

PAR06-21-PI

Relatório Semestral

Métricas e engajamento nos canais de Comunicação

Janeiro a junho de 2025 – Ciclos 7 e 8

Aedas Paraopeba

Setembro de 2025



PAR06-21-P1

Relatório Semestral

Métricas e engajamento nos canais de Comunicação

Janeiro a junho de 2025 – Ciclos 7 e 8

Aedas Paraopeba

Setembro de 2025

expediente

Equipe de Comunicação
Coordenação
Elaine Bezerra

Gestão Operacional
Valmir Macêdoi

Comunicadores
Diego Cota
Douglas Kessen
Felipe Cunha
Isis de Oliveira
João Dias
Júlia Rohden
Lucas Jerônimo

Designers
Aleff Rodrigues
Julia Rocha
Wagner Paulino

Diagramação
Aleff Rodrigues

Elaboração e Revisão
Equipe de Comunicação

Direção Coletiva
Diva Braga
Gabriela Cotta
Ranuzia Netta

Coordenação Estadual
Cauê Melo
Heiza Maria Dias
Luis Henrique Shikasho

sumário

APRESENTAÇÃO..... 5

PARA ENTENDER O RELATÓRIO 7

1. INSTAGRAM..... 11

2. PROGRAMA DE RÁDIO 18

3. ASSESSORIA DE IMPRENSA 24

4. JORNAL IMPRESSO MENSAL 30

5. BOLETINS 38

6. PUBLICAÇÕES NO SITE 41

7. PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS 48

CONSIDERAÇÕES FINAIS..... 53

A Comunicação como Pilar da Justiça e da Transparência

A comunicação é um dos pilares fundamentais da atuação da Aedas Paraopeba como assessoria técnica independente. Por meio de múltiplos canais e linguagens, buscamos assegurar o direito à participação informada das comunidades atingidas, promover a transparência das ações desenvolvidas e fortalecer o diálogo com os territórios.

Este relatório de métricas tem como objetivo apresentar, de forma simples e sistematizada, os resultados das principais frentes de comunicação nos canais virtuais no período de janeiro a junho de 2025. As áreas contempladas incluem: Instagram, Assessoria de Imprensa, Boletim via WhatsApp, Jornal Impresso Mensal, Produções Audiovisuais, Publicações no Site e Programas de Rádio Semanal.

Este relatório também incorpora dados sobre os temas mais relevantes acessados pelo público atingido, a partir do componente permanente do Canal de Transparência no site da Aedas. Além disso, apresenta a produção de um relatório semestral baseado nas métricas de

engajamento dos nossos canais de comunicação no ambiente virtual, com devolutiva estruturada para as comissões de pessoas atingidas.

Mais do que apresentar números, este documento oferece uma análise qualitativa sobre o alcance, o engajamento e os impactos das ações comunicacionais, contribuindo para o aprimoramento contínuo das estratégias de comunicação.

Acreditamos que o acesso à informação objetiva, acessível e contínua é condição essencial para o exercício do direito à justiça. Assim como o devido processo judicial exige que todas as partes compreendam seus direitos e possibilidades, a reparação integral só se concretiza quando as comunidades atingidas têm acesso a informações que lhes permitam participar de forma consciente, crítica e ativa das decisões que interferem diretamente em suas vidas.

Nesse sentido, a comunicação não é apenas um suporte, mas um instrumento de garantia de direitos. Ao fortalecer a participação informada, contribuímos para que a justiça deixe de ser apenas um ideal e se torne uma prática concreta nos territórios atingidos.

Para entender o relatório

CICLO 7

janeiro / fevereiro / março

CICLO 8

abril / maio / junho

CICLO 9

julho / agosto / setembro

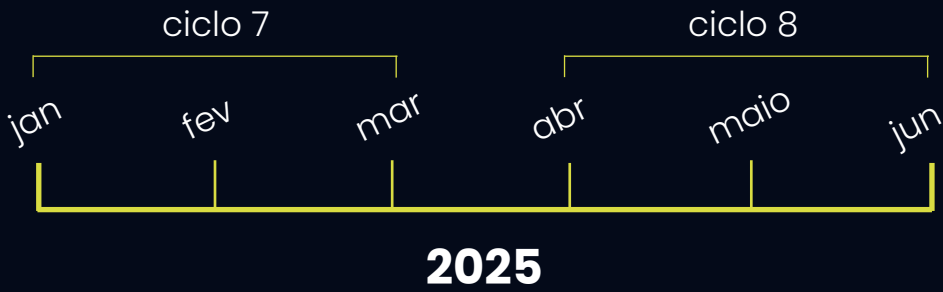
CICLO 10

outubro / novembro / dezembro

Os ciclos são os trimestres. A Aedas se organiza por ciclos, cada ciclo, são 3 meses de atuação.



O Ciclo 7 é o primeiro trimestre de 2025 (janeiro, fevereiro e março) e o Ciclo 8 o segundo trimestre do ano (abril, maio e junho).



No caso do Instagram, os números correspondem até o dia 15 de junho, a segunda quinzena do último mês do ciclo é contabilizada no relatório do semestre seguinte.

Os dados e métricas das demais frentes de comunicação são um recorte de análise feita entre os dias 7 e 10 de julho e podem ter sofrido alteração/aumento no engajamento.

1. Instagram

O Instagram da Aedas Paraopeba é uma das principais ferramentas de comunicação direta com a população atingida e o público em geral. Através de postagens, stories e reels, buscamos informar, engajar e fortalecer a transparência das ações realizadas. Nesta seção, apresentamos os principais indicadores de desempenho da plataforma no período analisado.



JANEIRO

No mês de janeiro, no Instagram, tivemos os seguintes destaques: A publicação do dia 24 de janeiro “Memória do Irreparável” reuniu um total de 548 curtidas e 56 envios, sendo o maior desempenho do semestre.

O Vídeo Ação 1 Quanto Vale a Mineração Predatória” obteve 262 curtidas e 145 envios. O Vídeo Ação 2 da campanha também gerou um número considerável de compartilhamentos, chegando a 72 envios, mostrando o potencial que a vídeo-ação teve de chegar a outros seguidores. O mês de janeiro, por ser o mês de aniversário do rompimento, acaba engajando mais nas redes sociais.

FEVEREIRO

Em fevereiro, o “Bloco Cueca do Averso” foi a publicação com maior destaque, registrando 185 curtidas.

Um fator decisivo foi conciliar a pauta da reparação e denúncia dos danos com o período de carnaval.

MARÇO

Em março, o destaque foi a publicação do “Juiz veta redução do PTR” com 357 curtidas e 16 comentários e a publicação no feed “Quem é Quem na Reparação”, com 12 salvamentos. Além do engaja-

Ciclo 7 – janeiro, fevereiro e março de 2025

Ação no Instagram	Média por post	Soma total no ciclo 7
Curtidas	121,61	5959
Salvamentos	0,79	39
Envios	16,24	796
Comentários	2,77	136
Engajamento	141,42	6930
Alcance	2020,36	98998

*Os números de contas alcançadas são cumulativos

mento com a pauta do PTR, já identificada em publicações em outros ciclos, o carrossel informativo sobre os atores e os papéis demonstram o interesse em temas formativos.

Ciclo 8 – abril, maio e junho de 2025

Ação no Instagram	Média por post	Soma total no ciclo 8
Curtidas	11,34	3563
Salvamentos	3,75	120
Envios	19,12	612
Comentários	6,93	222
Engajamento	141,15	4517
Alcance	2020,53	64657

*Os números de contas alcançadas são cumulativos

ABRIL

No mês de abril, a “Decisão da desembargadora que suspendeu decisão do juiz sobre continuidade do Auxílio Emergencial” obteve 262 curtidas, 52 comentários, 20 salvamentos e 280 envios, sendo um dos grandes destaques do semestre. Um outro destaque foi o vídeo da Ciranda Anexo I.3 com 190 curtidas e 43 comentários. O reels da Formação em Direitos Humanos também foi destaque com 17 comentários. O mês de abril reuniu as publicações com maior engajamento em comentários.

MAIO

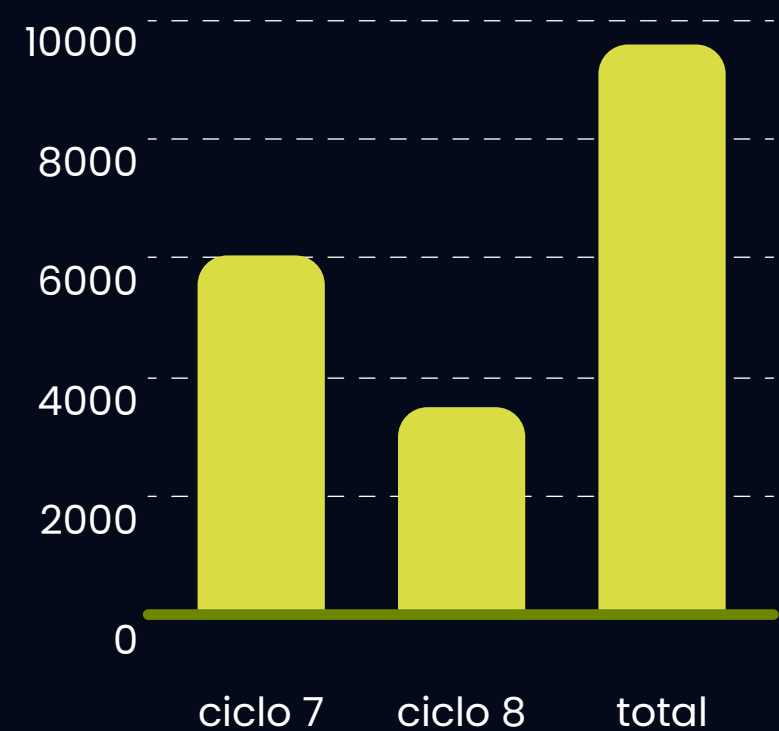
Os destaques do mês de maio foram a publicação no feed no “Ato 13 de Maio em Belo Horizonte” com 269 curtidas, e tendo o auxílio financeiro somado à participação no Anexo I.1 como pautas; e o “Reels da Ciranda 22 de maio, dia da Biodiversidade” com 19 comentários. Os materiais da Ciranda costumam engajar nos comentários.

JUNHO

No mês de junho, o maior destaque foi o Carrossel da “Solenidade de lançamento do Anexo I.1” com 226 curtidas. A pauta é aguardada com expectativa pelas comunidades.

Dados gerais em gráficos

Curtidas no Semestre



Soma total no semestre	5959	3563	9522
Média por Post no semestre	121,61	11,34	117,5

A) Ciclo 7 obteve mais curtidas e envios

O número geral de curtidas foi maior no primeiro trimestre, chegando a 5.959 curtidas. A média do semestre foi de 117,5 curtidas por publicação.

– Por que as curtidas são importantes?

As curtidas sinalizam aprovação rápida e superficial. O conteúdo agradou visualmente ou emocionalmente. Como sinalizamos acima, a publicação de maior destaque em engajamento no

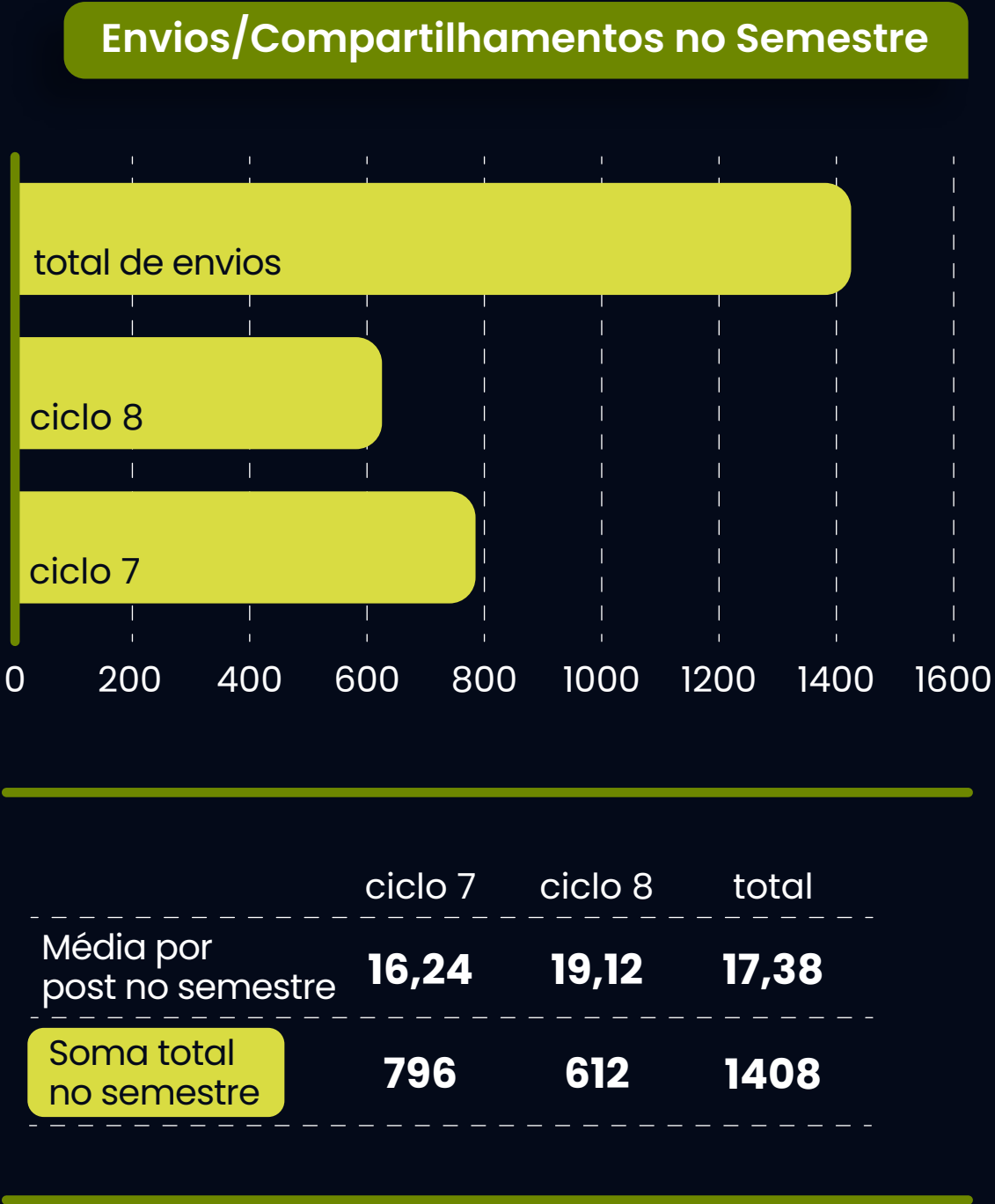
semestre foi a publicação do dia 25 de janeiro, que alcançou um número significativo de engajamentos.

– O Ciclo 7 também registrou mais compartilhamentos. O que isso significa? Os compartilhamentos indicam que o conteúdo foi considerado relevante ou útil o suficiente para ser repassado. É um forte sinal de valor percebido.

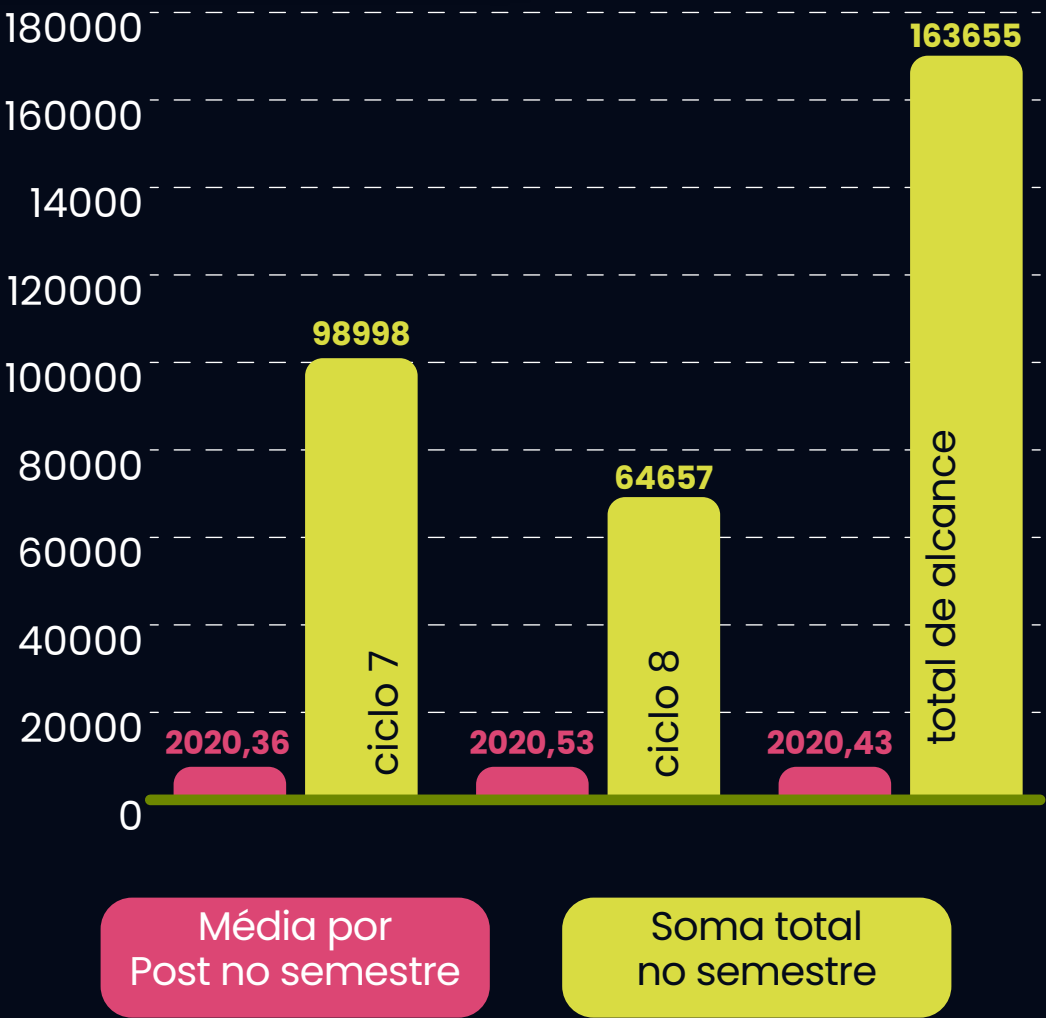
No 1º semestre de 2025, tivemos um total de 1.408 envios nas nossas publicações no Instagram. O ciclo 7 registrou 796 envios e o Ciclo 8, obteve 612. Apesar de ter tido menos compartilhamentos no geral, na média por post, o segundo trimestre teve 19,12 compartilhamentos e o primeiro trimestre 16,24 compartilhamentos. Os dados de compartilhamento indicam a necessidade de desenvolver estratégias de impulsionamento e compartilhamento, com vista a melhorar o alcance.

– E o que o alcance significa?

O número do alcance mostra quantas pessoas foram expostas ao post. Um alto alcance, combinado com curtidas e compartilhamentos, sugere que o conteúdo teve boa performance no algoritmo e foi impulsionado pela interação.



Alcance no Semestre



A média de alcance foi bem parecida entre os trimestres/ciclos, chegando a cerca de 2.020 contas por publicação. No entanto, em um montante total, ou seja, na soma geral por trimestre, o Ciclo 7 (janeiro a março) alcançou o acumulado de 98.998 contas, enquanto o Ciclo 8 (abril a junho), 64.657. Podemos entender que o alcance foi maior por conta do maior número de compartilhamentos, principalmente nas publicações de janeiro.

Interpretação:

Se o conteúdo teve bom número de curtidas, compartilhamentos e alcance, o que essa combinação significa?

No Ciclo 7, o conteúdo teve boa aceitação geral, foi facilmente compreendido e teve potencial de viralização. É ótimo para ampliar a visibilidade das pautas da reparação.

O Ciclo 8, no entanto, registrou maior número de comentários e salvamentos e comentários, como mostraremos mais abaixo.

B) Ciclo 8 engaja em salvamentos e comentários

A média de salvamentos foi bem maior no Ciclo 8 (abril a junho). Nesse trimestre, o número geral de salvamentos chegou a 120, enquanto no primeiro trimestre de 2025 foram registrados 39 salvamentos.

Dentre as publicações do período, tivemos: Decisão que suspendeu a decisão favorável à continuidade do auxílio (20), Vídeo da Ciranda no Anexo I.3 (8) , Ato do MAB no da 13 de maio (8), Rádio sobre o “Quem é Quem na Reparação parte 2” (7) e Carrossel sobre a solenidade de início do Anexo I.1 (6).



As métricas de salvamento e comentários revelam níveis mais profundos de engajamento

Salvamentos: Indicam que o conteúdo foi considerado valioso ou relevante para consulta futura. Pode ser um post informativo, educativo ou com dados importantes.

Comentários: Mostram que o conteúdo gerou reflexão, dúvidas ou identificação. Pode indicar um público mais engajado, disposto a dialogar ou expressar opiniões.

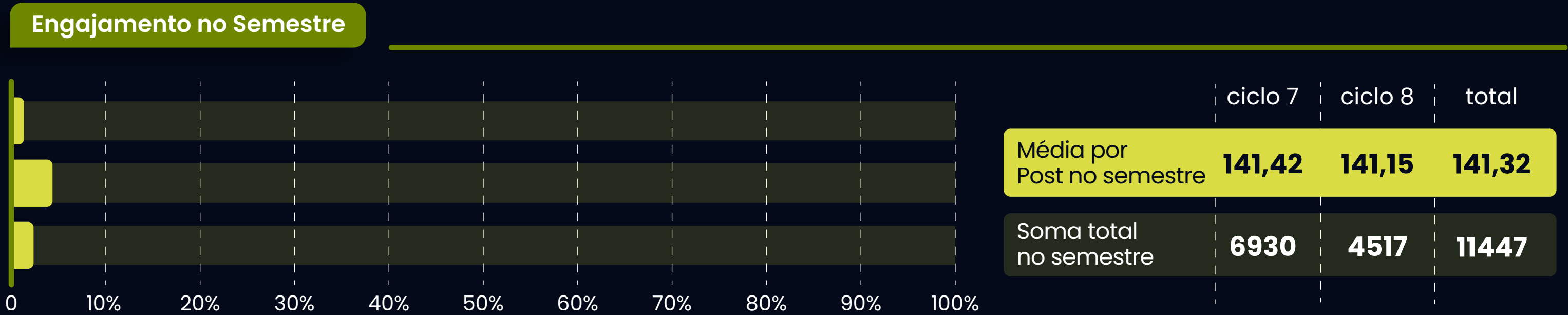
Ao lado podemos ver a movimentação dos comentários no semestre. Tivemos uma média bem maior (6,93 comentários por post) no segundo trimestre, em comparação com o primeiro trimestre (2,77 comentários por post). Foram 222 comentários de abril a junho* de 2025 e 136 comentários de janeiro a março do mesmo ano.

(*) Os números correspondem até o dia 15 de junho, a segunda quinzena do último mês do ciclo é contabilizada no relatório do semestre seguinte.



C) Engajamento no semestre se manteve em média

O Engajamento, é a soma das curtidas, comentários, envios e salvamentos. No contexto das redes sociais e da comunicação digital, é uma métrica que mede o nível de interação do público com o conteúdo publicado. Ele mostra o quanto as pessoas estão interessadas, envolvidas e participativas em relação ao que está sendo compartilhado na rede.



O Engajamento no semestre se manteve em média de cerca 141 pontos, tanto no Ciclo 8 como no Ciclo 7. No entanto, a soma total por trimestre foi maior no Ciclo 7 (6.930) do que no Ciclo 8 (4.517). A variação na média se dá porque o Ciclo 7 teve 49 postagens enquanto o Ciclo 8 obteve 32 postagens.

INTERPRETAÇÃO:

O que ocorre quando temos um bom engajamento?

Significa que o conteúdo provocou interesse duradouro ou engajamento crítico. É excelente para fortalecer vínculos com a comunidade, estimular o debate e aprofundar temas.

2. Programas de Rádio

Os programas de rádio são uma ferramenta estratégica para alcançar comunidades com acesso limitado à internet, promovendo a inclusão comunicacional. Com conteúdos informativos e educativos, os programas de rádio semanais fortalecem o diálogo com os territórios com informações mais aprofundadas sobre temas da reparação. A seguir, apresentamos os dados de produção e alcance dessa frente.

7.1. Produção

Episódios/programas veiculados: 24 programas veiculados em duas rádios FM (Super Igarapé e Regional de Brumadinho), além da publicação no canal do Youtube da Aedas.

Duração média programas: 20 minutos, totalizando 480 minutos (8 horas de rádio no semestre).

Temas abordados por ciclo (trimestre):

Ciclo 7 (janeiro, fevereiro e março): 6 anos do rompimento em janeiro (03 programas), PTR (02 programas) Saúde (01 programas), espaços participativos e papel da ATI (02 programas), liquidação coletiva e CTC UFMG (02 programas), Anexo I.1 (01 programa), 4 anos do Acordo (01 programa).

Ciclo 8 (abril, maio e junho): Anexo I.1 (03 programas), PTR (03 programas) PCTs e relações étnico raciais (02 programas), saúde e socioambiental (02 programas), Anexos I.3 e I.4 (01 programa), atores da reparação (01 programa).

7.2. Alcance

Visualizações: Se levarmos em considerações as visualizações registradas no canal do Youtube da Aedas, os programas de rádio somaram um total de 10.033 visualizações nos primeiros seis meses de 2025 (4.459 no Ciclo 7 e 5.574 no Ciclo 8).

Visualizações no Ciclo 7

O maior número de visualizações foi registrado no mês de fevereiro (1.683), com destaque para a edição do Rádio 150 que abordou o PTR e que alcançou um total de 831 visualizações, representando quase metade do número total do mês de fevereiro.

Programas de rádio destaque em alcance:

1º – 837 visualizações – Edição 150. Tema: PTR.



2º – 561 visualizações

Edição 146

Tema:

Liquidação Coletiva.



3º – 448 visualizações

Edição 154

Tema:

Papel das ATIs

4º – 428 visualizações

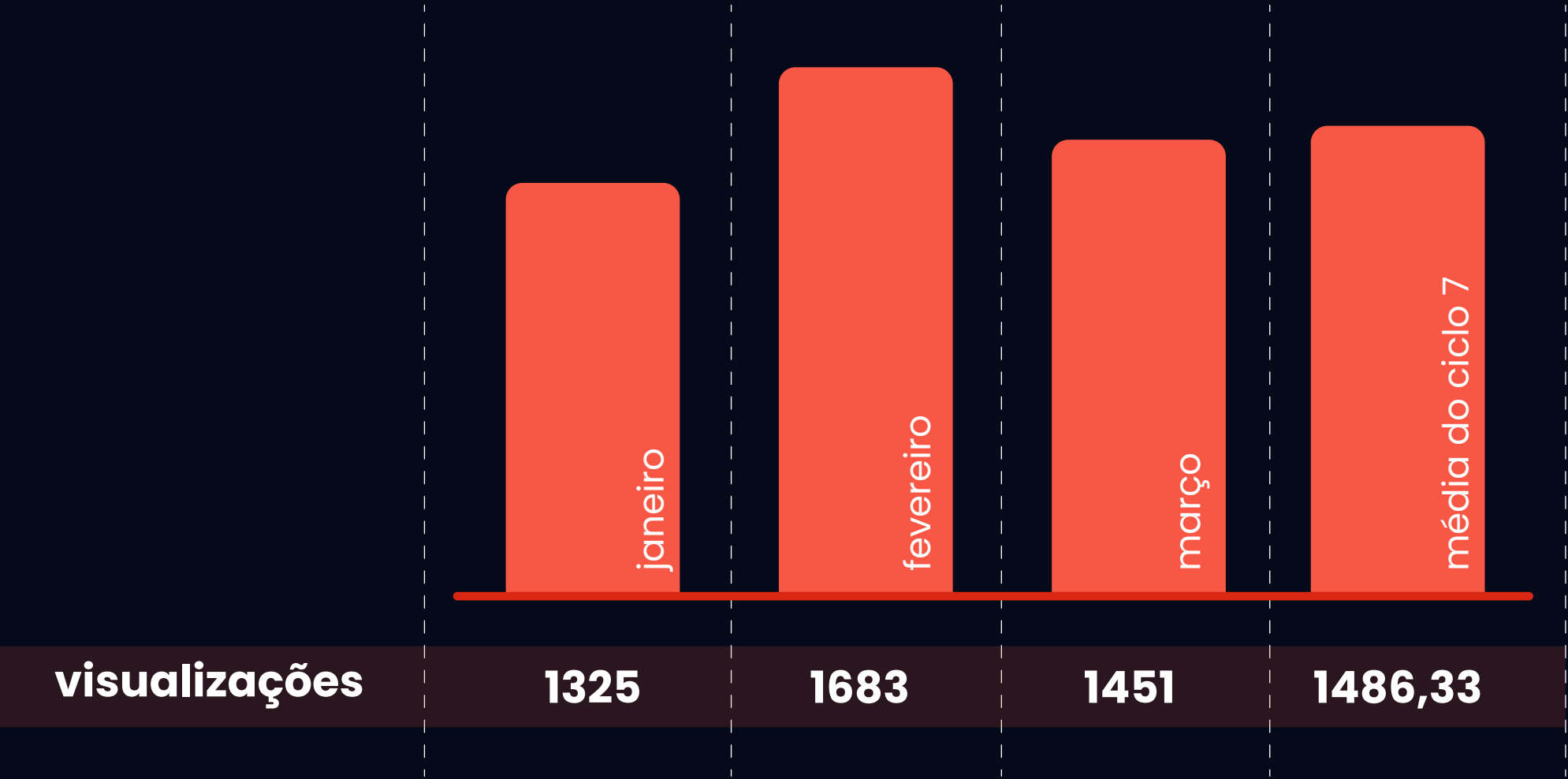
Edição 152

Tema:

4 anos do Acordo



Visualizações no Ciclo 7



Dentre as edições com menores visualizações do trimestre estão a Edição 145 (Espaços participativos 3), com 174 visualizações em janeiro; e a Edição 153 sobre a rodada de RIs do Anexo I.1 em março com 190 visualizações.

Visualizações no Ciclo 8

O maior número de visualizações foi registrado no mês de abril (2.320), com destaque para a edição do Rádio 159 que abordou o PTR e que alcançou um total de 940 visualizações, representando cerca de 40% do número total de visualizações do mês de abril.

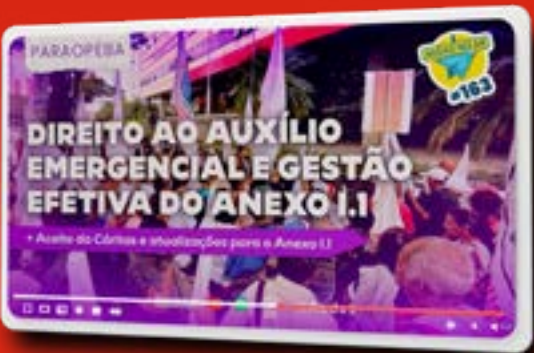


1º – 940 visualizações
Edição 159. Tema: PTR.

Programas de rádio destaque em alcance:

2º – 764 visualizações

Edição 161
Tema:
PTR



3º – 659 visualizações

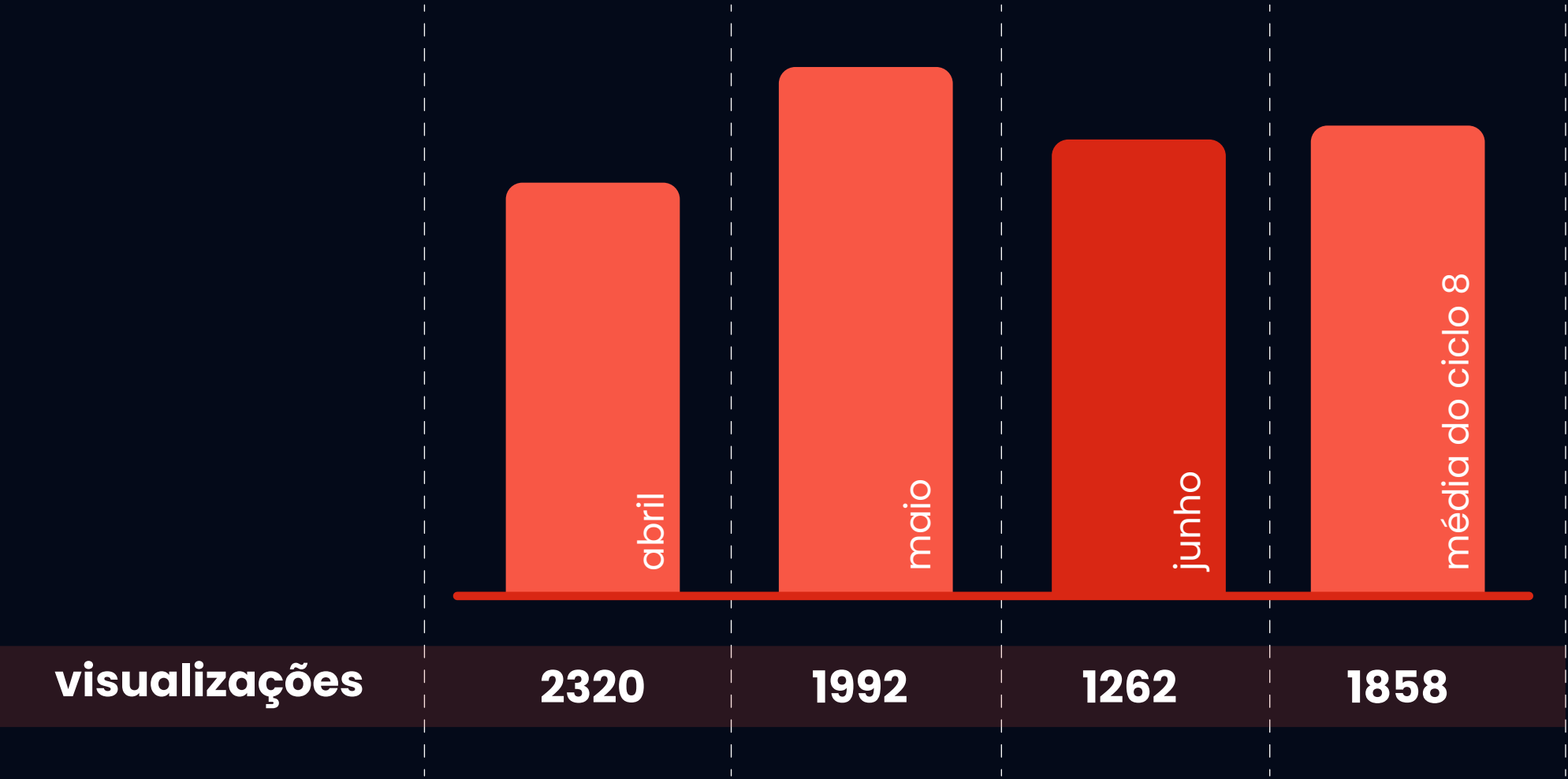
Edição 163.
Tema:
PTR e Anexo I.1

4º – 657 visualizações

Edição 158
Tema:
PTR



Visualizações no Ciclo 8



Dentre as edições com menores visualizações do trimestre estão a Edição 168 (Socioambiental), com 237 visualizações em junho; e a Edição 162 sobre Saúde em maio com 254 visualizações.

Análise geral sobre o semestre: As edições sobre o PTR tiveram o maior destaque de visualizações no semestre, principalmente no segundo trimestre de 2025. O Ciclo 8 alcançou mais visualizações que o Ciclo 7 no número total de visualizações e na média por mês.

3. Assessoria de Imprensa

A atuação da assessoria de imprensa visa ampliar a visibilidade das pautas dos territórios atingidos por meio da mídia regional e nacional. Com a produção e envio de pautas, notas e releases, buscamos garantir uma cobertura jornalística das demandas do território, dando força à narrativa das populações atingidas no debate da opinião pública sobre a reparação. A seguir, estão os resultados obtidos com essa frente de comunicação.

Destaques na imprensa no 1º semestre de 2025



Fomos procurados pelo portal BHAZ e pela Rede TV, sendo que essa última solicitou o compartilhamento de imagens dos atos do dia 25 de janeiro. Enviamos os arquivos e as imagens foram veiculadas no jornal RedeTV News: RedeTV News (25/01/25) | Completo

Durante o ato do dia 25 de janeiro, conseguimos uma entrevista com a gerente Gabriela Cotta sobre o andamento processual do caso para os jornais Itatiaia, O Tempo e R7. Após seis anos, solenidade da tragédia de Brumadinho é marcada por emoção e pedido de justiça – Rádio Itatiaia

No mês de abril, foi publicado um episódio de uma série da TV Francesa em que foram ouvidos atingidos das Regiões 1 e 2, além de um assessor técnico da Aedas.

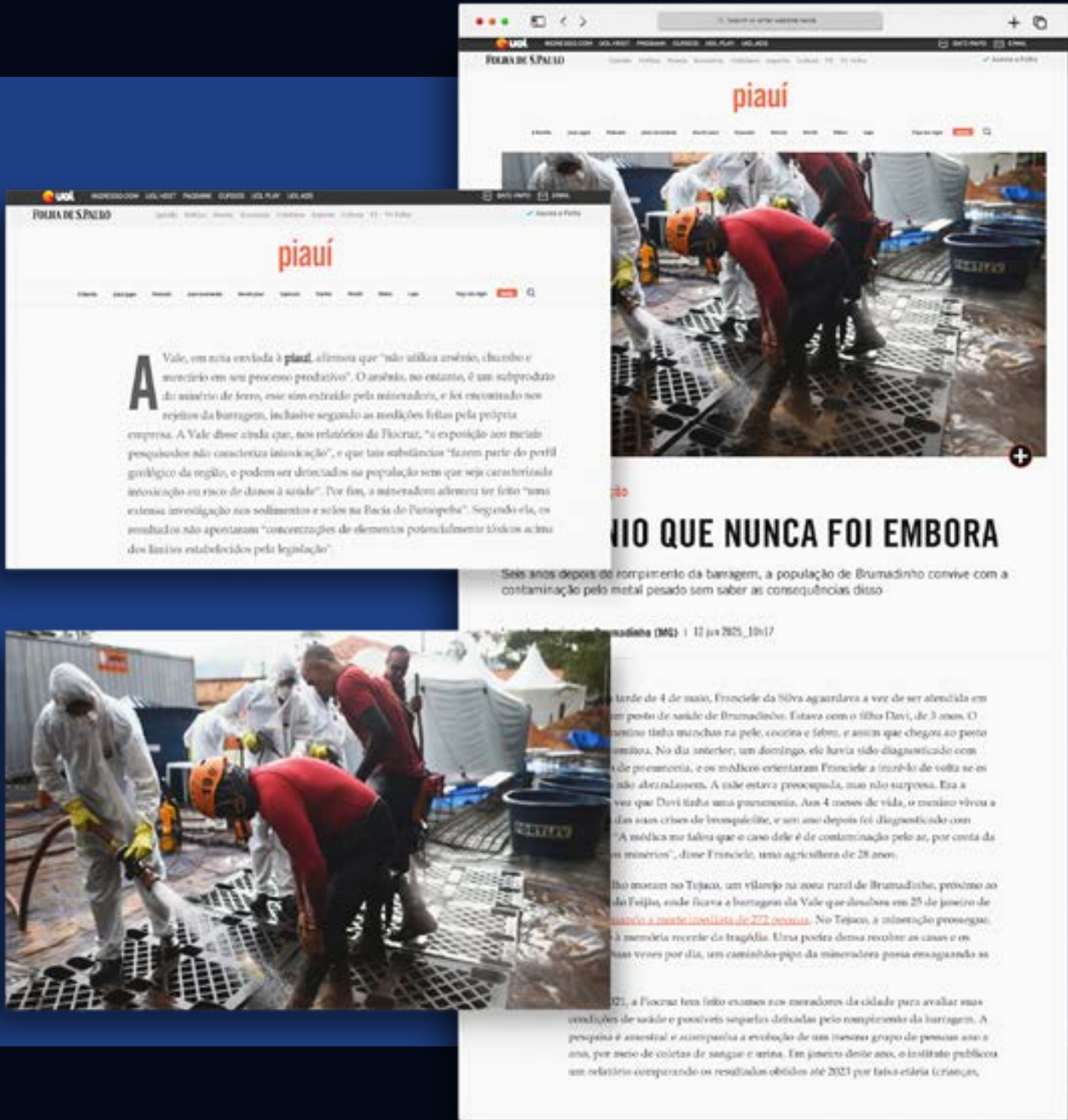
Voiture, frigo, conserve : d'où vient notre acier ? (Intégrale) – Sur le front avec Hugo Clément





No dia 13 de maio o Movimento dos Atingidos por Barragens (MAB) realizou um grande ato no qual participaram centenas pessoas atingidas das regiões assessoradas pela Aedas. Por solicitação do MAB, auxiliamos, junto com as outras ATIs, na parte de assessoria de imprensa com a distribuição do release elaborado pelo movimento. Fizemos follow up para alguns jornalistas mais próximos e, como resultado, uma equipe da TV Horizonte foi até o local fazer a cobertura do ato e entrevistar pessoas atingidas, além de usar alguns registros feitos pela equipe da Aedas. O registro pode ser visto pelo canal do jornal no youtube (a partir de 7min58s): <https://www.youtube.com/watch?v=Am-IljOqP6s>

Em junho, a Aedas foi uma das fontes da revista Piauí na matéria “O arsênio que nunca foi embora” em 12/06. O conteúdo foi republicado pelo portal Outras Palavras no dia seguinte.



Clipagem diária:

Durante o mês de janeiro, fizemos o clipping diário e destacamos 84 matérias relacionadas a reparação na bacia do Paraopeba. Destas, duas mencionam a Aedas.

Durante o mês de fevereiro, fizemos o clipping diário e destacamos 39 matérias relacionadas a reparação na bacia do Paraopeba. Destas, uma menciona a Aedas.

Durante o mês de março, fizemos o clipping diário e destacamos 42 matérias relacionadas a reparação na bacia do Paraopeba. Destas, uma menciona a Aedas.

Durante o mês de abril, fizemos o clipping diário e destacamos 67 matérias relacionadas a reparação na bacia do Paraopeba.

Durante o mês de maio, fizemos o clipping diário e destacamos 44 matérias relacionadas a reparação na bacia do Paraopeba. Destas, uma menciona a Aedas.

Durante o mês de junho, fizemos o clipping diário e destacamos 50 matérias relacionadas a reparação na bacia do Paraopeba.

4. Jornal Impresso Mensal

O jornal impresso mensal é uma publicação que visa fortalecer o vínculo com as comunidades atingidas, levando informação de forma acessível e permanente. Com matérias, entrevistas e conteúdos educativos, o jornal contribui para a memória e o registro das ações da Aedas e, principalmente, das pautas, opiniões e demandas das comunidades. A seguir, detalhamos a produção e distribuição da edição do mês.

Total de edições: 6 edições, uma por mês.

Páginas: 72 páginas

Tiragem total: 48.000 exemplares, 8 mil por mês.

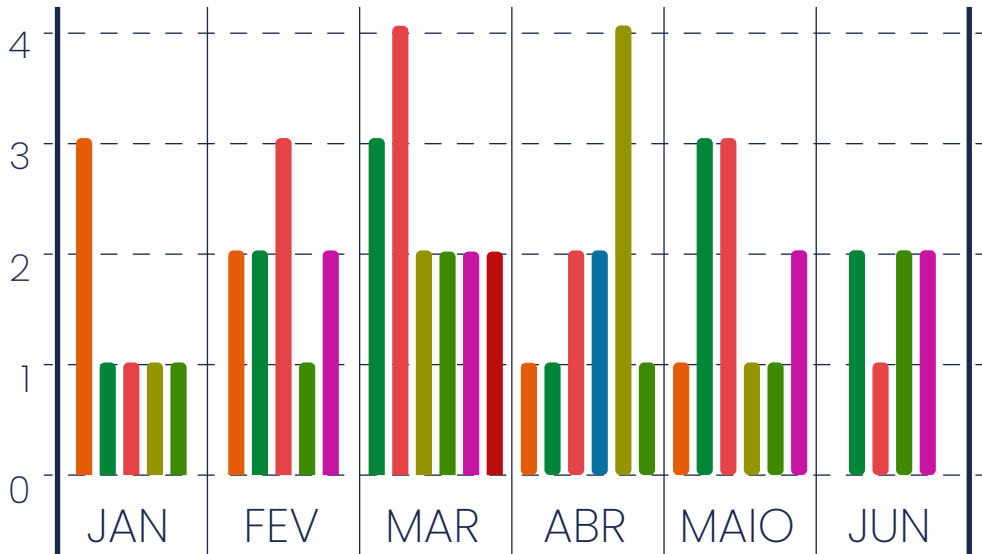


Páginas do jornal por tema

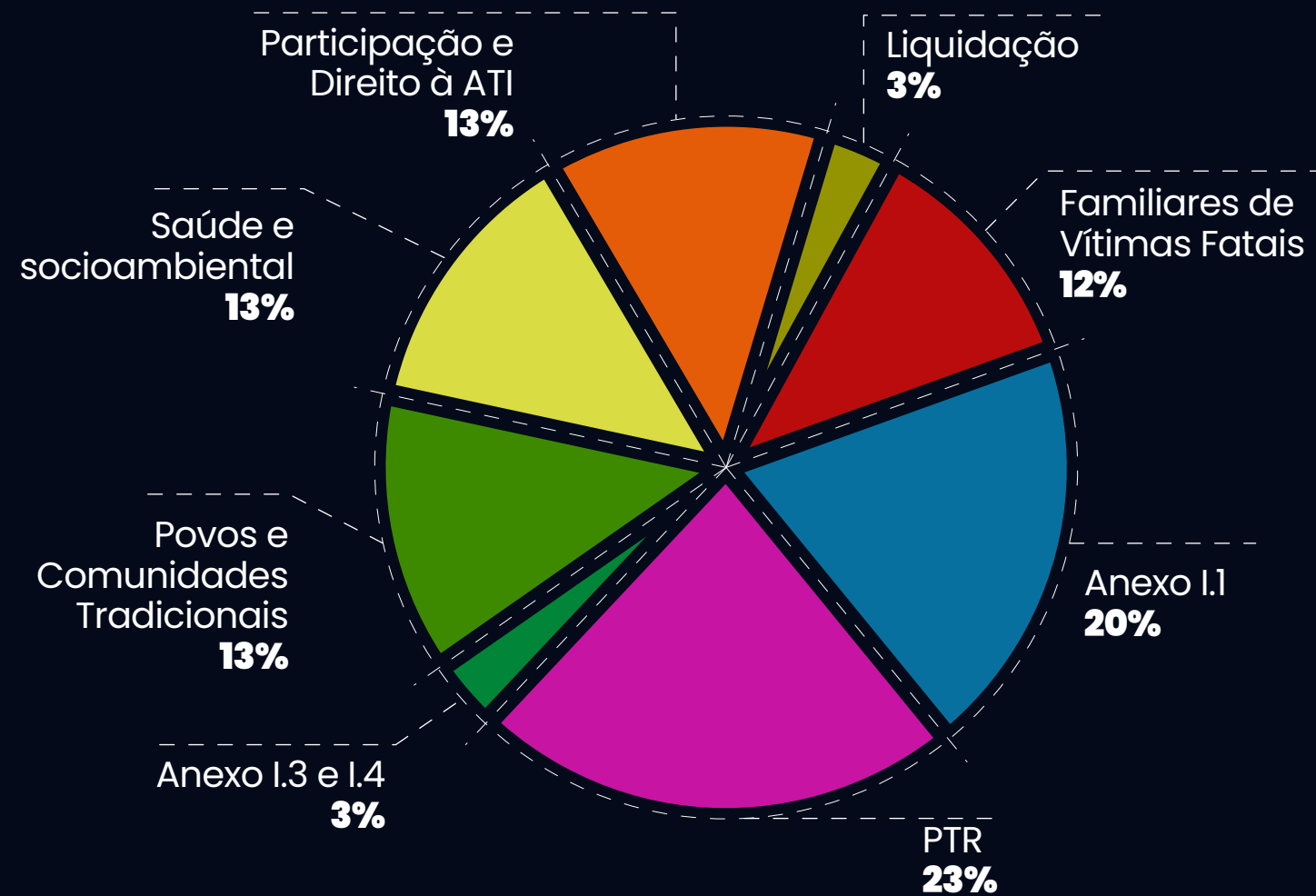
Sistematizamos no gráfico ao lado um levantamento feito das páginas do jornal por temas. Nele é possível observar o volume dos temas por páginas durante as edições (meses).

Sem levar em consideração a capa e o editorial, e as páginas do Vozes da Gente (que trazem opinião de quatro pessoas atingidas por região) e Histórias Atingidas (que apresenta pelo menos um perfil de atingido por edição), em todo o semestre, é possível ver que os temas do Anexo I.1 (20%) e PTR (23%) tiveram mais presença nas páginas do jornal. Além desses temas, uma análise das páginas aponta que os temas de PCTs (13%), Saúde e Socioambiental (13%), Participação e Direito à ATI (13%) e Familiares de Vítimas Fatais (12%) também foram abordadas nas edições do semestre.

Páginas do jornal por tema



	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN
Familiares de Vítimas Fatais	3	2		1	1	
Anexo I.1	1	2	3	1	3	2
PTR	1	3	4	2	3	1
Anexo I.3 e I.4	0	0	0	2	0	0
Povos e Comunidades Tradicionais	1	0	2	4	1	0
Saúde e Socioambiental	1	1	2	1	1	2
Participação e Direito à ATI	0	2	2	0	2	2
Liquidação	0	0	2	0	0	0



Familiares de Vítimas Fatais	Anexo I.1
PTR	Anexo I.3 e I.4
Povos e Comunidades Tradicionais	Saúde e socioambiental
Participação e Direito à ATI	Liquidação



Os números apresentados nos gráficos acima não contam com as páginas das capas, editoriais, Vozes da Gente e Histórias Atingidas, as quais tratamos abaixo.

Capas:

Foram capas das edições do semestre: 6 anos de rompimento em Brumadinho; 4 anos do Acordo Judicial; Mulheres no PTR e no Anexo I.; Governança, políticas públicas e PTR; e Início do Anexo I.1 (duas últimas edições do semestre).

Editoriais

Foram temas principais do editorial do jornal: 6 anos de rompimento em Brumadinho; 4 anos do Acordo Judicial; Mulheres na reparação; povos originários do Brasil; luta no dia 13 de Maio; e Desafios da ATI nas Regiões 1 e 2.

Vozes da Gente

A coluna ouviu no semestre 24 vozes de pessoas atingidas, sendo 20 mulheres e 4 homens das Regiões 1 e 2.



Histórias Atingidas – Ciclo 7

A seguir trazemos as pessoas atingidas que foram destaque no Histórias Atingidas deste semestre.

A coluna Histórias Atingidas é um espaço onde cada trajetória de vida se transforma em testemunho, tecendo, com palavras e imagens, os fios da memória e da luta das pessoas atingidas das Regiões 1 e 2 da Bacia do Paraopeba.

Publicada mensalmente no jornal Vozes do Paraopeba, Histórias Atingidas revela não apenas os atingimentos, mas também a identidade, a força e a resistência de quem, entre as marcas da mineração, reconstrói caminhos. Por meio do jornalismo sensível e da fotografia, Histórias Atingidas mostra a força do povo e fortalece narrativas de quem reivindica justiça e reparação digna, devida e integral.





Cartazes – Ciclo 7

Fechando e sendo a contracapa do jornal, os cartazes são espaços visuais de divulgação de campanhas, datas alusivas e eventos construídos com as pessoas atingidas.



Cartazes – Ciclo 7



5. Boletim (Whatsapp)

O boletim informativo enviado via WhatsApp é uma estratégia de comunicação direta e acessível com as comunidades atingidas. Por meio de mensagens curtas e objetivas, compartilhamos informações relevantes sobre direitos, ações da assessoria e eventos. Trata-se de um canal mais instantâneo e direto com o público atingido. Os materiais são enviados em dezenas de grupos de atingidos, de todos os municípios assessorados; e nos grupos de Comissões de Atingidos e Atingidas. Esta seção apresenta os dados de envio, alcance e engajamento dos boletins no período.



O que é o Boletim?

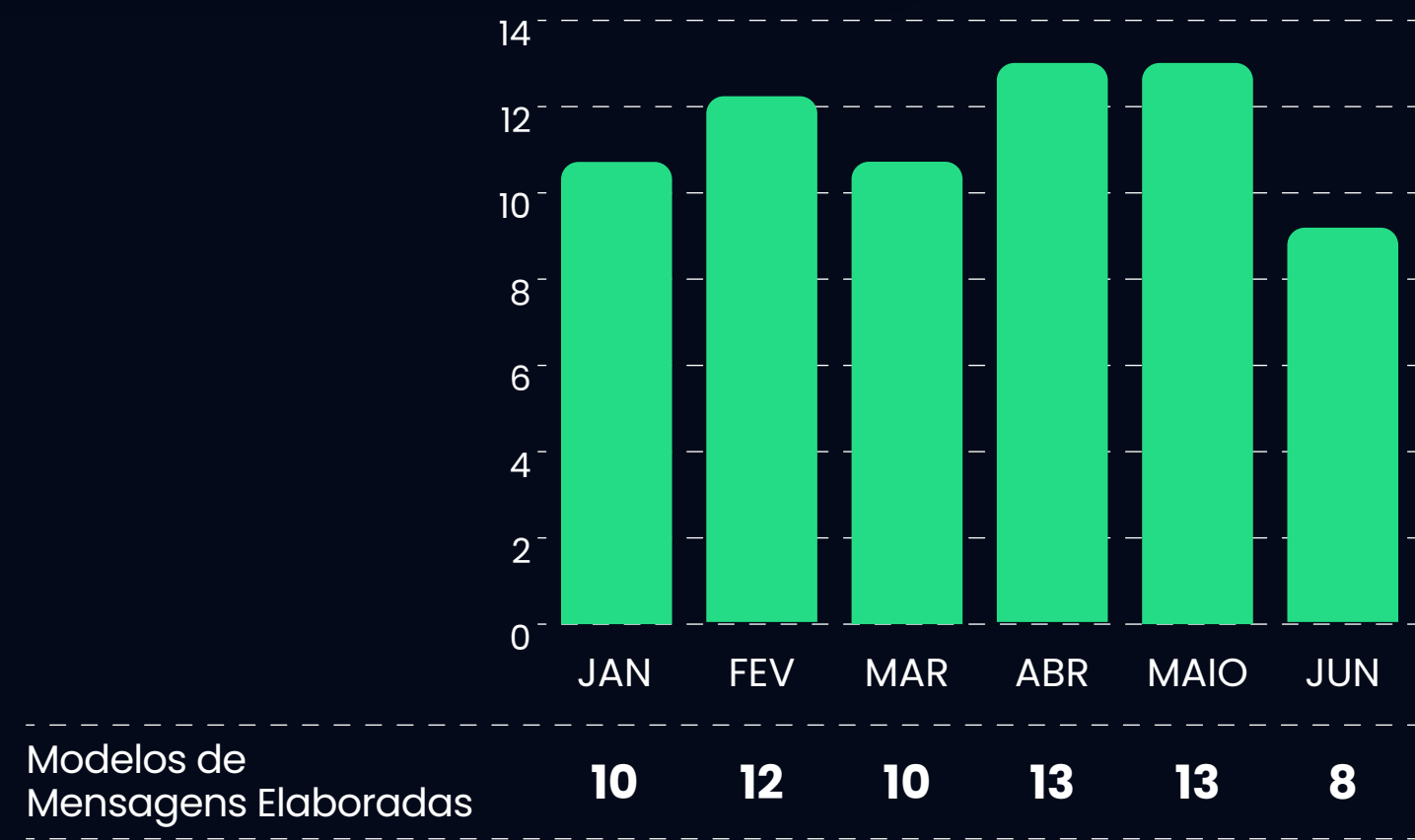
O Boletim da Aedas é uma mensagem enviada nos grupos de atingidos e atingidas com informações relevantes. Geralmente o texto é acompanhado de áudio e de um material em anexo, link para o site, youtube ou um arquivo em PDF.

Total de mensagens enviadas: 64 mensagens enviadas no semestre.

Frequência: 2 Boletins por semana.

Total de grupos: 02 grupos – Coletivo de Comissões de Atingidos/Instância Regional, somados a 07 comunidades no WhatsApp com pessoas atingidas e Brumadinho e mais 06 comunidades no WhatsApp com pessoas atingidas dos municípios da Região 2. O número aproximado de pessoas atingidas nos grupos das 13 comunidades no WhatsApp, geridas pela equipe da Aedas, é de 4.468 (Igarapé: 128, Betim: 2.014, Bicas: 743, Mário Campos: 885, Juatuba: 698).

Quantidade de Mensagens Elaboradas



O número de mensagens enviadas nos grupos das 13 comunidades no WhatsApp foi maior nos meses de abril e maio. No entanto, a média por semestre se manteve equilibrada, sendo enviados 32 boletins no Ciclo 7 e 32 no Ciclo 8.

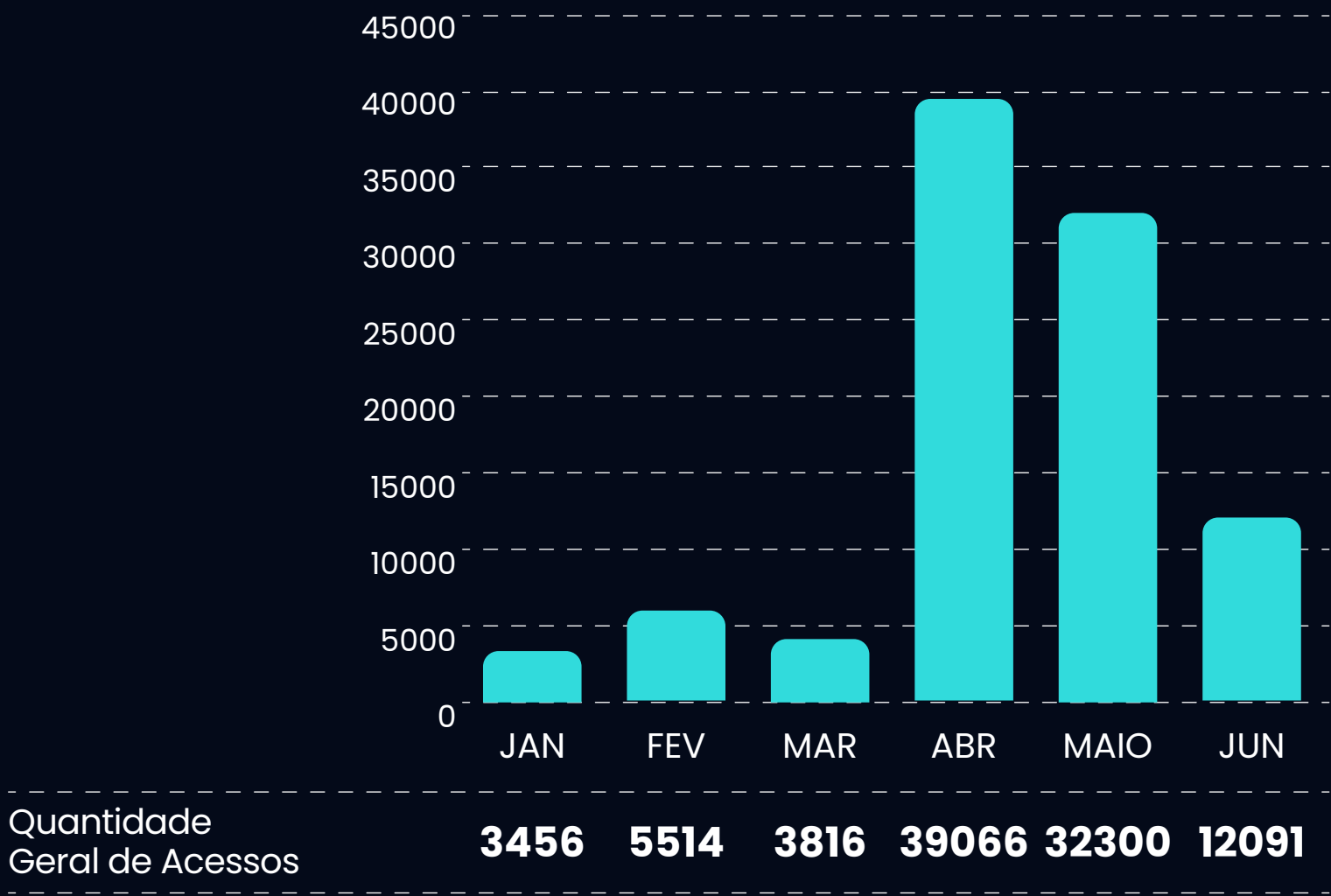
Temas mais abordados: Dentre os temas, os seis anos do rompimento, programações da AVABRUM, Anexo I.1 e espaços participativos sobre o tema como as RIs, PTR, Balanços, além da divulgação das edições do jornal e do rádio.

6. Publicações no Site

O site institucional da Aedas é um canal oficial de informação, onde são disponibilizados conteúdos atualizados sobre as ações da assessoria técnica, documentos, notícias e materiais de apoio. Esta seção traz um panorama das publicações realizadas e do desempenho do site no período, com foco nas matérias do Projeto Paraopeba.

Em todo o semestre, foram 92 postagens do Projeto Paraopeba, que somaram 96.243 acessos. Uma média de pouco mais de 1 mil acessos por postagem no semestre.

Quantidade Geral de Acessos

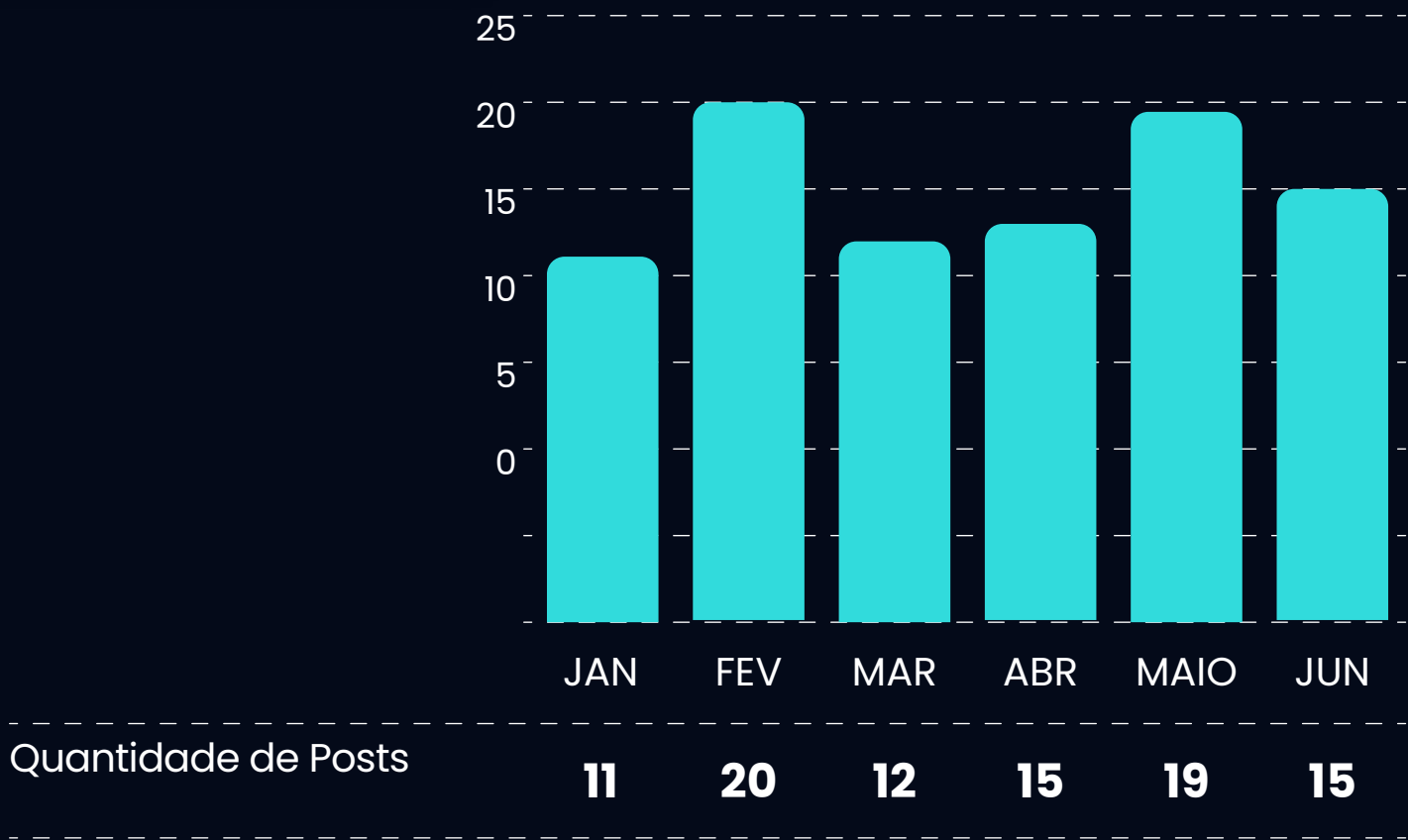


O Ciclo 8, expressivamente, obteve mais acessos. Um dos fatores foi a atualização de uma configuração no servidor que abriga o nosso site, gerido pela equipe de Gestão de tecnologia (GTEC) do Projeto Paraopeba. Logo mais abaixo, apresentaremos as principais postagens do semestre por mês.

Se os acessos foram mais expressivos no primeiro trimestre, a quantidade de postagens não foi tão diferente de um ciclo para o outro. No Ciclo 7 foram 43 postagens e no Ciclo 8, 49 publicações, como podemos ver no gráfico abaixo:

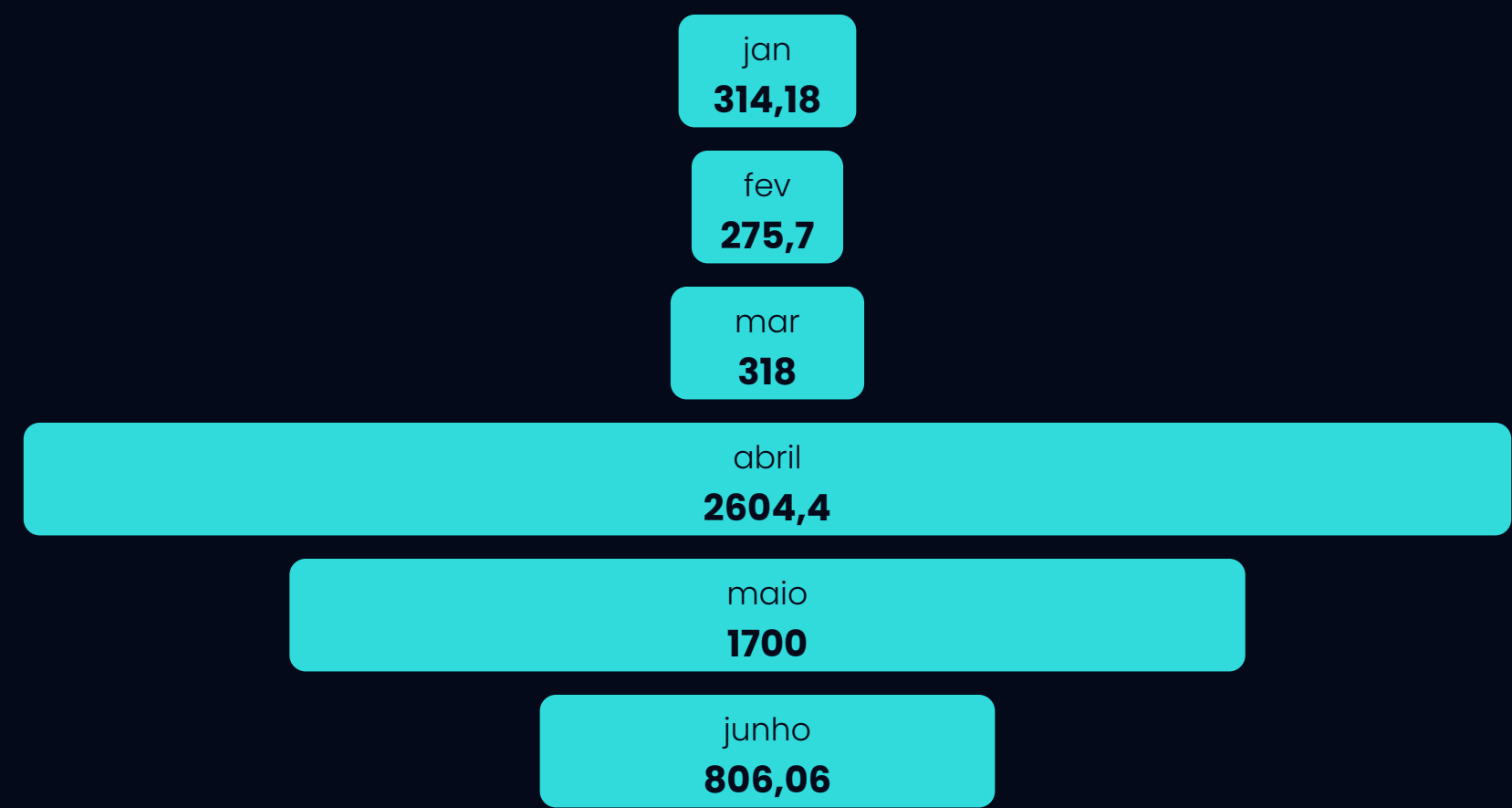
Os dados foram extraídos na primeira semana de julho e podem acumular mais acessos.

Quantidade de Posts



Comparando a quantidade de postagens com o número de acessos, podemos calcular uma média de visualizações das publicações por mês. O segundo trimestre obteve uma maior média de acessos, principalmente nos meses de abril e maio. Fevereiro foi o mês com menor média de acessos por post, mas, em contrapartida, foi o mês com maior número de postagens (20) em todo o semestre.

Média de Acessos por posts no Site



Os dados foram extraídos na primeira semana de julho e podem acumular mais acessos.

Analisaremos agora as publicações mais acessadas por mês:

Matérias mais acessadas por mês

Janeiro

- 1- Boletim Semanal da Aedas: nova edição do Vozes do Paraopeba, PTR e jornada de lutas do MAB
- 2 – Anexo I.2: Programa de Transferência de Renda será reajustado em fevereiro devido ao aumento do salário-mínimo
- 3 – Rompimento em Brumadinho completa seis anos com semana de atividades; veja programação

Fevereiro

- 1 – Atingidos do Paraopeba enviam ofício conjunto solicitando a continuidade do PTR ou implementação de novo auxílio emergencial
- 2 – Em decisão unânime, desembargadores reconhecem direito à ATI para atingidos e determinam que a Vale custeie atividades além do Acordo
- 3 – Boletim Semanal da Aedas: tira-dúvidas sobre a Liquidação Coletiva, Balanço dos Anexos I.3 e I.4 e Histórias Atingidas

Março

- 1 – 14 de março: Atingidos da Bacia do Paraopeba protestam contra fim do PTR e violação de direitos
- 2 – Juiz determina a suspensão das ações que pedem indenização individual contra a Vale
- 3 – Vozes do Paraopeba – 40ª edição: Mulheres em defesa do Programa de Transferência de Renda (PTR)

Abril

- 1 – Novidades na Ação Civil Pública que discute o Auxílio Emergencial/PTR – Aedas
- 2 – Vale tenta suspender decisão que garante continuidade de auxílio financeiro às famílias atingidas pelo rompimento em Brumadinho
- 3 – Audiência Pública na ALMG debate a saúde das pessoas atingidas pelo rompimento em Brumadinho



Maio

1 – Boletim Semanal da Aedas: Ato em memória das joias, PTR e Liquidação Coletiva

2 – Recurso no TJMG pauta garantia da não redução do PTR e novo auxílio emergencial

3 – Comunidade Tradicional Ribeirinha da Rua Amianto, de Brumadinho, lança seu Protocolo de Consulta Livre, Prévia e Informada e um filme

Junho

1 – Nova Ação Civil Pública pela continuidade do Programa de Transferência de Renda (PTR)

2 – 3ª Rodada de Reuniões Intercomunitárias aprofunda debate sobre a governança dos Conselhos Locais em Brumadinho

3 – Cavalgada leva festa e tradição às ruas do Parque da Cachoeira, em Brumadinho.



7. Produções Audiovisuais

Os materiais audiovisuais produzidos pela Aedas Paraopeba têm como objetivo documentar, informar e sensibilizar sobre os danos causados pelo rompimento e as ações de reparação. Vídeos institucionais, depoimentos e coberturas de eventos compõem essa frente. Nesta seção, apresentamos os conteúdos produzidos e seu desempenho na plataforma do Youtube.

Mês	Vídeo	Visualização	Tempo de Exibição	Marcações como gostei	Comentários
jan	Balanço Plano de Trabalho parte 2	331	18,2	8	0
	Balanço de Atividades 2024	219	3,6	6	1
	Paraopeba em Movimento parte 1	349	12,1	10	1
	Paraopeba em Movimento parte 2	164	6,8	11	1
	Paraopeba em Movimento parte 3	125	5,0	9	0
	Paraopeba em Movimento parte 4PTR	336	14,1	11	1
fev	25 de janeiro: 6 anos	579	14,2	17	0
	Histórias Atingidas: Dona Regina e Anastácia	125	3,6	8	1
mar	RIs Anexo I.1 – Lista Prévia de Danos – R1	471	11,7	2	1
	RIs Anexo I.1 – Lista Prévia de Danos – R2	485	11,2	12	0
abr	Cidade das Crianças	66	1,5	8	0
	Formação em Direitos Humanos PCT	78	1,2	5	1
	História Atingida – Cristina	59	0,7	3	0
maio	Amianto	619	41,5	39	0
	História Atingida – Aranã	118	2,7	8	2
	Tesouros da Floresta	75	1,8	23	0
jun	Não foram publicados vídeos em junho	-	-	-	-

7.1. Entregas

Vídeos produzidos:

No primeiro semestre de 2025, foram produzidos 16 vídeos para o Youtube, 10 no Ciclo 07 (total de 3.186 acessos) e 06 no Ciclo 8 (total de 1.015 acessos).

7.2. Desempenho

Visualizações:

O vídeo mais acessado do semestre foi o filme Amianto, com 619 acessos, publicado em maio (Ciclo 8). O vídeo também foi destaque no tempo total de exibição (em horas) desde sua publicação, chegando a 41,5 horas e 39 marcações com “gostei”.



O segundo vídeo com melhor desempenho foi “25 de janeiro: 6 anos do rompimento da barragem em Brumadinho” com 579 visualizações, 17 marcações como gostei e 14,2 horas de tempo de exibição.



Outros vídeos chamaram a atenção pela interação do público nas marcações como gostei: vídeo da cobertura das reuniões intercomunitárias na Região 2 (Lista Prévia de danos) com 21 marcações e 471 visualizações.



Considerações Finais

O primeiro semestre de 2025 foi marcado por importantes avanços e conquistas na atuação da equipe de Comunicação da Aedas Paraopeba, reafirmando nosso compromisso com a escuta, o registro e a amplificação das vozes das pessoas atingidas pelo rompimento da barragem em Brumadinho.

Destacamos a campanha “Quanto Vale a Mineração Predatória”, que ecoou os relatos de 12 pessoas atingidas das regiões 1 e 2. A campanha teve ampla repercussão em nossos canais digitais — Instagram, YouTube e site — alcançando diferentes públicos e fortalecendo a narrativa das comunidades sobre os impactos danos causados pela mineração em suas vidas e contrastando com a propaganda da empresa poluidora, disputando o debate público sobre a reparação no território.

Neste semestre, também estivemos presentes, mais uma vez, em Brumadinho, no marco dos 6 anos do rompimento, realizando a cobertura da data com sensibilidade e respeito. Produzimos um vídeo-registro da atividade, programas de rádio e matérias para o jornal, além de mantermos a divulgação contínua das ações dos familiares das vítimas fatais, reforçando que “dia 25 é todo dia”.

