



## PROJETO GUARIBA: CONECTANDO PESSOAS AOS PRIMATAS POR MEIO DAS REDES SOCIAIS

Ywara Geovana Costa Campos<sup>1</sup>; Pamela Hanna Rocha<sup>2</sup>; Thabata Calvacante<sup>3</sup>;  
Robério Freire-Filho<sup>4</sup>.

1 Universidade Federal do Piauí (UFPI); [ywarageovana6@gmail.com](mailto:ywarageovana6@gmail.com) ; 2 Universidade Federal do Piauí (UFPI) [hah6pam@gmail.com](mailto:hah6pam@gmail.com); 3 Universidade Federal de Pernambuco(UFPE); [thabcaval@gmail.com](mailto:thabcaval@gmail.com); 4 Universidade Federal do Piauí (UFPI); [roberio.freirefilho1988@gmail.com](mailto:roberio.freirefilho1988@gmail.com)

### RESUMO

Este trabalho analisou o desempenho do perfil do Projeto Guariba no Instagram, com foco no engajamento do público, no impacto dos formatos de conteúdo e no perfil demográfico dos usuários. Foram avaliadas 67 publicações, incluindo *reels*, fotografias e *cards* informativos, no período de janeiro de 2024 a janeiro de 2025. Os resultados indicaram que os *reels* obtiveram o maior número de visualizações (74.378), enquanto os *cards* informativos destacaram-se pelo alto índice de compartilhamentos (786). O público engajado foi composto majoritariamente por mulheres (63,90%) e jovens adultos entre 25 e 34 anos (43,60%), refletindo tendências observadas em outras iniciativas de divulgação científica. A análise demonstrou que a combinação de conteúdos educativos e emocionalmente impactantes é eficaz para promover a conscientização ambiental e a conservação da biodiversidade. Conclui-se que as redes sociais são ferramentas poderosas para aproximar a ciência da sociedade, mas é essencial adaptar as estratégias de comunicação às preferências do público e às tendências das plataformas digitais. O Projeto Guariba, ao utilizar essas ferramentas de forma estratégica, contribui significativamente para a educação ambiental e a proteção de primatas ameaçados de extinção.

**Eixo temático:** Tecnologias digitais e o Ensino de Ciências e Biologia

**Palavras-chave:** Redes sociais, Educação ambiental, *Instagram*, Projeto Guariba, Conscientização ambiental

### ABSTRACT

This study analyzed the performance of the Projeto Guariba's Instagram profile, focusing on audience engagement, the impact of content formats, and user demographics. A total of 67 posts, including reels, photographs, and informational cards, were evaluated from January 2024 to January 2025. The results showed that reels achieved the highest number of views (74,378), while informational cards stood out for their high share rate (786). The engaged audience was predominantly female (63.90%) and aged between 25 and 34 years (43.60%), reflecting trends observed in other science



communication initiatives. The analysis demonstrated that combining educational and emotionally impactful content is effective in promoting environmental awareness and biodiversity conservation. It is concluded that social media is a powerful tool for bridging the gap between science and society, but it is essential to adapt communication strategies to audience preferences and digital platform trends. By strategically using these tools, Projeto Guariba significantly contributes to environmental education and the protection of endangered primates.

**Keywords:** Social media, Environmental education, *Instagram*, Projeto Guariba Environmental awareness

## INTRODUÇÃO

As redes sociais emergiram como um dos principais vetores de disseminação de informação no século XXI, transformando a maneira como o conhecimento é compartilhado e consumido. As redes de comunicação virtual têm oportunizado esse acesso mais simplificado, possibilitando ao cidadão comum o acesso à informação nos mais diferentes suportes (Corrêa, 2011).

Essa democratização do acesso ao conhecimento tem o potencial de promover a educação científica de forma mais inclusiva e acessível, permitindo que um público amplo e diversificado se engaje com questões relevantes para a sociedade. Nesse sentido, usar as mídias sociais para compartilhar pesquisas de maneira mais acessível é recomendado para envolver a população em discussões com outros cientistas e para promover a compreensão pública da ciência (Sousa, 2023).

A Educação Ambiental é uma prática interdisciplinar que contribui para a formação de cidadãos críticos, conscientes de sua responsabilidade social e ambiental (Figueiredo: Souza, 2021). As plataformas de divulgação *online* não apenas contribuem para a educação formal, mas também oferecem novas estratégias e ferramentas para promover a reflexão e a ação em prol da sustentabilidade (Jacobi, 2000; Navas et al., 2020) essa abordagem permite que informações sobre conservação da biodiversidade e sustentabilidade alcancem um público diversificado e engajado em pautas socioambientais.



As plataformas de mídias sociais podem contribuir para a disseminação de conteúdos em educação ambiental (Figueiredo; Souza, 2021) tendo em vista que oferecem ferramentas dinâmicas e interativas que facilitam a transmissão de conhecimentos. Ao proporcionar uma interface direta entre pesquisadores e a população, as redes virtuais tornam-se instrumentos eficazes para a divulgação de ideias de conscientização sobre ciência e conservação, contribuindo para a formação de uma sociedade mais informada e participativa em ações de cunho socioambiental.

O Projeto Guariba é uma iniciativa voltada para o desenvolvimento de pesquisas e promover conservação de espécies de primatas ameaçadas de extinção no nordeste do Brasil. Por meio de seu perfil em uma plataforma digital, o projeto não apenas divulga descobertas científicas, mas também busca engajar o público na proteção desses animais e de seus habitats, destacando a importância da conservação da biodiversidade.

Portanto, o presente trabalho teve como objetivo analisar o desempenho do perfil do Projeto Guariba em uma rede social, avaliando seu engajamento na divulgação científica e na promoção da conscientização ambiental.

## METODOLOGIA

Para a realização deste estudo, foram analisadas publicações realizadas na plataforma *Instagram* (@projetoguariba) no período de janeiro de 2024 a janeiro de 2025. As publicações incluíram diferentes formatos de conteúdo, como *reels*, fotografias e cards informativos, com o objetivo de avaliar o engajamento e o alcance do perfil do Projeto Guariba.

Foram observadas as principais métricas de interação, como o número de curtidas, comentários, compartilhamentos e, no caso dos *reels*, o total de visualizações. Esses dados foram coletados diretamente da plataforma, utilizando tanto as informações disponíveis em cada postagem quanto os recursos oferecidos pelo *Instagram Insights*, que fornece análises detalhadas sobre o desempenho das publicações.



Além das métricas de engajamento, foram utilizados os dados demográficos disponibilizados pelo *Instagram Insights*, que incluem informações sobre a idade e o gênero dos usuários que interagiram com o perfil (*insights* dos últimos 30 dias de atividade no perfil). Esses dados permitiram compreender o perfil do público que consome o conteúdo da página, identificando possíveis tendências e preferências relacionadas ao tipo de material compartilhado.

Todos os dados coletados foram organizados e planilhados em uma base estruturada no *Microsoft Excel*, permitindo a categorização e a análise sistemática das informações. Para facilitar a interpretação dos resultados, os dados foram transformados em gráficos, que possibilitaram a visualização clara de padrões e tendências.

A análise gráfica incluiu a comparação do desempenho entre os diferentes formatos de conteúdo (*reels*, fotografias e cards informativos). Essa abordagem metodológica permitiu uma avaliação abrangente do impacto das publicações do Projeto Guariba no *Instagram*, contribuindo para a compreensão de como as redes sociais podem ser utilizadas de forma eficaz para a divulgação científica e a conscientização ambiental.

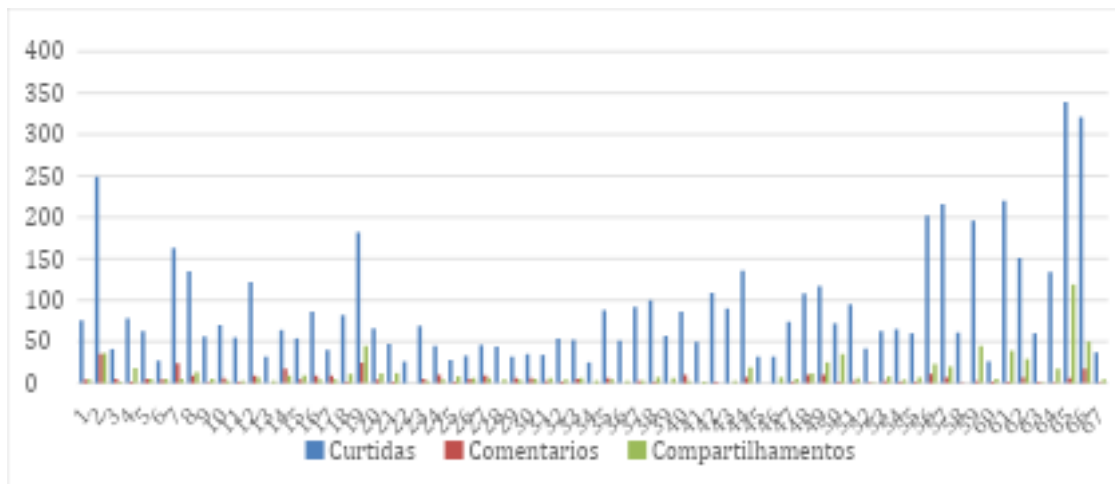
## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Após a coleta e análise dos dados, foram avaliadas 67 publicações realizadas no período de amostragem. As principais interações observadas (Figura 1) totalizaram 5.893 curtidas, 356 comentários, 786 compartilhamentos e, no caso dos *reels*, 74.378 visualizações. Esses números indicam um engajamento considerável do público com o conteúdo compartilhado pelo Projeto Guariba, especialmente em relação aos *reels*, que se destacaram com um volume expressivo de visualizações.

Esse resultado sugere que o formato audiovisual, por sua natureza dinâmica e atrativa, tem maior potencial de alcance e impacto, alinhando-se às tendências atuais de consumo de conteúdo nas redes sociais (Alves, 2022). Além disso, o número de compartilhamentos, que superou o de comentários, demonstra que o público não apenas

interage com as publicações, mas também as dissemina, ampliando o alcance do projeto e reforçando seu papel na divulgação científica e na conscientização ambiental (Santos; Lima, 2021).

**Figura 1:** Gráfico analítico relacionando as interações avaliadas



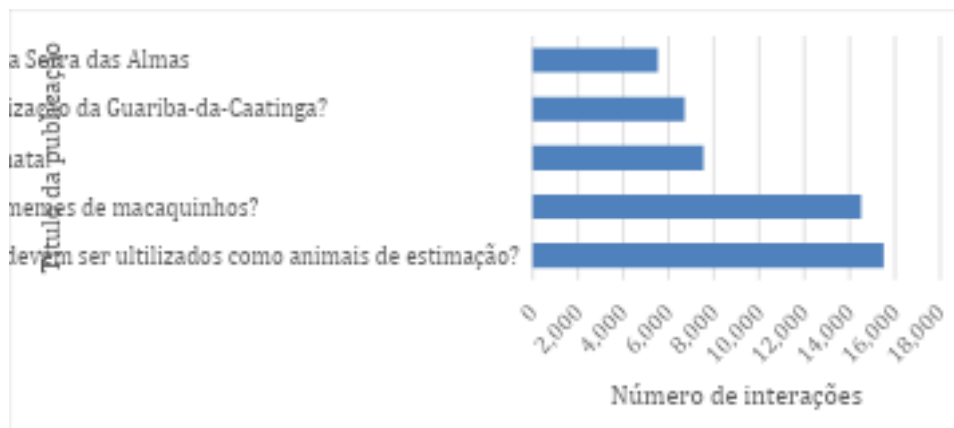
Fonte: Autores (2025)

A análise das interações também revelou que, embora as curtidas tenham sido a métrica mais frequente, o número de comentários foi relativamente menor, o que pode indicar que o público tende a engajar de forma mais passiva, preferindo expressar apoio por meio de curtidas em vez de participar de discussões mais aprofundadas. Esse comportamento é comum em plataformas como o *Instagram*, onde a interação rápida e visual é priorizada (Ferreira *et al.*, 2023). No entanto, o alto número de visualizações nos *reels* e o volume significativo de compartilhamentos sugerem que o conteúdo do Projeto Guariba está gerando interesse e engajamento, mesmo que de forma menos discursiva. Esses resultados reforçam a importância de adaptar as estratégias de comunicação às preferências do público, utilizando formatos que maximizem o alcance e a disseminação das informações científicas (Rocha, 2020).

Dentre as publicações analisadas, destacaram-se cinco que obtiveram o maior número de interações: dois *reels* e três *cards* informativos (Figura 2). Os conteúdos

dessas publicações variaram entre temas recorrentes na internet, como o *post* "Por que primatas não devem ser utilizados como animais de estimação?", e registros diretos de animais em vida livre, como o *reel* "Guariba-da-Caatinga na Serra das Almas". Essa diversidade de abordagens demonstra a importância de equilibrar conteúdos educativos com materiais que despertem empatia e conexão emocional, estratégias essenciais para engajar o público em causas ambientais (Dias, 2021).

**Figura 2:** Publicações com números de interações

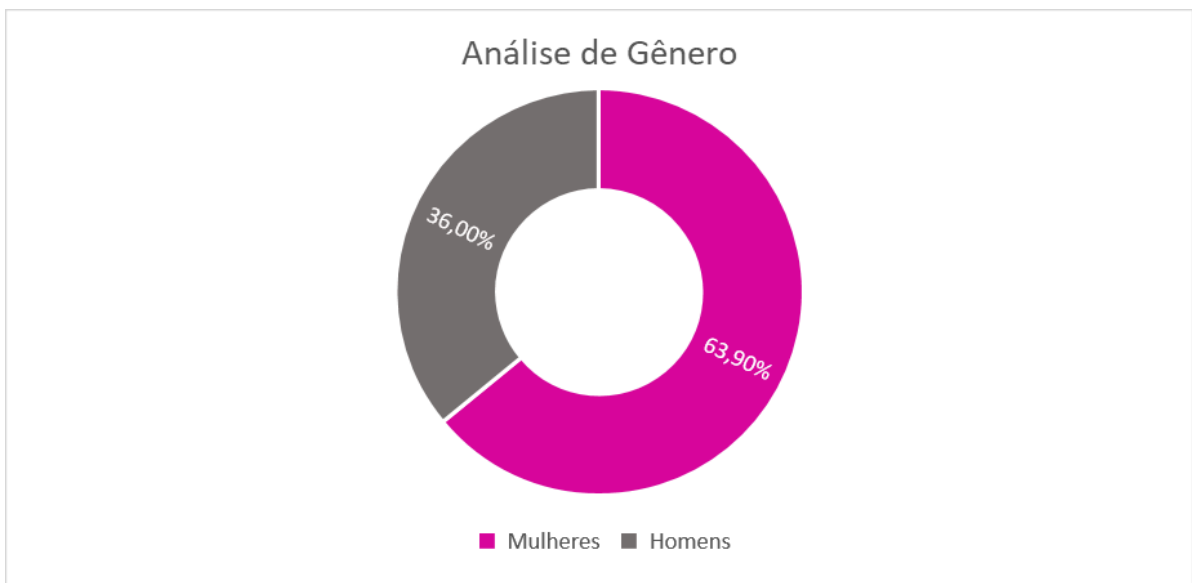


Fonte: Autores (2025)

O *card* informativo "Por que primatas não devem ser utilizados como animais de estimação?" obteve um alto número de compartilhamentos e comentários, indicando que temas polêmicos e de conscientização geram maior engajamento discursivo. Esse tipo de conteúdo, ao abordar questões éticas e científicas de forma clara e acessível, permite que o público reflita sobre práticas comuns, mas prejudiciais à conservação da biodiversidade (Silva; Oliveira, 2022). Já os *reels*, como o "Guariba-da-Caatinga na Serra das Almas", destacaram-se pelo número expressivo de visualizações e curtidas, reforçando a eficácia do formato audiovisual para transmitir a beleza e a importância dos primatas em seus habitats naturais. Esse tipo de conteúdo não apenas informa, mas também emociona, criando uma conexão afetiva entre o público e as espécies retratadas (Carvalho *et al.*, 2023).

A análise do perfil dos usuários que consomem o conteúdo da página do Projeto Guariba no Instagram revelou uma predominância de mulheres, representando 63,90% do público engajado, enquanto os homens corresponderam a 36% (Figura 3). Esse resultado está alinhado com estudos que indicam uma maior participação feminina em iniciativas relacionadas à conservação ambiental e à educação científica (Rodrigues; Fernandes, 2021). A maior presença de mulheres pode ser atribuída ao fato de que elas tendem a demonstrar maior interesse e engajamento em causas socioambientais, além de serem mais ativas em plataformas de redes sociais voltadas para temas educativos e de conscientização (Lopes *et al.*, 2022).

**Figura 3:** Análise de gênero do público que consome os conteúdos da página

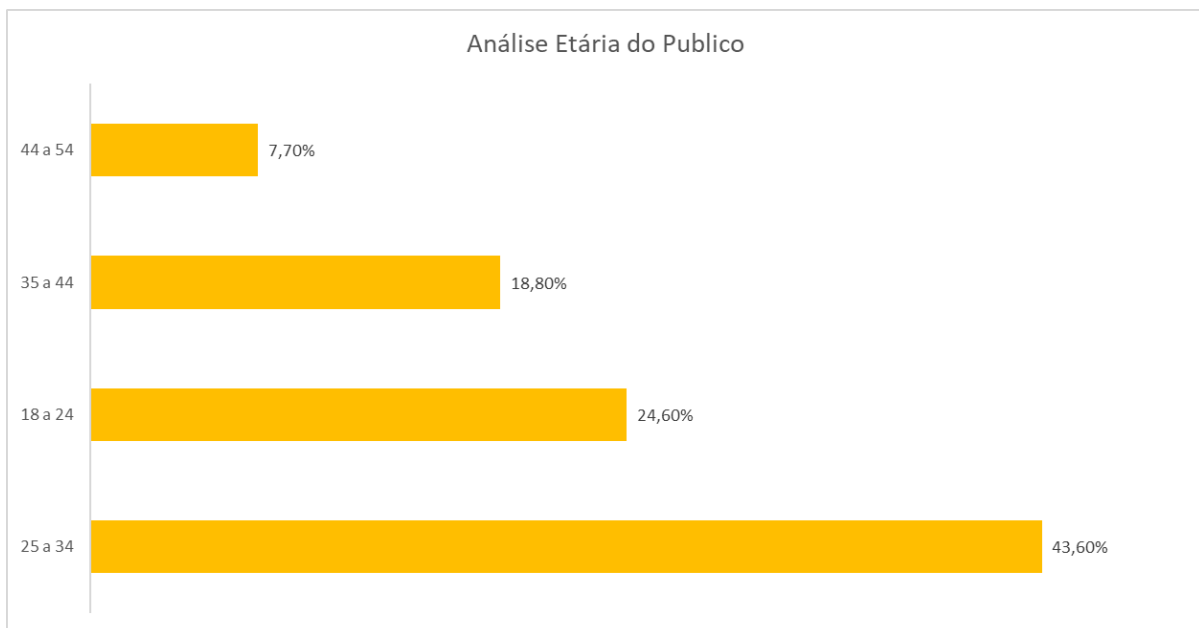


Fonte: Autores (2025)

Em relação à faixa etária (Figura 4), observou-se que a maior parte do público está entre 25 e 34 anos, representando 43,60% dos usuários. Esse dado reflete uma tendência observada em outras iniciativas de divulgação científica, nas quais jovens adultos demonstram maior interesse por conteúdos que combinam informação e entretenimento (Costa; Alves, 2020). A predominância dessa faixa etária pode ser explicada pelo fato

de que indivíduos nessa idade estão mais propensos a buscar informações que contribuam para sua formação pessoal e profissional, além de estarem mais familiarizados com o uso de redes sociais como ferramentas de aprendizado e engajamento (Santos; Pereira, 2023).

**Figura 4:** Análise etária do público que consome os conteúdos da página



**Fonte:** Autores (2025)

Esses resultados destacam a importância de adaptar as estratégias de comunicação do Projeto Guariba para atender às preferências e necessidades do seu público principal.



A predominância de mulheres e jovens adultos sugere que o conteúdo deve ser desenvolvido de forma a reforçar a conexão emocional e a relevância prática das informações compartilhadas, utilizando linguagem acessível e formatos que facilitem a interação e o compartilhamento (Mendes; Silva, 2022). Além disso, a compreensão do perfil demográfico do público permite direcionar campanhas futuras de forma mais eficaz, maximizando o impacto das ações de divulgação científica e conservação ambiental.

## **REFERÊNCIAS**

- ALMEIDA, R. M.; COSTA, F. R. Estratégias de comunicação para a conservação da biodiversidade. *Revista Brasileira de Educação Ambiental*, v. 12, n. 4, p. 112-125, 2020.
- ALVES, M. C. Redes sociais e divulgação científica: estratégias para engajamento. São Paulo: Editora Ciência Moderna, 2022.
- CARVALHO, L. P.; SOUZA, M. A.; FERNANDES, T. R. O papel do conteúdo audiovisual na sensibilização ambiental. *Ciência e Conservação*, v. 8, n. 2, p. 67-80, 2023.
- CORRÊA, E. C. D. Os artigos científicos em tempos de Web 2.0: uma reflexão teórica. *Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis*, v. 17, n. 1, p. 42-58, jan./jun. 2012.
- COSTA, M. A.; ALVES, R. C. Divulgação científica para jovens adultos: estratégias e desafios. *Revista de Comunicação e Tecnologia*, v. 11, n. 2, p. 34-49, 2020.
- DIAS, M. C. Educação ambiental e engajamento nas redes sociais. São Paulo: Editora Sustentabilidade, 2021.
- FERREIRA, R. S.; COSTA, L. M.; SILVA, T. R. O impacto dos reels no engajamento de perfis científicos no Instagram. *Revista de Comunicação e Tecnologia*, v. 15, n. 2, p. 45-60, 2023.
- JACOBI, P. Meio ambiente e redes sociais: dimensões intersetoriais e complexidade na articulação de práticas coletivas. *Revista De Administração Pública*, 34(6), 131 a 158, 2000.
- LOPES, T. R.; SOUZA, A. M.; FERREIRA, G. H. Engajamento feminino em causas ambientais: um estudo sobre redes sociais. *Educação e Sustentabilidade*, v. 13, n. 4, p. 78-92, 2022.



**IX ENCONTRO REGIONAL DE ENSINO DE BIOLOGIA - NORDESTE**  
**"EDUCAÇÕES E BIOLOGIAS: pluralidade de abordagens e interseção dos espaços educativos"**  
Universidade Federal do Delta do Parnaíba - UFDPAr  
19, 20, 21 e 22 de Março de 2025

MENDES, L. C.; SILVA, R. M. Estratégias de comunicação para públicos específicos em redes sociais. *Comunicação e Sociedade*, v. 17, n. 3, p. 112-125, 2022.

ROCHA, P. A. Educação ambiental e redes sociais: desafios e oportunidades. Curitiba: Editora Sustentabilidade, 2020.

RODRIGUES, P. L.; FERNANDES, M. C. Mulheres e conservação ambiental: um estudo sobre participação e engajamento. *Revista Brasileira de Educação Ambiental*, v. 10, n. 1, p. 45-60, 2021.

SANTOS, A. B.; LIMA, C. D. A democratização do conhecimento científico por meio das mídias digitais. *Ciência e Sociedade*, v. 10, n. 3, p. 78-92, 2021.

SANTOS, E. M.; PEREIRA, T. L. O papel das redes sociais na formação de jovens adultos. *Ciência e Sociedade*, v. 12, n. 3, p. 67-80, 2023.

SILVA, J. R.; OLIVEIRA, M. T. A importância da comunicação científica para a conservação de primatas. *Primatologia em Foco*, v. 7, n. 1, p. 34-48, 2022.