



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



RELATO DE EXPERIÊNCIA

O CERRADO EM REDE: A INTEGRAÇÃO ENTRE ENSINO, PESQUISA, EXTENSÃO, PRODUÇÃO JORNALÍSTICA E IDENTIDADE NA GESTÃO DO INSTAGRAM E ENGAJAMENTO PÚBLICO CIENTÍFICO

Silva, Tyanne; tyanne.silva@email.com (Autora; Bolsista DTI-B da Rede Biota Cerrado)

Cirino, Karen; karenflorencio08@gmail.com (Coautora; Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) da Rede biota Cerrado)

Colli, Guarino; gcolli@unb.br (Coordenador Geral da Rede Biota Cerrado)

Moura, Dione; dione.moura@email.com (Coordenadora do Projeto Associado 5 e diretora da FAC/UnB)

Moraes, Lauro; lauro.moraes@fac.unb.br (Orientador; Pós-doutorando da Rede Biota Cerrado e Professor em Jornalismo Ambiental na FAC/UnB)

RESUMO

Este relato apresenta o trabalho de gestão do perfil do Instagram da Rede Biota Cerrado (@redebiotacerrado), realizado por duas bolsistas do Programa de Desenvolvimento Tecnológico e Industrial (DTI-B) e do Programa de Iniciação Científica (PIBIC), ambas filiadas ao Projeto Associado “Engajamento Público com a Ciência” (PA5). O trabalho considera quatro fatores: ensino, pesquisa, extensão e uma identidade própria para a divulgação científica, no combate à desinformação ambiental e à crise climática. A produção de conteúdo contou com a participação de graduandos da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC/UnB), que atuaram como bolsistas, extensionistas e alunos nas disciplinas “Jornalismo Ambiental” e “Introdução à Comunicação”. Os resultados das métricas das redes sociais de janeiro de 2025 a janeiro de 2026 demonstram um crescimento orgânico superior a 100%, o que valida os formatos, como o *microlearning*, e o papel do aluno como protagonista no dia a dia da divulgação científica. As atividades contaram com produções jornalísticas, como matérias, newsletters, criação de postagens, entre outras.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo Ambiental. Divulgação Científica. Redes Sociais. Cerrado. Produção jornalística.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



1. INTRODUÇÃO

A emergência climática e a intensificação da degradação do Cerrado exigem respostas ágeis e comprometidas com a ciência. A Rede Biota Cerrado – RBC, financiada pelo Programa Institutos Nacionais de Ciência, Tecnologia e Inovação – INCTs e pelo Programa de Pesquisa em Biodiversidade – PPBio do MCTI-CNPq, desenvolve pesquisas voltadas à conservação da biodiversidade do Cerrado. Um dos cinco Projetos Associados da RBC é o Engajamento Público com a Ciência (PA5), que atua para popularizar o conhecimento sobre a biodiversidade, combater a desinformação e promover o letramento crítico da sociedade. A comunicação pública na ciência ocorre entre dois extremos: um que trata o público como mero receptor e outro que o considera ativo e integrado ao processo de mobilização e diálogo (COSTA; SOUSA; MAZOCCO, 2010, p. 151).

Nosso perfil (@rebiotacerrado) tem viés institucional, mas focado em traduzir a linguagem acadêmica complexa em conteúdos que engajem a sociedade e tem um tom mais acessível para facilitar sua compreensão. O objetivo deste relato é apresentar a experiência de gestão do perfil do Instagram da RBC, como estratégia de comunicação pública da ciência, articulada às atividades de ensino, pesquisa e extensão. O texto descreve as atividades pedagógicas e os resultados práticos obtidos na gestão dessa mídia social entre janeiro de 2025 e janeiro de 2026. O texto destaca ainda a estreita colaboração sob a orientação do pesquisador de pós-doutorado Lauro Moraes, evidenciando como a inserção de estudantes de graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC/UnB) é importante, em um momento de crise climática, para promover uma comunicação simples e aprofundada sobre o tema.

Como bolsista de Desenvolvimento Tecnológico e Industrial (DTI-B), atuo diretamente na gestão e na análise estratégica do Instagram da RBC (@rebiotacerrado). O perfil foi criado em maio de 2024 ao lado da bolsista Ana



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



Patrícia Alves, sob a orientação da coordenadora do PA5, a Profa. Dione O. Moura, e sob a supervisão do coordenador-geral, Prof. Guarino R. Colli. Com a ajuda da bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), Karen Luísa Florêncio Cirino, em 2025, iniciamos, de forma mais gradual, a atuação no *design* e na estética do perfil, para criar uma identidade única e conferir maior credibilidade à marca.

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS DA EXPERIÊNCIA

A estratégia adotada para o engajamento público nas mídias sociais baseou-se em metodologias imersivas e colaborativas. As produções e ações jornalísticas foram de assessoria para o Instagram, criação de postagens (reels e postagens fixas), *newsletters*, *mídia training*, entre outros.

Como bolsista DTI-B, atuei na recepção, curadoria e análise de métricas dos conteúdos gerados nos eixos integrados do tripé universitário (ensino, pesquisa, extensão) e na identidade; em conjunto com a bolsista de PIBIC e do *design* do Instagram, Karen Luísa Florêncio Cirino (que relatará sobre o Manual de Identidade Visual - MIV). Conforme detalhado no quadro:

Tabela 1 – Estrutura de Metodologia

Eixo metodológico	Atividade desenvolvida	Participantes envolvidos	Produto gerado
-------------------	------------------------	--------------------------	----------------



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



Ensino	Produção de conteúdo multimídia (Jornalismo Ambiental e Introdução à Comunicação)	Estudantes da FAC/UnB	Vídeos Minuto RBC e posts
Pesquisa	Monitoramento e análise de métricas do Instagram	Bolsista DTI	Relatórios de desempenho
Extensão	Participação no projeto "Fogo na Fake"	Estudantes extensionistas e equipe PA5	Ações educativas e conteúdos digitais
Identidade	Aplicação do Manual de Identidade Visual	Bolsista de PIBIC e equipe PA5	Padronização visual

Fonte: Projeto Associado – Engajamento Público com a Ciência (2026)

a) **Práticas de ensino:** a produção para o Instagram da RBC foi incorporada como metodologia às disciplinas “Jornalismo Ambiental” e “Introdução à Comunicação”, ministradas pelo Prof. Lauro Moraes. Na primeira, adotou-se a “simulação de redação supervisionada”. Inicialmente, apresentei o MIV e a RBC (Rede Biota Cerrado, 2024) aos alunos, com o objetivo de compreender como nossa marca é utilizada. Os estudantes produziram textos científicos em formatos multimodais para as redes, incluindo vídeos baseados em *microlearning* (pequenas doses de informações em curto espaço de tempo) para o quadro “Minuto RBC”, que correspondeu a 20% da avaliação da disciplina (Moraes, 2025). Além disso, os alunos ajudaram na criação de edições da *Newsletter* (assistência técnica do site - Ademir Junior de Souza Santos), deram sugestões de pautas e, em conjunto, elaboraram o artigo “Cientistas destacam urgência de incluir o Cerrado na agenda da COP30”. Todos esses conteúdos foram divulgados no Instagram. Em Introdução à Comunicação, os alunos produziram postagens para o Instagram da RBC, em parceria com a Coleção Herpetológica de Brasília - CHUNB (@chunb.herpeto), com minha assistência e sob a supervisão do professor Lauro. A atividade iniciou-se com a apresentação dos Drs. Ticiane de Lima Costa e Gabriel Henrique O. Caetano sobre o tema específico:



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



vulnerabilidade de lagartos do Cerrado à crise climática. O Guia dos Lagartos do DF (chunb.org) foi desenvolvido sob coordenação do Prof. Guarino Colli (coordenador-geral da RBC) e com a participação do bolsista Isac Marinho. O *design* e a implementação ficaram a cargo da equipe do Engajamento Público com a Ciência – Projeto Associado 5 (PA5). De forma didática, cada dupla ou trio selecionou sua espécie no site. Atuei como assistente na produção, orientando os alunos na criação de postagens. Esta tarefa foi o trabalho de conclusão da disciplina e teve como avaliadores o Prof. Lauro Moraes, o Dr. Gabriel Henrique Caetano, o bolsista Isac Marinho e mim, Tayanne Silva.

O que todas as postagens têm em comum é o uso de linguagem acessível e de conteúdos explicativos, que podem despertar curiosidade ou proporcionar entretenimento. Essa estratégia segue um dos autores lidos em sala de aula, Girardi (2012 apud BELMONTE, 2017, p. 119), segundo o qual o jornalismo ambiental, a partir de um tema exclusivo, deve ser transformador e gerador de debate por meio de informações de qualidade e aprofundadas, em vez de tratá-lo como algo isolado, mas sim como um tema que envolve áreas, como economia, política e sociedade.

b) **Pesquisa e iniciação científica:** a gestão de um perfil é um desafio constante, pois muitas decisões são orientadas por dados, o que exige um olhar analítico, pois esses dados mudam frequentemente. Isso pode mudar a estratégia ou a decisão a ser tomada no presente ou no futuro. Meu papel como bolsista DTI-B envolveu compilar e analisar o desempenho do perfil nas plataformas *Instagram Insights*, *Meta Business Suite* e *Inflact (Profile Analyzer)*. Para uma melhor análise, optamos por ferramentas nativas das plataformas (IAs integradas e/ou disponibilizadas) e por ferramentas de suporte à decisão baseadas em algoritmos para a interpretação de métricas, todas empregadas de maneira ética e consciente, a fim de garantir a melhor análise de dados. Na construção das ideias e das estratégias, utilizamos a curadoria humana, bem como a pesquisa de pautas e de



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



ações adotadas, entre outras, para melhorar o engajamento com a sociedade. Por exemplo, buscas de conhecimento foram realizadas tanto pelo próprio *blog* do Instagram quanto por meio da exploração manual da plataforma para conhecer novas ferramentas.

- c) **Extensão universitária:** o perfil da RBC refletiu ainda o trabalho de estudantes (Ícaro Gomes e Matheus Akio) extensionistas do projeto “Fogo na Fake” (Projeto do Edital DEX/DEG/DPG/DPI n.º 01/2025, da UnB. Esse edital incentiva o enfrentamento à desinformação e ajuda na disseminação de informação de qualidade). Durante a Semana Universitária da UnB (SEMUNI), eles promoveram, por meio de um jogo de tabuleiro pedagógico (perguntas e respostas) sobre Manejo Integrado do Fogo (MIF), transformando conceitos complexos em uma dinâmica com linguagem simples, educativa e competitiva. Nossa equipe documentou a boa recepção a esse formato de aprendizagem e transformou essas interações físicas em publicações digitais, como fotos e vídeos.
- d) **Identidade:** a construção estética do perfil da RBC busca manter uma comunicação visual coerente e alinhada ao Manual de Identidade Visual (MIV) da RBC (Rede Biota Cerrado, 2024). A atuação da bolsista DTI-C, estudante da área de Comunicação, esteve voltada à aplicação dessas diretrizes no ambiente digital, garantindo que as publicações mantivessem unidade visual que facilitasse o reconhecimento da marca e fortalecesse a credibilidade institucional. Para isso, foram utilizadas as cores oficiais da RBC como base para a comunicação visual, garantindo consistência entre as postagens. O mesmo princípio foi aplicado à tipografia, seguindo as orientações do manual para manter um padrão visual facilmente identificável pelo público. A organização dos textos nas peças gráficas prioriza a legibilidade e uma linguagem acessível. As informações são estruturadas de forma clara e objetiva, buscando traduzir conteúdos científicos em formatos mais compreensíveis ao público. Dessa forma, o *design* não aparece apenas como



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



um recurso estético, mas também como uma ferramenta que contribui para aproximar o conhecimento científico da sociedade, tornando temas mais complexos do Cerrado mais claros e acessíveis. Também foi priorizado o uso de conteúdos imagéticos nas publicações. Fotografias produzidas pela própria equipe são utilizadas para aproximar o público da realidade do bioma, valorizando registros da biodiversidade e das atividades científicas da RBC. Além disso, as postagens incorporam elementos gráficos inspirados no Cerrado, como ilustrações e texturas baseadas na flora e na paisagem do bioma, desenvolvidos conforme as diretrizes visuais da RBC. Esses recursos contribuem para reforçar a identidade visual do projeto e para ampliar o interesse do público pelas temáticas relacionadas ao Cerrado.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A avaliação de impacto baseia-se no documento “Relatório do Instagram (Rede Biota Cerrado de 2025 - 2026)”. Os resultados atestam que, no trabalho técnico especializado da RBC, a pluralidade de vozes dos alunos e as colaborações revitalizaram a comunicação da Rede, gerando alcance e impacto substanciais de forma orgânica. Ou seja, sem impulsionamento pago, grupos de engajamento, troca de seguidores ou venda de produtos. A Tabela 2 explica o bom desempenho observado no período analisado, de 12 de janeiro de 2025 a 12 de janeiro de 2026 (*Meta Business Suite*). Os maiores destaques foram: o alcance—que dobrou em relação ao ano anterior (o *Meta* não disponibiliza o total, apenas o acréscimo em relação ao ano anterior); cliques na bio do perfil—a porcentagem aumentou 5 vezes em relação às expectativas iniciais; e os seguidores aumentaram de forma muito rápida e consolidada. Ou seja, a RBC tem o engajamento proporcional ao número de usuários que a acompanham.

Tabela 2 - Meta Business Suite (12/01/2025 a 12/01/2026)



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



Indicador	Resultado Absoluto	Crescimento (%)
Seguidores	3.168	+2,4 mil (novos)
Visualizações (total de vezes que o conteúdo foi visto)	332,9 mil	<i>Destaque anual</i>
Alcance (Contas atingidas)	164,6 mil	+103,6%
Interações Totais (Ações)	11,1 mil	+100,0%
Cliques na Bio do perfil	346	+458,1%

Fonte: Meta/Reprodução (2026)

A análise demográfica apontou que 61,9% do nosso público é feminino, predominantemente na faixa etária de 25 a 34 anos, o que orienta nossa linha editorial para pautas que também destacam o protagonismo de pesquisadoras, de mulheres na defesa do bioma e como cientistas.

O uso estratégico de vídeos curtos (*Reels*/Minuto RBC) e de *posts* colaborativos com perfis despontou como nosso principal motor de engajamento. A parceria com perfis ambientais, como o @chunb.herpeto, e a colaboração direta com pesquisadores foram fundamentais para ampliar o alcance da divulgação científica.

Um exemplo foi um meme educativo (postagem fixa) relacionando dinâmicas de trabalho ao Cerrado, e um *post* colaborativo com o pesquisador Reuber Brandão sobre o “PL da Devastação”, ambos acumulando entre 29 mil e 33 mil visualizações orgânicas. Agora, em relação ao engajamento, os posts de entretenimento recebem mais curtidas, enquanto os de curiosidades ou de conquistas recebem mais comentários do público da RBC. Principalmente, aqueles que têm um posicionamento



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026



político e ambiental mais claro. As postagens elaboradas no perfil e que apareceram em destaque (Figura 1).

Figura 1 – Captura de tela das postagens



Fonte: Perfil oficial no Instagram (2026)

A análise feita pelo Inflact (Silva, 2026) indicou mais de 3 mil seguidores e 208 publicações no período avaliado (com dados do recorte de 12 de fevereiro de 2026, analisado por um mês). A média estimada é de 56,8 curtidas e 2,1 comentários por publicação, resultando em uma taxa de engajamento estimada de 22,3%, considerada alta para

perfis de divulgação científica, que normalmente apresentam crescimento e interação mais graduais por se tratar de conteúdo de nicho. Essa plataforma é externa e analisa apenas dados públicos e os compara com outros perfis do mesmo nicho.

Conteúdos produzidos por alunos de Jornalismo Ambiental—com linguagem rápida, acessível e visualmente atrativa, própria da cultura das redes—também registraram picos de visualização. Essas métricas demonstram que as diretrizes do jornalismo de dados ambientais e a visão sistêmica, trabalhadas em pesquisa e em sala de aula, cumprem seu papel quando conectadas à arquitetura do ambiente digital. Mais do que cliques, obtivemos salvamentos de publicações voltadas a campanhas educativas e bolsas de pesquisa, o que, em nossa análise, atesta a construção de uma “autoridade e utilidade” institucionais sólidas frente ao público.

Além disso, a experiência demonstra que a temática não deve ser restrita a disciplinas isoladas, mas deve ser trabalhada de forma transversal, como fizemos em



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



Introdução à Comunicação, com a questão ecológica já inserida no início de sua formação. Para o jornalismo ambiental, formando profissionais que já trabalham o tema de forma profunda e específica (GIRARDI *et al.*, 2020), pois todos nós somos afetados pela crise climática.

Essas quatro abordagens constituem um conjunto de ações e estratégias para promover a causa ambiental tanto na produção de produtos quanto na divulgação desses produtos. É o que afirma (BUENO, 2007, p.34): “Vamos assumir a Comunicação Ambiental como todo o conjunto de ações, estratégias, produtos, planos e esforços de comunicação destinados a promover a divulgação/promoção da causa ambiental...” Com todas as colaborações dos estudantes, pesquisadores e biólogos, entre outras profissões da área ambiental, é o que (Bueno, 2007) dizia: a comunicação ambiental pode ser feita por profissionais, seja ele jornalista, comunicador, biólogo, agrônomo, advogado, pescador ou indígena. Ou seja, todos podem ajudar a causa ambiental, mas o papel do jornalista ambiental é mais específico, pois é ele que aprofunda o tema de forma técnica e abrangente.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência de gerir o Instagram da RBC, integrando as disciplinas e os projetos coordenados pelos orientadores e pela coordenação do PA5, evidencia que as ferramentas digitais, quando aliadas ao rigor científico e à criatividade dos jovens estudantes, são armas poderosas contra o negacionismo climático e a desinformação sobre o assunto. Atuar como bolsista DTI no Instagram, nesse ecossistema, tem sido uma jornada de aprendizado prático inestimável na criação de conteúdo específico sobre um tema importante para todas as gerações, pois os números de ações humanas contra o meio ambiente e o Cerrado são alarmantes. Acompanhar os graduandos que saem da postura passiva para se tornarem coautores da comunicação científica da RBC evidencia que a universidade deve ser uma agente direta de intervenção na sociedade.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



Juntos, conseguimos amplificar a voz do Cerrado, mostrando que o jornalismo de ciência, aliado às métricas das mídias sociais, pode informar, proteger e mobilizar. Além disso, os métodos descritos podem ajudar futuros trabalhos de comunicação e de jornalismo ambiental ou na estruturação de perfis que têm o mesmo nicho ambiental e institucional.

Nesse sentido, o trabalho estético e visual das publicações desempenha papel fundamental no processo de divulgação científica. Ao organizar as informações de forma clara, utilizar uma identidade visual consistente e explorar recursos imagéticos relacionados ao bioma, o design contribui para tornar o conhecimento produzido pela RBC mais acessível ao público. Assim, a comunicação digital não apenas amplia o alcance das pesquisas desenvolvidas pela RBC, mas também fortalece o diálogo entre universidade, ciência e sociedade, estimulando o interesse e a conscientização sobre a importância da preservação do Cerrado.

REFERÊNCIAS

BELMONTE, Roberto Villar. **Uma breve história do jornalismo ambiental brasileiro.** *Revista Brasileira de História da Mídia*, v. 6, n. 2, p. 110–127, jul./dez. 2017.

BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo ambiental: explorando além do conceito.** *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, Curitiba: Editora UFPR, n. 15, p. 33–44, jan./jun. 2007.

COSTA, Antonio Roberto Faustino da; SOUSA, Cidival Morais de; MAZOCCO, Fabricio José. Modelos de comunicação pública da ciência: agenda para um debate teórico-prático. **Conexão – Comunicação e Cultura**, Caxias do Sul, v. 9, n. 18, p. 149-158, jul./dez. 2010.

GIRARDI, Ilza Maria Tourinho; LOOSE, Eloisa Beling; STEIGLEDER, Débora Gallas; BELMONTE, Roberto Villar; MASSIERER, Carine. **A contribuição do princípio da precaução para a epistemologia do Jornalismo Ambiental.** *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, [S.l.], v. 53, 2020. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/2053>. Acesso em: 09 mar. 2026.

MORAES, Lauro. **Plano de ensino da disciplina Jornalismo Ambiental (JORo144).** Brasília: Universidade de Brasília, 2025.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



REDE BIOTA CERRADO. **Manual de Identidade Visual da Rede Biota Cerrado.** Brasília: RBC, 2024.

REDE BIOTA CERRADO. **Perfil oficial no Instagram.** Disponível em: <https://www.instagram.com/rebiotacerrado/>. Acesso em: 12 fev. 2026.

SEBRAE. **Microlearning: quando o aprendizado pode ser rápido e eficaz.** [S. l.], 22 mar. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/microlearning-quando-o-aprendizado-pode-ser-rapido-e-eficaz.64d4bbe567826810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 12 mar. 2026.

SILVA, Tayanne. **Relatório do Instagram (Rede Biota Cerrado de 2025 - 2026).** Documento interno (PA5 - Engajamento Público com a Ciência). Brasília: Rede Biota Cerrado, 2026.