

ENGAJAMENTO SOCIAL NO DIREITO AO ACESSO À ÁGUA POTÁVEL ATRAVÉS DAS MÍDIAS SOCIAIS.

Laíssa Mirella Mendes Mariano de Lara, Carina Del Pino Sandrini, Daihany Silva dos Santos, Nayara Iemasson Tortora y Marta Luciane Fischer.

Cita:

Laíssa Mirella Mendes Mariano de Lara, Carina Del Pino Sandrini, Daihany Silva dos Santos, Nayara Iemasson Tortora y Marta Luciane Fischer (2025). *ENGAJAMENTO SOCIAL NO DIREITO AO ACESSO À ÁGUA POTÁVEL ATRAVÉS DAS MÍDIAS SOCIAIS. XIII Jornada de Produção Científica e Tecnológica, XVI Ciclo de Palestras Tecnológicas, I Semana da Pedagogia e X Semana da Biologia. Instituto Federal de São Paulo - Câmpus São Roque, São Roque.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/jpctifpsrq/4>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/paWp/h0N>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite:
<https://www.aacademica.org>.

ENGAJAMENTO SOCIAL NO DIREITO AO ACESSO À ÁGUA POTÁVEL ATRAVÉS DAS MÍDIAS SOCIAIS

Laíssa Mirella Mendes Mariano de Lara, laissamendes1134@gmail.com

Carina Del Pino Sandrini, carina.sandrini@pucpr.edu.br

Daihany Silva dos Santos, daihany.silva@pucpr.edu.br

Nayara lemasson tortora, Nlemassontortora@gmail.com

Marta Luciane Fischer, marta.fischer@pucpr.br

Resumo

O direito ao acesso à água potável, fundamental para a garantia da vida e dos direitos humanos, é reconhecido pela ONU na Resolução A/RES/64/292, ainda que não esteja previsto de forma explícita na Constituição Federal brasileira de 1988. Nesse cenário, Curitiba se destaca por abastecer com água tratada toda a sua população e oferecer tratamento de esgoto a 95,62% dos habitantes, conforme dados do Instituto Trata Brasil. Apesar disso, a insegurança quanto ao acesso em espaços públicos ainda persiste. Nesse contexto, esta pesquisa teve como objetivo mapear o posicionamento da população em ambientes virtuais quanto ao acesso à água potável. Para tanto, foi produzido um vídeo de curta duração com imagens autorais de um bebedouro público em condições estruturais precárias, localizado em uma área de grande circulação em Curitiba. A edição do vídeo foi realizada através do software Clipchamp, que possibilitou a inserção de narração, legendas, e ajustes visuais. O roteiro do vídeo foi elaborado com o intuito de informar, sensibilizar e provocar reflexão crítica por parte dos espectadores. O conteúdo foi publicado nas redes sociais Instagram e TikTok, com divulgação complementar no Facebook, a fim de ampliar o alcance e estimular comentários espontâneos. Qualitativamente e quantitativamente, os dados foram analisados com base nos comentários e nas métricas disponibilizadas pelas plataformas (Instagram Insights e TikTok Analytics), incluindo visualizações, curtidas, compartilhamentos e alcance. Os resultados evidenciaram que 44,21% dos comentários expressaram reações emocionais e reflexões subjetivas, enquanto 23,15% relacionaram-se a engajamento cívico e autonomia política, incluindo menções a entidades públicas e contas institucionais, sugerindo reconhecimento da responsabilidade do poder público sobre o problema. Comentários referentes à compreensão conceitual do tema foram menos frequentes, indicando possível engajamento superficial. Contudo, a repercussão gerou desdobramentos concretos, como a mobilização de uma figura política que respondeu às demandas dos usuários e promoveu melhorias no local denunciado. Conclui-se que vídeos curtos, ao focarem em problemas locais visíveis, podem atuar como catalisadores de reflexão pública e mobilização social, demonstrando que, mesmo com as limitações do espaço digital, as interações virtuais podem transcender para ações efetivas.

Palavras-chave: 1- Acesso à água potável, 2- Engajamento social, 3- Ambientes virtuais, 4- Vídeos de curta duração, 5- Engajamento cívico.

Modalidade: Resumo Expandido

Apresentação

O acesso à água potável, embora reconhecido como direito humano fundamental para o pleno gozo da vida humana (ONU, 2010) e previsto nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) para 2030, ainda apresenta desafios quando analisado sob a perspectiva do uso em espaços públicos, considerando que, no Brasil, este direito não é reconhecido explicitamente na Constituição Federal de 1988. Mesmo em cidades consideradas referência em saneamento básico como Curitiba, responsável por ocupar a 15ª posição no ranking do Instituto Trata Brasil (2023) com 100% da população abastecida com água tratada e 95,62% com acesso a tratamento de esgoto, é notável que persistem percepções de insegurança e desconfiança quanto à qualidade da água disponível em bebedouros públicos, limitando o pleno exercício desse direito e, portanto, o acesso a uma qualidade de vida digna.

Segundo Fischer *et al.* (2018, 2021) existe potencialidade em consolidar ambientes virtuais como mecanismos de participação, sendo eficazes para construção coletiva de caminhos para

enfrentar e resolver dilemas ambientais. Sendo assim, a escolha do tema se deve à sua relevância no contexto atual de urbanização, mudanças climáticas e pressões sobre os recursos hídricos, além do interesse em compreender como as mídias digitais podem contribuir para ampliar a reflexão crítica e a mobilização social diante de questões ambientais cotidianas, com foco específico no acesso à água potável. Assim, optou-se por realizar um experimento comunicacional que combinasse produção audiovisual e análise do engajamento virtual de forma quantitativa e qualitativa.

O objetivo da pesquisa foi mapear o posicionamento da população em ambientes virtuais a respeito do acesso à água potável, utilizando como estratégia a produção e divulgação de um vídeo curto, elaborado com imagens autorais de um bebedouro público em condições precárias. A intenção foi provocar reações espontâneas nos espectadores, permitindo identificar percepções, sentimentos e possíveis desdobramentos práticos decorrentes da interação nas redes sociais.

Materiais e métodos

A fim de avaliar o engajamento social nas mídias sociais foi produzido um vídeo de curta duração com foco em imagens autorais retiradas de um bebedouro público localizado em uma área de grande circulação em Curitiba, cuja condição estrutural encontrava-se visivelmente precária e imprópria para uso. A edição do vídeo foi realizada com o auxílio do software Clipchamp, que permitiu a inserção de legendas, narração e ajustes visuais. O roteiro para a narração foi elaborado com o objetivo de informar, sensibilizar e provocar reflexão crítica por parte dos espectadores, utilizando de expressões convidativas para que o internauta se sinta convidado a compartilhar seus pensamentos utilizando os comentários.

O conteúdo foi publicado nas plataformas Instagram e TikTok, com posterior divulgação no Facebook, visando ampliar o alcance e a diversidade do público-alvo.

Para a análise do desempenho do vídeo publicado nas plataformas Instagram e TikTok, foram utilizados os dados estatísticos fornecidos pelas próprias plataformas. Essas métricas incluem, entre outras, número de visualizações, curtidas, comentários, compartilhamentos e alcance. As informações foram acessadas diretamente pelas ferramentas de análise nativas de cada rede social (Instagram Insights e TikTok Analytics).

Quanto a análise qualitativa deste material foi utilizada como base a metodologia proposta por Marques e Martino (2012) que considera três momentos configuradores de um processo deliberativo motivado por um vídeo específico na plataforma YouTube. Nessa abordagem, são operacionalizados quatro princípios deliberativos: discussão crítico-racional, reciprocidade, reflexividade e autonomia política.

Entretanto, com o objetivo de melhor atender aos propósitos deste estudo (especialmente no que se refere à compreensão das manifestações afetivas e subjetivas presentes nas interações), optou-se por uma adaptação da metodologia original. A modificação consistiu na substituição do princípio da reciprocidade e reflexividade pelo eixo reflexões e sentimentos associados, buscando captar não apenas a troca argumentativa entre os participantes, mas também os sentidos, emoções e percepções que emergem do engajamento com o conteúdo do vídeo e com os demais interlocutores (Figura 1).

Resultados/resultados preliminares

XIII Jornada de Produção Científica e Tecnológica

XVI Ciclo de Palestras Tecnológicas

I Semana da Pedagogia

X Semana da Biologia



Os dados de desempenho do vídeo produzido foram extraídos das métricas fornecidas pelas plataformas Instagram e TikTok (Tabela 1). Esses dados indicam que o vídeo teve maior alcance e engajamento na plataforma Instagram, especialmente entre pessoas que já seguiam o perfil. O número elevado de visualizações, curtidas e comentários sugere boa recepção e possível interesse do público pelo tema abordado.

Os comentários foram agrupados em três categorias principais: 1) Definição e compreensão do problema em causa, 2) Reações emocionais e reflexões subjetivas sobre o problema: expressão de sentimentos e percepções individuais, e 3) Autonomia política, engajamento cívico e passagem à ação. Cada uma dessas categorias será exemplificada com trechos representativos dos comentários:

- 1) "Manter bebedouros em boas condições e pra melhor acessibilidade seria muito melhor, além de descartar a necessidade de ficar comprando garrafinhas d'água pra dps gerar mais lixo."
 "Fico pensando se alguém se arrisca a usar um bebedouro desses, sem saber dos riscos. Seria bom saber quem é responsável pela manutenção desses bebedouros públicos. 🙄"
 "Inacreditável que um bebedouro nesse estado ainda esteja em uso! Totalmente insalubre, velho, sujo e enferrujado — um risco à saúde pública. Curitiba merece mais respeito com seus cidadãos. Isso precisa ser resolvido com urgência!"
- 2) "SALVEM O BEBEDOURO, POR FAVOR! Olha ele ficou muito enferrujado! Meu deus!"
 "Eu me assustou com as pessoas que não dão valor a água, imagine nós sem a água, vamos respeitar os bebedouros."
 "Que nojo esse bebedouro, não beberia água nele nem se estivesse morrendo de sede 🤢"
- 3) "Nossos bebedouros merecem uma atenção, alo @curitiba_pmc"
 "Água é um direito de todos, @curitiba_pmc cadê a manutenção?????"
 "Beber água fresca e limpa é um direito de todos . Vamos ajudar até chegar nos órgãos responsáveis . Alô @curitiba_pmc . #sustentabilidade ♻️ #meioambiente #capitalecologica"
 "Descaso de todos os lados, dos cidadãos e da administração da cidade."
 "É dever do estado garantir água de qualidade. Absurdo!"
 "@gih.chuchene vamos fazer um pedido via Câmara Municipal, pedindo providências para a prefeitura. Se puder enviar no privado um numero de telefone para nosso pessoal entrar em contato e fazer os encaminhamentos."
 "Fizemos o requerimento 044.09786.2025 através da Câmara Municipal. Não consigo anexar aqui, mas quem quiser receber me envia uma mensagem que mando. Vamos cobrar providências da prefeitura"

Dentre os comentários analisados, verificou-se que muitos continham menções a outros perfis por meio do símbolo "@". As contas marcadas incluíam perfis institucionais, como os da Prefeitura de Curitiba, de vereadores e do prefeito da cidade. Esse padrão sugere uma tentativa dos usuários de envolver autoridades públicas na temática apresentada. Vale destacar que, através dessa mobilização, foi possível estabelecer contato com um vereador, que formalizou a demanda por meio de um requerimento apresentado na Câmara Municipal, solicitando providências em relação ao bebedouro em questão. Em resposta, a Prefeitura de Curitiba realizou

melhorias no equipamento, tornando-o novamente funcional, embora não tenha efetuado a substituição completa da estrutura.

Ademais, a categoria “2” de reações emocionais e reflexões subjetivas sobre o problema foi a que se enquadrou para a maior parte dos comentários, totalizando 44,21% do total, enquanto a categoria com menos comentários relacionados foi a categoria “1”, que trata sobre a definição e compreensão do problema, equivalendo apenas 15,79% da amostragem. É possível notar que embora a publicação tenha alcançado um elevado número de comentários, uma parcela destes não apresentavam conteúdo aprofundado ou domínio de compreensão do tema abordado, à medida que foram identificados uma quantidade elevada de comentários com sentimentos, revoltas e indignações sendo evidenciadas.

Devido a ausência de comentários na plataforma TikTok não foi possível realizar uma análise aprofundada do engajamento, ocasionado possivelmente por fatores como horário de publicação, público-alvo da plataforma ou características do vídeo que podem não ter sido otimizadas para aquele ambiente digital, além de pouca familiaridade ao interagir com a rede social em questão.

Considerações finais

A análise das interações em mídias digitais apontou que vídeos curtos, com foco em problemas locais, têm potencial para estimular o debate e provocar mobilização social. Contudo, o engajamento nas redes sociais tende a ser superficial, muitas vezes limitado a reações emocionais e de curta duração. Ainda assim, a repercussão prática observada demonstra que, em certos casos, essas interações podem gerar desdobramentos concretos, transcendendo as limitações do espaço digital.

Para uma avaliação mais completa e comparativa futuras pesquisas podem explorar mais o funcionamento do algoritmo de ambas as redes sociais para que alcance uma diversidade maior de pessoas e verificar conjuntamente o impacto de outros tipos de publicações como postagens de imagens, texto ou formato de vídeos longos.

Referências

FISCHER, Marta Luciane *et al.* Comunicações sobre a crise hídrica: a Internet como ferramenta de sensibilização ética. **Sustainability in Debate**, Brasília, v. 9, n. 1, p. 158–171, abr. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.18472/SustDeb.v9n1.2018.25756>. Acesso em: 20 jul. 2025.

FISCHER, Marta Luciane *et al.* Crise hídrica: a culpa é de quem? A percepção das responsabilidades em espaço de deliberação virtual. **Caminhos de Diálogo**, Curitiba, v. 9, n. 15, p. 225-247, jul./dez. 2021. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/caminhosdedialogo/article/view/28688/25256>. Acesso em: 20 jul. 2025.

MARQUES, Ângela Salgueiro; MARTINO, Luis Mauro Sá. Deliberação online e opinião pública no caso do movimento Gota d'Água contra a usina de Belo Monte. **Contemporânea: comunicação e cultura**, Salvador, v. 10, n. 3, p. 530–556, set./dez. 2012. Disponível em: <https://www.contemporanea.ufba.br>. Acesso em: 21 jul. 2025.

NAÇÕES UNIDAS – ASSEMBLEIA GERAL. **The human right to water and sanitation (Resolução A/RES/64/292)**. Nova Iorque: ONU, 28 jul. 2010. Disponível em: <https://docs.un.org/en/A/RES/64/292>. Acesso em: 15 jul. 2025.

NAÇÕES UNIDAS BRASIL. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**. 6. Água potável e saneamento. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/6>. Acesso em: 20 jul. 2025.

TRATA BRASIL. **Ranking do Saneamento do Instituto Trata Brasil de 2023**. Disponível em: <https://tratabrasil.org.br/ranking-do-saneamento-2023>. Acesso em: 18 jul. 2025.

Apêndice

Tabela 1. Comparação das métricas obtidas em cada plataforma.

Métricas	Instagram	TikTok
Visualizações	7.760	232
Curtidas	159	10
Comentários	95	0
Compartilhamentos	35	0
Salvamentos	3	0
Tempo de visualização	13h29min28s	35min58s
Interações na postagem	292	
Atividade do perfil	1	
Contas alcançadas	4.588	
Contas com engajamento	179	
Novos seguidores		
Seguidores x Não Seguidores	1	1
	55,3% / 44,7%	

XIII Jornada de Produção Científica e Tecnológica

XVI Ciclo de Palestras Tecnológicas

I Semana da Pedagogia

X Semana da Biologia

Momentos Deliberativos da Interação online	Princípios Normativos Envolvidos	O que observar?
Definição e compreensão do problema em causa.	Discussão crítoracional	Identificar uma série de possibilidades de abordar o problema. Procurar compreender as principais nuances de uma questão. Estabelecer o que é importante para os parceiros de interação. Apropriação crítica dos pontos de vista publicamente disponíveis.
Reações emocionais e reflexões subjetivas sobre o problema: expressão de sentimentos e percepções individuais.	Reflexões e sentimentos associados	Identificar manifestações de emoções (repulsa, indignação, empatia etc.) frente à situação apresentada. Observar como os participantes expressam afetos, preocupações e percepções subjetivas relacionadas ao espaço público e à dignidade urbana. Atenção à forma como o vídeo desperta reações de identificação pessoal, memória afetiva, ou apelo ético à condição humana envolvida.
Autonomia política, engajamento cívico e passagem à ação	Autonomia política	Capacidade de compreender problemas conjuntamente, de discutir prioridades e necessidades, de justificar as próprias opções, de propor ações vistas como eficazes e defender concepções de bem-viver. Observar como os indivíduos produzem avaliações críticas e razoáveis acerca das opções de ação que possuem, de estabelecer e perseguir as próprias concepções daquilo que definem como o que é melhor para si mesmos e para uma coletividade.

Figura 1. Adaptação do modelo proposto por Marques e Martino (2012). Fonte da imagem: Adaptado de MARQUES E MARTINO, 2012.