

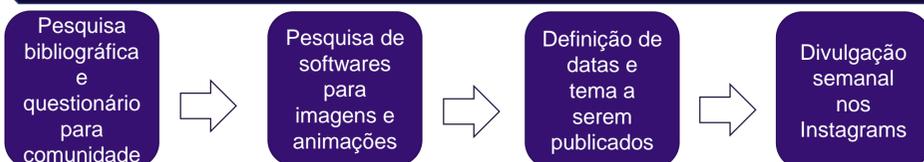
INTRODUÇÃO

O Museu de História Natural e Jardim Botânico da UFMG (MHNJB) é uma reserva florestal e abriga coleções de plantas usadas para fins científicos, ornamentais e didáticos. O projeto de extensão Trilha Jardim Botânico, do Programa de Educação Ambiental e Patrimonial do MHNJB, apresenta um roteiro com visitas mediadas na reserva, possibilitando aos visitantes conhecer a biodiversidade e sua relação com o ambiente. No entanto, com a pandemia de Coronavírus, as visitas foram suspensas e a interação com o público teve que ser inteiramente revista. Uma vez que o público não pode ir para as trilhas, resolvemos levar as trilhas ao público utilizando as redes sociais. Produzir conteúdos e divulgá-los foi o grande desafio.

OBJETIVOS

- Promover o contato do visitante com o espaço do MHNJB por meio da divulgação de posts com imagens e textos que compreendem os diferentes ecossistemas e sua biodiversidade
- Discutir os problemas ambientais contemporâneos: espécies invasoras, como ameaças à biodiversidade, e propagação das doenças zoonóticas, como resultado da degradação ambiental.

METODOLOGIA



O software Canva foi utilizado para produzir as imagens dos posts sobre a fauna e flora, que incluem o nome científico e o nome popular. Os posts sobre espécies invasoras e doenças zoonóticas estão sendo feitos pelo Canva, Photoshop, Audacity e Powtoon. Já a divulgação é realizada pelo Instagram: @mhnjb_biodiversidade, voltado para o público em geral, e @mhnjb_botânica, para um público que busca conhecimentos na área de botânica. As postagens também são encaminhadas posteriormente para as outras redes sociais do museu, como Facebook, Twitter e Instagram oficial.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Até o momento, os perfis têm cerca de 1000 seguidores, sendo que foram produzidos 38 posts a respeito da fauna e flora, divulgados semanalmente (figura 1). Ao final deste trabalho, cerca de 100 posts sobre a biodiversidade do museu serão divulgados.



Figura 1 A: Post fauna para redes sociais



B: Post flora para redes sociais



C: Visão do Instagram na tela de celular



Figura 2: Recorte do vídeo sobre espécies invasoras

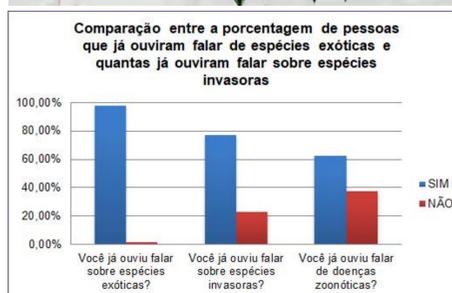


Gráfico 1: Conhecimento do público sobre espécies invasoras



Gráfico 2: Interesse do público sobre o tema

A respeito das espécies invasoras (figura 2), 104 pessoas responderam o questionário.

No gráfico 1 vê-se as proporções sobre o conhecimento acerca dos temas que serão abordados. Apesar de muitas pessoas terem respondido que já ouviram falar sobre espécies exóticas ou invasoras, quando foi necessário conceituar o que era uma espécie exótica, notamos que muitas têm uma concepção errada do termo. No gráfico 2, percebe-se que a maioria dos indivíduos tem interesse em saber mais sobre espécies exóticas, invasoras e sobre doenças zoonóticas.

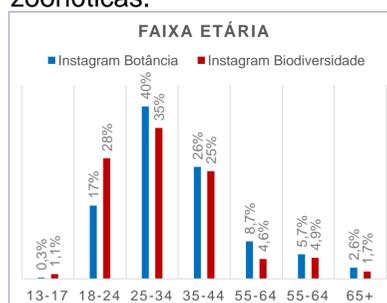


Gráfico 3: relação da faixa etária

Além disso, foram analisadas a faixa etária dos usuários. No gráfico 3 podemos perceber que a maioria das pessoas que acessaram os dois Instagrams têm entre 25-34 anos. Como o Instagram registra usuários a partir dos 13 anos, o público desta ação pode não refletir totalmente o perfil do público-alvo da ação presencial no museu, que é composto também por estudantes do ensino fundamental e educação infantil. A partir das métricas dos Instagrams, as visualizações somam 3.079, incluindo repetições. Já as visualizações sem repetições somam 662. Esses números indicam que os usuários têm bastante interesse nos posts e retornam para visualizá-los.

CONCLUSÃO

A produção dos conteúdos digitais e a sua difusão virtual estão em desenvolvimento. Ainda é cedo para avaliarmos a repercussão junto de novos públicos, bem como, do público que tradicionalmente já visita o museu. Esperamos que estas ações, resultantes do contexto emergencial, possam superar o caráter ocasional e imediato, tornando-se permanentes no Plano de Comunicação do MHNJB.

REFERÊNCIAS

As referências usadas na realização do projeto podem ser acessadas através deste QR Code:

