

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ITAJUBÁ

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MEIO AMBIENTE E RECURSOS
HÍDRICOS**

**Técnicas de comunicação socioambiental como estratégia para
implementação dos planos municipais de mobilização social**

Adriana de Cássia Barbosa

Itajubá, abril 2020.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ITAJUBÁ

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MEIO AMBIENTE E RECURSOS
HÍDRICOS**

**Técnicas de comunicação sócioambiental como estratégia para
implementação de planos municipais de mobilização social**

Dissertação apresentada no Programa de Pós-Graduação em Meio Ambiente e Recursos Hídricos como parte das exigências obrigatórias para obtenção do Título de Mestre em Ciências em Meio Ambiente e Recursos Hídricos.

Área de concentração: Energia, Sociedade e Meio Ambiente.

Orientador: Prof. Dr. Geraldo L. Tiago Filho

Itajubá, abril 2020.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ITAJUBÁ

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MEIO
AMBIENTE E RECURSOS HÍDRICOS**

**Técnicas de comunicação sócioambiental como estratégia para
implementação de planos municipais de mobilização social**

Adriana de Cássia Barbosa

A Banca Examinadora composta pelos seguintes membros:

Dr. Geraldo Lúcio Tiago Filho (Orientador)

Dr. Carlos Alberto Zanotti

Dra. Daniele Ornaghi Sant'Anna

Itajubá, abril de 2020

DEDICATÓRIA

Aos meus pais Antônio Luiz e Ana Adail; meus irmãos, Ana Daniela e Daniel Luiz que, com muito carinho e apoio, não mediram esforços para que eu chegasse até esta etapa de minha vida. E a todos aqueles que de alguma forma estiveram e estão próximos de mim.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Deus; a nossa mãe do céu, Maria Santíssima; ao meu anjo da guarda, à Santa Teresinha do Menino Jesus e Santa Edwiges, por mais essa conquista em minha vida.

Agradeço à Dona Isabel e Tia Lelé, pelo apoio, por acreditarem e por sempre me colocarem em suas orações.

Agradeço também aos meus queridos Sr. Amadeu e Sr. Vicente por estarem sempre ao meu lado.

A todos os professores do programa, que foram tão importantes em minha vida acadêmica e no desenvolvimento desta dissertação, em especial a prof. Dra. Maria Cláudia Botan e prof. Dra. Regina Mambeli.

Por fim, agradeço aqui aos meus poucos e seletos amigos, que me acompanharam e me apoiaram durante esses dois anos de estudo.

“Quem quiser trabalhar com o fruto deve ter
caridade no coração e paciência nas obras.”
Dom Bosco

RESUMO

Desde a criação da Lei 10.257, em 2001, onde se estabelece o Estatuto da Cidade que gerencia a implementação do Plano Diretor como instrumento de política pública para o desenvolvimento e expansão urbana, muito se tem debatido sobre as maneiras de implementá-lo de forma que tenha uma ampla participação da população no processo de elaboração do plano. Passados dezoito anos desde a criação da lei, pode-se avaliar muitos benefícios para os municípios brasileiros. Porém, ainda existe uma lacuna no que se refere ao Plano Diretor Participativo, uma vez que a implementação do mesmo em sua grande maioria é feita de maneira na qual a população é deixada a margem das decisões relevantes durante a elaboração do documento. Neste contexto, o presente estudo pretende abordar a maneira pela qual se pode motivar a participação popular no processo de estudo e implementação dos planos por meio de um plano de comunicação. Nele será apresentado o Estudo de Caso comparativo entre o município de Paraguaçu e o Consórcio Intermunicipal dos Municípios da Microrregião do Alto Sapucaí - Cimasas, ambos situados no sul de Minas Gerais. O presente estudo visa verificar a aplicação de técnicas de comunicação socioambiental como ferramenta para mobilização social na implantação de planos diretores municipais.

Assim, os resultados, obtidos por meio de pesquisas, pode-se verificar que durante a implementação dos planos de mobilização, junto aos municípios em questão, ocorreu uma diferença acentuada entre as ações.

No município em que houve uma preocupação em conhecer o perfil dos munícipes e com base nesse diagnóstico traçar uma estratégia de comunicação personalizada, a resposta da comunidade, por meio de sua participação nas audiências, foi mais significativa.

Isso se dá ao fato de que o cidadão quando compreende que ele, também, pode ser ouvido e sua opinião também pode agregar, ele se sente confortável em exercer sua cidadania mais efetivamente, durante a elaboração, implementação e ou revisão dos planos de mobilização social.

Palavras-chave: Plano diretor; comunicação; cidades; mobilização.

ABSTRACT

Since the creation of Law 10,257, in 2001, where the City Statute is established, which manages the implementation of the Master Plan as a public policy instrument for urban development and expansion, much has been debated on ways to implement it in a way that have a broad participation of the population in the process of elaborating the plan. Eighteen years after the law was created, many benefits can be assessed for Brazilian municipalities. However, there is still a gap with regard to the Participatory Master Plan, since its implementation is mostly done in a way in which the population is left out of the relevant decisions during the preparation of the document. In this context, the present study intends to address the way in which popular participation in the process of studying and implementing plans can be motivated through a communication plan. In it will be presented the comparative Case Study between the municipality of Paraguaçu and the Intermunicipal Consortium of the Municipalities of the Microregion of Alto Sapucaí - Cimasas, both located in the south of Minas Gerais. This study aims to verify the application of socio-environmental communication techniques as a tool for social mobilization in the implementation of municipal master plans.

The results obtained through research, it can be seen that during the implementation of the mobilization plans, with the municipalities in question, there was a marked difference between the actions.

In the municipality where there was a concern to know the profile of the citizens and based on this diagnosis to outline a personalized communication strategy, the community's response, through their participation in the hearings, was more significant.

This is due to the fact that when the citizen understands that he, too, can be heard and his opinion can also add, he feels comfortable exercising his citizenship more effectively, during the elaboration, implementation and or review of social mobilization plans .

Keywords: Municipal master plan; Communication; cities; mobilization.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Organograma dos planos municipais.....	10
Figura 2 – Fluxograma de implementação das ações.....	17
Figura 3 – Localização da cidade de Paraguaçu, no Estado.....	20
Figura 4 – Mapa de Zoneamento de Paraguaçu.....	21
Figura 5 – Municípios pertencentes ao consorcio Cimasas.....	22
Figura 6 – Mapa esquemático de localização do município de Itajubá e mais alguns municípios pertencentes ao CIMASAS.....	23
Figura 7 – Perfil da população entrevistada.	26
Figura 8 – Acesso aos veículos de Comunicação dos municípios de Paraguaçu.....	26
Figura 9 – Conhecimento da população sobre tema proposto.....	27
Figura 10 - Grau de interesse da população nas políticas públicas.....	27
Figura 11 – Cartazes de divulgação das audiências públicas.....	28
Figura 12 – Reuniões das audiências públicas, Paraguaçu-MG.....	29
Figura 13 – Mídias de maior abrangencia junto á população de Paraguaçu.....	30

SUMÁRIO

1 - INTRODUÇÃO	10
1.1 - Justificativa	12
1.2 - Objetivo	12
1.3 - Objetivo Específico.....	12
2 - REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	13
2.1 - Plano de Comunicação.....	13
3 - METODOLOGIA	16
3.1 - Amostragem.....	18
4 - ESTUDO DE CASO	20
4.1 - A Cidade de Paraguaçu – MG	20
4.2 - Condição de Paraguaçu em relação a revisão do plano diretor.....	20
4.3 - Consórcio intermunicipal dos municípios da microrregião do alto Sapucaí, Cimasas	21
5 - RESULTADOS E DISCUSSÃO	24
5.1 – Definição do tamanho da amostra.....	24
5.2 - Pesquisa para conhecimento do público	24
5.3 - Pesquisa para validação das ações	30
5.4 - Panorama de ações do Cimasas	31
5.5 - Comparação dos resultados.....	31
6 – CONCLUSÃO	33
7 - REFERÊNCIAS	34
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO	37
APÊNDICE B – MATERIAL DE DIVULGAÇÃO NAS REDES SOCIAIS	38
APÊNDICE C - SCRIPT DO TEXTO ELABORADO PARA VEICULAÇÃO NA RÁDIO	40
APÊNDICE D – DESCRIÇÃO DAS ARTES PARA DIVULGAÇÃO NA CIDADE	41

1- INTRODUÇÃO

Plano Diretor por definição, segundo o Estatuto da Cidade, LEI No 10.257,2001, (BRASIL, 2001) é um instrumento básico da política de desenvolvimento e expansão urbana, aprovado por uma lei municipal, responsável por regulamentar os artigos 182 e 183 da Constituição Federal. O documento identifica e analisa características físicas, atividades predominantes, vocações da cidade, assim como problemas e potencialidades, estabelecendo um conjunto de regras que determina o que pode ou não ser feito em cada área da cidade.

A Constituição Federal de 1988, impôs como obrigatória a elaboração de Planos Diretores para todos os municípios com mais de 20 mil habitantes. O documento identifica e analisa características físicas, atividades predominantes, vocações da cidade, assim como problemas e potencialidades, estabelecendo um conjunto de regras que determina o que pode ou não ser feito em cada área da cidade.

O Plano Diretor é obrigatoriamente participativo e deve-se garantir que as prefeituras juntamente com vereadores e representantes da comunidade, por meio de associações representativas de vários segmentos, participem de sua elaboração, traçando as diretrizes para áreas básicas do município, como ocupação do solo, habitação, meio ambiente e prioridades de investimentos econômicos e sociais.

Desta forma, (Barbosa, et al., 2018) os planos devem assegurar a participação das comunidades no processo de planejamento, fiscalização e regulação dos serviços dos planos de Habitação; Saneamento; Mobilidade Urbana; Planos Regionais, conforme estrutura demonstrada na figura 1.

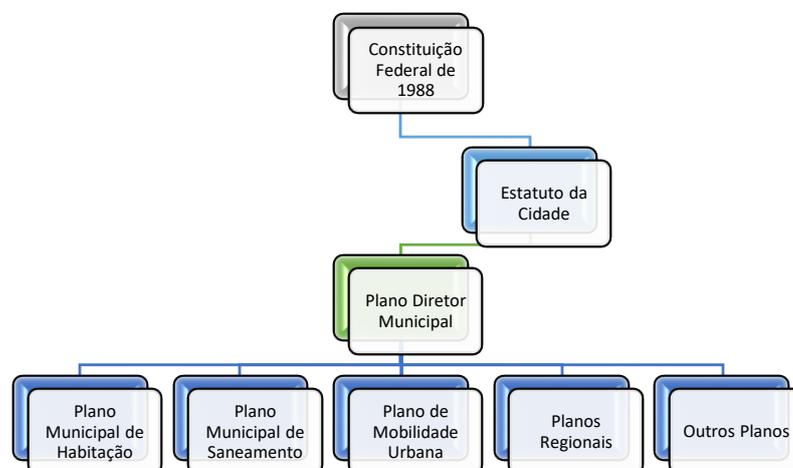


Figura 1 – Organograma dos planos municipais.

Fonte: Barbosa, et al.(2018).

A comunicação socioambiental reconhecida pela sociedade como fundamental para implementar a responsabilidade social e promover a sustentabilidade, por sua vez, permite desenvolver nos cidadãos uma postura crítica diante das informações ambientais, incentivando-nos a tomadas de decisões e ações coletivas.

Neste contexto, Matos e Nobre (2014) ressaltam a importância da comunicação para a democracia e cidadania, uma vez que a comunicação pública permite com que os cidadãos possam ampliar sua participação na gestão pública.

Seguindo a linha anterior onde ressalta-se a importância de uma política de comunicação adequada, é possível destacar o interacionismo simbólico onde Sampaio (1981) propõe um modelo de comunicação praxiológico inserido nas relações sociais.

Outro aspecto a ser abordado no estudo para uma melhor participação da sociedade na implantação do plano diretor são segundo Silva, Carnevale e Zanetti (2017) as ações do planejamento urbano. Tais ações contribuem para a construção de uma representação social, formalizadas nos planos diretores.

Estabelecer um canal para essa comunicação é primordial para o êxito da implementação do projeto, assim Garcia (2016) afirma que a base para o entendimento do sistema de comunicação interna é composto por conjuntos de práticas e procedimentos estabelecidos pelas organizações.

Com isso, para o êxito de implantação do projeto de planos diretores é preciso intensificar no crescimento de pesquisas voltadas para a comunicação empenhadas na socialização do conhecimento, conforme afirma Lara (1981).

Desta forma, os planos devem assegurar a participação das comunidades no processo de planejamento, fiscalização e regulação dos serviços de saneamento básico. A comunicação socioambiental, por sua vez, permite desenvolver nos cidadãos uma postura crítica diante das informações ambientais, incentivando-os na tomada de decisões e ações coletivas.

Neste trabalho é apresentado um estudo de caso sobre a implementação do plano diretor, por meio do Plano Municipal de Saneamento, junto aos municípios pertencentes ao consórcio dos Municípios da Microrregião do Alto Sapucaí (Cimasas). Este consórcio é composto pelos municípios de Itajubá; Piranguçu, Piranguinho, Wenceslau Braz, São José do Alegre, Delfim Moreira e o processo de estruturação do plano Diretor do município de Paraguaçu, também localizado na região do Sul de Minas, na área de influência do reservatório de Furnas.

A pequena participação das comunidades na audiência públicas verificada por ocasião da estruturação do Plano Diretor, por meio do Plano Municipal de Saneamento do Consórcio

motivou o presente trabalho que teve como objetivo de identificar as dificuldades corridas com a implementação das ações para a revisão desse plano diretor e que não voltasse ocorrer nos próximos trabalhos que, nesse caso, coincidiu com a revisão do Plano Diretor do Município de Paraguaçu. De forma, que o presente estudo apresentará o processo de implementação desse município, a fim de proporcionar uma política de comunicação adequada e específica para o perfil de cada público.

Para a implementação desse estudo a princípio acredita-se que um dos gargalos está na maneira de difundir as informações junto às comunidades, de maneira que haja a compreensão de todas as etapas do estudo e colabore concretamente no estudo e execução.

1.1 - Justificativa

A pouca participação da população nos assuntos relevantes ao seu município se dá por falta de interesse, ou por falta de informação sobre seu papel no processo de elaboração de políticas públicas. Desta forma, esse trabalho busca contribuir para o interesse da população em conhecer e participar efetivamente na elaboração e ou revisão dos planos diretores municipais.

1.2 - Objetivo

Este trabalho objetiva verificar a aplicação de técnicas de comunicação socioambiental como ferramenta para mobilização social, na implantação de planos diretores municipais tendo como estudo de caso o município de Paraguaçu comparado com o Plano Municipal de Saneamento do Cimasas, ambos situados na região Sul de Minas Gerais.

1.3 - Objetivo Específico

- I. Empregar as técnicas de comunicação socioambiental como meio de uma política de comunicação adequada e específica para o perfil do município;
- II. Analisar o impacto da comunicação organizacional na participação dos municípios nos planos municipais;
- III. Comparar a mobilização popular e sua participação nas audiências públicas dos municípios.

2- REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 - Plano de Comunicação

Apesar de o processo de urbanização da população brasileira ter se dado, praticamente, no século XX, ele conserva, muitas das raízes da sociedade patrimonialista e clientelista próprias do Brasil pré-republicano, (MARICATO, 2000).

Neste contexto, a participação popular no processo de construção dessas políticas é de suma importância para que o cidadão se sinta integrante da gestão pública e atendido quanto às suas necessidades. O pertencimento regional é fundamental para que as pessoas se sintam atores do processo de desenvolvimento, (DINIZ, 2006).

O plano de comunicação, por ser um documento ativo, será atualizado periodicamente com o intuito de melhor se adequar as necessidades de cada etapa. Desta forma, um profissional da área de comunicação social estará atento as demandas e necessidades.

Na comunicação pressupõe-se uma inter-relação entre órgãos públicos e seus *stakeholders*¹, visto que há uma partilha de informações, mensagens e opiniões, acarretando uma troca, uma interação e exige a participação ativa dos seus atores.

Uma comunicação eficaz definida por Nassar (2005, p. 123) como:

Aquela que é pensada e operada como um processo, no qual o comunicador não é mero informador, mas educador. Esse processo educacional se inicia no envolvimento do comunicador no exercício de pensar o futuro da organização na qual trabalha, passa pela aprendizagem dos integrantes da empresa, principalmente a direção, em relação à administração do simbólico organizacional e se completa nas reações dos públicos diante das mensagens da empresa.

Sobre o direito e dever de se comunicar, Berna (2010) comenta:

As organizações têm o direito e o dever de se comunicarem adequadamente com o público interessado, informando sobre como estão cuidando do meio ambiente. Ao fazer isso, podem contribuir para a educação ambiental na população e mesmo dar o exemplo para outros, estimulando novos investimentos em meio ambiente, num efeito cascata (BERNA, 2010, p. 67).

Desta maneira, cabe aos órgãos públicos e também a sociedade em geral chegar ao público envolvido uma comunicação ampla e adequada para incentivar a população o interesse

¹ Partes interessadas.

na participação e conhecimento de sua ação no processo de elaboração e implementação do Plano Diretor municipal.

Para isso, acredita-se que seja necessário que haja uma motivação junto ao público envolvido. Motivação esta que pode-se entender por compromisso, envolvimento, fazendo com que os cidadãos passem de objetos à sujeitos em suas ações. Essa postura mais arrojada vem ao longo dos últimos tempos sendo absorvida pelos cidadãos e ocasionando, de maneira tímida, a participação dos indivíduos no processo. Essa descentralização não é uma tarefa tão simples, pois cabe ao cidadão assumir uma postura mais arrojada na gestão do que se refere a políticas públicas (RODRIGUES, 2010).

Desta forma, os Planos devem assegurar a participação das comunidades no processo de planejamento, fiscalização e regulação dos serviços prestados. A comunicação socioambiental, por sua vez, permite desenvolver nos cidadãos uma postura crítica diante das informações ambientais, incentivando-nos a tomadas de decisões e ações coletivas.

Segundo Silva (2017, p. 30-35), as etapas para elaboração de uma política pública envolvem atores públicos e privados, que podem ter conflitos de interesse a serem controlados, a fim de garantir o sucesso da política. Por atores públicos compreende-se aqueles que podem agir para a implementação das políticas públicas e por atores privados, os que têm poder de direcionar a formulação delas, influenciando os atores públicos.

Definir o tipo de pesquisa a ser utilizada para obter dados sobre aspectos de um determinado assunto é uma tarefa complexa e que necessita de muita técnica. Para a formulação de uma política pública com efetiva participação da sociedade não é diferente.

De acordo com Gerhardt e Silveira (2009), existem quatro tipos de pesquisas científicas, que se classificam: quanto à abordagem; à natureza; aos objetos; ou aos procedimentos.

Para um melhor conhecimento do universo a ser estudado/pesquisado foi necessária uma observação direta do público alvo. Desta maneira, foi adotada a pesquisa quali-quantitativa para verificação do perfil do público da cidade. Onde a pesquisa qualitativa visa compreender os fenômenos por meio da coleta de dados narrativos, estudando as particularidades e experiências individuais e a quantitativa objetiva compreender os fenômenos por meio da coleta de dados

numéricos, que apontarão preferências, comportamentos e outras ações dos indivíduos que pertencem a determinado grupo ou sociedade.

Sobre o Método Estatístico (GIL, 2008), comenta:

O método estatístico passa a caracterizar-se por razoável grau de precisão, o que torna bastante aceito por parte dos pesquisadores com preocupações de ordem quantitativa. Os procedimentos estatísticos fornecem considerável reforço às conclusões obtidas, sobretudo mediante a experimentação e a observação (GIL, 2008 p. 17).

Como estratégia de comunicação a ser aplicada para o estudo aplicou-se a pesquisa-ação, que se assemelha com a pesquisa participativa por amostragem de saturação de pesquisa qualitativa, (BUSSAB e BOLFARINE, 2005). Uma vez que também está relacionada à transformação social, de maneira entender o porquê de determinados comportamentos, de acordo da metodologia apresentado no quadro 1.

	Pesquisa Quantitativa	Pesquisa Qualitativa
Quando você precisa	<ul style="list-style-type: none"> • Quando você tiver uma série de hipóteses e métricas que quer testar • Quando você tem dados sobre o seu cliente • Quando você quer extrair hipóteses dos dados coletados 	<ul style="list-style-type: none"> • Quando você possui perguntas nebulosas que precisam de respostas • Quando você quer ser flexível e compreender as respostas de uma amostra menor • Quando você quer ir além dos dados coletados
Formas de Aplicar	<ul style="list-style-type: none"> • Definir se há mercado para seu produto • Quantificar nível de satisfação do cliente • Medir comportamento dos clientes... 	<ul style="list-style-type: none"> • Entender o cliente e suas necessidades • Capturar a perspectiva do cliente em suas próprias palavras • Encontrar as razões por trás das crenças dos clientes • Testar conceitos de campanha
Formatos	<ul style="list-style-type: none"> • Teste A/B • Formulários Online • Pesquisas de satisfação 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas 1:1 • Grupos de foco • Estudos etnográficos...

Quadro 1 – Metodologias de pesquisas para amostragem

Fonte: <https://tudosobstartups.com.br/pesquisa-qualitativa-de-mercado/>.

Acesso em: 15 jan. 2020

3- METODOLOGIA

Nesse estudo foram elaboradas as pesquisas que focam no caráter subjetivo do objeto analisado, isto é pesquisa que busca compreender o comportamento do objeto , estudando as suas particularidades para adequação do veículo, elaboração de peças de divulgação (logomarca; cartaz; flyers; HTMLs) além de cartilhas e vídeos educacionais para esclarecer e divulgar as etapas do estudo, e sua implantação.

Após as etapas de diagnóstico dos veículos, elaboração dos materiais para divulgação será realizada a etapa da avaliação dos resultados (será realizada no final do processo). Nela será determinado se os objetivos propostos foram atingidos, nessa etapa serão apresentados os resultados.

O Plano de comunicação foi elaborado para servir de guia para toda comunicação a ser realizada durante as etapas de mobilização da população, para as audiências públicas da cidade de Paraguaçu. Uma vez que durante a elaboração dos trabalhos de revisão do plano diretor do Consórcio Cimasas não houve a preocupação com a elaboração de um plano de comunicação para mobilização da população.

Para saber o grau de conhecimento e engajamento da população da cidade estudada foi necessário aplicar uma pesquisa para delimitação dos veículos de comunicação a serem utilizados na divulgação das audiências públicas com intuito de mobilizar a comunidade a participar das mesmas.

Assim, a metodologia foi definida em etapas, para melhor atender os objetivos específicos. Com o resultado em mãos e um melhor entendimento dessa população foi traçada ações para mobilização do público alvo, demonstrado na figura 2.



Figura 2 – Fluxograma de implementação das ações.

Fonte: Elaborado pelo autor

No presente estudo um questionário foi desenvolvido e aplicado diretamente a população da cidade de Paraguaçu-Minas Gerais.

O questionário, disponível no apêndice 1, foi composto por 8 questões de múltiplas escolhas nas quais elas objetivavam atender 3 seguimentos:

- perfil do entrevistado: sexo; faixa etária; escolaridade;
- acesso à informação: veículos de comunicação; internet; redes-sociais e
- grau de conhecimento do tema: o que é Plano Diretor; interesse em participar.

3.1 - Amostragem

De modo geral, as pesquisas sociais abrangem um universo de elementos tão grande que se torna impossível considerá-los em sua totalidade. Por essa razão, nas pesquisas sociais é muito frequente trabalhar com uma amostra, ou seja, com uma pequena parte representativa dos elementos que compõem o universo que se pretende estudar. Para tanto, é necessário observar os procedimentos definidos pela Teoria da Amostragem.

As amostragens aplicadas a pesquisas sociais, rigorosamente científicas e baseadas nas leis e princípios fundamentais da amostragem, são chamadas probabilísticas, e existem em diversos tipos. A amostragem por conveniência é uma delas, também chamada simples ao acaso, aleatória, casual, simples, elementar ou randômica. É equivalente a um sorteio lotérico, na qual todos os elementos da população têm igual probabilidade de pertencer à amostra, e todas as amostras têm também igual probabilidade de ocorrer (CERVO e BERVIAN, 2002). No presente estudo de caso, a população alvo foram os habitantes da cidade de Paraguaçu, onde o questionário foi aplicado de forma imparcial e representativa (CARMO, 2013).

Para determinar o tamanho da amostra a ser aplicado o questionário, foi necessário definir seu tamanho mínimo necessário, especificando-se o grau de confiança desejado. Para que a pesquisa tenha credibilidade, foi indispensável a realização de procedimentos estatísticos, tornando-se possível basear-se em uma margem de erro determinada. Segundo Barbetta (1998), o número aproximado da amostra relacionado ao erro tolerável é dado pela Equação 1:

$$n^0 = \frac{1}{E^2} \quad (1)$$

Onde:

n^0 representa uma primeira aproximação para o tamanho da amostra e

E é o erro amostral, ou incerteza, tolerável para a pesquisa.

Com o cálculo do valor aproximado, segue-se para o cálculo de definição do tamanho mínimo da amostra através da Equação 2, dada por:

$$n = \frac{(N \cdot n^0)}{(N + n^0)} \quad (2)$$

Onde:

n representa o tamanho mínimo da amostra,

N é o tamanho da população a ser avaliada e

n° representa a primeira aproximação para o tamanho da amostra, calculado na Equação 1. anteriormente.

Para fim de comparação dos resultados das ações de comunicações empreendidas para mobilização da população em participar das revisões dos planos diretores, nesse estudo tomou-se como base a participação das comunidades nas audiências públicas da Revisão do Plano Diretor do Cimasas, no qual não se tem conhecimento de alguma ação efetiva de mobilização popular, e a participação da comunidade nas audiências públicas da revisão do Plano Diretor do município de Paraguaçu, no qual foram discutidas e implementadas ações de comunicação.

Neste estudo, para definição do tamanho da amostra para o município de Paraguaçu, assumiu-se uma incerteza tolerável para os resultados da pesquisa de 5%, ou seja, $E=0,05$, e considerando a população como sendo o número o total de habitantes do município a ser analisado. Como base para comparação dos resultados, uma vez que a pesquisa objetivou conhecer o perfil dos moradores desta cidade, para que fosse implementado o plano de comunicação para que houvesse a comparação com Consórcio Cimasas.

4- ESTUDO DE CASO

4.1 - A Cidade de Paraguaçu – MG

O município de Paraguaçu está situado na mesorregião do Sul e Sudoeste de Minas Gerais, conforme figura 2, possui uma área territorial de 424,296 km² e uma população de 21.418 pessoas (IBGE, 2018). Sua economia está baseada na agropecuária, com ênfase de criação de bovinos, produção de leite e café, possui diversos estabelecimentos comerciais e industriais onde se destaca o setor têxtil, metalúrgico e de argamassa colante, seu índice de Desenvolvimento Humano Municipal é de 0,715 (IBGE, 2010) e um PIB per capita da ordem de R\$ 22.067,09 (IBGE, 2017).

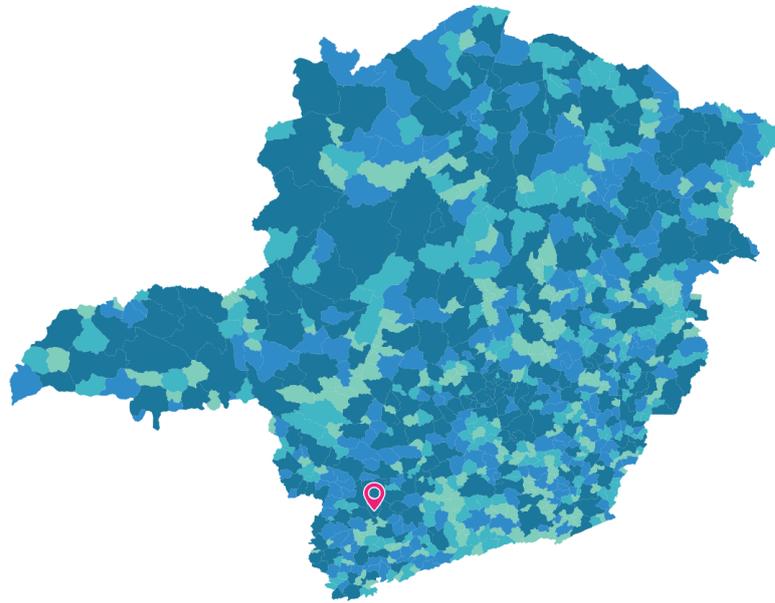


Figura 3 – Localização da cidade de Paraguaçu, no Estado.

Fonte: IBGE (2010)

4.2 - Condição de Paraguaçu em relação a revisão do plano diretor

Em 2018, o município deu início a revisão do Plano Diretor com intuito de organizar seu crescimento e transformação, além de definir as ações prioritárias do município, para dimensionar as metas a serem buscadas. Ele engloba o município como um todo, envolvendo ações de comunicação tanto no perímetro urbano quanto na zona rural, conforme figura 4.

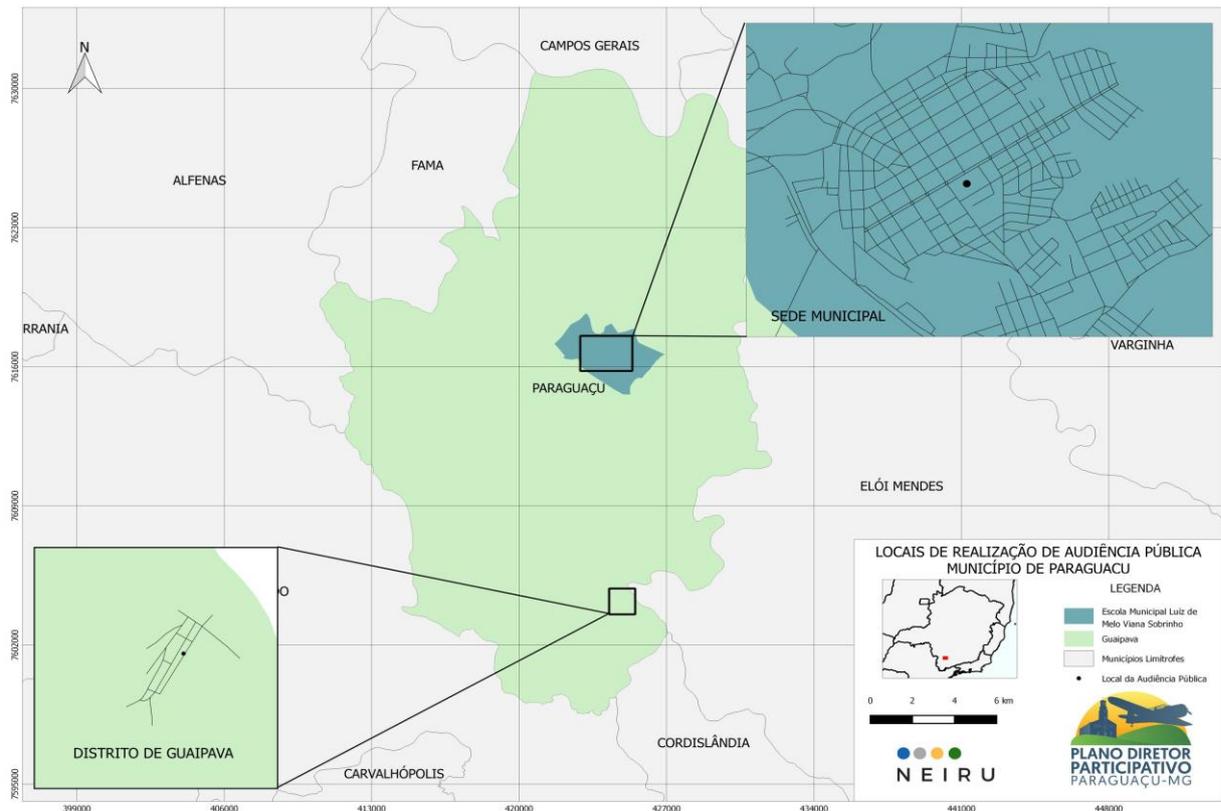


Figura 4 – Mapa de Zoneamento de Paraguaçu.

Fonte: NEIRU (2018)

Para isto, estabeleceu-se como metodologia etapas para o planejamento das ações para diagnóstico, execução e validação (NEIRU,2018). Por meio deste modelo é possível aglutinar os diversos setores da população de forma garantir que os mesmos participem da elaboração, traçando as diretrizes para o desenvolvimento geral do município.

4.3 - Consórcio intermunicipal dos municípios da microrregião do alto Sapucaí, Cimasas

O consórcio, detalhado nas figuras 5 e 6, é composto pelos municípios: Itajubá, São José do Alegre, Piranguinho, Piranguçu, Delfim Moreira e Wenceslau Braz. A área de abrangência compreende toda a área (zona urbana e zona rural) com uma população conjunta em torno de 120 mil habitantes (IBGE, 2018) com índices de desenvolvimento humano variando de 0,787, alto, a 0,678, PIB per captas variando de R\$ 27.397,44 à R\$ 5.736,72. Esse consórcio foi

criado para melhor gerenciar os assuntos relacionados a gestão pública das cidades integrantes. O consórcio foi escolhido para esse estudo uma vez que na ocasião do planejamento e desenvolvimento de ações de mobilização da sociedade quanto aos Planos Municipais e Regional de Saneamento Básico, não teve uma política específica e criteriosa para divulgação das chamadas e divulgações das audiências junto população.



Figura 5 – Municípios pertencentes ao consórcio Cimasas.

Fonte: Prefeitura Municipal de Itajubá (2018)

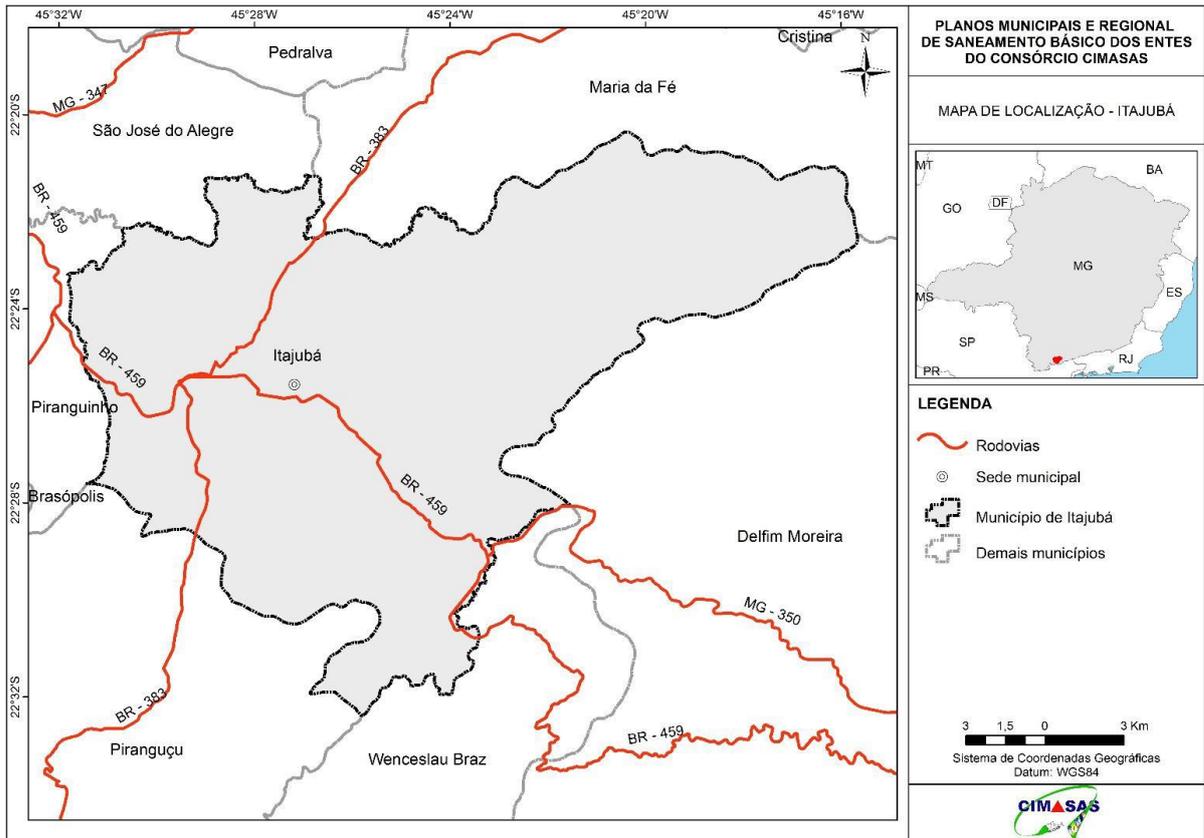


Figura 6 - Mapa esquemático de localização do município de Itajubá e mais alguns municípios pertencentes ao CIMASAS.

Fonte: CIMASAS (2014)

Com um plano de mobilização e sensibilização da população envolvida deficitário durante a implementação do estudo dos Planos, notou-se uma pouca participação popular. Desta forma, o presente estudo está utilizando esses dois casos (Paraguaçu e Cimasas) para fazer a comparação e detectar as falhas na maneira de se comunicar com as respectivas populações.

5 - RESULTADOS E DISCUSSÃO

A interpretação dos resultados deste estudo será definida por comparação descritiva por conferência, de maneira cumprir todos os objetivos específicos exposto anteriormente. Será evidenciada a aplicação detalhada dos questionários para conhecimento do perfil do público e de aferição dos dados em Paraguaçu, além da comparação com o cenário do consórcio.

5.1 – Definição do tamanho da amostra

Conforme definido na Metodologia, o tamanho necessário da mostra para validar a pesquisa foi estabelecida por meio das equações de Barbetta (1998), utilizando 5% como erro tolerável.

Assumindo que a pesquisa tenha que apresentar uma incerteza na ordem de 5% e considerando que a população do município de Paraguaçu é de 21.418 habitantes, conforme mostra os cálculos a seguir, numa primeira aproximação para o tamanho da amostra, ou seja: a quantidade de formulários a serem aplicados seria de 393.

Da equação 1, tem-se

$$n^0 = \frac{1}{0,05^2} = 400 \quad (3)$$

e, da equação 2, tem-se

$$n = \frac{(21.418 \cdot 400)}{(21.418 + 400)} = 393 \quad (4)$$

5.2 - Pesquisa para conhecimento do público

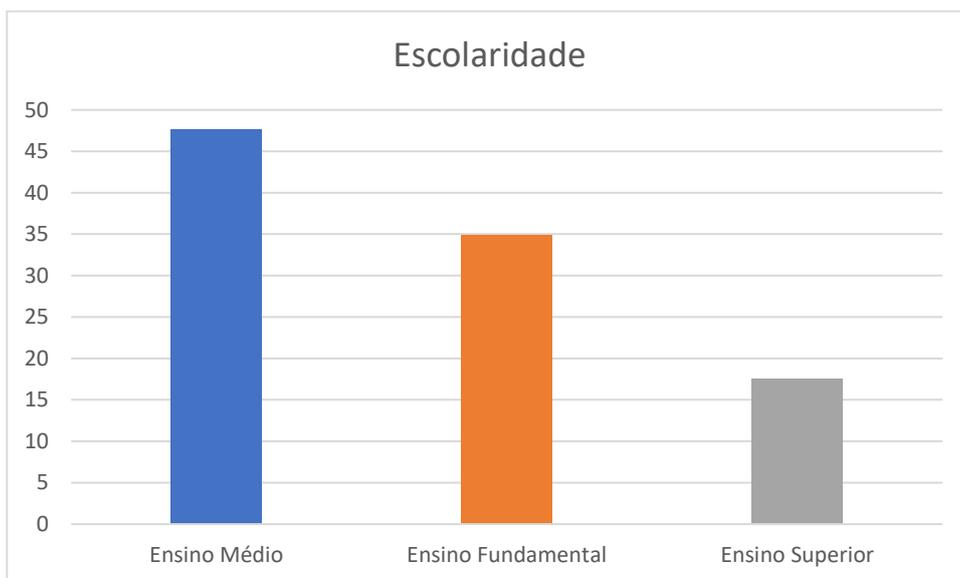
Para definir os veículos de comunicação a serem utilizados na divulgação das ações do Plano Diretor foi realizada uma pesquisa, com mostra reduzida junto aos habitantes de Paraguaçu-MG.

A pesquisa, demonstrada no Apêndice 1, foi realizada durante o período, de 19 a 30 de março de 2018. A mesma foi direcionada e distribuída em todos os setores do município a fim de contemplar o maior número de bairros.

Para esse estudo, seguindo o cálculo de amostragem seriam necessário a aplicação de 393 questionários. Dos formulários distribuídos, houve um retorno de 189 respondidos; 4 incompletos/inconsistentes; 193 não devolvidos. Após o recebimento do mesmo, a pesquisa foi tabulada para fechar o diagnóstico.

Como no resultado da pesquisa só foi possível levantar 189 formulários a exatidão da pesquisa foi prejudicada, passando o grau de exatidão para 7,2%.

Dentre os entrevistados na pesquisa mencionada o grau de escolaridade dos entrevistados é de 47,6% com nível de ensino fundamental; a faixa etária dos que responderam à pesquisa é de 26 a 35 anos; e 79,9% é do sexo feminino, conforme demonstrando na figura 7. Acredita-se que a maior representatividade do gênero feminino na pesquisa foi ocasionada ao fato do formulário ter sido aplicado nas escolas do município, onde os responsáveis pelos alunos são, em sua maioria, mulheres.



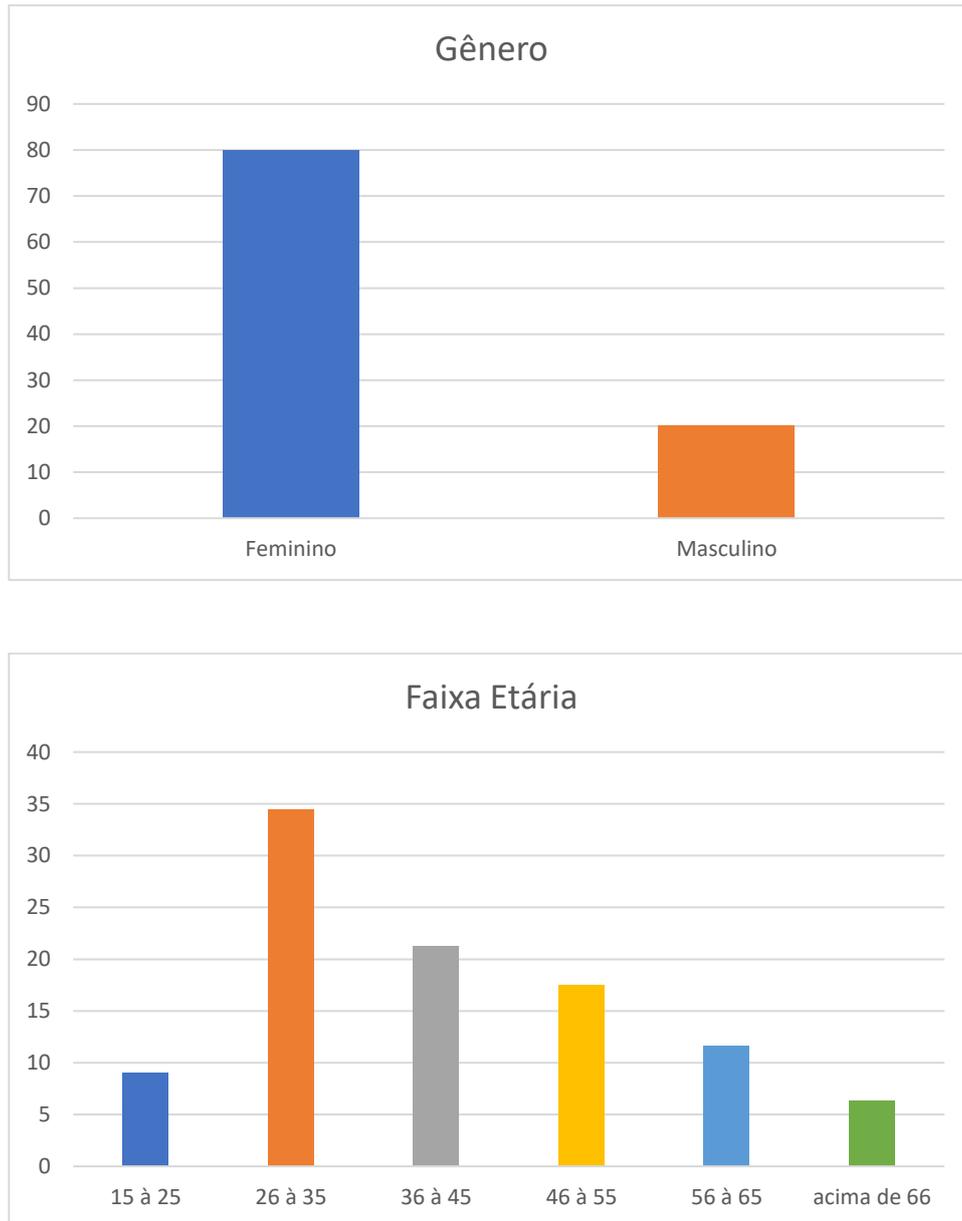


Figura 7 – Perfil da população entrevistada.

Fonte: Elaborado pelo autor

Com o resultado da pesquisa em mãos foi possível identificar o grau de conhecimento da população sobre o assunto. E assim, traçar um plano de comunicação específico para atender o perfil da população de Paraguaçu.

Os resultados dos formulários aplicados mostraram que a internet é o veículo mais acessado para obtenção de informações sobre a cidade, seguido pela televisão, rádio e jornal. O acesso à internet é realizado por meio do celular em 70,4% dos entrevistados e pelo computador 28%. Resultados representados na Figura 8.

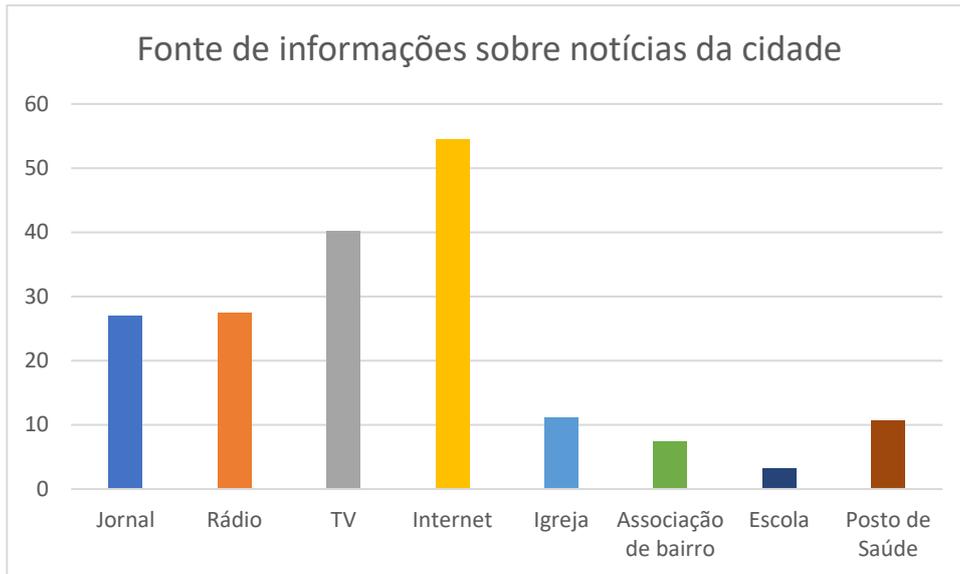


Figura 8 – Acesso aos veículos de Comunicação dos munícipes de Paraguaçu.

Fonte: Elaborado pelo autor

Conforme mostrado nos gráficos da Figura 9, foi detectado que 56,1 % dos entrevistados não sabem o que é Plano Diretor, e, de acordo com a Figura 10, 74,6% gostariam de participar nas sugestões de melhorias para a cidade.

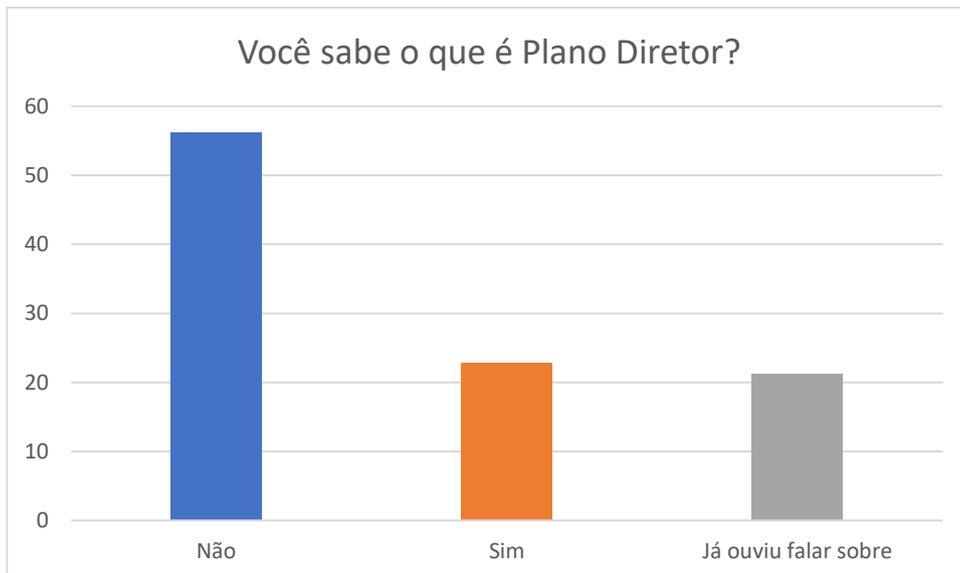


Figura 9 – Conhecimento da população sobre tema proposto.

Fonte: Elaborado pelo autor



Figura 10- Grau de interesse da população nas políticas públicas.

Fonte: Elaborado pelo autor

Com as informações levantadas pela pesquisa, foi elaborado o material de divulgação e mobilização específico para atender as necessidades apontadas pela pesquisa.

Desta maneira foram realizadas divulgações por meio de veiculação em redes sociais, cartazes, *spots* em rádios. A ação ocorreu de maneira sistemática por um período de um mês antecedente as datas das audiências públicas. Assim, a população pode se familiarizar com a temática e se sentir confortável a participar das audiências e das reuniões de diagnósticos.

A Figura 11 mostra algumas peças desenvolvidas para distribuição na cidade e redes sociais.



Figura 11 – Cartazes de divulgação das audiências públicas.

Fonte: Neiru (2018)

Após a divulgação maciça junto à população durante a primeira e a segunda fase da revisão do Plano Diretor, pode-se notar uma participação expressiva da comunidade durante as audiências que ocorrem na cidade, onde cada sessão contou com a participação entre 50 a 100 participantes, conforme demonstrado na Figura 12.



Audiência Realizada na Câmara Municipal de Paraguaçu-MG



Figura 12 – Reuniões das audiências públicas, Paraguaçu-MG

Fonte: Neiru (2018)

5.3 - Pesquisa para validação das ações

Com o decorrer das ações foi realizada uma nova pesquisa, nos mesmos moldes da primeira, para verificar o grau de participação da população durante as etapas restantes da elaboração do Plano Diretor de Paraguaçu. Essa aferição foi realizada durante as audiências públicas, onde além de conhecer o gênero, faixa etária, escolaridade dos pesquisados foi levantado por qual canal o participante tomou conhecimento das audiências na cidade. E assim, conforme demonstrado na figura 13, foi possível verificar e comprovar que as redes sociais, WhatsApp e Facebook, além de cartazes foram as mídias que maior exerceu influência junto aos participantes, na qual 26,7% dos participantes se informaram sobre as audiências por meio do WhatsApp e Facebook juntamente com Cartaz tiveram um alcance de 23,3% cada.

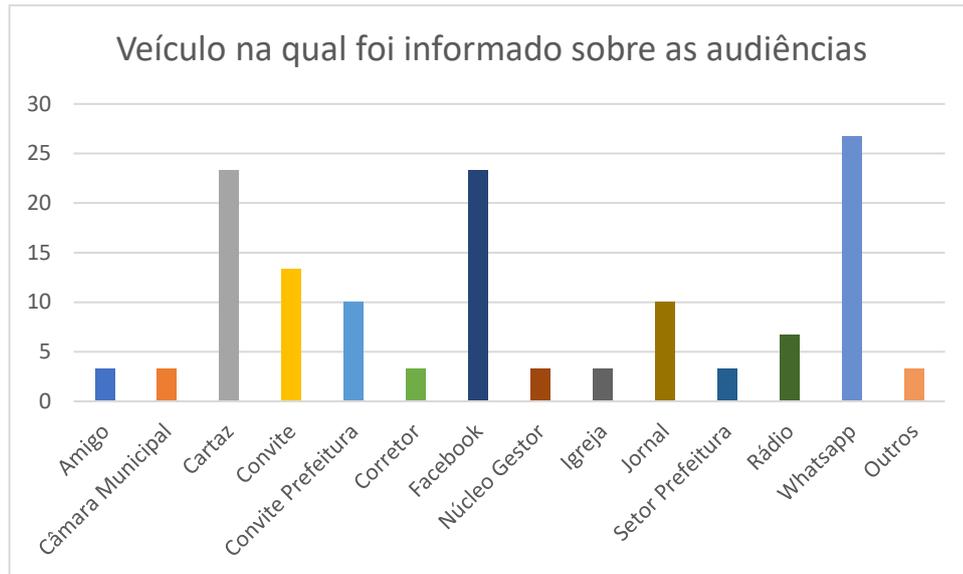


Figura 13 – Mídias de maior abrangência junto à população de Paraguaçu.

Fonte: Elaborado pelo autor

5.4 - Panorama de ações do Cimasas

Durante os Planos Municipais de Saneamento Básico (PMSB) e do Plano Regional de Saneamento Básico (PRSB) realizado pelo Consórcio, foi assumido pelos agentes envolvidos como forma de divulgação das audiências públicas, a utilização dos sites das prefeituras além de rádios e jornais.

Tal ação foi realizada sem levar em conta o perfil do público envolvido, uma vez os agentes definiram as ações de divulgação por meio de embasamento teórico, sem a aplicação de uma pesquisa para conhecimento do público, o que impactou diretamente na estratégia de comunicação realizada na ocasião.

5.5 - Comparação dos resultados

O presente estudo pode detectar dois cenários bem distintos em relação a divulgação e participação da população nas audiências públicas relativas aos planos de mobilização em Paraguaçu e no Cimasas.

O Quadro 2, mostra a comparação entre a cidade de Paraguaçu e o consórcio. Nela é demonstrado o perfil e o conhecimento da população, o nível de divulgação, o público atingido (%) e a participação da população (%).

PERFIL	CIMASAS	PARAGUAÇU
População	120 mil	21 mil
Conhecimento da população (Audiência Pública)	baixo	alto
Divulgação das Audiências	baixo	alto
Público atingido (%)	10,83	71,42
Participação população (%)	0,11	1,12
Aumento da participação da população motivada pela comunicação (%)		45,45

Quadro 2 – Comparação entre os municípios.

Fonte: Elaborado pelo autor

Pode-se observar que, embora o universo composto pelos municípios do consórcio Cimasas seja 5,71 maior que do município de Paraguaçu, o conhecimento e a participação da população de Paraguaçu foram mais expressivos, já o consórcio apresentou um índice muito inferior no que se refere a mobilização.

No Cimasas estima-se que a divulgação das audiências públicas tenha alcançado apenas 10,83 % da população e em Paraguaçu 71,42 % da população.

Assim, pode-se detectar que no cenário apresentado pelo Cimasas houve a preocupação em divulgar as ações e as audiências, porém a motivação da população em participar das audiências públicas foi pequena, representando apenas 0,11% da população.

É sabido que a mobilização está relacionada intimamente com a empatia por parte desse público. Por isso, muitas vezes apesar de haver uma divulgação maciça, não há a participação da população. Uma vez que a mesma não se enxerga como membro participativo desse processo, e assim não se sente indivíduo fundamental no processo.

Já nas audiências públicas da cidade de Paraguaçu logrou-se alcançar um índice de participação da população bem mais significativos: 1,12 % da população, ou seja, relativamente, a participação da população de Paraguaçu nas audiências públicas foi quase 10 vezes maior que a da Cimasas. Ocasionalmente um aumento de 45,45% na participação popular nas audiências motivada por uma estratégia de comunicação adequada.

6 – CONCLUSÃO

Há duas funções distintas para a comunicação ambiental. A primeira é pragmática, referente ao seu papel instrumental em dar suporte à resolução dos problemas ambientais, por meio de ações comunicacionais tais como persuadir, educar e mobilizar. A segunda é a sua função constitutiva. Pois auxilia a compor o entendimento sobre o mundo natural, suas demandas, problemas e alternativas de soluções, (COX, 2010).

Neste estudo pode-se afirmar que os objetivos propostos neste trabalho foram atendidos. Uma vez que durante o estudo foi aplicada as técnicas de comunicação de maneira que as mesmas foram elaboradas para melhor atingir o público, fazendo com que ele se identificasse com o objeto em questão.

Ressaltando que durante a implementação dos planos de mobilização, junto aos municípios em questão, ocorreu uma diferença acentuada entre as ações.

No município em que houve uma preocupação em conhecer o perfil dos munícipes e com base nesse diagnóstico traçar uma estratégia de comunicação personalizada, a resposta da comunidade, por meio de sua participação nas audiências, foi mais significativa.

Isso se deu ao fato de que o cidadão quando compreende que ele, também, pode ser ouvido e sua opinião também pode agregar, ele se sente confortável em exercer sua cidadania mais efetivamente, durante a elaboração, implementação e ou revisão dos planos de mobilização social.

O impacto desta comunicação específica ao público de Paraguaçu foi relevante ao estudo, uma vez que no conceito de ações de comunicação houve no cenário apresentado na cidade de Paraguaçu um estudo para o entendimento do público o que gerou uma maior participação do mesmo nas audiências, diferentemente no que ocorreu durante a mobilização do Cimasas.

Assim, o papel das técnicas de comunicação é fundamental para a interlocução entre as partes envolvidas no processo. Uma comunicação clara, e de forma correta gera uma maior eficácia, fazendo com que os investimentos financeiros sejam otimizados.

Como sugestão para trabalhos futuros, propõe-se a inserção na equipe multidisciplinar de um profissional de comunicação social, para que o mesmo possa ser o interlocutor entre a equipe técnica e comunidade, durante o processo de elaboração de políticas públicas a fim de verificar se há ou não uma maior agilidade na mobilização.

7 - REFERÊNCIAS

- ARRETCHE, M. T. S. Políticas Sociais no Brasil: descentralização em um Estado federativo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais** - Vol. 14, N. 40, 1999, p. 111-141.
- ARRIGHI, G. **A ilusão do desenvolvimento**. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.
- BARBOSA, A; SOUZA, C. G.; et. al. **Plano Diretor Municipal: uma análise sobre a interlocução existente entre o poder público e a sociedade**. ENANPUR, Natal - RN, 2019.
- BERNA, V. **Comunicação Ambiental: reflexões e práticas em educação e comunicação ambiental**. São Paulo: Paulus, 2010.
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**, de 05 de outubro de 1988. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em mar. 2018.
- BRUNETT, C. F. **Da tragédia urbana à farsa do urbanismo reformista: a fetichização dos planos diretores participativos**. 2009. Tese de Doutorado (Doutorado em Políticas Públicas) – Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, Universidade Federal do Maranhão, São Luís.
- BUSSAB, W.; BOLFARINE, H. **Elementos de amostragem**, São Paulo: Edgar Blucher, 2005.
- CARVALHO, P. F.; BRAGA, R. (orgs.) **Perspectivas de Gestão Ambiental em Cidades Médias**. Rio Claro: LPM-UNESP, 2001. p. 95 a 109.
- COX, R. Environmental communication and the public sphere. 2ª ed. California: Sage Publications, 2010.
- DOWBOR, L. **O que é poder local?** Imperatriz: Ética, 2016.
- ESTATUTO DA CIDADE: **Guia para implementação pelos municípios e cidades**. 2 ed. Brasília: Câmara dos Deputados, coordenações de publicações, 2004. (Lei n. 10257 de 10 de julho de 2001 que estabelece diretrizes gerais da política urbana). Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LEIS_2001/L10257.htm Acesso em mai. de 2018.
- FALCOSKI, L. A. N. Plano diretor de desenvolvimento urbano ambiental de Araraquara: instrumentos urbanísticos inovadores e agenda para uma cidade sustentável. In: BUENO, L. M. M.; CYMBALISTA, R. (Org.). **Planos diretores municipais: novos conceitos de planejamento territorial**. São Paulo: AnnaBlume, 2007.
- FLEURY, S. **Democracia com exclusão e desigualdade: a difícil equação**. Rio de Janeiro: PNUD, 2004.
- FLEURY, S. **Políticas sociais e democratização do poder local**. In S. C. Vergara &

V. L. A. Correa (Orgs.). **Propostas para uma gestão pública municipal**. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

FURTADO, C. **O mito do desenvolvimento econômico**. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974.

GARCÍA, D. H. A avaliação dos sistemas de comunicação interna: um método para a compreensão da comunicação nas organizações. **Líbero**, São Paulo, v. 19, n. 37, p. 63-70, 2016.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Org). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 31-42, 2009.

HÖFLING, E. M. Estado e Políticas (Públicas) Sociais. **Cadernos Cedex**, v. 21, n. 55, p. 30-41, 2001.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/paraguacu/panorama> , acesso em julho de 2019.

LACERDA, Alecksandra Vieira da. A relação entre Estado e políticas públicas: uma análise teórica sobre o caso brasileiro. *Revista Debates*, Porto Alegre, v.111, n.1, 25-42, jan./abr. 2017.

LARA, C. V. O campo da comunicação e sua identidade no cenário acadêmico brasileiro de comunicação organizacional e relações públicas. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 5, p. 1–12, 1981.

MARICATO, E. **URBANISMO NA PERIFERIA DO MUNDO GLOBALIZADO: Metrôpoles brasileiras**. São Paulo em Perspectiva, 14(4) 2000.

MATIAS-PEREIRA, J. **Manual de Gestão Pública Contemporânea**. 2.ed. São Paulo – SP: Atlas, 2009.

MATOS, H.; NOBRE, G. F. CAPACITAÇÃO EM COMUNICAÇÃO PÚBLICA E EM COMUNICAÇÃO POLÍTICA: DEMOCRATIZANDO AS HABILIDADES PARLAMENTARES CIVIL *Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano - UFF - Artigos Seção Livre Número 5*, Volta Redonda, v. 6, p. 1–17, 2014.

MILANI, C. R. S. O princípio da participação social na gestão de políticas públicas locais: uma análise de experiências latino-americanas e europeias. **Rev. Adm. Pública**. 2008, vol.42, n.3, pp.551-579.

NASSAR, P. (org.). **Comunicação Empresarial: estratégia de organizações vencedoras**, v. 1. São Paulo: ABERJE, 2005.

PIANA, M. C. As políticas sociais no contexto brasileiro: natureza e desenvolvimento. In: **A construção do perfil do assistente social no cenário educacional**. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009, p. 21-56.

POCHMANN, M. **Estado e Capitalismo no Brasil: a inflexão atual no padrão das políticas públicas do ciclo político da nova república.** Educ. Soc., Campinas, v. 38, nº 139, p. 309-330, abr. - jun., 2017.

PRETECEILLE, E. **Paradigmas e problemas das políticas urbanas.** Espaços e Debates. São Paulo, n. 29, p. 55-67, 1990.

RODRIGUES, Marta Maria Assumpção. **Políticas Públicas.** São Paulo: Publifolha, 2010.

SACHS, I. **Desenvolvimento: includente, sustentável, sustentado.** Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

SARAIVA, L. A. S.; GONÇALVES, R. N. Democratização do poder local e efetividade de programas sociais: Análise de uma experiência municipal. **RAC-Eletrônica**, Curitiba, v. 02, n. 03, p. 392–409, 2008.

SAMPAIO, R. C. Comunicação e linguagem no Orçamento Participativo: uma outra perspectiva de análise **Lumina**, Juiz de Fora, v. 6, p. 1–26, 1981.

SCHOEFFEL, E. C. **Relações entre o Plano Diretor e o Plano Estratégico: experiências das cidades do Rio de Janeiro/RJ, Joinville/SC e Rio Negrinho/SC.** 2007. Dissertação (Mestrado em Gestão Urbana). Centro de Ciências Exatas e de Tecnologia – CEET, Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba.

SILVA, D. A.; CARNEVALE, P.; ZANETTI, V. Planejamento Urbano, Agentes e Representações: Criação do Banhado, Cartão Postal de São José Dos Campos. **Ambiente & Sociedade**, Campinas, v. XX, n. 2, p. 163–184, 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/asoc/v20n2/pt_1809-4422-asoc-20-02-00159.pdf>.

SILVA, Allan Gustavo Freire da; MOTA, Leonardo de Araújo e; DORNELAS, Carina Seixas;

SOUZA, C. **Políticas Públicas: uma revisão da literatura.** Sociologias, ano 8, nº 16, jul./dez. Porto Alegre, p. 20-45, 2006.

VILLAÇA, F. **Dilemas do Plano Diretor.** In: CEPAM (ed.). O município no século XXI – CEPAM & CORREIOS. São Paulo. 2010. p. 237- 247.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

Pesquisa para determinação de abrangência de plano de comunicação

Município: _____ Bairro: _____

1. Grau de Escolaridade:

- Ensino Fundamental
- Ensino Médio
- Ensino Superior

2. Sexo:

- Feminino Masculino

3. Faixa Etária:

- 15 à 25 anos 26 à 35 anos 36 à 45 anos 46 à 55 anos 56 à 65 anos
- acima de 66 anos

4. Como você se informa sobre as notícias da sua cidade:

- Jornal Rádio TV Internet Igreja Associação de bairro Escola
- Posto de Saúde

5. Você acessa internet por:

- Celular Computador Não tenho acesso

6. Você possui rede social:

- Sim Não - Qual: Facebook WhatsApp
- Instagram Twitter

7. Você sabe o que é um Plano Diretor:

- Sim Não Já ouviu falar

8. Gostaria de participar nas sugestões para melhorias na sua cidade:

- Sim Não

APÊNDICE B – MATERIAL DE DIVULGAÇÃO NAS REDES SOCIAIS

Detalhes da publicação

NEIRU - Núcleo Estratégico Interdisciplinar em Resiliência Urbana

Publicado por Adriana Barbosa [?] · 26 de setembro ·

A participação de todos cidadãos e moradores de Paraguaçu é fundamental!

acesse: planodiretor.paraguacu.neiru.org

Obtenha mais curtidas, comentários e compartilhamentos
Ao impulsionar esta publicação, você a mostrará para mais pessoas.

210 Pessoas alcançadas 34 Envolvimentos [Impulsionar publicação](#)

Raquel Costa, Talles Ribeiro de Castilho e outras 10 pessoas 1 compartilhamento

Desempenho da sua publicação

210 Pessoas alcançadas

18 Curtidas, comentários e compartilhamentos

17 Curtidas	12 Em uma publicação	5 Em compartilhamentos
0 Comentários	0 Em uma publicação	0 Em compartilhamentos
1 Compartilhamentos	1 De uma publicação	0 Em compartilhamentos

16 Cliques em publicações

6 Visualizações da foto	0 Cliques no link	10 Outros cliques
-------------------------	-------------------	-------------------

FEEDBACK NEGATIVO

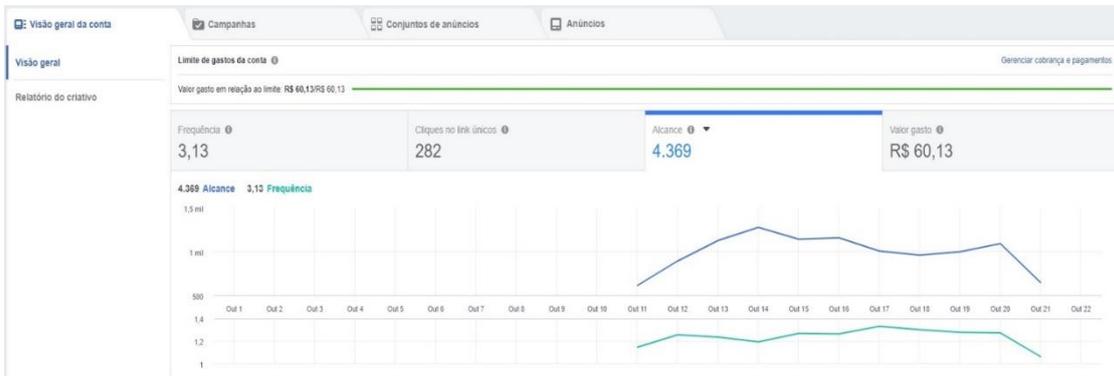
0 Ocultar publicação	0 Ocultar todas as publicações
0 Denunciar como spam	0 Descurtir Página

As estatísticas informadas podem estar defasadas em relação ao que aparece nas publicações

Desempenho da segunda postagem do Plano Diretor de Paraguaçu.



Imagens contidas na campanha impulsionada da 2ª Audiência



Relação das contas alcançadas com o tempo de promoção da publicação.

2ª Audiência Pública - Plano Diretor da Cidade



Localização das contas alcançadas pelo evento da audiência.

APÊNDICE C - SCRIPT DO TEXTO ELABORADO PARA VEICULAÇÃO NA RÁDIO



Fonte: <https://www.objetiva1.com.br/pagina/radio>, acessado em 03 de março de 2020.

LOCUTOR

A PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAGUAÇU CONVIDA TODA A POPULAÇÃO PARA PARTICIPAR DA PRIMEIRA AUDIÊNCIA PÚBLICA DO PLANO DIRETOR MUNICIPAL/ NELE SERÁ DISCUTIDO O PROJETO DA CIDADE QUE QUEREMOS TER/ OU SEJA/ O PLANEJAMENTO DO FUTURO DE NOSSO MUNICÍPIO// TODOS NÓS QUE MORAMOS EM PARAGUAÇU PODEMOS E DEVEMOS PARTICIPAR/ SERÃO REALIZADAS TRÊS AUDIÊNCIAS// NA QUINTA-FEIRA DIA DEZESSETE DE MAIO/ ÀS DEZENOVE HORAS/ NA CÂMARA MUNICIPAL // NO SÁBADO/ DIA DEZENOVE DE MAIO/ ÀS 9 E MEIA DA MANHÃ/ NO AUDITÓRIO DA COOMAP// E NO DOMINGO DIA VINTE DE MAIO/ ÀS DEZESSEIS E TRINTA/NA ESCOLA MUNICIPAL DE GUAIPAVA// SUA PRESENÇA É FUNDAMENTAL/ PARTICIPE//

Fonte: Elaborado pelo Autor

APÊNDICE D – DESCRIÇÃO DAS ARTES PARA DIVULGAÇÃO NA CIDADE



Na elaboração da logo do Plano diretor foram utilizados os símbolos representativos da cidade:

1 = O Avião Monumento, símbolo da cidade desde 1998;



Fonte: paraguacu.mg.gov.br; acessado em 03 de março de 2020.

2 = O Marolo, fruta típica da cidade, amplamente divulgada durante a Festa do Marolo



Fonte: paraguacu.mg.gov.br; acessado em 03 de março de 2020.

3 = Igreja Matriz Nossa Senhora do Carmo



Fonte: paraguacu.mg.gov.br; acessado em 03 de março de 2020.