

O DEBATE SOCIOAMBIENTAL NO SÉCULO XXI: contribuições e perspectivas

Clarissa Melo Lima
Gilvan Charles Cerqueira de Araújo
(Organizadores)



Clarissa Melo Lima
Gilvan Charles Cerqueira de Araújo
(Organizadores)

**O DEBATE SOCIOAMBIENTAL NO SÉCULO XXI:
contribuições e perspectivas**



Brasília, Distrito Federal
2024

É proibida a reprodução total ou parcial desta publicação, por quaisquer meios, sem autorização prévia, por escrito, da Cátedra Unesco de Juventude, Educação e Sociedade.

The authors are responsible for the choice and presentation of information contained in this book as well as for the opinions expressed therein, which are not necessarily those of UNESCO and do not commit the Organization.

Grafia atualizada segundo o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990, que entrou em vigor no Brasil em 2009.

Coleção Juventude, Educação e Sociedade

Comitê Editorial: Geraldo Caliman (Coordenador), Célio da Cunha, Carlos Ângelo de Meneses Sousa, Gilvan Charles Cerqueira de Araújo, Renato Brito.

Conselho Editorial Consultivo: Esther Martínéz (Portugal), Azucena Ochoa Cervantes (México), Cristina Costa Lobo (Portugal), Marília Costa Morosini (PUCRS).

Capa / Diagramação: Nathan Belcavello de Oliveira.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Lumos Assessoria Editorial

E24 O debate socioambiental no século XXI : contribuições e perspectivas [recurso eletrônico] / organizadores Clarissa Melo Lima e Gilvan Charles Cerqueira de Araújo. – Brasília : Cátedra Unesco de Juventude, Educação e Sociedade : Universidade Católica de Brasília, 2024.
Dados eletrônicos (pdf).

Inclui bibliografia.
ISBN 978-65-6036-715-9

1. Gestão Ambiental. 2. Sociologia Ambiental. 3. Desenvolvimento Sustentável. 4. Educação Ambiental. I. Lima, Clarissa Melo. II. Araújo, Gilvan Charles Cerqueira de.

CDD23: 363.7

Bibliotecária: Priscila Pena Machado – CRB-7/6971
DOI: <http://doi.org/10.36599/caun-978-65-6036-715-9>

Cátedra Unesco de Juventude, Educação e Sociedade
Universidade Católica de Brasília, Campus I
QS 07, Lote 1, EPCT, Águas Claras 71906-700
Brasília – DF / Telefone: (61) 3356-9601



SUMÁRIO

- Apresentação** | 7
- Clarissa Melo Lima
Gilvan Charles Cerqueira de Araújo
- 1. Gestão Ambiental e Educação em Riscos em Escolas Ambientais nas Escolas: uma revisão bibliográfica** | 9
- Clarissa Melo Lima
Gilvan Charles Cerqueira de Araújo
Tito Ricardo Vaz da Costa
Ronaldo Ferreira da Silva
- 2. Prevenção de desastres como promoção à Igualdade Racial: uma contribuição possível a partir da Educação Ambiental** | 33
- Sergio Mauricio Costa da Silva Pinto
Nathan Belcavello de Oliveira
- 3. ‘Características da tarefa’: uma análise sobre a percepção dos teletrabalhadores da área de Tecnologia da Informação e Comunicação do Instituto Federal do Acre e da Universidade Federal do Acre** | 51
- Raimara Neves de Souza
Carlos André de Melo Alves
- 4. Estudo de caso na UnB: fatores inibidores e facilitadores ao fomento à inovação** | 73
- Pedro Ravizzini Furtado
Jonilto Costa Sousa
Pedro Henrique Rodrigues de Camargo Dias

5. Uma década de Economia Circular na Gestão | 97
Ambiental: mapeamento e análise da literatura

Eliana de Jesus Lopes

Maria do Socorro Vale

Francinalda Aragão Carneiro

6. Propostas de ação para reduzir a evasão e | 119
aumentar o ingresso nos cursos de Gestão Ambiental e do
Agronegócio da Faculdade UnB de Planaltina (FUP)

Alexandre Nascimento de Almeida

Ivonaldo Vieira Neres

Luiz Cláudio Costa Ferreira

Samila Neres Farias da Silva

7. Fontes emergentes de proteína de origem animal | 133
como alternativa de combate à desnutrição infantil

José Lopes Neto

Roberta Lomonte Lemos de Brito

Eliana de Jesus Lopes

8. Direito à Saúde: a invisibilidade da saúde mental | 157
da mulher brasileira encarcerada e a escassez de políticas
públicas

Francielle Caroline Zacarkin

Henrique Franco Morita

9. Drivers para a adoção de energias renováveis: | 177
review de tendências e desafios globais

Francinalda Aragão Carneiro

Eliana de Jesus Lopes

Flávio Albuquerque Ferreira da Ponte

10. Potencial energético de briquetes de casca de arroz | 199 em mistura com serragem de pinus

Sarah Cristinne Soares Calais

Ailton Teixeira do Vale

Clarissa Melo Lima

11. Acampamento Terra Livre 2024: relatos sobre o avanço recente da ofensiva contra os povos e direitos indígenas no Brasil | 215

Guilherme Rocha Câmara Parini

Clarissa Melo Lima

Tito Ricardo Vaz da Costa

12. Análise da Lei de Animais Comunitários: estudo de caso da Faculdade de Planaltina no Distrito Federal | 235

Larissa Santos Salgado

Luciana de Oliveira Miranda (*in memoriam*)

Clarissa Melo Lima

Iara Oliveira Fernandes

13. A implementação das políticas de saúde em nível federal para pacientes com diagnósticos de câncer | 257

Nátalyn Letícia Oliveira de Amorim

José Iturri de La Mata

Clarissa Melo Lima

Tito Ricardo Vaz da Costa

14. A plataforma Instagram como ferramenta para divulgação de conhecimento sobre sustentabilidade: a experiência do perfil @gestao.ambiental.unb | 289

Flávia Nogueira de Sá

Vitória Cristhina da Silva Santos

Júlia de Sousa Vale

15. Análise HAZOP de um novo sistema automatizado | 311
destinado ao aproveitamento das vísceras de tilápia do
Nilo para biocombustíveis

Francisco de Assis da Silva Mota

Antônio Bruno de Vasconcelos Leitão

Clarissa Melo Lima

Sobre a organizadora e o organizador | 341

Sobre as autoras e os autores por Capítulo | 343

Capítulo 14 |

A PLATAFORMA INSTAGRAM COMO FERRAMENTA PARA DIVULGAÇÃO DE CONHECIMENTO SOBRE SUSTENTABILIDADE – A EXPERIÊNCIA DO PERFIL **@gestao.ambiental.unb**

Flávia Nogueira de Sá¹

Vitória Cristhina da Silva Santos²

Júlia de Sousa Vale³

¹ Professora Adjunta da Universidade de Brasília (UnB). Brasília. Distrito Federal. Brasil. Doutora em Ecologia.

Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2619903294347515>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6135-4537>

Correio eletrônico: fnsa@unb.br

² Graduanda em Gestão Ambiental na Universidade de Brasília (UnB). Brasília. Distrito Federal. Brasil.

Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3678951045972141>

Correio eletrônico: vitoria.cristhina@aluno.unb.br

³ Graduanda em Gestão Ambiental na Universidade de Brasília (UnB). Brasília. Distrito Federal. Brasil.

Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1018581466001795>

Correio eletrônico: julia.vale@aluno.unb.br

INTRODUÇÃO

Com a pandemia da Covid-19 e seus lockdowns, houve uma mudança no uso dos espaços educacionais, sendo os espaços virtuais rapidamente ocupados (Caspari, 2022). Professores tiveram que diversificar os recursos educacionais e assim as redes sociais foram definitivamente incorporadas nos métodos de aprendizagem (Caspari, 2022).

As redes sociais representam uma forma de comunicação pela internet e referem-se a uma categoria de ferramentas e plataformas que facilitam o compartilhamento de informações, ideias, discussões, em diversas formas de conteúdo (como texto, vídeo, áudio e imagem), seja através de mensagens pessoais ou não, sempre de uma forma muito conveniente (Faizi *et al.*, 2013; Britannica, 2024).

Na verdade, este tipo de mídia já era onipresente e parte integrante da vida diária de milhões de pessoas em todo o mundo e tinha um grande impacto nos diferentes aspectos de nossas vidas pessoais e profissionais (Faizi *et al.*, 2013) antes mesmo da pandemia. Na última década, as redes sociais online (RSO) e as suas aplicações penetraram na nossa vida quotidiana, transformando o modo de vida dos jovens, ao mesmo tempo que se tornaram um dos mais importantes meios de comunicação e entretenimento (Zachos *et al.*, 2018). Em 2024, mais de 5 bilhões de pessoas ao redor do mundo usavam redes sociais e estima-se que o número de usuários chegue a quase 6 bilhões em 2028 (Statista, 2024). Provavelmente, por esses motivos, foram tão facilmente e rapidamente incorporadas nos processos educacionais.

As primeiras redes sociais surgiram no início da década de 1970 com o e-mail e os programas de chat. Mas foi no início do século 21 que surgiu o sítio mais popular de rede social, com bilhões de usuários ao redor do mundo, o Facebook (Britannica, 2024). Outras formas de redes sociais surgiram para o compartilhamento de tipos específicos de conteúdo, – como o exemplo do YouTube para compartilhar vídeos, o TikTok, para vídeos curtos e o LinkedIn para permitir conexão profissional (Britannica, 2024).

As redes sociais como ferramentas educacionais

Considerando que um grande número de utilizadores da Internet são jovens, potencialmente professores e estudantes (Faizi *et al.*, 2013) e que nos últimos anos, surgiram novas formas de procurar conhecimento utilizando redes sociais, tanto na aprendizagem formal como informal (Zachos *et al.*, 2018), pode-se dizer que as redes sociais já influenciam bastante a forma como se ensina e aprende (Faizi *et al.*, 2013). As RSO já são utilizadas como fonte de informação para estudantes de diferentes níveis.

Existe um amplo consenso na comunidade científica de que as mídias sociais têm o potencial de beneficiar e prejudicar crianças e adolescentes (OSG, 2023). Por essa razão, muito se discute sobre os efeitos negativos que o excesso de exposição às redes sociais causa nas pessoas, especialmente as mais jovens. Em função disso, muitos professores são reticentes ao uso dessas ferramentas no ensino. No entanto, trabalhos recentes têm mostrado que as redes sociais podem trazer benefícios para alguns jovens, proporcionando uma comunidade positiva e uma ligação com

O DEBATE SOCIOAMBIENTAL NO SÉCULO XXI

outras pessoas que partilham identidades, capacidades e interesses (OSG, 2023). Também tem se demonstrado o impacto positivo das RSO nos processos educativos, principalmente no ensino superior (Zachos *et al.*, 2018) e que, portanto, as redes sociais podem ser valiosas na interação entre professores e estudantes e no compartilhamento de conhecimento. Por exemplo, as RSO podem melhorar a comunicação entre alunos e entre professores e alunos (Rozen, 2018). Graças a estas tecnologias, os alunos, que frequentemente se queixam de estarem intimidados ou entediados com métodos tradicionais em sala de aula, podem interagir com colegas em questão de segundos. Outra grande vantagem do uso dos aplicativos de mídia social para fins educacionais é que eles promovem a colaboração, permitem que os alunos trabalhem juntos para alcançar um objetivo comum (Faizi *et al.*, 2013; Rozen, 2018).

No entanto, assim como acontece em outras redes sociais, juntamente com os seus vários usos e benefícios para os educadores, existem desafios potenciais. Desafios em função da distinção de conteúdos confiáveis, para evitar o discurso violento ou menos amistoso e a formação de comunidades com objetivos negativos são alguns deles (Carpenter *et al.* 2020). Em um trabalho de revisão para entender a qualidade da informação na comunicação por redes sociais Afful-Dadzie *et al.* (2023) concluíram que a natureza casual, sem regras e individualista das RSO explicam os diferentes níveis de qualidade da informação divulgadas, entre elas algumas falsas.

O Instagram

Criado em 2010, o Instagram é um serviço de rede social de compartilhamento de fotos e vídeos em que os usuários acessam o serviço por meio de um aplicativo ou interface da web. O aplicativo desde então tem crescido, tendo hoje mais de 1 bilhão de usuários por mês (Caspari, 2022). É conhecido por seus recursos visuais atraentes e interações sociais fáceis (Pratiwi; Suhermanto, 2023), o que facilita a formação de “comunidades” – um conjunto de usuários interessados em determinado tema. A rede social oferece mensagens privadas, a opção de marcar conteúdo com hashtags pesquisáveis e algumas diferentes formas de publicações, portanto de se expressar:

1. *Story*: permite o compartilhamento de momentos cotidianos e se aproximar de pessoas e ideias que possam interessar, através de fotos e vídeos que desaparecem em 24 horas (Instagram, 2024). Este recurso permite que indivíduos se comuniquem com outros usuários de maneiras que variam em privacidade e formalidade (Carpenter *et al.* 2020).
2. *Feed*: seção do aplicativo que reúne as atualizações de fotos e vídeos publicados em perfis que o usuário segue ou de outros sugeridos pelo aplicativo, que são relevantes de acordo que seus interesses. Podem contar até 10 fotos / vídeos por postagem de perfis pessoais ou 20, se perfil é comercial.
3. *Reels*: compartilhamento de vídeos de até 90 segundos criados no Instagram ou de outra forma. É considerada a melhor forma de criadores de conteúdo encontrar a sua

O DEBATE SOCIOAMBIENTAL NO SÉCULO XXI

comunidade, que é engajada e alinhada com interesses comuns (Instagram, 2024).

O Instagram é uma das redes sociais mais populares no mundo (Planer *et al.*, 2023; Pratiwi; Suhermanto, 2023), tendo sido escolhida como mídia social de informação e publicação por possuir recursos que permitem aos usuários atingir grandes públicos, além de interagir em tempo real (Pratiwi; Suhermanto, 2023), conforme mencionado. Também é mais frequentemente usado por um público jovem, tendo a maioria dos usuários entre 18 e 34 anos de idade (Dixon, 2022), grupo que tem crescido como consumidor de notícias em redes sociais (Unicef, 2021).

Provavelmente por estas razões, o Instagram também tem sido usado como uma ferramenta educacional por professores (Rozen, 2018; Carpenter *et al.*, 2020). Apesar de existirem alguns aspectos negativos sobre o uso desta rede social, como por exemplo a indicação de ter maior viés para as boas notícias de grande interesse, sem dar destaque às mais difíceis (Al-Rawi *et al.* 2021) e também de resultados de diversos estudos que sugerem uma forte ligação entre o intenso uso de redes sociais em geral e o aumento de depressão, ansiedade, solidão, tendências suicidas e sentimento de inadequação (Britannica, 2024), vantagens educacionais sobre a utilização das redes sociais ainda podem superar os fatos mencionados, além de aproximar estudantes e professores. O Instagram tem um aspecto interessante em relação à outras redes sociais de ser igualmente difusor de imagens e conteúdo. Apesar de ser uma plataforma predominantemente visual, com a possibilidade de inclusão de imagens, gráficos e até mesmo vídeos, também é possível inserir um texto embaixo do recurso visual e fazer uso das *hashtags* para direcionar o leitor

sobre a interpretação e posicionamento do autor (Hermida; Mellado, 2020). Outra característica interessante para o difusor de conteúdo é a possibilidade de comentar – e por isso poder interagir com os leitores – e, também, de repostar conteúdos através dos *Stories*. Neste sentido, Carpenter *et al.* (2020) reportou que uma das motivações para o uso do Instagram profissionalmente pelos professores seria a de olhar para ideias e conteúdos compartilhados por outros educadores, aprendendo com a sabedoria e experiência de outros educadores (Carpenter *et al.*, 2020). No entanto, deve-se lembrar que o compartilhamento de informações é um aspecto que merece atenção dos usuários, e o cuidado ao fazê-lo deve ser fortemente instruído pelos professores. Infelizmente, as redes sociais têm sido o principal meio para a difusão das informações falsas, especialmente nos últimos tempos com a chegada da Inteligência Artificial, que as cria e passam a diante. Os professores ou difusores de conteúdo devem sempre chamar atenção aos usuários sobre este cuidado e, também, orientar como buscar fontes seguras e confiáveis de informação. Por exemplo, Afful-Dadzie *et al.* (2023) invocaram que profissionais ou instituições de saúde se envolvam mais ativamente na comunicação para evitar a circulação de informação de má qualidade nessas mídias. Nesta mesma linha de pensamento, deixamos a sugestão que a informação deve ser adquirida em perfis/contas de profissionais ou instituições reconhecidas e que o número de seguidores não seja um parâmetro.

Por fim, é importante entender que, apesar da alta difusão das falsas notícias nas redes sociais, estas, inclusive o Instagram, ainda são usadas por instituições de educação (Pratiwi; Suhermanto, 2023), de ciência e até mesmo para o jornalismo sério

O DEBATE SOCIOAMBIENTAL NO SÉCULO XXI

e de qualidade (Hermida; Melado, 2020; Planer *et al.*, 2023). Por isso, mesmo profissionais da área da Educação concordam que as vantagens do uso da rede social Instagram compensam as dificuldades e desafios encontrados (Carpenter *et al.*, 2020).

Considerando a grande influência das redes sociais nos jovens, a coordenação do bacharelado em Gestão Ambiental da Universidade de Brasília (UnB) abriu um perfil no Instagram para aprimorar a comunicação com os estudantes e divulgar informações pertinentes ao curso. Neste capítulo, vamos apresentar nossa percepção sobre esta experiência e trazer resultados sobre como o perfil evoluiu e como vem influenciando os seus seguidores.

DESENVOLVIMENTO

Conforme mencionado anteriormente, as redes sociais hoje fazem parte do dia a dia das pessoas, especialmente os jovens. Em todo lugar, é comum ver as páginas de redes sociais nos celulares das pessoas ao longo de todo o dia para trocar mensagens, ver notícias, ou simplesmente passar o tempo (Budiwarman, 2021).

Atualmente, o planeta passa por uma crise climática e ambiental, sentida pelas enchentes, ondas de temperaturas extremas, entre outros eventos que são reportados em todas as partes do mundo. No ponto em que a crise se encontra, a solução não está mais nas mãos somente dos cientistas ou dos políticos,

mas sim é uma responsabilidade de todos. Muitas das ações que levam à proteção do planeta, são discutidas e tratadas no curso de Gestão Ambiental. Por isso, o conjunto dos seus professores representa uma fonte valiosa de conhecimento que hoje é tão importante ser assimilado no dia a dia das pessoas. Muitos educadores também usam o Instagram para organizar uma comunidade de interesses e objetivos em comum (Carpenter *et al.*, 2020). E este é um dos principais objetivos do perfil @gestao.ambiental.unb hoje: reunir pessoas interessadas em praticar os hábitos sustentáveis para divulgar informações e trocar ideias sobre isto. Ao mesmo tempo, os administradores do perfil acreditam que esta divulgação pode chamar a atenção de jovens que estejam em fase de escolha da profissão e, conhecendo melhor a importância e aspectos mais teóricos da sustentabilidade, possam escolher cursos com o viés ambiental.

Recentemente, os termos sustentabilidade e desenvolvimento sustentável se tornaram tópicos importantes em quase todas as atividades humanas (Geraldo; Pinto, 2020). Por isso, promover o conhecimento sobre sustentabilidade e os benefícios do desenvolvimento sustentável pode levar à sociedade compreender o que podemos fazer para se beneficiar e beneficiar o planeta (Geraldo; Pinto, 2020).

Muitos não sabem que o conceito de sustentabilidade não surgiu do movimento ambientalista, mas sim um produto de uma reação contra o radicalismo deste movimento, que não somente propunha limites ao crescimento econômico, como enfatizava a necessidade de uma regulação como forma de reduzir a degradação ambiental (Castro, 2004). O desenvolvimento sustentável foi colocado em evidência pelas Nações Unidas, por

O DEBATE SOCIOAMBIENTAL NO SÉCULO XXI

uma comissão que produziu o Relatório Brundtland, que o definia simplesmente como o desenvolvimento “que preenche as necessidades da geração presente sem comprometer as gerações futuras de preencherem suas necessidades” (Castro, 2004). Desde então, o conceito foi debatido em diferentes reuniões internacionais para que se chegasse a um formato mais preciso. Hoje o termo sustentabilidade se refere a um conceito que abrange três dimensões – a social, a econômica e ambiental (Budiwarman, 2021).

Sendo essas exatamente as três dimensões abordadas no curso de Gestão Ambiental, da UnB, hoje o nosso perfil se dedica mais frequentemente a divulgar o conhecimento na economia, no bem-estar social e o funcionamento dos sistemas naturais como forma a engajar seus seguidores, tornando-os cidadãos capazes de atuar de forma a contribuir com os objetivos globais de promover o bem-estar socioeconômico e ambiental (Geraldo; Pinto, 2020).

O perfil de Instagram do bacharelado em Gestão Ambiental da UnB – @gestao.ambiental.unb – foi criado em junho de 2021 e foi utilizado de forma não sistemática pela coordenação de curso até meados de 2022 para divulgar informações relacionadas aos trabalhos de professores e estudantes ou temas relacionados ao meio ambiente.

A demanda por uma maior profissionalização do perfil, com o intuito de aprimorar a comunicação do curso tanto com a comunidade interna quanto com a comunidade externa, surgiu pela coordenação seguinte, que avaliou que o uso da plataforma como ferramenta de comunicação estava muito aquém de suas possibilidades. Naquele momento foram discutidos vários

aspectos da presença virtual do curso, incluindo a definição de um público-alvo e a melhor plataforma para alcançar este público. Sobre o primeiro ponto, definiu-se que o projeto deveria ter dois públicos em mente: aquele prestes a ingressar em um curso universitário (o que inclui tanto jovens quanto adultos em busca de capacitação) e a comunidade do campus, incluindo estudantes, professores e técnicos.

A autora FNS deste capítulo, FNS e outro professor do curso formaram um grupo com estudantes interessados em contribuir para o perfil, discutindo-se inicialmente a definição de pautas de conteúdo, a criação de identidade visual e a elaboração de estratégias para alcançar público interno e externo à instituição.

Em um período de aproximadamente três meses (entre setembro e dezembro 2022) essa equipe se reuniu esporadicamente, estabelecendo ações prioritárias e começando a atuar como um projeto informal. Como resultado desta ação, no início de 2023 o perfil praticamente dobrou em número de seguidores (saindo de pouco mais de 300 para mais de 500), enquanto o engajamento cresceu de forma consistente, a taxa de interação mensal chegou a 400 usuários distintos sendo que, dentre estes, 100 não pertenciam ao grupo de seguidores do perfil do projeto. Além disso, a interação por postagem saltou de algumas dezenas para algumas centenas, por postagem, em um indicativo do sucesso das ações tomadas até aquele momento.

Em relação à plataforma de redes sociais para divulgação do curso, pode-se dizer que houve consenso quase imediato entre os membros da equipe sobre o uso do Instagram, mas chegou-se a discutir brevemente o uso do TikTok ou do LinkedIn. Este último

O DEBATE SOCIOAMBIENTAL NO SÉCULO XXI

foi descartado pela sua baixa adesão entre estudantes e professores do curso, enquanto o TikTok não foi considerado, tanto pela excessiva informalidade, quanto pelo uso exclusivo do vídeo como mídia de comunicação, acerca do qual acreditávamos demandar maior esforço e tempo para a criação de conteúdo.

Uma das primeiras modificações do grupo em relação ao perfil existente, foi sua transformação para um perfil comercial, além do seu próprio nome, passando de @gestao_ambiental_unb para @gestao.ambiental.unb. Essa mudança foi importante no contexto do Instagram, pois ela tornou o nome do perfil mais atraente do ponto de vista visual, facilitando tanto a sua digitação em quaisquer dispositivos, quanto a sua memorização. Além disso, as postagens no *Feed* em formato de carrossel, passaram a ter presente o logotipo da UnB, campus Planaltina e começaram a incluir um quadro final convidando o leitor a compartilhar o conteúdo. Essas ações marcaram o início da nova fase do perfil, tornando-o mais profissional e marcando a presença virtual do curso de Gestão Ambiental da Universidade de Brasília no Instagram.

Administradores de outros perfis que mantêm grande engajamento, mencionam que a frequência de postagens é um aspecto muito importante para um perfil no Instagram, pois ela tem um peso relevante no algoritmo que promove conteúdos na plataforma (alcançando mais usuários). Considerando esta demanda, a equipe se propôs a meta de manter três postagens semanais, sendo pelo menos uma como conteúdo novo para o *Feed* ou *Reels*. Desde então, essa meta tem sido mantida visando o crescimento contínuo do perfil. A equipe se reúne periodicamente para planejar as postagens do mês seguinte, considerando algum

fato de interesse ambiental ou conteúdo de sustentabilidade. Em função do tema de cada publicação, os estudantes do projeto são colocados em contato com os professores do curso para discutir a postagem e receber material atualizado para o conteúdo da publicação.

MATERIAL & MÉTODOS

Como o perfil @gestao.ambiental.unb é profissional, é possível ter acesso à diversos parâmetros sobre a sua performance e alcance das postagens. A seguir, apresentaremos algumas características sobre o alcance e seguidores do perfil, obtidos através da sessão “*insight*” no próprio aplicativo.

RESULTADOS & DISCUSSÃO

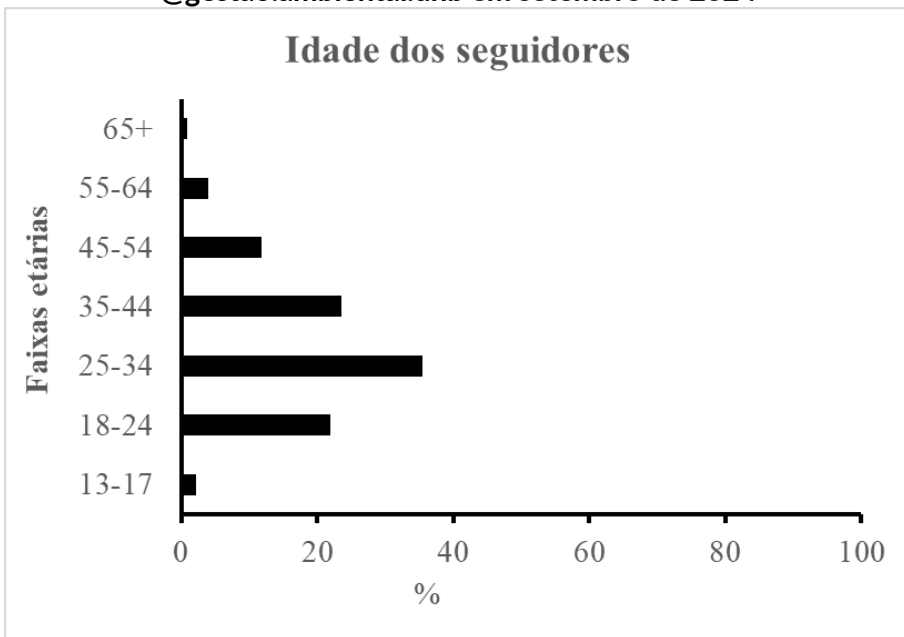
Desde sua criação até a redação deste texto (setembro de 2024), o perfil já fez 179 postagens entre publicações no *Feed*, *Stories* e *Reels*.

Em setembro de 2022, quando o perfil deixou de ser somente uma ferramenta da coordenação do curso e passou a ter a contribuição de estudantes do curso, tinha aproximadamente

O DEBATE SOCIOAMBIENTAL NO SÉCULO XXI

300 seguidores. Hoje são 1.851, número que passou a crescer mais intensamente em 2023 e 2024, depois que o perfil se tornou um projeto de Extensão, sendo registrado no sistema da Universidade de Brasília e tendo dois estudantes colaboradores bolsistas a cada ano. Os seguidores estão distribuídos em diferentes faixas etárias, desde adolescentes até idosos, apesar do maior público estar na faixa dos jovens adultos (Figura 1).

Figura 1. Distribuição das classes etárias de seguidores do perfil @gestao.ambiental.unb em setembro de 2024



Fonte: elaboração própria a partir de dados do Instagram (2024).

Apesar de alguns perfis terem uma identidade visual e/ou padrão de grade, características que supostamente podem atrair mais seguidores, houve uma tentativa no passado de criar uma identidade, mas como não houve consenso entre os participantes do projeto, a ideia foi abandonada para que cada membro do projeto pudesse ter liberdade de criar as postagens seguindo o

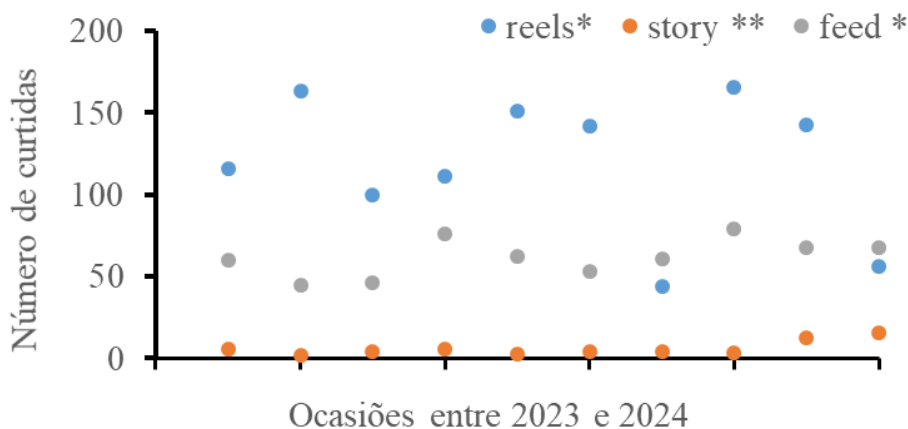
O DEBATE SOCIOAMBIENTAL NO SÉCULO XXI

Considerando os últimos três meses, o perfil teve mensalmente em média 16,27 mil visualizações e promoveu 593,33 interações. Destas interações, 70,8% aconteceram com os seguidores, mostrando que mesmo sem promover a publicação na rede social, ainda atingimos um bom número de não seguidores. Acreditamos que o aumento no número de seguidores e visualizações está relacionado ao maior número de postagens, além de serem feitas em uma periodicidade mais regular. Além das interações promovidas pelas postagens, frequentemente recebemos mensagens de usuários com dúvidas sobre o curso de Gestão Ambiental e especialmente de empresas e parceiros solicitando a divulgação de cursos na área, estágios e até oportunidades de emprego.

O padrão de visualização dos diferentes tipos de publicação é similar entre seguidores e não seguidores do perfil. Ambos visualizam mais frequentemente os *Stories*, seguido pela visualização dos *Reels*, seguidos pelo *Feed*. Por outro lado, encontramos diferenças significativas (teste Kruskal-Wallis, $P < 0,001$) no número de curtidas para cada um dos tipos de publicações. sendo o *Story* o tipo de publicação que gera significativamente menos curtidas e as publicações dos tipos *Reels* e *Feed* não se diferem significativamente (Figura 3).

Cada conjunto de 3 postagens na linha vertical representa um período de 3 dias: 1. dia postagem do *Reels*, 2. dia anterior à postagem do *Reels* em que um *Feed* e um *Story* tenham sido postados e 3. dia seguinte à postagem do *Reels* em que um *Feed* e um *Story* tenham sido postados. Número de asteriscos ao lado do tipo de publicação quando diferentes, indica diferença significativa no número de curtidas.

Figura 3. Número de curtidas de 3 tipos de publicações, *Reels*, *Story* e *Feed*, postadas em diferentes ocasiões



Fonte: elaboração própria a partir de dados do Instagram (2024).

CONCLUSÃO

O arqueologista Doutor Gino Caspari, administrador de um perfil com 128 mil seguidores menciona que conhecer a o tipo de conteúdo que sua audiência consome, além de identificar características da plataforma são as chaves para uma comunicação científica efetiva (Caspari, 2022). Esse trabalho é parte desse mesmo esforço para o perfil @gestao.ambiental.unb. O histórico do perfil e os resultados aqui reportados indicam que estamos no caminho para alcançar cada vez mais usuários da plataforma Instagram interessados no tema da Sustentabilidade. O conhecimento apresentado neste capítulo sobre o nosso perfil e como é acessado por seus usuários será empregado no futuro para

O DEBATE SOCIOAMBIENTAL NO SÉCULO XXI

tentar aumentar ainda mais, difundir nosso conteúdo e contribuir para o aumento de ações contra a crise que vivemos.

AGRADECIMENTOS

As autoras agradecem aos professores Luiz Felipe Salemi e Marco Aurélio Alves Barbosa por, juntamente com FNS, idealizarem o perfil estudado e pela parceria na administração e produção de conteúdo nos seus anos iniciais. Também agradecemos aos diversos estudantes que de alguma forma contribuíram com postagens ou ideias, em especial Amanda dos Santos Martins e Júlia Fontes Medeiros. Somos gratos à Extensão da Faculdade UnB Planaltina pelo auxílio financeiro ao projeto e ao Decanato de Extensão da Universidade de Brasília pelas bolsas PIBEX.

REFERÊNCIAS

AFFUL-DADZIE, E.; AFFUL-DADZIE, A.; EGALA, S. B. Social media in health communication: a literature review of information quality. **Health Information Management Journal**, Londres, v. 52, n. 1, p. 3-17, jan. 2023. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/1833358321992683>>. Acesso em: 10 out. 2024.

BUDIWARMAN, C. **Instagram and sustainability** – How Instagram users make sense of their engagement within the sustainability context on the platform. 2021. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Gestão Ambientais) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Gestão Ambientais, Departamento de Desenvolvimento Urbano e Rural, Faculdade de Recursos Naturais e Ciências Agrárias, Universidade Suéca de Ciências Agrárias, Uppsala, 2021. Disponível em: <https://stud.epsilon.nslu.se/17480/1/budiwarman_c_220120.pdf>. Acesso em: 6 nov. 2023.

BRITANNICA. **Encyclopedia Britannica: social media**. [s.l.]: Encyclopedia Britannica, 2024. Disponível em: <<https://www.britannica.com/topic/social-media>>. Acesso em: 5 ago. 2024.

CARPENTER, J. P.; MORRISON, S. A.; CRAFT, M.; LEE, M. How and why are educators using Instagram? **Teaching and Teacher Education**, [s.l.], v. 96, p. 103149, nov. 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.tate.2020.103149>>. Acesso em: 6 nov. 2023.

CASPARI, G. Instagram as a tool for archaeological science communication. **Digital Applications in Archaeology and Cultural Heritage**, [s.l.], v. 24, p. e00219, mar. 2022. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.daach.2022.e00219>>. Acesso em: 10 out. 2024.

CASTRO, C. J. Sustainable Development: mainstream and critical perspectives. **Organization & Environment**, Londres, v. 17, n. 2, p. 195-225, jun. 2004. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/1086026604264910>>. Acesso em: 10 out. 2024.

CRUZ, A. Atividades de extensão passarão a ser obrigatórias no currículo dos cursos de graduação. **Jornal da USP**, São Paulo, 14 fev. 2023. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/?p=608900>>. Acesso em: 6 nov. 2023.

DIXON, S. J. **Distribution of Instagram users worldwide as of April 2022**,

O DEBATE SOCIOAMBIENTAL NO SÉCULO XXI

by age and gender. [s.l.]: Statista, 2022. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/248769/age-distribution-of-worldwide-instagram-users/>>. Acesso em: 6 nov. 2023.

FAIZI, R.; EL AFIA, A.; CHIHEB, R. Exploring the potential benefits of using social media in education. **International Journal of Engineering Pedagogy**, Frankfurt, v. 3, n. 4, p. 50-53, 2013. Disponível em: <<https://doi.org/10.3991/ijep.v3i4.2836>>. Acesso em: 10 out. 2024.

FUNDO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A INFÂNCIA (UNICEF). **The Changing Childhood Project**: a multigenerational, international survey on 21st century childhood. New York: Unicef / Gallup, 2021. Disponível em: <<https://www.unicef.org/globalinsight/media/2266/file/UNICEF-Global-Insight-Gallup-Changing-Childhood-Survey-Report-English-2021.pdf>>. Acesso em: 6 nov. 2023.

GERALDO, G.; PINTO, M. D. S. The use of social media Instagram to disseminate sustainable information. **International Journal of Librarianship**, [s.l.], v. 5, n. 2, p. 4-12, 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.23974/ijol.2020.vol5.2.170>>. Acesso em: 6 nov. 2023.

HERMIDA, A.; MELLADO, C. Dimensions of social media logics: Mapping forms of journalistic norms and practices on Twitter and Instagram. **Digital Journalism**, Londres, v. 8, n. 7, p. 864-884, 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1805779>>. Acesso em: 6 nov. 2023.

INSTAGRAM. **Instagram**: Features. [s.l.], 2024. Disponível em: <<https://about.instagram.com/features>>. Acesso em: 10 out. 2024.

OFFICE OF THE SURGEON GENERAL (OSG). **Social media and youth mental health**: the U.S. surgeon general's advisory. Washington, DC: US Department of Health and Human Services, 2023. Disponível

em: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK594763/>>. Acesso em: 10 out. 2024.

PLANER, R.; SEIBERT, D.; GODULLA, A.; ÖTTING, H. L. Information vs. Presentation: Three Different Approaches to Media Organizations' Science Communication on Instagram. **Journalism and Media**, Basileia, v. 4, n. 4, p. 1114-1129, 2023. Disponível em <<https://doi.org/10.3390/journalmedia4040071>>. Acesso em: 10 out. 2024.

PRATIWI, E. T.; SUHERMANTO. Utilizing Instagram to build image building in schools. **Journal of Social Studies and Education**, Kraksaan, v. 1, p. 32-41, 2023. Disponível em: <<https://serambi.org/index.php/jsse/article/view/239>>. Acesso em: 10 out. 2024.

ROZEN, C. Teachers turn lessons into Instagram-worthy photos. **NPR**, [s.l.], 4 dez. 2018. Disponível em: <<https://www.npr.org/2018/12/04/670829785/teachers-turn-lessons-into-instagram-worthy->>. Acesso em: 6 nov. 2023.

ZACHOS, G.; PARASKEVOPOULOU-KOLLIA, E.-A.; ANAGNOSTOPOULOS, I. Social media use in higher education: A review. **Education Sciences**, Basileia, v. 8, n. 4, p. 194, 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.3390/educsci8040194>>. Acesso em: 6 nov. 2023.

O DEBATE SOCIOAMBIENTAL NO SÉCULO XXI