

HERBÁRIO UB PARA TOD@S: UM MUSEU DE PLANTAS NAS REDES SOCIAIS

UB HERBARIUM FOR ALL: A MUSEUM OF PLANTS ON SOCIAL MEDIA

Regina Célia de Oliveira,
Maria das Graças Machado
Valéria Maria Gomes de Barros
Daniela Cemin
Ingrid Kowalczyk Mutinelli
Camila Soares Braga Behrens
Universidade de Brasília (UnB)

Area temática: **Meio Ambiente**

Resumo: Herbários são Museus cujo acervo é constituído por plantas desidratadas que documentam floras e espécies utilizadas em pesquisas. O Herbário da Universidade de Brasília (UB) é o maior do Centro-Oeste e o mais rico dentro de uma Universidade brasileira, com mais de 256.000 espécimes informatizados e um grande número aguardando incorporação. Associado ao herbário, há ainda, as ricas coleções de frutos (carpoteca) e madeiras (xiloteca). Embora globalmente consultado pela comunidade científica, os herbários são museus desconhecidos pela sociedade leiga e a botânica, é considerada uma disciplina “maçante”, como se as plantas não compusessem papel fundamental no cotidiano do ser humano, quer seja considerando apenas, as consumidas como alimento. Herbários são excelentes instrumentos de ensino e pesquisa, pois colaboram para o conhecimento de taxonomia, sistemática, morfologia, filogeografia, ecologia e, sendo referência, inclusive, para estudos de impactos gerados pelas mudanças climáticas. Quando os herbários rompem a barreira de serem somente espaços formais de pesquisa, aumentam consideravelmente as possibilidades de divulgação da flora, das pesquisas em botânica e da própria conservação da biodiversidade, contribuindo para a superação do abismo entre universidade e sociedade. Durante a pandemia, percebemos a importância das redes sociais pelo número e alcance de pessoas além da academia, já que o Brasil possui um dos maiores públicos a nível global, nas redes sociais. Assim, criamos um Instagram (@Herbario_UB), associado ao Facebook e, um canal no Youtube em 2020, como um projeto de extensão, objetivando popularizar o conhecimento botânico e o(s) Herbário(s) em redes sociais. A página do Instagram do Herbário conta com um calendário editorial, organizado da seguinte maneira: 1. três publicações por semana realizadas no perfil principal da página; 2. publicações semanais nos *Stories* (ferramenta da rede social que permite a realização de enquetes, perguntas e testes com os inscritos e visitantes da página); 3. vídeos no IGTV (ferramenta onde podem ser postados vídeos maiores de 1 minuto no Instagram) do quadro *Botaniquês* juntamente com um *teaser* de propaganda feito no *reels* (ferramenta do instagram de vídeo rápido) e, 4. está sendo implementada a realização de entrevistas mensais, em substituição às Lives que foram feitas no ano anterior, também por meio do IGTV, onde os estudantes realizarão entrevistas com professores, pesquisadores, funcionários, colaboradores ou cidadãos de notório saber, para discutir temas relacionados ao estudo da botânica e da importância do Herbário para o Brasil. Todas as publicações, vídeos e transmissões ao vivo ficam disponíveis para futuras consultas na própria página do Instagram. O sucesso das redes sociais do UB é expresso nos ca. de 1900 seguidores do Instagram, em Lives com mais de 1000 visualizações e, no *Botaniquês*, com mais 5000 visualizações somados os três quadros já postados. Foi aberta uma disciplina de estágio em extensão onde os alunos matriculados constroem as publicações e roteiros a partir de artigos científicos, os quais são revisados e publicados com periodicidade. Espera-se que as redes sociais divulguem o Herbário como um importante museu do Distrito Federal e que, a “cegueira botânica” seja revestida de lentes que desmitifiquem minimamente, a suposta complexidade e distância do cotidiano do reino vegetal.

Palavras-Chave: *Botânica, Instagram, Facebook, Universidade de Brasília*

Abstract: Herbariums are Museums whose collection consists of dehydrated plants that document flora and species used in research. The University of Brasília (UB) Herbarium is the largest in the Midwest and the richest within any Brazilian University, with more than 256,000 computerized specimens and a large number awaiting incorporation. Associated with the herbarium, there are also rich collections of fruits (carpoteca) and wood (xyloteca). Although globally consulted by the scientific community, herbaria are museums unknown to lay society and botany, it is considered a "boring" discipline, as if plants did not play a fundamental role in human daily life, whether considering only those consumed as food. Herbaria are excellent teaching and researchers tools, as they contribute to the knowledge of taxonomy, systematics, morphology, phylogeographic, ecology and, being a reference even for studies of impacts generated by climate change. When herbaria break the barrier of being only formal research spaces, they considerably increase the possibilities of disseminating flora, botanical research and the conservation of biodiversity itself, contributing to overcoming the abyss between university and society. During the pandemic, we realized the importance of social networks for reaching the number of people beyond academia, as Brazil has one of the largest audiences globally, on social networks. Thus, we created an Instagram (@Herbario_UB), associated with Facebook, and a YouTube channel in 2020, how the Extension Projects with the aim of popularizing botanical knowledge and the Herbarium(s) on social networks. Herbarium's Instagram page has an editorial calendar. The calendar is organized as follows: 1. three publications per week made on the main profile of the page; 2. weekly publications in Stories (a social network tool that allows you to conduct polls, questions and tests with subscribers and visitors to the page); 3. videos on IGTV (tool where videos longer than 1 minute can be posted on Instagram) of the *Botaniquês* board along with an advertising teaser made on reels (instagram quick video tool) and, 4. interviews are being implemented monthly, replacing the Lives that were made in the previous year, also through IGTV, where students will conduct interviews with professors, researchers, employees, employees or well-known citizens, to discuss topics related to the study of botany and the importance of the Herbarium for Brazil. All publications, videos and live broadcasts are available for future consultation on the Instagram page itself. The success of UB's social networks is expressed in ca. 1900 Instagram followers, in Lives with over 1000 views and, in *Botaniquês*, with over 4000 views added to the three boards already posted. An Extension course was opened where enrolled students build publications and scripts from scientific articles, which are revised and published periodically. It is hoped that social networks publicize the Herbarium as an important museum in the Federal District and that "botanical blindness" will be aided with lenses that minimally demystify the supposed complexity and distance of everyday life in the plant kingdom.

Keywords: *Botany; Instagram; Facebook; Universidade de Brasília*