

REDES SOCIAIS: DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES QUE CONECTAM ESTILO DE VIDA AOS ODS DA AGENDA 2030

Marcela Carlini Pedroso; Paola Pires Gusmão;
Ana Paula Branco do Nascimento (Dra.)

Universidade São Judas Tadeu
Ciências Biológicas, Mooca e
prof.ananascimento.usjt.br



Introdução

A sustentabilidade nas cidades é um desafio global que requer uma abordagem multisetorial. Em 2015, a Organização das Nações Unidas (ONU) estabeleceu os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), 17 objetivos interconectados com 169 metas que visam erradicar a pobreza, proteger o meio ambiente e promover o bem-estar global até 2030. Para isso, é essencial alinhar as dimensões social, ambiental e econômica da sustentabilidade.

Entre os ODS, destacam-se o ODS 11, que trata de "Cidades e Comunidades Sustentáveis" e o ODS 13, "Ação contra a Mudança Global do Clima". Suas metas, 11.7 e 13.3, respectivamente, enfatizam a importância dos espaços verdes para a promoção da qualidade de vida e a mitigação dos impactos climáticos. Além disso, a meta 4.7 do ODS 4 ("Educação de Qualidade") reforça a necessidade de disseminar conhecimento sobre sustentabilidade e estilos de vida conscientes (ONU, 2015).

As redes sociais têm se consolidado como ferramentas para veicular informações sobre sustentabilidade, conectando indivíduos e instituições a práticas sustentáveis. Estudos mostram que projetos educativos que utilizam redes sociais, como os realizados com a hashtag #huertoescolar, destacam-se por promover a educação ambiental, incentivar o trabalho colaborativo e fomentar uma alimentação saudável nas escolas (Álvarez-Herrero et al., 2021). Além disso, iniciativas como a análise de hashtags relacionadas ao lixo marinho (#lixomarinho e #marinelitter) revelam o potencial das redes para engajar a população em práticas pró-ambientais, conectando indivíduos ao meio ambiente e gerando empatia para ações concretas (Torres et al., 2022).

Na esfera acadêmica, universidades também têm utilizado as redes sociais para divulgar suas práticas de sustentabilidade e engajar stakeholders, ampliando a conscientização e promovendo uma cultura sustentável na sociedade (Di Tullio et al., 2021). Esses exemplos reforçam o papel essencial das redes sociais como ferramentas educacionais, alinhadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Neste contexto, nosso estudo investiga como a divulgação no Instagram pode promover a conscientização sobre a Agenda 2030 e engajar públicos diversos.

Objetivos

Divulgar informações sobre ODS da Agenda 2030 por meio das redes sociais, abordando temas como espaços verdes, cidades e mudanças climáticas. E neste sentido, analisar interações e engajamento no Instagram, que refletem o interesse por temas ligados a estilos de vida saudáveis e sustentabilidade

Metodologia

A pesquisa foi conduzida de forma interdisciplinar, integrando análise de dados, gestão de redes sociais e atividades práticas em hortas urbanas. A primeira etapa foi o levantamento de Referências e Planejamento: revisão de literatura sobre os ODS 4, 11 e 13, e estudos relacionados à divulgação de informações em redes sociais. Na segunda etapa, a gestão do perfil no Instagram (@ods.sustentabilidade), o qual foi estruturado com publicações organizadas semanalmente e aprovadas pela orientadora, em três categorias, conforme demonstra o Quadro 1.

Quadro 1. Organização das postagens no Instagram @ods.sustentabilidade.

Dia da Semana	Tipo de postagem	Conteúdo principal	Objetivo da postagem
Segunda-feira	Carrosséis sobre "VII Relatório Luz da Sociedade Civil da Agenda 2030"	Abordar o andamento das metas, informações, Perguntas sobre cada ODS postada	Incentivar o consumo sustentável e conscientizar sobre a importância da Agenda 2030
Quarta-feira	Posts educativos sobre artigos científicos obtendo curiosidades	Contar um pouco sobre o que o artigo científico trás e interagindo a natureza com saúde e a urbanização	Educar e ampliar o conhecimento globalmente científico
Sexta-feira	Vídeos com dicas práticas de sustentabilidade para questões diárias	Dicas, reforçando práticas individuais e em grupo, buscando sempre um consumo consciente	Engajar seguidores com conteúdo lúdico e prático, conectando teoria e prática

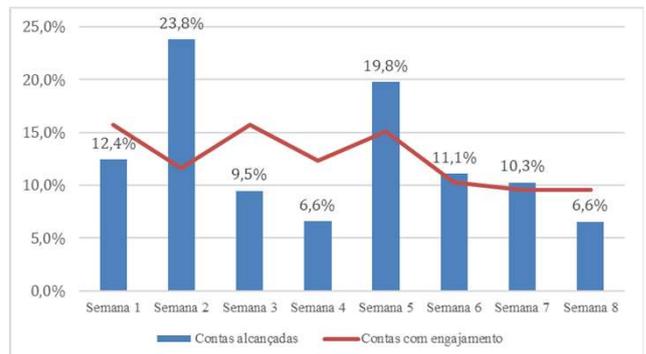
Fonte: Autoras, 2024.

Resultados

O perfil conta com 719 seguidores, sendo 96% do Brasil, 37,9% de São Paulo, e uma predominância de mulheres (71,4%). A análise semanal de engajamento entre 30/09 e 25/11 mostrou flutuações nas métricas, conforme apresentado na Figura 1.

As postagens em formato de vídeos (Reels), iniciadas em 04/10/2024, apresentaram maior engajamento, sendo mais atrativas por seu conteúdo direto e dinâmico, quando comparados aos posts com informações textuais. As publicações sobre o VII Relatório Luz (a partir de 01/07/2024) e artigos científicos (23/10/2024) também geraram engajamento, mas em menor escala, devido ao formato mais textual. Isso evidencia a preferência do público por conteúdos visuais e interativos.

Figura 1. Contas alcançadas por semana, com três posts e seus respectivos engajamento, de acordo com a rede social Instagram.



Autoras, 2024.

Conclusões

O uso estratégico das redes sociais mostrou-se relevante na divulgação de informações sobre os ODS e promoção de estilos de vida sustentáveis. O formato visual e lúdico foi o mais eficiente em engajar o público, reforçando a importância de adaptar o conteúdo às preferências dos usuários para alcançar maior impacto. A pesquisa contribui para o debate sobre o papel das redes sociais na educação ambiental e no alcance das metas da Agenda 2030.

Bibliografia

- Álvarez-Herrero, J.F., Urrea-Solano, M., Martínez-Roig, R. Sustainability and education through social networks. Presence and visibility of the school garden on Twitter, Facebook and Instagram. International Journal Of Educational Research And Innovation, 2021.
- Di Tullio, P., La Torre, M., Rea, M.A. Social Media for Engaging and Educating: From Universities' Sustainability Reporting to Dialogic Communication. Adm. Sci. 2021, 11, 151, 2021.
- ONU (2015). Transformando Nosso Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. Disponível em: <https://www.un.org>.
- Romana, M., Richter, M.F., Ramos, L.A. Educação Ambiental e Sustentabilidade nas Redes Sociais. Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental, 2023.
- Silva, L.L., Issberner, L.R., Rodrigues, F.A. Slow Fashion, Economia Circular E Criativa Para A Sustentabilidade Ambiental Na Moda: O Papel Dos Serviços De Redes Sociais Online. Mix Sustentável - v.8 | n.4 | p.39-48 -2022
- Torres, K.M., Krelling, A.P., Pereira, L.A., Afonso, T.S. 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 - v. 17, n 5: 85-98, 2022.
- Verdugo, G.B., Villarroel, A. Measuring the association between students' exposure to social media and their valuation of sustainability in entrepreneurship. Heliyon, 2021.

Agradecimentos

Apoio do Instituto Ânima