

AVALIAÇÃO DO ALCANCE E INTERAÇÃO DIGITAL DO PROJETO GEOPARQUE PAISAGEM DAS ÁGUAS NAS REDES SOCIAIS

L Aidiner Rutz Trettin¹; Adriane Sampaio²; Dr. Adriano Luís Heck
Simon³

¹Universidade Federal de Pelotas1 – laidiner.trettin@hotmail.com

² Universidade Federal de Pelotas2 – adriane_amaral@hotmail.com

³ Universidade Federal de Pelotas3 - adrianosimon@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

As redes sociais digitais têm se consolidado como ferramentas fundamentais para comunicação, divulgação científica e engajamento comunitário. No contexto dos projetos de extensão e da valorização do patrimônio natural e cultural, o Instagram destaca-se pela sua ampla adoção e pelo formato visual atrativo. O Projeto Geoparque Paisagem das Águas (PGPA) utiliza essa plataforma como meio de difusão de informações, promoção de atividades e aproximação com a sociedade e comunidade local.

“O geoparque é um instrumento de promoção de desenvolvimento sustentável organizado em torno da geodiversidade (elementos abióticos da natureza e seus complexos ambientais), no qual ações de geoturismo e geoeducação, associadas com medidas de preservação ambiental (geoconservação), visam desenvolver um território por meio de uma perspectiva holística e integradora, do crescimento social pautado na preservação ambiental e no desenvolvimento econômico duradouro das comunidades, suas práticas, sua cultura e sua identidade (PGPA, 2025).”

Fora do ambiente acadêmico, é fundamental traduzir esses conceitos de maneira acessível, utilizando ferramentas como Instagram, para favorecer tanto a compreensão e engajamento da comunidade quanto a consolidação do projeto como um geoparque mundial, cuja chancela é concedida pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO), Sendo a visibilidade um dos pilares essenciais para a sua existência.

Além disso, estudos recentes reforçam o papel estratégico dos geoparques como instrumentos de integração entre ciência e sociedade, destacando sua relevância para a valorização da geodiversidade, do geoturismo e da geoeducação. Simon e Rudzewicz (2025), em artigo publicado na *Revista de Geomorfologia*, salientam que o Projeto Geoparque Paisagem das Águas constitui um exemplo de iniciativa interdisciplinar capaz de articular conservação ambiental, desenvolvimento sustentável e identidade territorial. Essa perspectiva evidencia que a comunicação eficiente, inclusive por meio de plataformas digitais como o Instagram, é fundamental para ampliar a visibilidade social e acadêmica de projetos dessa natureza.

A problemática que norteia este trabalho é compreender quais modelos de postagens no Instagram oficial do projeto (@geoparquepaisagemdasaguas) apresentam maior desempenho em termos de curtidas e alcance, de forma a subsidiar estratégias de comunicação mais eficazes. Assim, o objetivo é analisar o comportamento das métricas de engajamento de postagens do perfil oficial do PGPA, comparando diferentes formatos (imagens, carrosséis, reels e vídeos).

2. METODOLOGIA

A pesquisa adota uma abordagem quantitativa descritiva, fundamentada na análise de métricas digitais provenientes da ferramenta Instagram Insights, recurso que disponibiliza dados internos de engajamento das postagens. Segundo Recuero (2009, p. 24), “as métricas permitem observar como os atores sociais interagem e estabelecem conexões dentro das redes digitais, possibilitando compreender dinâmicas de visibilidade e engajamento”.

O recorte temporal definido corresponde ao período de seis meses (janeiro a junho de 2025), abrangendo todas as publicações realizadas no perfil oficial do PGPA.

As variáveis consideradas incluíram: tipo de postagem (imagem única, carrossel, reels e vídeo), número de curtidas, alcance, comentários e compartilhamentos, selecionadas por representarem indicadores relevantes de engajamento em redes sociais. Como destacam Fragoso, Recuero e Amaral (2011, p. 52), “o estudo das interações em mídias sociais demanda a sistematização de dados que expressem práticas de uso e participação dos sujeitos”.

A coleta dos dados foi realizada diretamente na plataforma, sendo os registros transferidos e sistematizados em planilhas para fins de organização e tabulação. Em seguida, os dados foram tratados por meio de estatística descritiva, possibilitando a construção de tabelas comparativas acerca do desempenho entre os diferentes formatos de postagem. Nesse sentido, Primo (2013, p. 17) ressalta que “a análise quantitativa das interações em ambientes digitais deve ser acompanhada de uma leitura crítica sobre os contextos comunicacionais em que os dados são produzidos”.

A fundamentação metodológica apoia-se em autores que discutem a mensuração de interações em mídias sociais digitais como ferramenta para análise de práticas comunicacionais, especialmente no contexto institucional (RECUERO, 2009; FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011; PRIMO, 2013; SILVA; KRAEMER, 2020). Para Silva e Kraemer (2020, p. 88), “as métricas de alcance e engajamento funcionam como indicadores da eficácia comunicacional das organizações no ambiente digital”.

3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Os resultados iniciais evidenciaram diferenças significativas entre os formatos utilizados nas postagens, como demonstrado na Tabela 1, que consolida as métricas médias aproximadas observadas ao longo do período analisado.

Tabela 1 – Desempenho médio das postagens no Instagram

Métrica	Valor Médio Aproximado	Interpretação Principal
Alcance	1.962	Número médio de perfis únicos que visualizaram as postagens.
Comentários	3	Baixa interação qualitativa; necessidade de estímulo a diálogos.

Compartilhamentos	17	Forte nos posts comemorativos e institucionais, indicando valorização simbólica.
Curtidas	95	Boa aceitação do público, especialmente em carrosséis e postagens com fotos de pessoas.
Visualizações	3.100	Reels e vídeos curtos concentram maior visibilidade.

Autor, 2025;

A análise dos dados específicos de três formatos distintos — reels, post estático e carrossel/evento está sistematizada na Tabela 2 e evidencia padrões relevantes de desempenho.

Tabela 2 – Comparativo de desempenho entre formatos de postagem

Métrica	Post. Reels (aniversário de Pelotas)	Post. Estático (Dia do Geógrafo)	Post. Carrocel (Seminário de Turismo)
Visualizações	6.411	4.656	4.833
Contas alcançadas	4.032	3.289	2.325
% Não seguidores (views)	55,90%	72%	75%
Interações totais	270	159	175
Curtidas	192	108	152
Comentários	16	3	10
% Seguidores (interações)	62,60%	77,20%	60,10%

Autor, 2025;

Conforme observado na Tabela 2, os reels apresentaram maior alcance e volume de visualizações, confirmando seu potencial para ampliar a visibilidade do conteúdo junto a públicos não seguidores. Este formato é particularmente eficaz para atrair novos perfis ao perfil institucional.

Os carrosséis, por sua vez, demonstraram maior taxa média de curtidas e interações, sugerindo maior engajamento afetivo com conteúdo de caráter informativo e visualmente atrativo, como na divulgação de eventos e seminários.

Já os posts estáticos, apesar de ainda gerarem interações, apresentaram desempenho inferior em comparação aos demais formatos, principalmente em termos de compartilhamentos, comentários e alcance. Essa diferença reforça a tendência de maior atratividade de conteúdo multimídia e dinâmicos.

O impacto dessa análise reside na possibilidade de otimizar a estratégia de comunicação digital do PGPA, contribuindo para sua maior visibilidade, atração de

novos públicos e consolidação de seu papel como ferramenta de educação científica e valorização territorial.

4. CONSIDERAÇÕES

O estudo evidencia que a escolha do formato das postagens influencia diretamente o engajamento do público. Enquanto os reels potencializam o alcance e a visibilidade, os carrosséis favorecem interações mais consistentes, e os compartilhamentos se concentram em conteúdos com maior apelo informativo ou simbólico.

Portanto se torna essencial a diversificação dos formatos de postagem, com ênfase na produção de vídeos curtos (reels), que têm demonstrado maior capacidade de alcance e visibilidade. A interação com a comunidade local pela abordagem de terminologias de fácil compreensão em cenários que tenha ligação com o público e o PGPA pode ser um método.

Essas estratégias alinham-se aos objetivos do projeto, reforçando o uso das redes sociais como ferramentas eficazes de divulgação científica, educação ambiental e valorização do patrimônio natural e cultural.

As análises reforçam o papel das redes sociais como instrumentos de divulgação científica e valorização do patrimônio natural e cultural, alinhando-se aos objetivos do PGPA

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. Métodos de pesquisa para internet. Porto Alegre: Sulina, 2011.

PRIMO, Alex. Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2013.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SILVA, Ana Cláudia; KRAEMER, Carlos. Métricas de engajamento em mídias sociais: uma análise da comunicação institucional no ambiente digital. *Revista Comunicação Midiática*, Bauru, v. 15, n. 2, p. 80-95, 2020.

Instituto de Ciências Humanas. *Projeto Geoparque Paisagem das Águas* (2023-2027). Universidade Federal de Pelotas. Disponível em: <https://institucional.ufpel.edu.br/projetos/id/u6720>. Acesso em: 27 ago. 2025.

SIMON, Adriano Luís Heck; RUDZEWICZ, Laura. Projeto Geoparque Paisagem das Águas: estratégia de desenvolvimento sustentável para o território do Estuário da Lagoa dos Patos (Brasil). *Revista de Geomorfologia*, v. 2, n. 1, p. 1-6, jul. 2025.