens transmitidas.

Ao longo deste trabalho, serão enumeradas as principais atividades realizadas nas redes sociais do PDDU-GYN, incluindo a quantidade de conteúdo publicado, as principais métricas de desempenho e as lições aprendidas durante o período em análise. Por meio desta análise e exposição de vivências de trabalho, o objetivo é avaliar o que foi alcançado, mas também contribuir para que os profissionais que pretendem trabalhar com relações públicas digitais e engajamento social possam compreender como isso funciona na prática.

MATERIAIS E MÉTODOS

A escolha e criação das redes sociais se deu principalmente após o mapeamento do público, afinal, o PDDU-GYN precisa estar presente onde as pessoas interessadas estão. Isso foi feito a partir de cinco públicos: (1) Associações de moradores de bairros afetados e lideranças; (2) Órgãos governamentais locais; (3) Organizações da sociedade civil; (4) Imprensa local; e (5) Movimentos sociais. Foram listados inicialmente 92 perfis nas redes sociais, com presença principalmente no Instagram, Facebook e YouTube, por isso essas foram as plataformas definidas para construção das estratégias de mobilização social.

A construção do *feed* no Instagram e Facebook do PDDU-GYN foi iniciada em 25 de agosto de 2023, com uma periodicidade de no mínimo 3 posts semanais, e conteúdos pautados principalmente pela equipe técnica. Na primeira fase, as publicações no Instagram e Facebook foram as mesmas, e a principal editoria teve o objetivo de apresentar o que é plano e a equipe responsável pela execução do estudo. Já no YouTube, a primeira publicação foi feita no dia 1 de setembro, com a característica inicial de apresentação dos principais atores envolvidos na realização do PDDU-GYN.

A metodologia empregada parte do conteúdo planejado e publicado nos canais de comunicação do PDDU-GYN, por análise empregada pela pesquisa documental. Este tipo de abordagem analisa as fontes das informações para determinados fins, naqueles documentos que ainda não receberam tratamento científico, como filmes, jornais, fotografias e etc. (OLIVEIRA, 2005, p.69), sempre amparada pela revisão bibliográfica. Diante disso, é possível considerar que as examinações de canais como redes sociais entram neste contexto, a ferramenta utilizada para verificar os dados foi a Meta Business Suite¹⁰.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Métricas de uma rede social referem-se às medidas quantitativas usadas para avaliar o desempenho e o impacto das atividades realizadas em uma plataforma de mídia social. Essas métricas fornecem *insights* sobre diversos aspectos do envolvimento do público, alcance, eficácia da comunicação e eficiência das estratégias de marketing ou comunicação adotadas em uma determinada rede social.

¹⁰Em português, o “Gerenciador de Negócios da Meta”, pode supervisionar as suas Páginas, contas e ativos de negócios em um só lugar.

De maneira geral, foram utilizadas a maioria dos formatos disponibilizados pelo Instagram na produção de conteúdo, foram eles: publicações estáticas, carrosséis, vídeos, *reels e stories*. Sendo um total de 285 publicações em um período de 5 meses, de agosto a dezembro de 2023, como mostra a Tabela 1.

Tabela 1 – Quantidade de publicações no Instagram de agosto a dezembro de 2023

Tipo da publicação	Quantidade
Post estático/carrossel	51
Reels/vídeo	33
Stories	201
Total	285

Fonte: Meta Business Suite (2024)

Nessas publicações, também buscou-se estabelecer os mais diversos contatos e parcerias com os públicos de interesse, isto é, aqueles que se relacionam direta ou indiretamente com a proposta do PDDU-GYN. Para isso, utilizou-se a ferramenta “Instagram Collabs”, uma forma de publicação em conjunto com até 5 perfis. Ao todo, foram 29 publicações em colaboração. O alcance, que é uma das métricas que diz respeito ao número de pessoas únicas que visualizaram o conteúdo postado, foi de 61.885 pessoas nos cinco meses de publicação na rede social, como exposto por meio da plataforma Meta Business Suite.

As publicações no Facebook, durante os meses de agosto a dezembro, atingiram a marca de 34 para posts estáticos, carrosséis e vídeo. A diferença de quantidade das publicações se dá principalmente pela falta de algumas colaborações que foram feitas no Instagram, onde é possível usufruir da ferramenta “Instagram Collabs”.

Um formato bastante utilizado pelo PDDU-GYN no Facebook foi o álbum de fotos, que serviu como um banco de dados público para disponibilização das imagens registradas nos eventos organizados. Ao todo, foram 6 álbuns de fotos de eventos em 2023. Já o alcance das publicações na plataforma chegou a 466 pessoas no período, com um pico no dia 6 de setembro, onde 58 pessoas foram alcançadas por meio da publicação que apresenta a Equipe de Levantamento de Campo e Processamento de Dados.

No YouTube, o PDDU-GYN utilizou a plataforma principalmente para publicação dos vídeos que foram para o Instagram Reels, mas de forma estendida, todos eles ultrapassando a marca de 1min 30s. A partir deles, foi feita a playlist “Entrevistas”, sendo este tópico o principal foco do conteúdo direcionado à plataforma: entrevistar as figuras presentes no PDDU-GYN, como os secretários e diretores da Prefeitura de Goiânia e atores da Universidade Federal de Goiás. Com isso, houveram 37 visualizações e 14 inscritos. As impressões, que são quantas vezes as miniaturas do vídeo foram mostradas aos espectadores, atingiu o número de 1.497.

Nas redes, a principal campanha promovida pelo PDDU-GYN foi o "Dia das Crianças PDDU-GYN - Inspirando os guardiões das águas", uma iniciativa que envolveu a Prefeitura de Goiânia, UFG, Saneago, Adufg-Sindicato, Parque Mutirama, Planetário UFG e Clube de Astronomia Cecilia Payne, realizada no Planetário Juan Bernardino Marques Barrio da Universidade Federal de Goiás (Planetário UFG) no feriado de 12 de outubro de 2023. A proposta do evento foi proporcionar uma programação especial para celebrar o Dia das Crianças, oferecendo atividades lúdicas e educativas voltadas para a conscientização ambiental dentro do planetário, com foco em questões como drenagem urbana, saneamento básico e gestão de resíduos sólidos. Um dos destaques da campanha foi a apresentação da mascote do PDDU-GYN, Dreno Drenaldo (Figura 15), uma gota de água animada com a missão de tornar as informações sobre drenagem urbana mais acessíveis e envolventes para o público infantil. No dia, mais de 20 mil pessoas estiveram presentes no Mutirama e no Planetário. Nas redes, o alcance de 46241 pessoas, a partir de 27 publicações, entre *feed*, *story* e um evento no Facebook.

Figura 15 – Um dos posts publicados na campanha Dia das Crianças PDDU-GYN



Fonte: Instagram do PDDU-GYN (2024), disponível em https://www.instagram.com/p/CyMlsxAN3P4/?igsh=Y3JuamMyZ2NuNGQx&img_index=1

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As atividades realizadas nas redes sociais do Plano Diretor de Drenagem Urbana de Goiânia (PDDU-GYN) demonstraram resultados significativos no fortalecimento do diálogo com a comunidade e na disseminação de informações sobre as iniciativas do plano, principalmente na rede Instagram. As métricas de desempenho analisadas ao longo do relatório refletem o progresso alcançado e apontam para oportunidades de aprimoramento contínuo da presença digital do PDDU-GYN, principalmente nas plataformas Facebook e YouTube.

As lições aprendidas durante esse período foram fundamentais para orientar as próximas etapas em 2024, visando aprimorar ainda mais a eficácia da comunicação do plano e fortalecer o engajamento com o público-alvo. Diante do exposto, é fundamental manter o compromisso com a transparência, a interatividade e a relevância do conteúdo compartilhado nas redes sociais, a fim de consolidar a posição do PDDU-GYN como referência em comunicação digital e educação ambiental na cidade de Goiânia. Esta análise serve como base para o compartilhamento de experiências e o planejamento de ações futuras e para a contínua evolução das estratégias de engajamento social e relações públicas digitais.

REFERÊNCIAS

FRAGOSO, S. De interações e interatividade. Compós. **Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, 10. Anais... Brasília, DF, 2001.

OLIVEIRA, Maria M. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Petrópolis-RJ, Vozes, 2007.

STASIAK, Daiana. **A comunicação organizacional sob a perspectiva da midiaticização social: novos processos de visibilidade e interação na era da cibercultura**. 2013. 302 f. Tese (Doutorado em Comunicação)—Universidade de Brasília, Brasília, 2013.