

Geocultura no @Instagram: O Brasil entre a Terra e o Imaginário

Gleide Alencar do Nascimento¹, Yone Lopes de Lima Faria ².

¹Graduanda Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil
(yonelopes14@gmail.com)

²Doutora Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil
(gleide@geologia.ufrj.br)

Resumo: Geocultura é um conceito que articula a relação entre geociências e cultura. Buscou-se por meio da plataforma Instagram divulgar o folclore e as geociências. Foram realizadas pesquisas em mídias sociais, geociências e folclore. A série intitulada “O Brasil entre a Terra e o Imaginário”, teve 9 publicações elaboradas pela ferramenta Canva® e publicadas no @Instagram. A divulgação com maior alcance foi “A Sons da Terra”. Se contribuiu para ampliar o interesse pelo folclore brasileiro, além de favorecer a internacionalização do perfil.

Palavras-chave: Geocultura; Divulgação Científica; Folclore; Redes Sociais; Território.

INTRODUÇÃO

Geocultura é um conceito que articula a relação entre espaço geográfico e cultura, destacando como práticas culturais, valores, identidades e modos de vida são construídos a partir das condições sociais, históricas e ambientais de determinado território. A geologia cultural é um ramo das ciências da Terra dedicado ao estudo da influência da geodiversidade elementos e conceitos, teorias, dados ou pessoas relacionados à geologia nas manifestações culturais. (CAETANO J. ; PONCIANO, 2021). A geocultura foi conceituada por Moura-Fé, Silva e Brasil (2017) como: Um ramo científico com base no arcabouço teórico geográfico (no conceito de paisagem ena geografia cultural), que deve fazer a análise da geodiversidade e seus segmentos: geoconservação, geoturismo e geoeducação, com ênfase na influência que as rochas, os minerais, os fósseis, as formas relevos, as geoformas e os solos tiveram e têm sobre as manifestações culturais, sejam elas materiais ou imateriais, as implicações associadas e suas possíveis aplicabilidades. Podemos encontrar a Geologia em várias manifestações culturais, incluindo a associação entre sismicidade, hidrologia, com o folclore. No Brasil, essa relação é profundamente marcada pelo folclore, que atua como uma ferramenta simbólica de educação ambiental e compreensão dos ecossistemas. Personagens como o Saci-Pererê, o Curupira e a Vitória-Régia não são meras fábulas, mas personificações de elementos naturais e dinâmicas

territoriais. O uso do Instagram como plataforma de divulgação científica tem ganhado notoriedade crescente no cenário nacional. Estima-se que os brasileiros passam, em média, 3 horas e 37 minutos diariamente nas redes sociais, com o Instagram figurando como a rede mais utilizada ao longo do dia por cerca de 35% da população (KEMP, 2024; MOBILE TIME, 2023). Sendo assim se tornar um meio de comunicação importante para a divulgação científica da geocultura.

MATERIAL E MÉTODOS

Esse trabalho fundamenta-se em uma abordagem de natureza qualitativa e exploratória, centrada na intersecção entre o saber científico das geociências e a riqueza do patrimônio imaterial brasileiro. O processo iniciou-se com um levantamento bibliográfico rigoroso sobre os conceitos de geocultura e divulgação científica, seguido por uma pesquisa documental acerca de mitos e lendas do folclore nacional que apresentam correlação direta com processos da Terra. A partir dessa base teórica, procedeu-se à etapa de produção criativa, na qual foram desenvolvidos nove roteiros para vídeos curtos na plataforma Canva®, adaptando a linguagem técnica para um formato acessível e visualmente atraente para as redes sociais. A execução prática ocorreu por meio da publicação semanal desses conteúdos no perfil. Por fim, a avaliação dos resultados deu-se através da coleta e sistematização de métricas de desempenho nativas da plataforma digital, como alcance e engajamento,

permitindo uma análise reflexiva sobre a eficácia do uso de elementos culturais para a promoção da educação geográfica e a democratização do conhecimento científico. O presente estudo aplicou uma estratégia de divulgação científica e geocultura por meio das redes sociais, sendo divulgado as informações sobre a relação das geociências e do folclore brasileiro através do @instagram do laboratório de geóffica.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A divulgação consistiu na publicação de uma série de 9 vídeos curtos (*Reels*), veiculados semanalmente, com o objetivo de estabelecer pontes e diálogos entre o folclore brasileiro e conceitos fundamentais das Geociências. Cada episódio foi roteirizado para, aprendizado da natureza através de mitos populares sob a ótica geológica, geomorfológica e hidrológica. As postagens utilizaram uma linguagem acessível e recursos visuais dinâmicos para atrair o público leigo, transformando o "espaço do mito" em um "espaço de aprendizado geocientífico". A análise dos resultados baseou-se nas métricas de engajamento (curtidas, comentários e compartilhamentos) para mensurar o alcance da geocultura urbana e a percepção do público sobre o patrimônio imaterial ligado ao território. Nas figuras de 1 a 3, se mostra uma das nove publicações utilizadas.



Figura 1. Série Geocultura. Design inicial e informações sobre a temática.

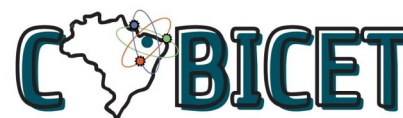


Figura 2. Série Geocultura. Design inicial e informações sobre a temática.



Figura 3. Série Geocultura. Design inicial e informações sobre a temática.

A disseminação contínua de informações sobre o imaginário do subterrâneo urbano e o folclore deslocado para a modernidade técnica pode contribuir para uma maior conscientização sobre o patrimônio imaterial e a percepção do espaço citadino. No período de 30 de outubro de 2025 a 11 de fevereiro de 2026, os conteúdos publicados alcançaram um público diversificado, com maior engajamento na faixa etária entre 18 e 34 anos. De acordo com o @Instagram (2026), nota-se uma predominância do público masculino na maioria das postagens, embora temas específicos como "Saci Pererê" e "Mãe da Água" tenham atraído uma audiência majoritariamente feminina. Diferente do padrão local comum, observou-se um alcance internacional significativo em publicações como "Pedra do Ingá" e "Sons da Terra", com visualizações provenientes de países como Índia, Turquia e Espanha, indicando uma distribuição global via aba Reels. O engajamento do público nas publicações de temática geocultural e mítica está baixo, com interações limitadas a curtidas e ausência de comentários, compartilhamentos e salvamentos. É essencial reverter a alta taxa de rejeição inicial, que ultrapassa 89% (chegando a 91% em casos críticos), resultando em tempos médios de visualização entre 2 e 7 segundos. Planeja-se intensificar a retenção nos primeiros segundos através de vínculos visuais e narrativos mais fortes, além de incentivar métricas ativas (curtidas e comentários), que são mais eficazes para o algoritmo do que o alcance passivo. O engajamento para as temáticas exploradas pode ser analisado por: (Curtidas, Comentários, Compartilhamentos, Salvamentos, Alcance). O engajamento para os temas de geocultura e do folclore pode ser analisado por: curtida, comentários, compartilhamento, salvamento e alcance:



1. Iara. A sereia dos rios (2, 0, 0, 0, 163);
2. Boitatá. Cobra de fogo (2, 0, 0, 0, 156);
3. Vitória Régia. A indígena que virou planta (1, 0, 0, 0, 147);
4. A pedra da Gávea. O enigma da montanha (1, 0, 0, 0, 112);
5. Pedra do Ingá. Os segredos gravados nas rochas (2, 0, 0, 0, 98);
6. Saci Pererê. O redemoinho da natureza (1, 0, 0, 0, 85);
7. Sons da Terra. Mitos e mistérios das profundezas (0, 0, 0, 0, 74);
8. Curupira. Protetor das matas (2, 0, 0, 0, 92);
9. Mãe d'água e mãe do ouro. Guardiãs das águas e riquezas da Terra (1, 0, 0, 0, 68).

CONCLUSÃO

Enquanto a maioria das postagens mantém um alcance estritamente nacional, os temas Pedra do Ingá e Sons da Terra romperam a fronteira geográfica, atraindo visualizações de países como Índia, Turquia e Espanha. Demonstrando-se que os mistérios geoculturais e o design possuem um apelo universal capaz de acionar a curiosidade e interesse através do algoritmo global do @Instagram como analisado nos dados avaliados mesmo que o público não tenha interesse por ciências. Observou-se também a falta de comentários e uma participação ativa na visualização dos *Reels*. Ao analisar as métricas de interação em relação às visualizações, estima-se que mais de 98% dos usuários que visualizaram os conteúdos não reagiram (curtida, comentário ou salvamento). Somado a isso, a taxa de rejeição (skip) superior a 90% indica que, embora o vídeo chegue às telas, ele não retém o espectador por tempo suficiente para gerar uma conexão emocional ou intelectual. A análise dos dados permitiu concluir que a estratégia de distribuição de conteúdo sobre o imaginário do subterrâneo e o folclore brasileiro alcançou um marco significativo: a internacionalização do perfil, além de despertar o interesse do público para a Geocultura. Sendo a cultura brasileira reconhecida e valorizada de forma nacional e internacional. Vale destacar a importância de serem realizados mais trabalhos de divulgação científica sobre as histórias populares brasileiras.

AGRADECIMENTOS

Professora Gleide Alencar, laboratório de geofísica, PR5 pela bolsa.

REFERÊNCIAS

CAETANO J. M. V. ; PONCIANO L. C. M. O. Cultural

geology, cultural biology, cultural taxonomy, and the intangible geoheritage as new strategies for geoconservation. *Geoheritage* (2021) 13:79. <https://doi.org/10.1007/s12371-021-00603-6>.

Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/353953530_Cultural_Geology_Cultural_Biology_Cultural_Taxonomy_and_the_Intangible_Geoheritage_as_New_Strategies_for_Geoconservation . Acesso em: 09 abr. 2026.

DE MOURA-FÉ M. M., SILVA J. V. M.; MARIANO DA S., J. V; BRASIL, J. G. Geocultura: proposta de estudo da relação entre geodiversidade e cultura. In: Os desafios da geografia física na fronteira do conhecimento. Campinas: UNICAMP, 2017. DOI: <https://doi.org/10.20396/sbgfa.v1i2017.1954>

KEMP, S. Digital 2024: Brazil. We Are Social & Meltwater, 2024. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>. (Fonte para o tempo médio de uso de redes sociais no Brasil).

MOBILE TIME; OPINION BOX. O uso de apps no Brasil – dezembro de 2023.