

A IMPORTÂNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS PARA A DIVULGAÇÃO DA CIÊNCIA E CONSERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE

Joana Zorzal Nodari^{1,2*}; Bruna Pacheco Pina²; Jade Huguenin Rios²; Andressa Gatti²

(1) Universidade Federal do Espírito Santos - UFES; (2) Pró-Tapir: Monitoramento e Conservação dos Ungulados na Mata Atlântica. *e-mail para correspondência: joanazorzal@gmail.com.

O uso da internet para a comunicação científica entre pares é comum no meio acadêmico. Entretanto, é recente a possibilidade de aproximar diferentes públicos à ciência, principalmente com as redes sociais. Nesse contexto, o Pró-Tapir, assim como outros projetos de pesquisa, promovem a sensibilização ambiental e divulgação científica em redes sociais, como o Instagram. Dessa forma, o objetivo foi identificar quais são as vantagens de promover uma ação de conscientização e sensibilização ambiental online, a fim de criar estratégias para que novas ações possam ser desenvolvidas. Para isso, avaliou-se o perfil do Pró-Tapir no *Instagram*, especialmente no período da “semana da anta”, de 26 de abril a 02 de maio. No dia 27 de abril é comemorado o dia mundial das antas, e aproveitamos a data para promover ações presenciais sobre a importância dessas espécies. Entretanto, neste ano, realizamos o evento no formato online, com diferentes tipos de interação com o público, incluindo: 1. Uma *live*; 2. Divulgação de cinco vídeos com informações científicas, também sobre outros ungulados, e do vídeo infantil “Conto da Anta”; 3. Criação de um filtro para o Instagram Stories; 4. Divulgação de uma arte em aquarela, que enfatiza a anta na manutenção das relações bióticas no ecossistema; 5. Divulgação do “Plantando Novas Ideias”; 6. Divulgação de informações sobre outros projetos de conservação; 7. Realização de um sorteio. Nessa ação, estiveram envolvidas sete instituições e foi possível atingir públicos de diferentes idades. Foram realizadas 12 publicações no perfil e 425 nos Stories, que resultaram em, respectivamente, 162.700 e 4.410 interações. A postagem melhor avaliada no perfil foi a arte em aquarela, com 1.113 interações, e nos Stories, a divulgação do filtro com 1.088. Ambas possuem apelo visual a arte, seja ela desenvolvida de forma manual ou digitalmente. Assim, percebemos a preferência do público por conteúdo artístico e atrativo. Como vantagem do formato, destaca-se o número de interações durante a ação, além do envolvimento de mais parceiros, que proporcionaram o aumento no alcance desses conteúdos. Porém, diferente das ações anteriores, um dos públicos de interesse, pessoas que moram próximo às áreas de estudo do Pró-Tapir, não foram alcançadas. Portanto, acreditamos que para as próximas edições, uma ação que integre as redes sociais às atividades presenciais, com conteúdos artísticos e atrativos, será ideal para atingir diferentes públicos-alvo.

Palavras-chave: Instagram. Ungulados. Divulgação científica.

Os autores agradecem às agências de fomento Capes (código 001), CNPq e Fapes.