

Vocalizar: A divulgação científica como ferramenta de popularização da ciência no BioParque do Rio

PINHEIRO, Miguel da Silva¹; ANDRADE, Vitória da Silva Davi¹; DE MIRANDA, Daniel Seriero¹; PEREIRA, Sara Ethyene Silva¹; SILVEIRA, Adriano Ramos da Silva²; RODRIGUES, Lucas Gomes³;

¹Educador(a) Ambiental, BioParque do Rio

²Biólogo e Trainee de Gerência, BioParque do Rio;

³Gestor de Educação Ambiental, BioParque do Rio.

Resumo

A educação ambiental é um dos pilares de um zoológico moderno, e a divulgação científica nas redes sociais é uma ferramenta estratégica para ampliar seu alcance. No setor de Educação para Conservação do BioParque do Rio, a linha “Vocalizar” cria conteúdos digitais educativos nas plataformas digitais da instituição visando divulgar as temáticas trabalhadas. Entre fevereiro de 2024 e março de 2025, foram publicados 75 vídeos que somam 2.357.457 visualizações. A análise dos dados mostrou a importância das mídias sociais com a divulgação científica para aumentar o alcance das ações educativas.

Palavras-chave: Educação Ambiental. Divulgação Científica. Zoológico.

Introdução

Com um alcance estimado de 700 milhões de visitantes anuais no mundo (Zordan, 2021), as instituições zoológicas e aquários apresentam uma possibilidade única de promover a educação e conscientização ambiental entre um grande número de pessoas, através de experiências agradáveis (Rose & Riley, 2022). Visando direcionar sua influência abrangente, as atividades de um zoológico moderno concentram-se em quatro objetivos principais: *Conservação, Educação, Lazer e Pesquisa* (Kleiman, 1985; WAZA, 2020). Diante da crescente digitalização das formas de comunicação, as redes sociais tornaram-se ferramentas estratégicas para ampliar o alcance das ações educativas (Giordan & Lima, 2021), podendo (e devendo) ser promovidas por zoológicos modernos.

O engajamento com a comunidade pode fornecer uma base de dados robusta para avaliar se os objetivos de um zoológico moderno em demonstrar altos níveis de bem-estar dos animais sob seus cuidados, bem como o impacto positivo da mensagem educacional sobre a ecologia e evolução da espécie em seu estado selvagem, estão sendo transmitidos de maneira efetiva (Rose & Riley, 2022).

Objetivos

O objetivo deste estudo é demonstrar o alcance que as mídias sociais podem ter para a divulgação da educação ambiental desenvolvida no BioParque do Rio, por meio da análise de visualizações do Instagram da instituição (@bioparquedorio). Além disso, busca-se definir quais modalidades de vídeo apresentam maior retenção de pessoas, visando direcionar uma comunicação mais assertiva ao público alvo.

Metodologia

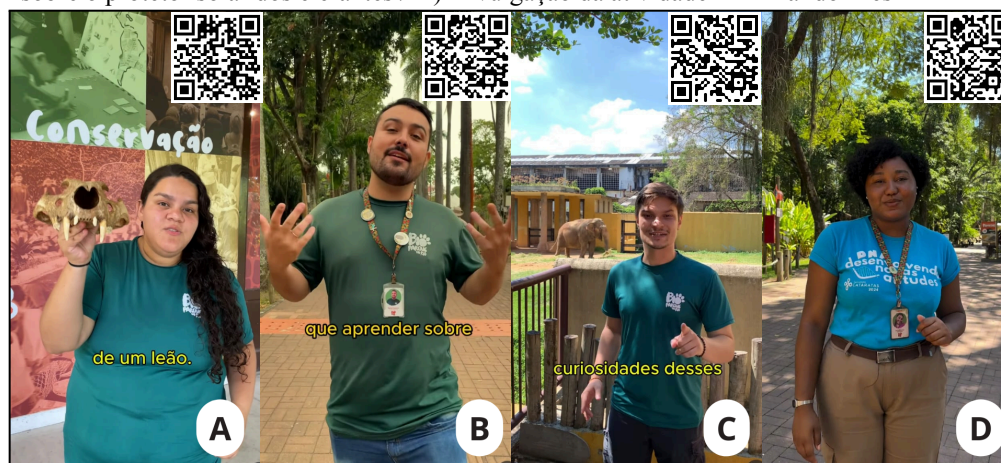
A metodologia deste estudo consiste na coleta e análise de dados de visualizações dos vídeos publicados no perfil do BioParque do Rio no Instagram (@bioparquedorio; Figura 1). O zoológico possui uma linha de atuação dentro do setor de Educação para Conservação

chamada “Vocalizar”, que é responsável por produzir, em conjunto com o departamento de marketing, os conteúdos educativos a serem publicados nos canais oficiais da instituição. Os dados foram coletados no período de fevereiro de 2024 a março de 2025.

Os vídeos foram categorizados em quatro diferentes segmentos: (i) *Plantel Animal*, que é focado nas curiosidades sobre os animais residentes no BioParque do Rio; (ii) *Atividades Educativas*, que tem como objetivo promover e oferecer informações sobre as diversas atividades realizadas na instituição; (iii) *Conhecendo as Espécies*, que aborda curiosidades e aspectos da ecologia dos diferentes animais; e (iv) *Papo Animal*, que traz um conteúdo diversificado sobre temáticas biológicas.

Após a categorização dos vídeos, foram calculadas as porcentagens de visualização de cada segmento, visando avaliar o alcance e a eficácia desses diferentes formatos de divulgação de conteúdo nas redes sociais da instituição.

Figura 1: A) Curiosidades sobre as Peças Biológicas / B) Divulgação da atividade “BioCards” / C) Descobrindo sobre o protetor solar dos elefantes / D) Divulgação da atividade “Animal do Mês”



Fonte: Instagram: @bioparquedorio , 2025.

Resultados e Discussão

A análise dos dados revelou que o segmento com maior número de visualizações foi o “Atividades Educativas” (Figura 2). Essa categoria incentiva a visitação e a participação do público, por meio da divulgação das atividades educativas que serão realizadas na instituição. Através dos vídeos, os visitantes têm a oportunidade de conhecer diferentes temáticas e, durante a visita presencial, explorar as atividades do circuito.

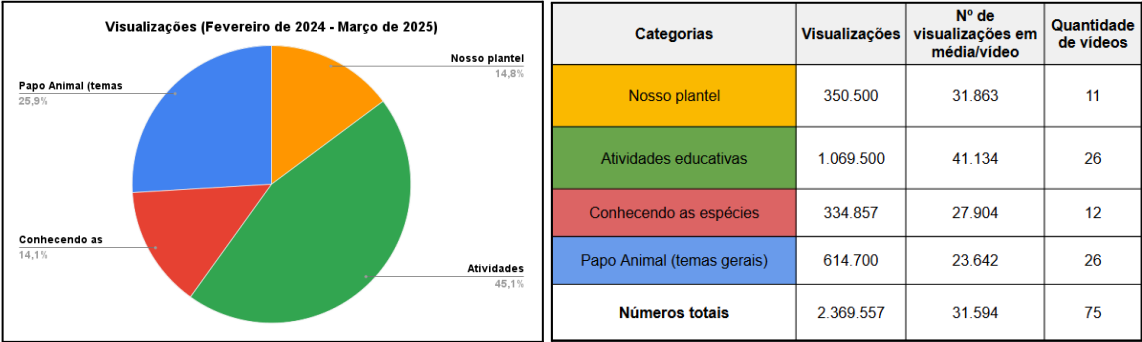
Destaca-se também a categoria “Papo Animal”, onde aborda-se temas gerais sobre o mundo animal e representa 25% do total de visualizações (Figura 2). Essa porcentagem expressiva demonstra o interesse do público por conteúdos relacionados aos animais, e serve como um indicativo importante para a produção de vídeos futuros, atendendo à curiosidade dos seguidores que também fazem parte do público visitante.

Embora os resultados de cada categoria possam ser analisados individualmente, o foco deste trabalho é destacar o desempenho geral no período observado. Entre fevereiro de 2024 e março de 2025, os 75 vídeos publicados alcançaram um total de 2.357.457 visualizações (Tabela 1). Esse número torna-se ainda mais significativo quando comparado aos cerca de 500 mil seguidores do perfil da instituição, evidenciando um alcance expressivo obtido por meio de conteúdos que abordam temáticas ambientais e promovem a conscientização sobre a conservação da natureza.

Além do alcance satisfatório, os vídeos trouxeram à tona temas de grande relevância para a educação ambiental, como a desmistificação de alguns animais, as espécies ameaçadas

de extinção e a importância dos zoológicos na conservação da fauna, ampliando o conhecimento e a sensibilização do público.

Gráfico 1: Quantidade de visualizações e categoria dos temas entre fevereiro de 2024 e março de 2025 / Tabela 1: Quantidade de visualizações, média por vídeo e quantidade de vídeos por categoria



Fonte: Acervo BioParque do Rio, 2025.

Conclusão

O uso de mídias sociais, associadas a elementos de divulgação científica e educação ambiental, são essenciais para aumentar o alcance de informações que despertem a sensibilização ambiental, auxiliando no desenvolvimento do pilar de educação dentro de um zoológico moderno. Além disso, as postagens em mídias sociais podem servir como ferramentas de análise para entender as temáticas que apresentam maior aderência ao público alvo, visando conectar os temas tratados à realidade da população que tem acesso a esses conteúdos.

Referências Bibliográficas

KLEIMAN, D. G. Criteria for the evaluation of zoo research projects. Zoo Biology, 1985.

LIMA, G. S.; GIORDAN, M. Da reformulação discursiva a uma práxis da cultura científica: reflexões sobre a divulgação científica. História, Ciências, Saúde – Manguinhos, v. 28, n. 2, p. 375-392, 2021.

MARANDINO, M. et al. A educação não formal e a divulgação científica: o que pensa quem faz. In: Atas do IV Encontro Nacional de Pesquisa em Ensino de Ciências, 2004. p. 37-45.

MENDES, M. M.; DE MELO MARICATO, J. Das apresentações públicas às redes sociais: apontamentos sobre divulgação científica na mídia brasileira. Comunicação & Informação, v. 23, 2020.

RODRIGUES, F.; SCHULZ, L.; TOMIO, D. Educação Ambiental em contextos de Educação Não Formal: uma análise de práticas educativas desenvolvidas no Zoológico de Pomerode. REMEA – Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental, v. 37, n. 4, p. 282-302, 2020.

ROSE, P. E.; RILEY, L. M. Expanding the role of the future zoo: Wellbeing should become the fifth aim for modern zoos. Frontiers in Psychology, v. 13, p. 1018722, 2022.

ZORDAN, M. Progressive zoos and aquariums must be part of the world’s response to COVID-19. IUCN.org, 2021. Disponível em: <https://www.iucn.org/news/species/202104/progressive-zoos-and-aquariums-must-be-part-of-worlds-response-covid-19>. Acesso em: 9 maio 2025.