

Atuação da comunicação pública do governo do Rio Grande do Sul durante a crise das enchentes de 2024¹

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, SP

Resumo

O Rio Grande do Sul foi amplamente afetado pelas chuvas durante os meses de abril e maio de 2024, resultando em impactos significativos para a população e a infraestrutura local. Durante as enchentes, o principal canal de comunicação utilizado foi uma combinação de redes sociais e tecnologias da informação. O caso evidenciou a relevância da comunicação pública para a gestão de crises. Estima-se que mais de 615 mil pessoas tenham sido deslocadas, tornando a comunicação governamental essencial para a disseminação de informações. Este estudo teve como objetivos analisar as comunicações e os principais canais de comunicação utilizados pelo governo do estado durante as enchentes, além de identificar oportunidades de aprimoramento para futuras situações de crise. Trata-se de uma revisão integrativa de literatura somada à análise do uso dos canais de comunicação oficiais.

Palavras-chave: Comunicação pública; gestão de crises; enchentes no Rio Grande do Sul; redes sociais.

Corpo do trabalho

As enchentes que atingiram o Rio Grande do Sul entre abril e maio de 2024 foram classificadas pelo governo estadual como "a maior catástrofe climática" da história do estado, segundo entrevista concedida à BBC². Durante esse período, chuvas intensas resultaram em volumes de precipitação entre 500 e 700 mm em poucos dias, o que corresponde a aproximadamente um terço da média anual do estado (COPAAERGS, 2024). Diante da magnitude da crise, a comunicação pública tornou-se um fator essencial para a disseminação de informações à população e para a coordenação dos esforços de

¹ Trabalho apresentado na modalidade Comunicação pública e Comunicação de risco, atividade integrante do XIX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

² British Broadcasting Corporation (BBC) é uma mídia de rádio e televisão do Reino Unido fundada em 1922.

resposta. O principal canal utilizado pelo governo do estado foi uma combinação de site institucional, redes sociais e tecnologias de telecomunicação. Essas plataformas foram utilizadas para divulgar atualizações em tempo real, orientações à população e ações governamentais.

Este estudo tem como objetivo analisar os canais de comunicação utilizados pelo governo do estado do Rio Grande do Sul durante as enchentes de 2024, avaliando sua efetividade e identificando oportunidades de aprimoramento para futuras situações de crise. Para isso, adota-se uma abordagem quantitativa e qualitativa, baseada na análise de conteúdo das comunicações oficiais e na revisão de documentos públicos divulgados pelo governo ao longo do mês de abril e maio de 2024. Além disso, a revisão bibliográfica sobre gestão da comunicação de crise no setor público, permite um embasamento teórico para a avaliação das estratégias adotadas. A relevância deste estudo se justifica pela magnitude da crise enfrentada e pela oportunidade de contribuir às práticas de comunicação pública em cenários emergenciais.

Crise é um evento não rotineiro, inesperado e repentino, que cria incertezas, ameaça os objetivos prioritários da organização, pode causar prejuízos financeiros e corroer a reputação corporativa (Cleeren, Heerde & Dekimpe, 2013; Coombs, 2007b; Siomkos et al., 2010). No caso específico de órgãos públicos, Gladu (2003) destaca que uma das principais implicações de uma crise é a perda de confiança do público nas instituições.

A atuação da comunicação em redes sociais também é abordada como elemento central na construção da narrativa institucional em tempos de crise (Kaplan & Haenlein, 2010; Recuero, 2011). Forni (2016) reforça que comunicar a mensagem certa, no momento certo, para o público certo é essencial durante situações críticas. Já Castelfranchi (2012) ressalta que a comunicação eficaz pode reduzir sentimentos de medo e incerteza, fortalecendo a confiança pública. A concepção de comunicação pública adotada segue os princípios de Zémor (2009). Para o autor, a comunicação pública é

a troca e compartilhamento de informações de utilidade pública ou de compromissos de interesses gerais. Ela contribui para a conservação dos laços sociais. A responsabilidade disso compete às instituições públicas;

ou seja, às administrações do Estado, aos serviços das coletividades territoriais, aos estabelecimentos, empresas, organismos encarregados de cumprir uma missão de interesse coletivo. (ZÉMOR, 2009).

Nesse sentido, a comunicação atua como um mediador essencial na redução da incerteza e do medo, dois sentimentos que são amplificados durante crises e situações de risco. Teixeira (2011) enfatiza que a comunicação de crise no ambiente digital deve incluir ações estruturadas para sites e redes sociais, levando em conta as particularidades de cada plataforma e o público presente.

Para a pesquisa, os dados foram coletados entre os dias 25 de fevereiro e 7 de março de 2025, considerando o período crítico das enchentes, entre 28 de abril e 7 de maio de 2024. Os resultados apontam diferentes impactos do uso das mídias sociais no contexto da crise, identificando tanto desafios quanto potencialidades na comunicação pública. A análise revelou lacunas relevantes na comunicação inicial do governo estadual. Embora as enchentes tenham começado em 28 de abril, as primeiras publicações sobre o tema só apareceram em 30 de abril. Nos dois primeiros dias da crise, o site oficial do governo publicou exclusivamente conteúdos desvinculados do evento, como campanhas de vacinação e informações sobre feiras e obras públicas. Após o dia 30 de abril, observou-se uma mudança significativa na estratégia de comunicação: matérias, boletins e postagens passaram a priorizar majoritariamente os temas relacionados às enchentes. Das 188 matérias analisadas, 155 estavam diretamente relacionadas às enchentes, representando uma porcentagem significativa de aproximadamente 82%. Também houve aumento expressivo na frequência de publicações nas redes sociais, especialmente no Instagram, com média de onze postagens diárias.

O tom predominante nas postagens foi o informativo (80 de 116 postagens), voltado para alertas meteorológicos, fechamento de rodovias, orientações para doações e atualização de números oficiais. O tom emocional apareceu em 22 postagens, geralmente ilustradas com imagens de resgates, alagamentos e mensagens de solidariedade. A utilização de vídeos e imagens, formatos mais acessíveis e compartilháveis, foi expressiva e coerente com a lógica de comunicação digital em momentos de crise.

Outro achado relevante foi a ausência, no site oficial, de uma nota inaugural ou pronunciamento formal declarando o estado de calamidade pública, o que pode ser interpretado como uma falha na institucionalização da resposta comunicacional. A pesquisa demonstrou que a comunicação pública do governo estadual, embora tenha evoluído ao longo da crise, apresentou falhas significativas em sua fase inicial.

A análise de ambas comunicações realizadas nas redes sociais e no site oficial do governo com relação ao objetivo de estudo, ofereceu as seguintes conclusões: No início da crise, tanto as redes sociais quanto o site mostraram uma dispersão nas postagens, abordando outros temas. As redes sociais começaram a focar no tema das enchentes a partir de 29/04, enquanto o site continuou a publicar sobre outros assuntos até o dia 04/05, com um pico de matérias não relacionadas à crise no dia 30/04. Quanto ao foco nas enchentes, as postagens nas redes sociais e no site começaram no dia 30/04 e apresentaram um aumento significativo entre os dias 02 e 03/05, mantendo-se constantes a partir desse período em ambas as plataformas. Relevando, portanto, uma adaptação gradual da comunicação oficial para priorizar o tema das enchentes, com um início disperso nas mensagens, seguido por um aumento da abordagem centrada na crise a partir de 30/04.

Diante dos resultados encontrados, recomenda-se o estabelecimento de protocolos específicos para a comunicação em crises, que incluam a previsão de mensagens inaugurais e institucionalizadas logo nos primeiros momentos do evento. É igualmente essencial que os canais oficiais priorizem os temas emergenciais, separando com clareza os conteúdos não relacionados da cobertura principal, a fim de evitar ruídos na percepção pública. A comunicação nas redes sociais deve ser utilizada de forma estratégica, com mensagens coordenadas, linguagem acessível e recursos visuais que facilitem a compreensão e o engajamento dos públicos.

A pesquisa conclui que, embora a comunicação oficial tenha se tornado mais estruturada ao longo do período analisado, a gestão eficaz da comunicação desde os primeiros momentos de uma crise é fundamental para garantir a transparência, minimizar incertezas e fortalecer a confiança da população na resposta governamental. Apesar disso, pode-se inferir que o governo do estado estava preparado para enfrentar as enchentes de 2024, considerando os aprendizados adquiridos em eventos similares,

como as inundações ocorridas em novembro de 2023, juntamente com os dados levantados pela análise e a revisão bibliográfica. Dessa forma, o estudo contribui para a consolidação de boas práticas em comunicação pública em contextos de calamidade, servindo como referência para outras administrações públicas e futuras investigações.

Referências

CLEERER, HEERDE & DEKIMPE. Crisis management and its impact on brand image. 2013.

COOMBS, W. Timothy. Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding. 2. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2007.

FINSET, Arnstein; LARSEN, Anders; LINDSTROM, B. The impact of uncertainty and fear in crisis communication. Journal of Health Communication, 2020.

FORNI, João José. Gestão de crises e comunicação: O que gestores e profissionais de comunicação precisam saber para enfrentar crises corporativas. São Paulo: Atlas, 2016.

GLADU, A. Crisis and emergency management: A guide for managers of the public service of Canada. Canadá: Canadian Centre for Management Development, 2003. Disponível em: <http://publications.gc.ca/site/archivee-archived.html?url=http://publications.gc.ca/Collection/SC94-101-2003E.pdf>. Acesso em: 01 mar. 2025.

KAPLAN, Andreas M.; HAENLEIN, Michael. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons, v. 53, n. 1, p. 59-68, 2010.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2011.

SECRETARIA DE ESTADO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA, PRODUÇÃO SUSTENTÁVEL E IRRIGAÇÃO. CONSELHO PERMANENTE DE AGROMETEOROLOGIA APLICADA DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL – COPAAERGS. 23 de maio de 2024. Consultado em 25 de fevereiro de 2025.

TEIXEIRA, Patrícia Brito. Sociedade do Risco na Sociedade da Informação: Gestão e Gerenciamento de crise nas redes sociais. Abrapcorp, 2011.

ZÉMOR, Pierre. Como anda a comunicação pública? Revista do Serviço Público, Brasília, v. 60, n. 2, p. 189-195, abr./jun. 2009.