

**PESSOAS  
CONSTROEM  
CIDADES  
CONSTROEM  
PESSOAS**



**ALTER**  
CONTEÚDO RELEVANTE

## **Pessoas constroem cidades, cidades constroem pessoas**

As redes sociais como plataforma  
para falar sobre direito à cidade

# Introdução

A luta pelo direito à cidade abrange diversos aspectos que, nos últimos anos, apresentaram avanços e retrocessos significativos. No campo da política, nos últimos quatro anos, o setor enfrentou obstáculos criados por um Governo que não priorizou a garantia desse direito ao não destinar recursos à habitação de interesse social, criminalizar movimentos sociais e defensores de direitos humanos, além de realizar um Censo, em 2020, que omitiu perguntas relevantes para o entendimento sobre a situação da área habitacional do país, a exemplo dos números sobre o ônus excessivo com aluguel, principal componente do déficit habitacional brasileiro em 2019, segundo pesquisa da Fundação João Pinheiro.

O resultado é o aumento das desigualdades socioterritoriais, no campo, na cidade, e entre diferentes cidades e regiões e, também, das consequências decorrentes dos eventos climáticos extremos, que causam perdas materiais e humanas em regiões de todo o país por não haver políticas públicas voltadas de precaução e atendimentos emergenciais diante de desastres naturais. A chegada de um novo Governo, mais progressista, aberto ao diálogo com a sociedade civil e com mais espaços democráticos, traz novas perspectivas para o setor com a retomada de programas sociais como Minha Casa Minha Vida e a volta do Ministério das Cidades, que promete entregar dois milhões de unidades habitacionais até 2026.

Ainda no debate sobre o direito à cidade, hoje, existe uma maior percepção de quem é mais atingido com falta de moradia, quem sofre mais com a violência nas cidades, entre outros indicadores que sinalizam a necessidade de políticas públicas pensadas para o setor. Além disso, os movimentos consideram que houve um avanço na organização dos povos indígenas e quilombolas na luta pela demarcação do seu território, que agora contam com um ministério do governo empenhado em atuar em prol das suas reivindicações.

O novo momento, carregado de esperança, com a retomada do governo pelo campo democrático e com o fortalecimento dos movimentos sociais incorporam elementos positivos para a ampliação do conhecimento sobre o Fórum Nacional de Reforma Urbana e os tópicos da luta pelo direito à cidade.

## Contexto

O Fórum Nacional de Reforma Urbana desenvolveu uma campanha de incidência com foco no direito à cidade e ODS. No primeiro semestre de 2023, a campanha se desdobrou em ações de comunicação para promover o debate sobre direito à cidade, com foco nas redes sociais. A ação busca também oxigenar a base de seguidores e participantes do Fórum, ampliando a participação de mulheres e jovens.

Com o mote “Pessoas constroem cidades, cidades constroem pessoas”, a campanha buscou engajar novos seguidores na temática, popularizar o tema e aumentar o número de seguidores nos perfis do Fórum.

Com foco em digital, a campanha priorizará ações de mídiameducação, para educar os seguidores sobre conceitos e termos, de engajamento, convidando a sociedade a compartilhar sua visão e seus conteúdos com o Fórum, e de cidadania, com atualizações relevantes sobre direito à cidade.

## Objetivos

A partir do contexto apresentado acima, foi possível estabelecer alguns objetivos que nortearam a campanha em específico, mas também as redes sociais do Fórum, sendo o objetivo geral posicionar o Fórum Nacional de Reforma Urbana para diversos públicos como um espaço legítimo e acessível para discussões sobre o direito à cidade.

A longo prazo, a meta é fazer com que o FNRU também seja enxergado como uma fonte-chave na temática.

Para atingir o objetivo geral, outros pontos e desafios serão trabalhados ao longo do campanha:

- Alcançar outros atores que possam contribuir na luta pelo direito à cidade;
- Amplificar a noção do direito à cidade para novos públicos, para atingir os que ainda não são próximos da temática, mas que se interessam por questões sociais;
- Ser reconhecido como um espaço antirracista, feminista e antiLGBTfóbico e anticapitalista, também para aproximar organizações com atuação nessas temáticas para que se interessem em participar do Fórum;
- Construir uma rede de influenciadores que apoiam a pauta defendida;
- Ampliar a base de seguidores nas redes sociais e de leads qualificados no mailing da organização;
- Elaborar conteúdos que dialoguem com públicos mais jovens;
- Criar uma comunicação mais leve sobre a maneira de falar do direito à cidade, a partir da perspectiva de quem vive a luta no cotidiano;

## Desafio

Aliado aos retrocessos políticos, vivenciamos uma crise de “falta de fé” nas cidades. A cidade, que já não servia a todos com as mesmas oportunidades, tem uma nova ruptura com a crise econômica ocasionada pela pandemia – e acontecimentos políticos anteriores. O Brasil volta ao Mapa da Fome. Milhares de famílias perdem suas casas e são obrigadas a viver em ocupações ou nas ruas.

As já escassas oportunidades de viver a cidade são ainda mais reduzidas no pós-Covid, com altos índices de desemprego, denúncias recorrentes de corrupção na saúde e educação, aumento da criminalidade e caos social gerado pela polarização no campo político.

É preciso retomar a cidade. A sociedade civil precisa se apropriar do debate sobre as melhorias sociais necessárias para uma cidade equitativa, inclusiva e boa para as pessoas e para o meio ambiente. A narrativa pretendida para o FNRU é um retomar as ruas, evidenciando as disparidades sociais entre bairros, regiões e cidades, e trazendo para o foco e a escuta para àqueles invisibilizados na cidade.

Afinal, a quem serve a cidade? Quem pode usufruir dos espaços e equipamentos públicos? Quem efetivamente tem direito à cidade? São milhões de brasileiros privados de direitos básicos e, conseqüentemente, de acesso à cidade. E nessa perda, se veem excluídos de oportunidades de lazer, saúde, educação, segurança e mobilidade, por exemplo.

## Estratégia

A estratégia adotada partiu do fortalecimento das páginas do Fórum pela própria rede que o compõe. Com a produção de conteúdo relevante sobre o tema, sempre relacionando com o impacto na vida das pessoas e com o trabalho que o Fórum desenvolve para contribuir com soluções.

A constante atualização das páginas do Fórum e compartilhamento de seus conteúdos pela rede associada contribuiu para a primeira meta estratégica: ampliação do número de seguidores.

O alcance foi ampliado com a verba destinada à campanha de R\$ 10 mil reais, com comando para atração de novos seguidores, com público segmentado conforme as especificidades etárias e de localização.

Para a campanha, adotamos uma linguagem informada, mas informal, nos posts, bem como a segmentação de público para alcançar a base desejada pelo FNRU.

Além dos posts, desenvolveremos três ações:

### Série audiovisual com pessoas de todo o país

Captura de vídeos em, ao menos quatro capitais, com pessoas comuns respondendo perguntas relacionadas às suas cidades. Recursos audiovisuais são mais bem recebidos pelo público e ajudam no engajamento nas redes sociais.

### Gamificação

Atuaremos na construção de um jogo que será disponibilizado por download na página do Fórum. O jogo abordará as dinâmicas de acesso à cidade, além dos privilégios dados a cada classe social. O jogo será utilizado para captura de novos contatos para trabalhar em futuras campanhas de marketing digital.

### Influenciadores

Mapeamento e contratação de até quatro influenciadores que abordarão o tema sob suas óticas. A proposta para os influenciadores inclui um vídeo sobre os problemas da cidade em cada particularidade, além de um post falando sobre o Fórum, convidando a pessoa a seguir as páginas nas redes sociais.

## Execução

Com foco no perfil do Instagram do Fórum Nacional de Reforma Urbana, foi desenvolvida uma campanha com o objetivo de dialogar, principalmente, com o público jovem, sobre o direito à cidade e os motivos pelos quais devemos lutar por ele.

A partir de um planejamento estratégico, elaborado a partir de mesa de facilitação com representantes do FNRU, houve a criação do slogan “Pessoas Constroem Cidades, Cidades Constroem Pessoas”, ponto de partida para a criação das peças e demais interações propostas pela Alter visando o maior alcance e engajamento para a campanha.

Durante cerca de 80 dias, tratamos de diversos temas e sob diferentes perspectivas e formatos. De maneira didática e, ao mesmo tempo, informal, embasados por pesquisas, tratamos sobre os direitos que fazem parte do direito à cidade, ressaltando o posicionamento e a luta do FNRU acerca dos temas e a ligação deles com os ODS.

## Produtos entregas

Planejamento estratégico, com definição de objetivos, tom de voz, canais, públicos-alvo e temas a serem abordados;

Criação de Identidade Visual

Criação de conteúdo para redes sociais (30 posts com cards estáticos)

Plano de Ads para redes sociais

2 vídeos manifestos sobre a campanha

3 vídeos no estilo povo fala

4 posts em collab com influenciadores

Jogo da Vida

## Resultados

De 24 de maio a 31 de julho de 2023, a campanha nas redes sociais do FNRU apresentou os seguintes números:

↑ **3M**

### Alcance

As postagens alcançaram mais de 2 milhões de contas

↑ **65,51%**

### Número de Seguidores

Aumento de 4.695 para 7.771 seguidores no Instagram

↑ **12k**

### Curtidas

As postagens tiveram um total de 12.904 curtidas

### Postagens

29 postagens foram realizadas no período

### Salvos

As postagens foram salvas 1.273 vezes

### Compartilhamentos

As postagens tiveram 1.010 compartilhamentos

### Comentários

As postagens tiveram 285 comentários