

Uso de redes sociais como ferramenta para o ensino de compostagem doméstica

The use of social media as a tool for teaching domestic composting

RESUMO

Cecília Paulina Johann Dammann
cecilia.j.dammann@gmail.com
Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Dois Vizinhos, Paraná, Brasil

Marina Celant De Prá
marinapra@utfpr.edu.br
Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Dois Vizinhos, Paraná, Brasil

Jean Carlos Fries
Jean.c.fries@gmail.com
Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Dois Vizinhos, Paraná, Brasil

Felipe Moura Dias
felipe.fmd7@gmail.com
Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Dois Vizinhos, Paraná, Brasil

A compostagem apresenta-se como uma alternativa viável de reciclagem de resíduos orgânicos. Mas, como ferramenta de conscientização, torna-se necessária a utilização de novos métodos, considerando o atual uso massivo de redes sociais. Assim, objetivou-se a utilização da rede social Instagram como uma nova ferramenta de conscientização quanto à compostagem. Primeiramente, foi elaborada uma identidade visual ao projeto, seguida da criação de um perfil. Posteriormente, foi realizado um sorteio para aumentar o alcance do mesmo, e um teste para determinar o horário que as publicações atingem o público mais eficientemente. De acordo com os dados, infere-se que o maior alcance ocorreu entre as 18 e 20 horas. Para determinar se a iniciativa da criação da conta foi válida, foram coletados dados referentes ao perfil dos seguidores (gênero, idade e localização). A predominância foi mulheres (72%), e indivíduos com idade entre 25 e 34 anos (38%). Os locais com maiores acessos foram Dois Vizinhos e Francisco Beltrão (29.1%), havendo também acessos em outras regiões, além de países como Itália e Estados Unidos. A proposta da criação do perfil para conscientização foi e está sendo válida, comprovada pela interação e aumento constante de seguidores.

PALAVRAS-CHAVE: Instagram. Conscientização. Perfil.

ABSTRACT

Composting presents itself as a viable alternative for recycling organic waste. But, as an awareness tool, it is necessary to use new methods, considering the intense use of social media. Thus, the objective of this work was to use the social media Instagram as a new awareness tool regarding composting. First, a visual identity for the project was developed, followed by a Instagram profile creation. Then, a composting unit was raffled to increase the page reach, and also a test to determine what is the best time to post on Instagram. The results showed that the best time to post was between 6 pm and 8 pm, because it was obtained better public engagement. Other data were collected regarding the profile of the followers (gender, age and location). The predominance was women (72%), and individuals aged between 25 and 34 years (38%). The places with the highest access were Dois Vizinhos city and Francisco Beltrão city (29.1%), with accesses in other regions and countries, *i.e.* Italy and the United States of America. The proposal to create an Instagram profile to raise awareness about composting was and is being valid, proven by the interaction and constant increase of followers.

KEYWORDS: Instagram. Awareness. Profile.

Recebido: 19 ago. 2020.

Aprovado: 01 out. 2020.

Direito Autoral: Este trabalho está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.



INTRODUÇÃO

Um dos maiores desafios ecológicos que a humanidade enfrenta hoje é a quantidade de lixo gerado no mundo atrelado à sua destinação imprópria. Segundo dados do Panorama dos Resíduos Sólidos no Brasil, produzido pela ABRELPE (2019), em 2018, a geração total de lixo no Brasil foi de 216.629 toneladas/dia, o que corresponde a 79 milhões de toneladas por ano. Dessa quantidade massiva de resíduos de todos os tipos, 40.5% foram destinados incorretamente a aterros controlados e vazadouros (popularmente conhecidos como lixões), sendo os 59,5% restantes destinados a aterros sanitários.

Segundo o Ato administrativo normativo que institui o Plano Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) (BRASIL, 2012), os resíduos orgânicos representam cerca de 50% de todo o lixo doméstico produzido. Ainda, não existem seções de reciclagem de orgânicos difundidas no país a ponto de serem consideradas suficientes para gerir os mesmos. Assim, inevitavelmente, essa quantidade massiva acaba tendo destinação, na melhor das hipóteses, em aterros sanitários, o que contribui cada vez mais para a sua superlotação.

Considerando então, ao que tange o Art. 9º do PNRS (BRASIL, 2012), que afirma que, antes de se dispor o resíduo, deve-se seguir a ordem de prioridades de reduzir, reutilizar e reciclar; surge a compostagem doméstica, como uma estratégia viável para o gerenciamento e tratamento dos resíduos orgânicos domésticos. O processo consiste na degradação aeróbia da matéria orgânica, tendo como produtos resultantes biofertilizantes sólido e líquido ricos em nutrientes, viáveis para a adubação de plantas no geral; e como subprodutos gás carbônico e água (PEREIRA NETO, 1996). Mesmo este sendo um processo altamente eficaz e extremamente simples de ser realizado nas residências, não é muito praticado, por não ser muito difundido.

Assim, com o objetivo de fomentar a compostagem doméstica, surge na UTFPR Câmpus Dois Vizinhos, a idealização de um projeto, denominado “ORGANOTEC - a composteira da UTFPR-DV”, visando ser uma ferramenta de conscientização e sensibilização quanto à reciclagem de resíduos orgânicos pela prática da compostagem (Dammann et al., 2019). Considerando que tais ferramentas tornam as pessoas conscientes do impacto negativo ambiental que os resíduos podem trazer, pode-se afirmar que estas são iniciativas válidas. Isso porque, a partir de sua conscientização, elas aderem a variados movimentos em prol do meio ambiente.

Hoje, com a chegada da internet, mídias digitais e redes sociais, os métodos comumente utilizados para conscientização - como palestras, oficinas e outras mídias físicas - podem ser classificados como obsoletos. As novas gerações não têm muito interesse nos mesmos, voltando seu foco e atenção para o mundo on-line. Com isso, surge a necessidade de modernizar também os métodos e ferramentas de conscientização e sensibilização, a fim de aumentar a eficiência e alcance dos mesmos.

Dentre as possibilidades de redes sociais e mídias digitais existentes, o Instagram mostra-se como uma das escolhas mais competentes para se tornar uma ferramenta de conscientização, por ela ser considerada hoje uma das redes sociais mais utilizadas. Foi realizado, em 2019, um Relatório de Tendências de Mídia Social. A partir da análise dos 50 principais perfis de marcas atuais, pôde-se

afirmar que o Instagram supera em interações, engajamento e tamanho total de audiência o Facebook, outra conhecida rede social (SOCIALBAKERS, 2019).

Dessa forma, a fim de tornar o processo da compostagem mais conhecido, e, conseqüentemente, mais pessoas o realizarem e contribuïrem para o aumento da vida útil de aterros sanitários, surge o objetivo deste trabalho: utilizar o Instagram como uma nova forma de conscientização e sensibilização quanto à reciclagem de resíduos orgânicos, a partir da publicação de materiais que ensinem de forma simples todos os parâmetros do processo da compostagem.

MATERIAL E MÉTODOS

O primeiro passo para o desenvolvimento deste trabalho foi a utilização do software Canva para a elaboração de sua identidade visual. Com a finalização das artes que iriam compor o logotipo e a base para as publicações, criou-se um perfil comercial na rede social Instagram, denominado @organotec. Após a primeira publicação, realizada no dia 24 de junho de 2020, foi realizado um planejamento de postagens e a busca dos interesses do público sobre o tema.

Diariamente, novos materiais foram trazidos à plataforma. Entre eles, imagens postadas no *feed* (linha do tempo da plataforma), *stories* (vídeos curtos de 15 segundos que ficam disponíveis somente por 24 horas) e tópicos etiquetados (*tags*). As principais *tags* criadas e postadas no *feed* foram:

- a) #P&R, de Perguntas e Respostas, onde dúvidas sobre a compostagem são esclarecidas e ocorre interação entre os usuários e administradores do perfil;
- b) #TBT, do inglês, *ThrowBack Thursday*, onde ações presenciais já realizadas são lembradas e divulgadas para a comunidade;
- c) #Pode e #NãoPode, onde é esclarecido quais são os principais alimentos e resíduo que podem ou não podem ser compostados;
- d) #OrganotecEnsina, onde é ensinado aos seguidores como construir composteiras e são informados dados técnicos sobre compostagem;
- e) #Participe, onde os usuários enviam fotos de suas composteiras para serem publicadas;
- f) #Você Sabia?, onde são publicadas curiosidades sobre o processo da compostagem.

Como estratégia para aumentar o alcance e atingir o público interessado pelo assunto, foi realizado o sorteio de uma composteira feita pela ORGANOTEC a partir de materiais reutilizados, juntamente com uma porção de minhocas californianas, húmus e biofertilizante líquido. Os critérios para a participação do sorteio foram: seguir o perfil, curtir a publicação oficial do sorteio e comentar na foto oficial o nome de usuário de um amigo no Instagram. A deliberação do usuário ganhador do prêmio ocorreu a partir de uma ferramenta própria para a realização de sorteios desse cunho, onde o aplicativo escolheu aleatoriamente um comentário dentre todos os feitos na foto oficial.

A fim de descobrir o horário que gerava maior visibilidade às publicações, realizou-se um teste de três semanas, no qual em cada semana as publicações foram feitas em um determinado horário:

- a) na primeira semana, entre as 18 horas e 20 horas;
- b) na segunda semana, entre as 16 horas e 18 horas;
- c) na terceira semana, entre as 11 horas e 13 horas.

Por fim, a partir da taxa de acessos no perfil, pôde-se adquirir dados referentes à faixa etária, gênero e localização do público, horários com mais acessos às publicações e o crescimento gradativo de seguidores do perfil.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para que a ORGANOTEC pudesse ser migrada para as mídias digitais, primeiramente, foi necessário desenvolver novas artes para o projeto, com o foco na elaboração de uma identidade visual. Essa identidade foi elaborada de forma que tivesse elementos que remetesse à compostagem, ao mesmo tempo que chamasse atenção. Assim, decidiu-se pela utilização de fundos e temas aquarelados, com o intuito de trazerem cor, mas de forma suave e agradável. Abaixo, na Figura 1, uma imagem do logotipo produzido:

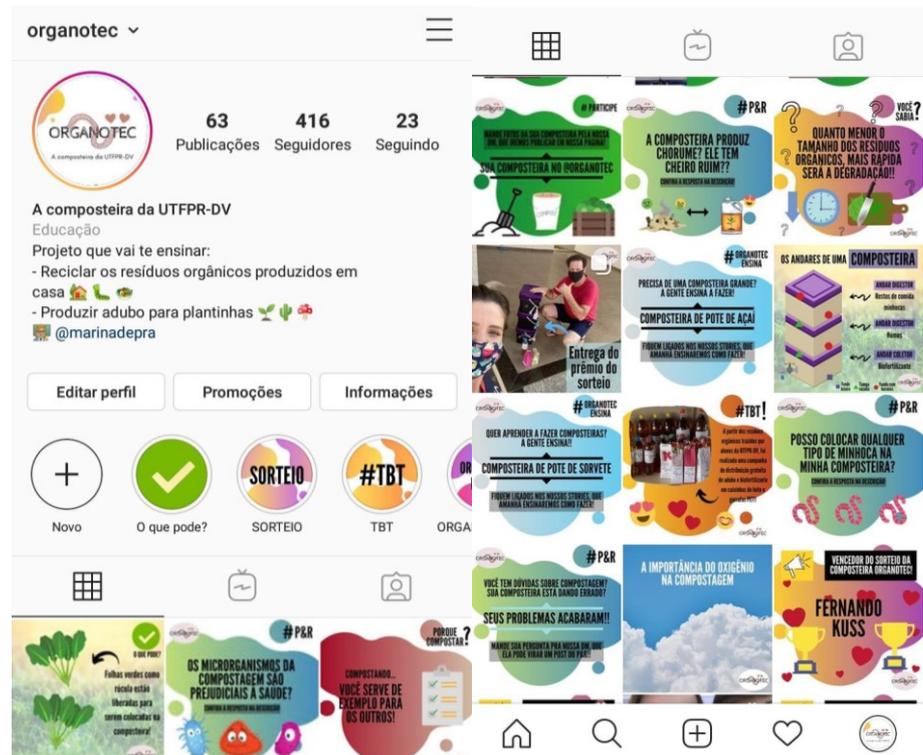
Figura 1 – Logotipo da ORGANOTEC



Fonte: Autoria própria (2020).

A partir da elaboração da identidade visual do projeto, que seria a base para a criação de todas as publicações, criou-se um perfil educativo na rede social Instagram, @organotec, de forma que se iniciassem as postagens. A divulgação inicial trouxe para o perfil os primeiros seguidores. Abaixo, na Figura 2, uma imagem atual do perfil @organotec, apresentando alguns exemplos das tags e postagens realizadas durante este trabalho.

Figura 2 – Perfil do Instagram da ORGANOTEC



Fonte: Autoria própria (2020).

É possível observar que o perfil busca tornar o processo da compostagem atrativo e didático (Figura 2), mantendo uma identidade visual além de instigar os seguidores a desenvolverem suas próprias composteiras. Estão apresentados, na Figura 2, alguns exemplos das *tags* criadas: *Você Sabia?*; *TBT*; *Participe*; *Perguntas e Respostas*; etc.

Para alcançar um número maior de usuários interessados no tema, teve-se a ideia de realizar-se um sorteio. A partir deste sorteio, houve uma expansão considerável: este permaneceu ativo por 21 dias, e trouxe para o perfil 282 novos seguidores.

O perfil do Instagram da ORGANOTEC foi elaborado como um perfil comercial de fins educativos por conta de uma ferramenta presente no mesmo: as *Informações*. Nelas, o Instagram reúne vários dados sobre taxas de acesso, sobre o perfil do público - como gênero, idade, localização -, horários e dias com maiores acessos e o alcance das publicações. A partir desses dados, pôde-se analisar se a iniciativa de criar um perfil com o objetivo de conscientizar os usuários foi válida.

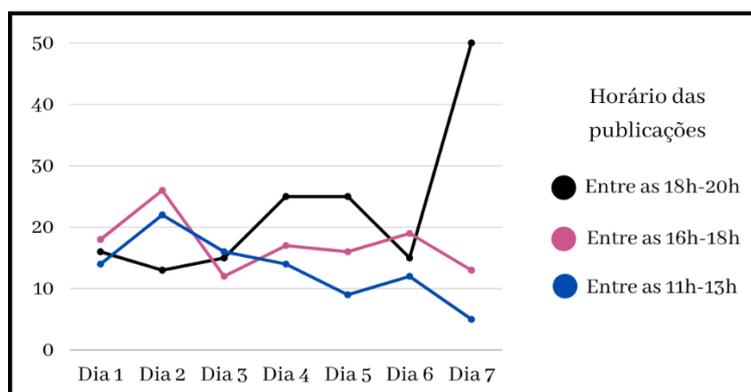
Os locais com maiores acessos foram Dois Vizinhos e Francisco Beltrão, que somados, correspondem a 29.1% do total. Após estes, São Paulo, Toledo e Concórdia, que representam 5.6%, 3.8 e 3.8% do total, respectivamente. Apesar das principais localizações serem na região do Paraná, sabe-se que há seguidores de várias regiões do Brasil - a partir da observação de perfis seguidores -, como Bahia, São Paulo, Santa Catarina, Rio Grande do Norte etc. Inclusive, há uma pequena taxa de seguidores de outros países: Paraguai, Estados Unidos e Itália são

alguns exemplos. Isso demonstra que o alcance do perfil, mesmo com as atividades iniciando-se há poucos meses – dia 24 de junho de 2020 - é alto.

A faixa etária predominante nos acessos correspondeu a idade entre 25 e 34 anos, com participação de 38%, seguida das idades entre 18 e 24 anos, com 27%. Da mesma forma, observou-se que 72% do público é composto por mulheres, e 28% de homens. Estes dados foram coletados no dia 27 de agosto de 2020, 64 dias após o início das atividades. A quantidade de seguidores registrada nesse período foi de 413.

Inicialmente, as publicações foram feitas entre as 18h e 20h, diariamente. Ao decorrer do andamento do perfil houve a percepção de que os usuários do Instagram eram mais ativos em determinados momentos do dia: horários que, normalmente, as pessoas estão em suas folgas de trabalho e aula. Nesses horários, houve mais interações e visualizações das imagens. Assim, durante três semanas, a cada semana as publicações foram realizadas em um horário específico. Abaixo, na Figura 3, um gráfico que representa a quantidade de curtidas das publicações ao longo das três semanas.

Figura 3 – Quantidade de curtidas das publicações feitas em 3 horários diferentes



Fonte: Autoria própria (2020).

Na primeira semana, quando as publicações foram feitas entre as 18 horas e 20 horas, como de costume, pôde-se notar que a média de curtidas foi relativamente mais alta. A partir do momento da publicação, iniciavam-se as visualizações e curtidas na mesma hora. Já na segunda semana, quando as publicações foram publicadas entre as 16 horas e 18 horas, notou-se uma diminuição no número médio de curtidas, fato que pode ser concluído visto que este é um horário comercial, no qual estudantes estão tendo aula e profissionais estão trabalhando. Na terceira e última semana, no qual as publicações foram realizadas entre as 11 horas e 13 horas, pode-se notar que as curtidas decaíam a cada dia. Uma possível explicação para essa diminuição é por este ser um horário no qual muitos estão ocupados com seus afazeres domésticos, como por exemplo a preparação do almoço. A partir destes dados, pôde-se inferir que o melhor momento do dia para realizar as publicações é entre as 18 horas e 20 horas.

Em síntese, pôde-se considerar que houve uma interação considerável entre os seguidores e os organizadores do perfil. Pois, quando imagens que incentivavam

o contato eram publicadas - como publicações que pediam para as pessoas enviarem suas dúvidas e fotos da suas composteiras domésticas -, logo vários seguidores enviaram mensagens com dúvidas, fotografias e inclusive elogios. O número percebido de seguidores, da mesma forma, teve aumento constante ao longo do funcionamento do perfil. Por conta disso, pode-se considerar que o objetivo de utilizar o Instagram como uma ferramenta de conscientização e sensibilização quanto à reciclagem de orgânicos foi uma iniciativa válida, que deve permanecer ativa trazendo conhecimento de uma forma simples e didática para os usuários interessados no tema.

CONCLUSÃO

A partir de todos os dados coletados e das interações percebidas entre o perfil e seguidores, pode-se afirmar que a tentativa de apresentar este novo método de conscientização quanto à reciclagem de resíduos orgânicos a partir da compostagem foi uma iniciativa válida. O Instagram demonstrou ser uma rede social eficiente, fácil de usar e com elevado engajamento de usuários. Muitas pessoas, ao entrarem em contato com a ORGANOTEC, agradeceram pelo perfil trazer tantas informações relevantes sobre esse processo, de forma simples; e vários iniciaram composteiras em suas casas e apartamentos pela influência do perfil. Ao modernizar também os métodos de conscientização, um público mais abrangente foi alcançado, de diferentes faixas etárias e localizações, de uma forma que não seria possível a partir de um projeto com área de atuação somente local. Espera-se que cada vez mais pessoas conheçam o processo da compostagem, para que ela, assim, essa técnica venha a se tornar hábito e possa ser amplamente realizada.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Universidade Tecnológica Federal do Paraná/Brasil.

REFERÊNCIAS

ABRELPE. Panorama Dos Resíduos Sólidos. **Panorama dos Resíduos Sólidos no Brasil 2018/2019**, p. 68, 2019. Disponível em: www.abrelpe.org.br

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Plano Nacional de Resíduos Sólidos**. Brasília, DF: Ministério do Meio Ambiente. 2012.

Dammann, C. P. J.; Dias, F. M.; Santos, M. L. P. Dos; Prá, M. C. De. **Organotec: a composteira da UTFPR-DV como ferramenta didática para o ensino da compostagem de resíduos orgânicos**. Anais V CCT 2019. **Anais...**, 2019.

SOCIALBAKERS. **Relatório de tendências de mídia social da Socialbakers**. 2019. Disponível em: https://www.socialbakers.com/website/storage/2020/02/Q4TrendsReport_PortugueseVersion.pdf