

## USO DA PLATAFORMA INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL INFORMAL: Estudo de caso do Curti o PET.

PEDRO EMILIANO FERRERO<sup>1</sup>; EMANUELLE DIAS SILVA<sup>2</sup>; ANELISE HOLZ<sup>3</sup>;  
PEDRO HENRIQUE SARAIVA CARDOSO<sup>4</sup>; EDUARDO DIAS FORNECK<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal do Rio Grande – [pedroeferrero@gmail.com](mailto:pedroeferrero@gmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal do Rio Grande – [emanuellediasga@gmail.com](mailto:emanuellediasga@gmail.com)

<sup>3</sup>Universidade Federal do Rio Grande – [aneliseholz1@gmail.com](mailto:aneliseholz1@gmail.com)

<sup>4</sup>Universidade Federal do Rio Grande – [conta2018cs@gmail.com](mailto:conta2018cs@gmail.com)

<sup>5</sup>Universidade Federal do Rio Grande – [eforneck@furg.br](mailto:eforneck@furg.br)

### 1. INTRODUÇÃO

De acordo com a Constituição Federal (BRASIL, 1988), tanto o Poder Público quanto a coletividade são responsáveis pela garantia de qualidade de um meio ambiente ecologicamente equilibrado. Desta forma, a Educação Ambiental (EA), entendida a partir da Política Nacional de Educação Ambiental (Lei nº 9.795/1999) como o processo através do qual os indivíduos da sociedade constroem consciência social e atitudes voltadas para a conservação do meio ambiente, torna-se necessária de ser promovida e disseminada às diferentes camadas da sociedade.

Neste sentido, um dos formatos estabelecidos para a EA, segundo Torres *et al.* (2022), refere-se à educação ambiental informal, sendo esta aquela exercida em vários âmbitos da vida social e na qual não existe compromisso com a sua continuidade. Ainda segundo os autores, as mídias sociais, como, por exemplo, a plataforma *Instagram*, tem ganhado destaque como ferramenta de sensibilização ambiental e educação ambiental informal.

Neste contexto, surge dentro do Programa de Educação Tutorial (PET) do curso de Tecnologia em Gestão Ambiental (TGA) da Universidade Federal do Rio Grande, campus São Lourenço do Sul (FURG-SLS), o projeto “Curti o PET”, visando promover, a partir de publicações na conta de *Instagram* do grupo PET (@pet\_tga), a divulgação científica dos assuntos relativos à área de meio ambiente, assim como as ações desenvolvidas pelo PET e pelo curso. O presente trabalho, tem por objetivo divulgar as estatísticas do *Instagram* do curso, assim como fazer uma revisão dos assuntos abordados na conta.

### 2. METODOLOGIA

Para a elaboração de conteúdos audiovisuais a serem divulgados, as tarefas são divididas entre os(as) bolsistas que participam do projeto *Curti o PET* e o tutor, existindo três funções fundamentais. A primeira, realizada pelo tutor, consiste na revisão dos conteúdos antes de serem publicados com o fim de garantir a qualidade das informações e realizar possíveis sugestões de complementação. No entanto, cabe destacar a autonomia dos(as) petianos(as) ao longo do processo de criação dos conteúdos. A segunda função é cumprida por uma bolsista fixa responsável pelo projeto e pelas publicações, sendo esta que transforma os conteúdos da forma escrita para elementos visuais que possam garantir a efetividade na comunicação das informações. A terceira função é feita por um grupo de bolsistas que de maneira voluntária aderem ao projeto com o objetivo de

produzir conteúdo propriamente dito daquilo que vai ser publicado, sendo atribuído a estes(as) o papel de fazer a pesquisa e produzir os textos.

Com relação ao processo de criação, este passa por cinco etapas, sendo elas: (i) escolha do tema a ser abordado; (ii) pesquisa em diferentes fontes (iii) elaboração de texto de autoria própria; (iv) revisão do conteúdo (pelo tutor) e (v) transformação da escrita em imagens e legenda a ser incluída na publicação. Posterior à fase de criação dos conteúdos, estes são publicados no *feed* da conta oficial do *Instagram* do grupo e compartilhados nos *stories* da mesma conta. Já no que se refere aos elementos visuais elencados, o projeto possui uma identidade visual própria, utilizando-se da ferramenta *Canva* para manter padrões de fonte e cores que mantenham esta identidade.

Para a elaboração deste trabalho, foi utilizada a ferramenta de *insights* do *Instagram* até o dia 13/09/2024, a partir da qual foi possível identificar alguns parâmetros como número de seguidores, interações e visualizações dos conteúdos e do perfil, proporção de seguidores e não-seguidores dentre aqueles que visualizaram o conteúdo, etc. Complementarmente, foi feita a comparação desses dados com os publicados pelo mesmo projeto no ano passado (HOLZ e PONTES, 2023).

Além disso, foi feita uma análise dos temas abordados no *feed* da conta nos últimos doze meses (de setembro de 2023 a setembro de 2024), classificando-os em quatro classes, sendo elas: (i) atualidades/notícias da área ambiental; (ii) divulgação de eventos e ações do grupo PET; (iii) gestão ambiental, onde são enquadrados temas de legislação ambiental, classificação de resíduos, instrumentos da gestão ambiental e temas afins e (iv) ecologia.

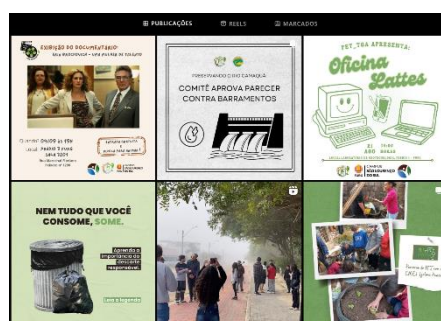
A partir das figuras 1 e 2, pode ser observada a apresentação da conta @pet\_tga no *Instagram*.

Figura 1. Visual da conta do grupo PET Gestão Ambiental (@pet\_tga).



Fonte: Os Autores.

Figura 2. Últimas publicações da conta do grupo PET Gestão Ambiental (@pet\_tga).



Fonte: Os Autores.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Quando se fala de redes sociais, especificamente no *Instagram*, um dos fatores a ser considerados é o número de seguidores da conta e como este tem variado ao longo do tempo. Quando comparados ao mesmo período do ano passado (setembro de 2023), o PET ganhou 66 seguidores (1017 contra 1083, contabilizados no dia 16/09/2024), ou seja, apresentou um crescimento de 6,5%.

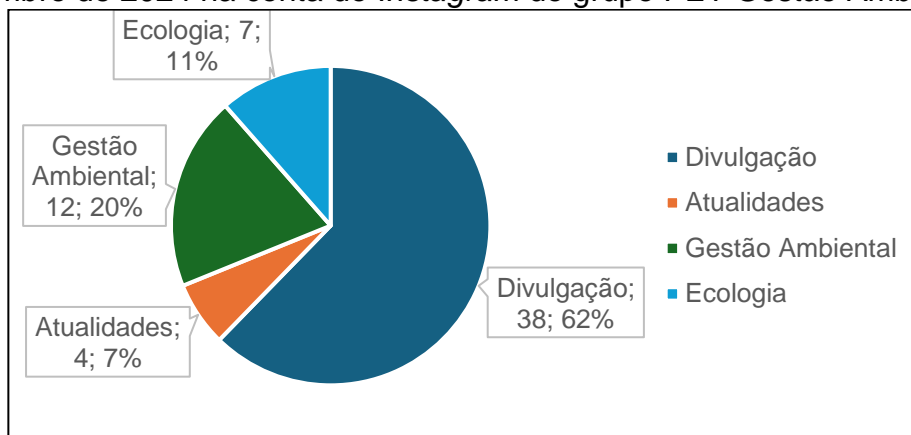
Já no que se refere ao alcance da conta, este apresentou valor consideravelmente mais significativo que o ano passado, passando de 609 para

1.569 contas alcançadas, representando um aumento de 157,6%. Isto, acredita-se que possa ter ocorrido em função do número de publicações totais da conta, que até setembro de 2023 se encontrava em 435 publicações e atualmente já se encontra em 500 (aumento de 14,9%).

Com relação aos conteúdos abordados, foram contabilizados para o período um total de 61 publicações, das quais 38 correspondem à divulgação de projetos, saídas de campo e ações promovidas pelo curso e pelo grupo PET, 12 são assuntos relacionados à gestão ambiental (licenciamento ambiental, instrumentos de gestão ambiental, etc.), 7 são assuntos relacionados à ecologia e 4 são referentes a notícias na área ambiental e atualidades.

A partir de uma abordagem comparativa, ainda com relação aos conteúdos publicados na conta, a relação pode ser observada a partir da figura 3, onde se encontra uma predominância de publicações no âmbito da divulgação de ações e eventos promovidos pelo grupo PET, o que reflete o alto número de ações e projetos que estão sendo levados adiante pelo grupo. Em segundo lugar, pode ser observado o assunto “gestão ambiental”, evidenciando o viés de formação e trabalho dos bolsistas.

Figura 3. Gráfico dos conteúdos abordados no período de setembro de 2023 a setembro de 2024 na conta do *Instagram* do grupo PET Gestão Ambiental.



Fonte: Os Autores.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

A partir do presente trabalho, foi possível constatar a importância das mídias sociais como ferramenta na promoção e divulgação da educação ambiental informal e da consciência climática. Nesse sentido, contas como a apresentada ao longo do presente estudo cumprem um papel fundamental na democratização de conteúdos elaborados a partir das vivências e aprendizados dos bolsistas do Programa.

Além disso, a ferramenta do *Instagram* tem se mostrado como um importante fator de divulgação dos eventos, palestras, processos seletivos e eventos promovidos pelo PET. Neste sentido, o planejamento a partir de um cronograma específico para as publicações, assim como as divisões das tarefas entre os bolsistas tem aumentado significativamente a produtividade da conta, além de melhorar os conteúdos e consequentemente o fator de impacto socioambiental das publicações.

Espera-se que o projeto possa continuar da maneira como está funcionando, tendo em vista que a partir da percepção interna dos petianos, assim como pelo aumento quantitativo nos fatores de *insights*, os conjuntos metodológicos utilizados têm se mostrado satisfatórios para os objetivos propostos pelo projeto. Por fim, o projeto se mantém aberto a eventuais mudanças que possam derivar de novas ideias e/ou sugestões, tanto internas quanto externas.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. [Constituição (1988)]. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF: Presidente da República, [2016].

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. Lei n.º 9.795, de 27 de abril de 1999. Diário Oficial da União, Brasília, 2000.

PONTES, A., HOLZ, A., **Curti Pet**. In: Mostra da Produção Universitária da Universidade Federal do Rio Grande, 22. 2023. Rio Grande. Disponível em: <https://mpu.furg.br/anais1/30-mpu-2023/238-1-19anais-mpu-2023-congresso-de-iniciacao-cientifica-cic>

TORRES, Kamila Maier Santos; KRELLING, Allan Paul; PEREIRA, Leandro Angelo; AFONSO, Taís Serpa. Do lixo ao luxo: o Instagram como ferramenta de Educação Ambiental sobre a poluição de resíduos sólidos em regiões praianas. **Revista Brasileira de Educação Ambiental (RevBEA)**, [S. l.], v. 17, n. 5, p. 85–98, 2022. DOI: 10.34024/revbea.2022.v15.13595. Disponível em: <https://periodicos.unifesp.br/index.php/revbea/article/view/13595>. Acesso em: 17 set. 2024.