

#BORA SIMPLIFICAR: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A POPULARIZAÇÃO DA LINGUAGEM TÉCNICA DO IDEMA/RN¹

Fabiano José Moraes da SILVA²
Anadelly Fernandes Pereira ALVES³
Celly Sayonara Soares MAIA⁴
Iwska Isadora de SOUZA⁵

RESUMO

Este artigo analisa a série “Bora Simplificar”, produzida pela Assessoria de Comunicação do Idema/RN no Instagram, como estratégia de comunicação pública voltada à simplificação de temas ambientais complexos e das atividades desenvolvidas pelo órgão. A pesquisa avalia conteúdos publicados entre 2023 e 2025, investigando a eficácia da linguagem acessível, dos formatos audiovisuais e do engajamento nas redes sociais, com base em autores como Duarte (2009) e Longhi (2023). A metodologia combina análise de conteúdo e observação de indicadores de engajamento, à luz dos princípios da comunicação pública e das transformações impostas pela “Tiktokização”.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação pública; redes sociais; Instagram; audiovisual.

INTRODUÇÃO

A comunicação pública em tempos de redes sociais exige adaptação de linguagem, formatos e estratégias de interação para garantir o acesso à informação de forma clara, inclusiva e democrática (DUARTE, 2009). Este trabalho analisa o uso de vídeos institucionais da série “Bora Simplificar”, veiculados no perfil do Instituto de Desenvolvimento Sustentável e Meio Ambiente do Rio Grande do Norte – Idema, no *Instagram* (@idemarn), nos anos de 2023 a 2025, avaliando a adequação dos conteúdos da série aos princípios da comunicação pública, a efetividade na linguagem e o

1 Trabalho apresentado no GTNE08 – Grupo de Trabalho Comunicação, Saúde, Meio Ambiente e Popularização da Ciência, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste - Fortaleza/CE - 26 a 28/06/2025.

2 Professor Efetivo da Universidade Estadual do Rio Grande do Norte (UERN), doutor pela UFPE, email: fabianomoraes@uern.br.

3 Estudante de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia -PPgEM-UFRN e pesquisadora da Funcitern, e-mail: anadellyalves@gmail.com.

4 Jornalista no Instituto de Desenvolvimento Sustentável e Meio Ambiente do Rio Grande do Norte – Idema e pesquisadora do Convênio da Fundação para o Desenvolvimento da Ciência, Tecnologia e Inovação do Estado do Rio Grande do Norte - Funcitern/Idema. Bacharel em Jornalismo e Radialismo pela UFRN e mestranda em Estudos da Mídia na UFRN, e-mail: cellysara@gmail.com.

5 Jornalista no Instituto de Desenvolvimento Sustentável e Meio Ambiente do Rio Grande do Norte – IDEMA/RN e pesquisadora do Convênio da Fundação para o Desenvolvimento da Ciência, Tecnologia e Inovação do Estado do Rio Grande do Norte - Funcitern/Idema. Bacharel em Jornalismo e Radialismo pela UFRN, e-mail: iwskaisadora@gmail.com.

atendimento às necessidades do público conectado. Conforme aponta Leston-Bandeira (2012), persistem desafios estruturais, como a instrumentalização da informação e a necessidade de adaptação ao ambiente digital, exigindo abordagens comunicacionais que conciliem transparência, interatividade e acessibilidade.

Ao adotar uma abordagem comunicacional mais popular, o Idema pode buscar aproximação com os cidadãos, usuários das redes sociais digitais, e assim fortalecer sua imagem institucional. Também se posiciona como agente disseminador de conhecimento na área de meio ambiente, desenvolvimento e sustentabilidade. Este estudo, portanto, busca também investigar a eficácia da série na popularização de temas complexos e, portanto, na promoção de uma maior sensibilização ambiental entre a população do Rio Grande do Norte.

A produção audiovisual tem se consolidado como uma das linguagens mais eficazes na comunicação institucional, especialmente na disseminação de informações técnicas ao público. Segundo Jenkins (2006), os vídeos institucionais possibilitam não apenas a transmissão do conhecimento de forma clara e objetiva, mas também estabelecem uma conexão emocional com o público, fator determinante para o engajamento e retenção da mensagem. Essa abordagem se alinha à perspectiva de Santaella (2012), que destaca a importância da comunicação visual na ampliação da compreensão e acessibilidade da informação.

REFERÊNCIAL TEÓRICO

A comunicação pública é um campo essencial para a democracia, promovendo a transparência e garantindo o direito à informação. No contexto ambiental, essa função se torna ainda mais relevante, uma vez que as questões ambientais exigem não apenas a prestação de contas sobre as ações desenvolvidas pelas instituições, mas também a sensibilização e a educação da população sobre a importância da sustentabilidade (MARCATTO, 2022).

Segundo Miola e Marques (2020), a institucionalização da comunicação pública fortalece a confiabilidade das instituições governamentais e melhora o acesso do cidadão aos serviços públicos. A comunicação pública ambiental não deve se restringir à difusão de dados técnicos ou normativos, mas sim, incorporar estratégias que estimulem a

conscientização e a mudança de comportamento, fortalecendo a cidadania ambiental. Para Duarte (2009), a comunicação pública deve ser compreendida como um processo que visa à transparência, participação e diálogo entre as instituições e o cidadão.

As redes sociais consolidaram-se como espaços centrais para a comunicação pública, redefinindo as interações entre Estado e sociedade (DUARTE, 2009). Nesse contexto, a adoção de uma linguagem inclusiva e acessível configura-se não apenas como uma estratégia comunicacional eficaz, mas também como um imperativo ético e democrático (DUARTE, 2009), garantindo que informações essenciais alcancem todos os cidadãos, independentemente de suas condições sociais, cognitivas ou físicas.

Tradicionalmente marcada por formalismos, a comunicação pública enfrenta o desafio de adaptar-se à dinâmica das plataformas digitais, nas quais os conteúdos que geram engajamento são prioritários (DUARTE, 2009).

Contudo, essa adaptação não pode prescindir da acessibilidade comunicacional, que pode incluir algumas características, como: 1. Linguagem clara e direta: evitar termos burocráticos, optando por frases curtas e vocabulário acessível, conforme segue o movimento *Plain Language*⁶, uma técnica de comunicação que visa tornar os textos mais fáceis de ler e entender; (PIRES, 2021) 2. Recursos multimodais: utilizar legendas em vídeos, descrições de imagens (alt text), audiodescrição e libras para garantir a inclusão de pessoas com deficiência visual ou auditiva; 3. Inclusão linguística- adotar termos não binários (ex.: "pessoas" em vez de "homens") e evitar expressões capacitistas ou regionalistas excludentes (SÃO PAULO, 2020).

Os perfis oficiais tornam-se essenciais como verificadores de informações, especialmente diante da proliferação de desinformação. Nesse sentido, os canais digitais de órgãos públicos devem ser espaços confiáveis para que o cidadão confira a veracidade das notícias que recebe.⁷

METODOLOGIA

⁶ O movimento da Linguagem Simples surgiu na década de 1940, por meio de diferentes iniciativas sociais em defesa do uso de uma linguagem clara e de fácil compreensão em documentos governamentais. Disponível em <<https://linguagensimples.unicamp.br/no-mundo/>>. Acesso em 25 de abril de 2025.

⁷ Disponível em < <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/11/27/fake-news-quebram-confianca-nas-instituicoes-diz-pesquisador-da-fgv-a-cpi>> Acesso em: 5 maio 2025.

O Idema desempenha mais de 40 atribuições⁸ essenciais para o desenvolvimento sustentável do Rio Grande do Norte, abrangendo uma gama de termos técnicos, sistemas e processos que são fundamentais para a gestão ambiental. No entanto, a complexidade inerente a essa linguagem técnica pode criar uma barreira de compreensão para o público em geral, limitando o engajamento e a participação efetiva da sociedade nas questões ambientais.

Diante desse contexto, essa pesquisa surge como uma iniciativa para investigar e analisar o conteúdo e os indicadores de métricas do Instagram, a fim de verificar a eficácia da série, produzida pela Assessoria de Comunicação (ASSCOM) do Idema para o perfil institucional na plataforma *Instagram* (@idemarn), a rede social com mais seguidores e engajamento. Até o dia 28 de abril de 2025, o perfil possuía um total de 25,9 mil usuários seguindo a página.

RESULTADOS E DISCURSÕES

A série "Bora Simplificar" representa uma estratégia comunicacional voltada para a educação ambiental e a simplificação de temas técnicos para o público geral. A utilização dos *Reels*⁹ como formato privilegiado está em consonância com as tendências de tiktokização da comunicação institucional (CARDOSO, 2023), em que a estética da performance breve e da linguagem simplificada são centrais para o engajamento (Longhi, 2023).

De acordo com Soares *et al* (2021), a análise de redes e métricas de engajamento é essencial para entender os circuitos de circulação do conteúdo digital. Quanto a isso, a série Bora Simplificar apresenta oscilações de desempenho. O vídeo de maior alcance "Bora Simplificar: Dunas" (janeiro de 2025) — atingiu 7.335 visualizações e 305 interações, com 41,4% do público não seguidor. Esse dado revela um potencial de captação de novos públicos, o que, Segundo Duarte (2009), é um dos objetivos-chave da comunicação pública em plataformas digitais.

Em contrapartida, vídeos como "Bora Simplificar: O Que é DOF?" (março de 2025), com apenas 1.095 visualizações e 44 interações, sugerem limitações de alcance

⁸ Disponível em: <idema.rn.gov.br>. Acesso em 29 de abril de 2025.

⁹ vídeos curtos e verticais onde os usuários podem criar e compartilhar conteúdo divertido, criativo e interativo no Instagram,

que podem ser atribuídas à menor atratividade do tema, à execução do roteiro ou mesmo à ausência de elementos de viralização, como ganchos eficazes nos primeiros três segundos e o uso de linguagem visual impactante.

A linguagem adotada nos vídeos é um ponto para a análise. Segundo Duarte (2009), a comunicação pública eficaz precisa se equilibrar entre tecnicidade e acessibilidade. Percebe-se que a escolha dos porta-vozes, o uso de recursos visuais e a aplicação de tendências como trilhas sonoras populares ou uso de filtros também podem impactar no desempenho. A edição dos vídeos também é uma das formas de narrativa que permitem amodernização na linguagem.

A análise das postagens revela avanços e desafios na construção de uma comunicação pública eficaz no ambiente digital. Observa-se que a adoção de vídeos curtos, carrosséis explicativos e animações demonstram a compreensão da instituição acerca das especificidades comunicacional das redes sociais, caracterizado por fluxos dinâmicos de informação e pela atenção fragmentada dos usuários. As peças analisadas buscam traduzir conteúdos técnicos para uma linguagem acessível, utilizando recursos visuais que favorecem a compreensão e a retenção das informações. O quadro "Bora Simplificar", em particular, apresenta-se como uma iniciativa exitosa no esforço de descomplicar temas tradicionalmente complexos, como licenciamento ambiental e gestão de áreas ambientais protegidas, reforçando o compromisso institucional com a clareza e a democratização do conhecimento.

No tocante à linguagem e ao conteúdo, constata-se que a maioria das publicações adota um estilo comunicativo adequado ao público das redes sociais. A utilização de frases curtas, perguntas diretas e exemplos práticos favorece a compreensão por públicos diversos, aproximando o discurso institucional do cotidiano da sociedade. Conteúdos como as postagens sobre Balneabilidade das Praias e Dunas destacam-se pela utilidade pública e pela didática na exposição dos temas. Entretanto, em alguns casos, nota-se a persistência de termos técnicos ou de abordagens mais superficiais, especialmente em temas de maior complexidade, como mudanças climáticas e monitoramento ambiental, o que pode limitar a efetividade da comunicação junto a segmentos menos familiarizados com a temática ambiental.

Outro aspecto relevante refere-se à transparência ativa e ao estímulo à participação cidadã. A comunicação pública em ambientes digitais demanda não apenas a transmissão

de informações, mas também a criação de espaços de escuta e de envolvimento ativo dos cidadãos nas ações institucionais. Nesse sentido, a comunicação do Idema ainda pode avançar na adoção de estratégias que incentivem a participação, como a escolha de porta-vozes treinados para o vídeo no formato digital, o uso de emojis ou ilustrações nos vídeos e chamadas explícitas para ação.

CONCLUSÃO

De modo geral, a comunicação institucional do Idema apresenta importantes avanços na adaptação ao ambiente digital, com destaque para a qualidade visual dos conteúdos, à edição, ao uso de imagens complementares, aos efeitos visuais utilizados no vídeo e a pertinência das temáticas.

A opção por vídeos e formatos atraentes demonstra sensibilidade às dinâmicas das redes sociais e contribui para a popularização de informações de interesse público. Entretanto, a ampliação da transparência ativa, o aprofundamento dos conteúdos em alguns temas e o fortalecimento de estratégias de engajamento direto do cidadão configuram-se como caminhos relevantes para a consolidação de uma comunicação pública ambiental mais efetiva, democrática e participativa. A análise evidencia, portanto, a necessidade de uma comunicação pública que não apenas informe, mas que também convoque, envolva, engaje e empodere a sociedade na construção de políticas públicas sustentáveis e inclusivas.

REFERÊNCIAS

CARDOSO, R. *A influência da tiktokização das profissões na visão de carreira dos Millennials e da Geração Z através das mídias sociais Instagram e TikTok*. 2023. 108 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2023.

DUARTE, J. *Comunicação pública: estado, governo e cidadania*. São Paulo: Atlas, 2009.

LESTON-BANDEIRA, C. Studying the relationship between Parliament and citizens. *Parliamentary Affairs*, v. 65, n. 1, p. 108–128, 2012.

LONGHI, R. Narrativas no jornalismo plataformizado. *Aula na disciplina em rede Estudos e Tendências em Ciberultura, da rede JorTec*. Vídeo. 2023. Disponível em: . Acesso em: 20 mai. 2025.

MARCATTO, C. *Educação Ambiental: conceitos e princípios*. 2002.

MIOLA, E.; MARQUES, F. *Comunicação pública e democracia: novos paradigmas*. São Paulo: Intercom, 2020.

PIRES, H. F. M. *Impactos da linguagem simples na compreensibilidade da informação em governo eletrônico: o caso de um benefício do INSS*. 2021. 263 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Programa de Pós-Graduação em Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

RECUERO, R. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SANTAELLA, L. *Leitura de imagens*. São Paulo: Melhoramentos, 2012.

SÃO PAULO (SP). Casa Civil. Decreto no 59.067, de 11 de novembro de 2019. Institui o Programa Municipal de Linguagem Simples no âmbito da Administração Pública Municipal. São Paulo: Casa Civil, 2019. Disponível em: <http://legislacao.prefeitura.sp.gov.br/leis/decreto-59067-de-11-de-novembro-de-2019>. Acesso em: 2 maio 2022.

SOARES, F; BONOTO, C.; VIEGAS, P.; SALGUEIRO, I.r; RECUERO, R. Infodemia e Instagram: como a plataforma é apropriada para a produção de desinformação sobre a hidroxycloquina?. *Fronteiras - Estudos Midiáticos*, [S.L.], v. 23, n. 2, p. 89-103, 14 set. 2021. UNISINOS - Universidade do Vale do Rio Dos Sinos. <http://dx.doi.org/10.4013/fem.2021.232.07>.

THOMPSON, J. B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 14. ed. Petrópolis: Vozes, 2013.