

**@BOTANICA.SEMPRE.VIVA: DIVULGANDO E DIFUNDINDO O
CONHECIMENTO BOTÂNICO EM UMA MÍDIA SOCIAL**

Ariane Leite do NASCIMENTO¹, Izabela Santos Dias de JESUS¹ & Maria Luiza Silveira de
CARVALHO¹

¹Laboratório de Genética e Evolução Vegetal, Instituto de Biologia, Universidade Federal da
Bahia, Salvador, Bahia, Brasil.

* Email para correspondência: ariane.l.n@gmail.com

O fenômeno da “Cegueira Botânica” tem sido tentativamente combatido por muitos botânicos, mundo afora, com o intuito de se aumentar a percepção e a identificação das pessoas em relação às plantas, haja visto a importância destas para a manutenção da vida no planeta e sobrevivência da espécie humana. Entretanto, essa não constitui uma tarefa simples, sendo necessário um investimento constante na comunicação entre a academia e a sociedade, de maneira didática, atrativa, acessível e contextualizada, que estimule o interlocutor nesse universo. Nesse sentido, nasceu o projeto de extensão Botânica Sempre Viva na Universidade Federal da Bahia, que objetiva a mitigação dos efeitos da “Cegueira Botânica” no público em geral (acadêmico e não acadêmico). A proposta envolveu, inicialmente, a construção de uma página em mídia social (*Instagram*), com postagens semanais sobre curiosidades botânicas (ex. sempre-vivas), homenagem a botânicos, datas comemorativas (ex. dia do Cerrado) e desafios botânicos do cotidiano (“Botanical Challenge”). A medida de sucesso e alcance tem se baseado no número de seguidores de diversos perfis (idade, gênero, região do país/mundo e interesse) e suas interações (visualizações, curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos) com os conteúdos apresentados. Dessa forma, no decorrer de cinco meses (desde a publicação da página) foram produzidas 39 postagens, que alcançaram 900 seguidores, com idades médias entre 25-34 anos. Sendo, a maioria, mulheres (60%), residentes no Brasil (97%), principalmente na Bahia (18%), sendo professoras e alunas de biologia ou perfis de divulgação científica. Das postagens que mais geraram interações, destacam-se as que envolviam temas cotidianos (tais como: curiosidades e desafios sobre plantas alimentícias, *Pokémons* e datas comemorativas) o que aponta para um rápido interesse/engajamento quando os temas são próximos e contextualizados. Também

Promoção



Realização



Apoio



observamos um baixo alcance e interação com o público infanto-juvenil (entre 13-17 anos correspondendo a 0,6% dos seguidores) e idoso (+65 e 1,7%), o que evidencia a necessidade de pesquisa e elaboração de conteúdos mais específicos, que gerem atração e interação com esse tipo de público. No entanto, de maneira geral consideramos que as estratégias adotadas nesse projeto são oportunas para tornar os conteúdos botânicos mais atraentes e acessíveis ao público e, assim, auxiliar na mitigação dos efeitos da “Cegueira Botânica”.

(Instituição de fomento: PROEXT-UFBA)

Promoção



Realização



Apoio

