

Enchentes no Rio Grande do Sul: A Percepção Pública da Ação Pix SOS durante a crise em 2024¹

Laura de Armas Fagundes²

Rudimar Baldissera³

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

RESUMO

Este estudo tem como principal objetivo compreender a percepção pública da ação Pix SOS Rio Grande do Sul, adotada pelo governo do estado durante as cheias de 2024. O quadro teórico, de modo sucinto, versa sobre risco e crise (Veyret, 2015; Teixeira, 2029) e comunicação pública (Weber, 2017; Esteves, 2011). O estudo empírico compreende a análise dos cinco comentários mais relevantes da publicação de lançamento do Pix SOS, no Instagram do governo, a qual teve como procedimento metodológico a Análise de Conteúdo em perspectiva temática, conforme Bardin (2011). O principal resultado evidencia o uso limitado da rede social, reduzida a um canal para disseminar informações.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Pública; Gestão de Crise; Instagram; Inundações no RS; Governo do Rio Grande do Sul.

INTRODUÇÃO E FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

No dia 29 de abril de 2024, o Instituto Nacional de Meteorologia (Inmet) emitiu um alerta de elevado volume de chuva para a metade do Rio Grande do Sul (G1 RS, 2024) — denunciando um risco, ou seja, um perigo em potencial (Veyret, 2015) às pessoas que estavam no estado do RS: chuvas intensas atingiram a porção central e a região da serra. O alerta antecipou uma grande tragédia que resultou em 184 mortos e 25 pessoas desaparecidas, além de causar grandes mortalidades de animais e perdas estruturais pelo volume excessivo de água, resultante das chuvas que persistiram por vários dias, sobrecarregando os principais rios do estado, inundando várias regiões e cidades.

Cabe observar que, conforme Teixeira (2019, p. 95) "a diferença do risco para a

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação e Política, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 3 a 5 de julho de 2025.

² Graduada no Curso de Relações Públicas da UFRGS, email: lauradeafagundes@gmail.com

³ Professor do Curso de Relações Públicas da UFRGS, email: rudimar.baldissera@ufrgs.br

crise é uma linha tênue na qual você sai de um estado de alerta e entra para um fato e um acontecimento”. Em relação à crise em decorrência da referida tragédia, cabe destacar que, dentre outras coisas, o governador Eduardo Leite admitiu, em primeiro de maio, a dificuldade em resgatar os afetados pelas cheias (G1 RS, 2024), deixando claro as limitadas condições do Estado para agir no salvamento de todas as pessoas. Mas o que se compreende por crise? Conforme Shinyashiki (2002, p. 152), crises são o “estado de grande tensão, conflito, insuficiência ou qualquer outra forma de turbulência para a qual não se podem usar as soluções habituais”. Assim, são “eventos que podem desestabilizar uma determinada ordem [...]” (Oliveira; Nunes; Silva, 2023, p. 125). Quando o Lago Guaíba, localizado na região metropolitana, atingiu o ponto de transbordamento, as amplas inundações na região metropolitana evidenciaram a situação caótica na capital gaúcha, sendo necessário bloquear pontes e rodovias de acesso à cidade, incluindo o fechamento do Aeroporto Internacional Salgado Filho.

As inundações ocorridas no Rio Grande do Sul são crises que decorrem das mudanças climáticas — ou seja, transformações a longo prazo nos padrões de temperatura e clima (ONU, 2024); e há consenso científico de que essas crises são ocasionadas pela negligência e falta de cuidado do ser humano em relação ao meio ambiente. Diante disso, compreende-se que a comunicação pública assume caráter estratégico em situações como essas, visto que deve responder às necessidades dos cidadãos afetados pela crise (Weber, 2007), mas também para agir em perspectiva de mitigar os impactos. Vale ressaltar que a comunicação pública é formada no “nível do espaço público e veiculada pela (ou para a) opinião pública” (Esteves, 2011, p. 146). Assim, é fundamental a participação ativa da sociedade para a comunicação pública, pois, segundo Weber (2017, p. 25), “identificar e qualificar os processos de visibilidade e comunicação inerentes aos regimes democráticos significa atribuir a instituições, públicos e atores sociais e através do Estado, poderes de debater e deliberar sobre temas e ações de interesse público”.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS, ANÁLISE E RESULTADOS

Primeiro, destaca-se que o estudo é uma pesquisa exploratória-descritiva. Conforme Gil (2008), é considerada exploratória porque visa proporcionar maior familiaridade com a temática, e descritiva por permitir o estabelecimento de relações entre variáveis. Além disso, o método possui caráter qualitativo, visto que lida com

interpretações das realidades sociais (Bauer; Gaskel, 2011). Em relação à coleta de dados, optou-se pela análise documental (Bardin, 2011). Já para a interpretação desses dados foi escolhida a análise de conteúdo, que “é 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 às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens” (Bardin, 2011, p. 44). O processo de análise compreende três etapas: a “pré-análise”, a “exploração do material”, e o “tratamento dos resultados, inferência e interpretação” (Bardin, 2011).

Neste estudo, considerando que o governo do RS está presente ativamente no Instagram, definiu-se que este será o local de onde partirá o *corpus* de análise. Além disso, dentre as publicações relativas ao tema, foi escolhida a ação Pix SOS Rio Grande do Sul para ser foco da pesquisa, postada pela primeira vez em 11 de maio de 2024 (quadro 01), por sua relevância e por apresentar grande número de interações.

Quadro 01 - Dados da postagem relativa ao Pix SOS Rio Grande do Sul.

Captura de tela da postagem	Legenda
	Diante da situação de calamidade pública enfrentada pelos gaúchos, o governo do Estado reativou o canal de doações para a conta SOS Rio Grande do Sul. Foi restabelecida a chave PIX (CNPJ: 92.958.800/0001-38), a mesma utilizada no ano passado, vinculada à conta bancária criada pelo Banrisul. Os recursos serão integralmente revertidos para o apoio humanitário às vítimas das enchentes e para a reconstrução da infraestrutura das cidades. Com o canal oficial de doações, o governo centraliza a ajuda financeira, fornece segurança ao doador e amplia a transparência da alocação do dinheiro, uma vez que a movimentação dos recursos passará por auditoria e fiscalização do poder público. ⚠ Atenção: quando realizar a operação, confirme que o nome da conta que aparece é “SOS Rio Grande do Sul” e que o banco é o Banrisul.

Fonte: Instagram oficial do governo do RS.

Em relação a essa postagem, para análise consideram-se os cinco comentários mais curtidos. Após esse processo, procedeu-se à identificação das unidades de análise e

a execução dos procedimentos de codificação e categorização do material (Bardin, 2011), compreendendo duas etapas fundamentais para o processo de construção das categorias de análise: 1) a descoberta de “núcleos de sentido” que compõem a comunicação; e 2) o agrupamento dos dados a partir de critérios de semelhança (Bardin, 2011). Nesta direção, foram elaboradas as seguintes categorias de análise (quadro 02):

Quadro 02 - Categorias de análise do conteúdo.

Categorias	Crítérios
Indignação/Revolta	Manifestações de sentimentos de indignação e revolta em relação ao programa ou a ação.
Apoio/Incentivo	Manifestações de Incentivo ao programa ou à ação; buscam estimular a participação da sociedade.
Cobrança	Manifestações que evidenciam preocupação em relação às medidas tomadas e aos seus critérios; exigem comportamento ampliado do estado.
Opinião/Sugestão	Manifestações de opiniões e sugestões pessoais acerca do programa ou da ação; não foge da temática mas possui viés pessoal.
Dúvidas/Questionamentos	Manifestações em forma de questionamentos acerca dos critérios, funcionamento, aderência.
Não se aplica	Manifestações com dados insuficientes para inferências e/ou que abordam outros assuntos.

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Após essa etapa, realizou-se o “tratamento dos resultados, inferências e interpretações” (Bardin, 2011). Nessa direção, primeiro é preciso ressaltar que a iniciativa foi amplamente promovida e ganhou importante destaque tanto na mídia nacional quanto internacional, permitindo que pessoas de diversas partes do mundo contribuíssem com doações em dinheiro. No instagram, essa publicação contou com 11,8 mil comentários, considerado bom engajamento em relação a outras postagens realizadas pelo governo em sua rede social oficial. Além disso, os comentários realizados possuíram muitas curtidas, onde o maior número foi de 8760 em apenas um deles, conforme quadro 03, a seguir.

Quadro 03 - Cinco comentários mais curtidos relativos ao PIX SOS RS.

Nº do comentário	Conteúdo	Nº de curtidas
1	NÃO FAÇAM DOAÇÕES PARA O GOVERNO! O GOVERNO JÁ TEM DINHEIRO SUFICIENTE E NÃO FIZERAM O QUE DEVERIA SER FEITO PARA EVITAR ESSA CATÁSTROFE. FAÇAM AS DOAÇÕES DE VOCÊS PARA ONGS CONFIÁVEIS, PROCUREM INFORMAÇÕES, MAS NÃO FAÇAM PARA O GOVERNO	8760
2	A sociedade não deve assumir o dever do Estado.	4668
3	Como assim, faltou verba dos 50 mil destinados??? Governo ridículo	701
4	Onde estão divulgando quanto já foi arrecadado e quanto está sendo destinado a cada município??? É preciso transparência. Pq os voluntários estão tirando do bolso pra comprar tudo o que as pessoas estão demandando.	49
5	Vamos ajudar galera. Vai ficar tudo bem ♥	46

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Os primeiros três comentários mais curtidos, expressam indignação/revolta, visto que afirmam que os cidadãos não deveriam estar realizando doações para o governo, pois consideram que é papel pleno do Estado assegurar questões básicas para os cidadãos como moradia digna, alimentos, materiais de higiene, entre outros. A firma que o governo já possuía dinheiro suficiente e não realizou nenhum investimento durante os últimos anos para evitar catástrofes como a das inundações. Em termos comunicacionais, esse comentário procura desestimular a participação coletiva e pelo número de curtidas que recebeu (8760), pode-se dizer que muitos interagentes apoiam e pensam do mesmo modo. Ainda, o comentário três chama o governo de “ridículo”, em descrédito a essas autoridades. Esse comentário, do ponto de vista comunicacional, denuncia um problema de reputação. Em complemento ao descrédito do comentário três, o comentário quatro é uma cobrança, onde o cidadão pauta a necessidade de transparência sobre os valores que estão sendo arrecadados. Por fim, o último comentário é um apoio/incentivo, onde o cidadão está ao lado da ação do governo.

A partir das análises realizadas, pode-se afirmar que os comentários relativos à publicação sobre o Pix SOS RS não são positivos, sendo que os interagentes cobram o que já deveria estar sendo feito pelo governo gaúcho: prestação de contas e investimentos

em projetos para evitar crises — especialmente as de ordem natural. Por fim, cabe ressaltar que a publicação priorizou fornecer uma informação e não dialogar com os cidadãos, já que nenhum comentário foi respondido pelo governo. Com isso, deixou de promover uma interação positiva – ainda mais por se tratar de rede social –, essencial em momento de crise, e evidenciou importante fragilidade do ponto de vista da comunicação pública. A interação qualificada poderia ter se traduzido em sensação de mais pertencimento para os interagentes e, talvez, em mais contribuições (para o momento presente e futuro). Assim, considera-se que a comunicação pública do governo do RS precisa ser aprimorada.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Edição revista e ampliada. São Paulo: Edições 70, 2011.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Editora Vozes Limitadas, 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

OLIVEIRA, Rosângela Florczak de; NUNES, Ana Karin; SILVA, Diego Wander da. **Lideranças e cuidado na gestão de riscos em organizações brasileiras**. *Organi-com*, São Paulo, Brasil, v. 20, n. 43, p. 121–132, 2023. DOI: 10.11606/issn.2238- 2593.organicom.2023.214606. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organi-com/article/view/214606>. Acesso em: 3 mai. 2025.

O que são as mudanças climáticas?. Organização das Nações Unidas (ONU). 2024. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/175180-o-que-s%C3%A3o-mudan%C3%A7as-clim%C3%A1ticas>. Acesso em: 3 mai. 2025.

SHINYASHIKI, R.T.; FISCHER, R.M.; SHINYASHIKI, G. **A importância de um sistema integrado de ações na gestão de crises**. *Revista Organicom*, Ano 4, Número 6, 1o semestre de 2007, pp. 149-159.

TEIXEIRA, Patrícia Brito. **Caiu na rede. E agora? gestão de crises nas redes sociais**. 2a ed. São Paulo: Évora, 2019.

Um mês de enchentes no RS: veja cronologia do desastre que atingiu 471 cidades, matou mais de 170 pessoas e expulsou 600 mil de casa. G1 RS. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2024/05/29/um-mes-de-enchentes-no-rs-veja-cronologia-do-desastre.ghtml>. Acesso em: 3 mai. 2025.

VEYRET, Yvette (org.). **Os riscos: o homem como agressor e vítima do meio ambiente**. São Paulo: Contexto, 2015.

WEBER, M. H. Na Comunicação Pública, a captura do voto. In: *LOGOS 27: Mídia e Democracia*. Rio de Janeiro: ano 14, 2o semestre de 2007, p. 21-42.

WEBER, M. H. **Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade**. In: WEBER, M. H.; COELHO, M. P.; LOCATELLI, C. *Comunicação pública e política: pesquisa e prática*. Florianópolis: Insular, 2017. P. 23-56.