



VISUALIZAÇÃO DA AÇÃO DE EXTENSÃO

DADOS DA AÇÃO DE EXTENSÃO

Código:	PJ118-2022
Título:	MÍDivulga Amazônia: divulgação científica, tecnológica e de inovação (CT&I) em Rondônia
Ano:	2022
Período de Realização:	05/12/2022 a 05/12/2023
Tipo:	PROJETO
Situação:	EM EXECUÇÃO
Município de Realização:	
Espaço de Realização:	
Abrangência:	Regional
Público Alvo:	Professores, técnicos e alunos da UNIR
Unidade Proponente:	DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE COMUNICAÇÃO /
Unidade Orçamentária:	/
Outras Unidades Envolvidas:	
Área Principal:	COMUNICAÇÃO
Área do CNPq:	Ciências Sociais e Aplicadas
Fonte de Financiamento:	FINANCIAMENTO INTERNO (PIBEC)
Convênio Funpec:	NÃO
Renovação:	NÃO
Nº Bolsas Solicitadas:	2
Nº Bolsas Concedidas:	0
Nº Discentes Envolvidos:	6
Faz parte de Programa de Extensão:	NÃO
Grupo Permanente de Arte e Cultura:	NÃO
Público Estimado:	3000 pessoas
Público Real Atendido:	Não informado
Tipo de Cadastro:	SUBMISSÃO DE NOVA PROPOSTA
Contato	
Coordenação:	ALLYSSON VIANA MARTINS
E-mail:	allyssonviana@unir.br
Telefone:	

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

#	Descrição
4	Educação de Qualidade
5	Igualdade de Gênero
10	Redução das Desigualdades

Detalhes da Ação

Resumo do Produto:

O contexto da cibercultura permitiu uma maior produção e disseminação de conteúdo por quem possui acesso à rede e às tecnologias digitais. Com a popularização do acesso à internet e às mídias digitais a partir do século 21, a circulação das informações sobre ciência sofre alterações, dos períodos científicos à inserção dos próprios pesquisadores nesse (ciber)espaço, sobretudo nas redes sociais. O ensino superior e a pesquisa científica no estado de Rondônia são realizados, principalmente, por uma universidade e um instituto de âmbitos federais. O conhecimento científico sobre a Amazônia e a região Norte não deve ficar restrito, mas ser expandido e estar acessível à população rondoniense e brasileira. Por isso, propomos com este projeto uma série de produção de vídeos, o MÍDivulga Amazônia, que deve seguir o que há de mais recente nas redes sociais, isto é, adaptada à

linguagem midiática digital. A proposta é produzir dois vídeos por mês, durante o ano do projeto, desenvolvendo e aprimorando padrões de roteiro, gravação e edição a partir dessa experimentação. **Palavras-Chave:**

Divulgação científica, Redes sociais, Amazônia **Justificativa:**

O ensino superior e a pesquisa científica no estado de Rondônia são realizados, principalmente, por uma universidade e um instituto de âmbitos federais. A Universidade Federal de Rondônia (UNIR), criada em 1982, e o Instituto Federal de Rondônia (IFRO), de 2008, produzem um vasto conhecimento científico, tecnológico e de inovação (CT&I). Em 2021, apenas a UNIR possui mais de 20 cursos de pós-graduação stricto sensu, Mestrado e Doutorado, além de mais de 200 grupos de pesquisas ativos, institucionalizados e certificados pelo CNPq. O seu foco de atuação é a educação superior de qualidade, tendo como missão a produção e a difusão de conhecimento, considerando as peculiaridades amazônicas e visando o desenvolvimento da sociedade. Um dos seus diferenciais é exatamente a oferta desses cursos de pós-graduação, o que faz dela a única instituição pública responsável pela formação de mestres e de doutores em todo estado, e em um espaço considerável da Região Norte. Os outros centros de formação nesse nível mais próximos são Rio Branco, distante mais de 500 km, Manaus, a quase 900 km, e Cuiabá, a praticamente 1,5 mil km. Esse compromisso com a formação de alto nível possibilita a produção científica qualificada na região. O conhecimento científico derivado da UNIR não deve ficar restrito, mas ser expandido e estar acessível à população rondoniense e brasileira. O Regimento Geral da instituição possui entre seus principais objetivos exatamente o papel de popularização da ciência, tecnologia e inovação (CT&I). Nas palavras do Art. 8º, inciso III, a intenção é “Estimular e proporcionar os meios para a criação e a divulgação científica, técnica, cultural e artística, respeitando a identidade regional e nacional” (grifos nossos). Inicialmente, seguimos um modelo mais próximo da linguagem dos vídeos do YouTube até trabalharmos mais especificamente com ênfase maior para os vídeos para o Instagram e o TikTok, a partir da lógica da criação de conteúdos digitais (DOURADO; PAPERCLIQ, 2010; BRAMBILLA, 2011) para um perfil e público mais jovem. Os conteúdos, primeiro, tinham um minuto, e, a partir de junho de 2022, um minuto e trinta segundos, sempre seguindo as atualizações e lógicas das redes sociais, em especial o Instagram e seu inaugural Reels. Em 2020, o MÍDI - Laboratório de Mídias Digitais e Internet, criou o MÍDIVulga, com o objetivo de produzir vídeos de divulgação científica com uma linguagem adaptada às redes sociais a partir da realidade de Rondônia, estado em que o laboratório se localiza. O projeto se dividiu em duas áreas, Amazônia e Humanidades: a primeira focada em vídeos que falam sobre a Amazônia e a região Norte, com base nas publicações de pesquisadores de Rondônia que, geralmente, não são acessíveis ao público geral e que mesmo dentro das universidades não chegam ao conhecimento de todos, ficando restritas apenas às pessoas que pesquisam sobre os mesmos temas; a segunda, Humanidades, com artigos de pesquisadores de todo o Brasil, que abordam sobre comunicação, mídias, internet e cultura pop, assuntos de interesses dos membros do laboratório. Como a área das humanidades e os pesquisadores da região Norte estão mais relegados para a divulgação científica do país, circulando menos em veículos de comunicação tradicionais e alternativos, o projeto focava em divulgar as pesquisas que acabam não sendo conhecidas por um público para além da universidade. A ideia é popularizar, de um modo menos “professoral” e hierárquico, o conhecimento que é produzido dentro da universidade para as pessoas que estão fora dela, tornando-o mais acessível e adaptado ao tipo de conteúdo que as pessoas consomem atualmente na internet e nas redes sociais. Desde agosto de 2020, foram realizados mais de 70 vídeos de divulgação científica, com experimentação de vários formatos, dos quais dois se destacam e serão mais bem explicados posteriormente. Neste projeto, propomos um aprimoramento na produção de vídeos a partir do MÍDIVulga Amazônia (<https://www.instagram.com/grupomidi/guide/m-divulga-amaz-nia/18104283325267771/>), que deve seguir o que há de mais recente nas redes sociais, isto é, adaptada à linguagem midiática digital, não mais do YouTube, como no início. Embora já realizasse vídeos com produções científicas rondonienses, com especial atenção à multiplicidade da Amazônia, a ênfase do MÍDIVulga estava nas pesquisas das humanidades, seguindo os interesses dos bolsistas e voluntários do projeto. Com financiamento, a intenção é realizar e aprimorar a divulgação científica qualificada a partir dos estudos sobre a região Norte, especialmente advindos de Rondônia, algo já feito de forma inédita desde setembro de 2021, embora de forma experimental. Agora, a proposta é produzir dois vídeos por mês adaptados às lógicas das redes sociais e aprimorar os atuais padrões de roteiro, gravação e edição a partir dessa experimentação. Em 23 de agosto de 2022, a conta no Instagram do MÍDI (www.instagram.com/grupomidi) conta com mais de 9 mil e 400 seguidores, dos quais 66,2% eram mulheres e 33,8% eram homens. O maior número de acessos vem da cidade de Porto Velho, com 33,9%, outras cidades de Rondônia representam individualmente menos de 5% dos acessos, entre elas Cacoal (4,7%), Ji-Paraná (3,4%), Vilhena (3,2%) e Ariquemes (2,8%). Esses dados podem contribuir também para um maior interesse das divulgações específicas de Rondônia. A faixa etária dos seguidores é dividida da seguinte forma: 5,4% de adolescentes entre 13 a 17 anos, 30,3% de jovens entre 18 e 24 anos, 34,1% de 25 a 34 anos. Ou seja, quase 70% são de adolescentes e jovens adultos. Ainda é expressiva a quantidade de seguidores entre 35 a 44 anos (20,5%) e de 45 a 54 (7,2%), seguido dos mais velhos, de 55 a 64 (1,5%) e mais de 65 (0,7%).

Resumo:

O contexto da cibercultura permitiu uma maior produção e disseminação de conteúdo por quem possui acesso à rede e às tecnologias digitais. Com a popularização do acesso à internet e às mídias digitais a partir do século 21, a circulação das informações sobre ciência sofre alterações, dos períodos científicos à inserção dos próprios pesquisadores nesse (ciber)espaço, sobretudo nas redes sociais. O ensino superior e a pesquisa científica no estado de Rondônia são realizados, principalmente, por uma universidade e um instituto de âmbitos federais. O conhecimento científico sobre a Amazônia e a região Norte não deve ficar restrito, mas ser expandido e estar acessível à população rondoniense e brasileira. Por isso, propomos com este projeto uma série de produção de vídeos, o MÍDIVulga Amazônia, que deve seguir o que há de mais recente nas redes sociais, isto é, adaptada à linguagem midiática digital. A proposta é produzir dois vídeos por mês, durante o ano do projeto, desenvolvendo e aprimorando padrões de roteiro, gravação e edição a partir dessa experimentação. **Palavras-Chave:**

Divulgação científica, Redes sociais, Amazônia **Metodologia:**

A equipe deste projeto deverá produzir, ao longo de um ano, no mínimo 24 produções em vídeo, a serem divulgadas nos canais do grupo de pesquisa MÍDI, vinculado à UNIR e certificado pelo CNPq, a saber: site (www.midi.unir.br), Instagram (www.instagram.com/grupomidi), TikTok (www.tiktok.com/@grupomidi) e YouTube (www.youtube.com/grupomidi). As produções poderão repercutir ainda nos canais das instituições citadas nos vídeos, em especial UNIR, IFRO e Fiocruz, a partir da filiação do cientista, além dos veículos de imprensa de Rondônia, com os quais o MÍDI desenvolveu uma relação mais estreita desde 2020. Um experimento dos conteúdos que devem compor este projeto pode ser visualizado nos canais supracitados, uma vez que o grupo,

mesmo sem infraestrutura, realizou produções afins para assegurar que elas são exequíveis, sobretudo com as devidas condições de recursos materiais e humanos. A nossa principal contribuição, pensando em uma adaptação à realidade encontrada em Rondônia, é desenvolver vídeos a partir de artigos científicos já publicados em revistas ou livros qualificados. Isso garante uma maior liberdade na escolha e na produção, sem dependência de entrevistas e trabalhando com textos científicos de qualidade já avaliados por outros cientistas, que deram pareceres aprovando e chancelando os artigos. A seleção dos conteúdos que são disseminados no MÍDivulga Amazônia é realizada através de três critérios, mas não excludentes: pesquisadores com bolsa produtividade; projetos de pesquisa com financiamento externo – em relação à instituição que possuem vínculo; e textos científicos publicados em periódicos de alta relevância, definida pelo estrato qualis da Capes. Os membros do laboratório criaram uma rotina de produção, na qual cada aluno foi se especializando em uma ou mais etapas: roteiro, apresentação e edição. O roteiro consiste em um texto síntese das principais partes dos artigos. Os vídeos do MÍDivulga possuem roteiros padronizados, que são escritos após a leitura dos artigos científicos, com atenção especial para uma linguagem mais coloquial e explicativa, ambas adaptadas às lógicas das redes sociais. A apresentação é o momento em que, já com os roteiros finalizados, os estudantes o gravam na câmera ou no smartphone, com ênfase em enquadramento, cenário, iluminação e captação de áudio. A edição é a parte final, em que, com acesso ao roteiro e ao vídeo gravado, sempre com adaptação à linguagem das redes sociais, com atenção especial à troca de planos, além de corte, transição, trilha, tarja, marcas gráficas e imagens de apoio encontradas na internet e que possuem direta relação com o assunto abordado. Foi estabelecido que os roteiristas precisam entregar seus textos 15 dias antes da publicação, isto é, desde a leitura dos artigos, a escrita do texto, as correções do orientador e ajustes finais no roteiro. Em seguida, o apresentador tem até 7 dias para realizar a gravação, que também é encaminhada para o orientador, durante os testes, para avaliar se os critérios estabelecidos de enquadramento, iluminação e captação de áudio estão sendo seguidos. Pode acontecer de um apresentador gravar o mesmo vídeo mais de uma vez até que ele consiga um material com qualidade boa para ser postado. Os últimos 7 dias são dedicados para a edição, e por fim, quando o coordenador aprova o vídeo, ele é carregado para a página do Instagram, TikTok e YouTube, agendando a data e o horário que ele vai ser postado para o público. Além de serem postados nas contas do /grupomidi, as produções repercutem nos canais institucionais da UNIR, quando os vídeos são de pesquisadores da instituição. As fontes que usamos de base para os roteiros dos vídeos do MÍDIVulga são selecionadas pelo coordenador do laboratório a partir de artigos que foram publicados por professores da Universidade Federal de Rondônia ou do Instituto Federal de Rondônia no ano corrente ou anterior da publicação, sempre com solicitação por e-mail ou busca via sites institucionais dos programas que fazem parte ou mesmo direto no currículo Lattes. Depois de selecionados, os artigos são organizados numa planilha compartilhada entre os membros, que contém: título do artigo, autores, a data que o vídeo será publicado, além de roteirista, apresentador e editor responsáveis pela realização. Antes das novas produções iniciarem, analisaremos os vídeos de alguns canais que já trabalham com divulgação científica nas redes sociais, como Ciência USP e Olá, Ciência!, com ênfase no Instagram e TikTok. O primeiro passo do trabalho dos roteiristas é verificar a planilha e iniciar a leitura do texto, para entender bem todas as suas partes, ainda que a ênfase recaia, atualmente, na introdução, análise, resultados e conclusão. Caso o roteirista tenha dúvida sobre algum conceito ou método, ele pode pesquisar na internet outros textos. Porém, como o projeto se propõe a apresentar os achados dos artigos, o roteiro deve conter apenas informações que são apresentadas no texto original, por isso, é fundamental o roteirista compreender o que está lendo, para que não haja nenhum equívoco ou informação que não conste no texto original. Ademais, para explicar de uma forma simples, esse aspecto de compreensão é primordial. O primeiro modelo de roteiro começava com um texto mais chamativo, com frases mais curtas que deveriam dizer qual seria o tema tratado e instigar os seguidores a verem o vídeo até o final. Depois dele, passava para a vinheta do MÍDI. O segundo parágrafo era baseado na própria introdução do artigo, e continha as informações básicas sobre o resto do texto, como o seu conteúdo, os objetivos e a forma em que ele foi dividido. Depois, tínhamos um parágrafo que dava informações técnicas sobre o texto, apresentávamos o local onde o artigo foi publicado, citávamos os nomes dos autores e o título do artigo, assim, quem assistisse ao vídeo saberia que o conteúdo apresentado era uma adaptação de um determinado texto científico e quem foi o responsável ou responsáveis pelo seu desenvolvimento. Atualmente, essas informações aparecem apenas na descrição do vídeo junto ao do link para o público ter a oportunidade de acessar uma pesquisa científica de qualidade; mas isso já ocorria também no primeiro modelo, à época postado apenas no Instagram e no YouTube, não no TikTok. Em seguida, era explicado mais detalhadamente qual era o objeto da pesquisa e quais suas justificativas, ou seja, o contexto para sua realização. Os métodos eram citados, e quando o método fosse uma parte mais importante ou específica do artigo, ele devia ser explicado de forma simples, para que o público pudesse compreendê-lo. Os resultados e as conclusões da pesquisa também precisavam ser apresentados, fazendo um resumo dessa parte final, tornando ela acessível para os seguidores. O roteiro era encerrado com um parágrafo convidando as pessoas a curtirem, comentarem e compartilharem o vídeo, algo que não acontece mais, devido à duração encurtada. O apresentador se apresentava, informava qual curso faz e qual a sua relação com o MÍDI, se bolsista ou voluntário. A vinheta marcava o encerramento. Esse primeiro modelo de roteiro era organizado com base na própria divisão estrutural dos artigos, que têm o corpo do texto composto basicamente por: introdução, objetivos, fundamentação, metodologia, resultados e conclusões (MEDEIROS, 2006). O objetivo dos roteiros e dos vídeos era apresentar o mesmo conteúdo que os artigos, mas de uma forma muito mais acessível, por isso, os roteiristas sempre dão preferência a adaptar palavras mais complexas para termos que são usados no dia a dia, mas sem alterar o sentido original que o artigo apresenta. Este modelo também indicava o que chamamos de off, que quando é gravado apenas a voz do apresentador e o vídeo é complementado com uma imagem de apoio, que pode ser uma imagem estática, um vídeo sem som ou uma animação. Para esses vídeos maiores, o editor acessa o roteiro e vê as sugestões de ilustração visual que o roteirista deu e em quais momentos do vídeo elas devem ser inseridas. Como trabalhamos com três pessoas para cada vídeo, além do roteirista, o apresentador e o editor, estes dois geralmente não têm contato com o artigo original. Como o editor poderia, em alguma ocasião, não entender determinado ponto do roteiro e ficar sem ideias para ilustrar o vídeo, era essencial as indicações de vídeos e imagens que o roteirista fazia, já que ele sim leu o artigo original e tem um conhecimento maior sobre o assunto. Assim, era importante que o off estivesse bem organizado e tivesse boas sugestões para facilitar o trabalho da equipe. Durante o desenvolvimento do projeto, em 2020, o Instagram lançou uma nova ferramenta: o Reels, que permite a publicação de vídeos com até um minuto de duração, e, nesse formato, começaram a fazer sucesso e a ter um grande alcance. Essa nova ferramenta permite criar vídeos com

músicas, áudios dos próprios usuários, usar o áudio de outros perfis, colocar efeitos, entre diversas outras funções que o TikTok já possuía, rede rival do Instagram (LAVADO, 2020). Ao perceber como essa nova ferramenta vinha sendo usada e o seu alcance, decidimos mudar o formato do conteúdo que produzimos, como já explicado. A partir de setembro de 2021, começamos a explorar outro modelo de produção, impactando na apresentação, na edição e, principalmente, no roteiro. Além de possuírem até um minuto de duração e serem gravados na vertical, com edição mais dinâmica e acessível – como explicado mais abaixo –, a produção científica em si aparece de forma mais sutil nos vídeos, com roteiro não ultrapassando mil caracteres com espaço e os artigos analisados de forma mais objetiva. Neste formato, o roteiro traz uma linguagem ainda mais coloquial, inclusive com adoção de memes e comentários, além de parágrafos mais curtos. O texto deve ser escrito de forma que se aproxime da oralidade, para facilitar a sua apresentação, e trazer dos artigos analisados as informações que são apresentadas apenas na introdução, resultado e conclusão, de forma ainda mais objetiva e sucinta, abordando as principais partes da pesquisa, mas focando nas suas contribuições. Cabe ressaltar que, desde junho de 2022, o Instagram permitiu que os vídeos no formato Reels possuam até 90 segundos, desta forma, já estamos realizando as adaptações para o novo modelo. Quando o roteirista termina de escrever, ele encaminha o texto para o coordenador do projeto para que possa ser corrigido. Se o coordenador pedir alguma alteração, o roteiro volta para o roteirista, e neste ponto começa a troca de informações para que ele seja finalizado. Ao ser aprovado, o texto é passado para outra etapa. Um dos apresentadores o recebe para gravar. Para realizar a gravação dos primeiros vídeos, era necessário colocar a câmera em um tripé que estava apontado para o cenário. Para os primeiros roteiros, utilizávamos uma câmera Canon T6 (logo, na horizontal), com gravação de áudio no smartphone do próprio apresentador ligado por um microfone lapela, pois a câmera não possui entrada para áudio, necessitando de sincronização na edição. Com os roteiros mais curtos, os estudantes passaram a gravar os vídeos em seus próprios smartphones e na vertical, com um microfone lapela plugado para captação de áudio, através de um ring light com tripé e do aplicativo Teleprompter para Vídeo, da Norton Five Ltd. Atualmente, com financiamento pelo CNPq Universal, Chamada MCTI/FNDCT Nº 18/2021, foi adquirido um smartphone Samsung S21 e gravadores da marca Sony, com vídeo gravado no primeiro, em tripé semi-profissional da universidade, e o áudio gravado, ainda separadamente, no gravador plugado em um microfone lapela, necessitando de sincronização posterior na edição. A iluminação não é mais feita por ring light, mas por softbox com entrada para quatro lâmpadas led com entrada e27. Antes de realmente começar a gravação, um vídeo teste é feito, para verificar se o enquadramento e a iluminação estão corretos e se a captação de áudio está boa, além da passagem do texto, que é ler o roteiro em voz alta e perceber se as palavras se adequam também ao apresentador ou se causam cacofonia, repetição ou trava-língua. Com tudo arrumado, a gravação dos vídeos maiores começava com o roteiro aberto em um notebook, pois era difícil decorar os textos inteiros de uma vez, devido ao tamanho deles, e o projeto não possui teleprompter (TP), sendo assim, era filmado por frases: após o final de cada parágrafo, a gravação era encerrada e outra se iniciava. Esse processo era realizado também para que o arquivo não ficasse pesado no cartão de memória e permitisse a gravação de todo o roteiro, facilitando também o editor na montagem. Por ser um vídeo mais longo e sem ter o texto memorizado, levava-se aproximadamente uma hora para ser finalizado. Hoje, como os roteiros menores são os principais, esse processo foi simplificado, como já exposto. Os editores recebem os vídeos via WeTransfer e trabalham com o programa Adobe Premiere 2020, ao criarem um novo projeto com o nome do aluno que gravou e o assunto do roteiro, para que se tenha um maior controle das edições. Dentro do programa, determinamos um padrão de cortes, transições, sons, legenda e estética de cores. Os cortes realizados são a cada parágrafo do roteiro, com transições e, mais recentemente, aproximação ou distanciamento de zoom. As transições utilizadas são “Digital Glitch” e “Pan” do plugin Premiere Composer. “Digital Glitch” é adicionada quando a transição do corte será feita para alguma imagem de apoio, enquanto “Pan” é selecionada quando o corte continua com a imagem do participante que gravou. Os sons são “Hollow Pop 06”, para quando surge algum meme ou foto complementar ainda no take do aluno, ou seja, com ele em tela, e “Mouse Click 01” para quando é colocado algum print, ambos do plugin Premiere Composer. Para uma maior inclusão, nos formatos menores, foram acrescentadas legendas, que antes não havia nas produções de 3-5 minutos. Elas são feitas manualmente dentro do próprio programa e a estética de cores foi escolhida dentro do padrão do MIDI, com a cor principal no código #0088A3. Elas aparecem como plano de fundo dos vídeos das imagens de apoio ou quando há texto em tela; além disso, é adicionado a logo do MIDI no canto superior esquerdo e, quando é uma pesquisa vinculada à UNIR, a logo da universidade no canto superior direito. Para a aprovação, os vídeos são salvos em uma resolução baixa de 450p e enviados via WhatsApp para o orientador. Após as correções, as produções são salvas em uma resolução Full HD de 1080p e enviadas por link criado no site WeTransfer. Porém, mesmo com a mudança no formato dos vídeos de divulgação científica para um modelo que mais se adequa ao Instagram, alguns vídeos ainda são postados em um formato maior. **Referências:**

ALBIGALI, Sarita. Divulgação científica: informação científica para a cidadania? Ci. Inf., Brasília, v. 25, n. 3, p. 396-404, set./dez. 1996. BERNARDAZZI, Rafaela. Youtubers e as relações com a produção audiovisual. In: Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), São Paulo, 2016. BRAMBILLA, Ana. Para entender as mídias sociais. Salvador: Edições VNI, 2011. BRIGGS, Mark. Journalism next: a practical guide to digital reporting and publishing. 2ª Ed. EUA: SAGE, 2013. BORCEZI, Daniela; MORAIS, Carlos. Fact-checking e a circulação da notícia política: o discurso sobre o fim da Cracolândia. Revista Ícone, Recife, Vol. 17, N. 1, p. 72-84, 2019. BUENO, Wilson. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. Inf. Inf., Londrina, v. 15, n. esp., p. 1-12, 2010. CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan. Jornalismo em transição. In: FIDALGO, António; CANAVILHAS, João (Org.). Comunicação digital: 10 anos de investigação. Covilhã: Livros Labcom, 2014, p. 33-58. CARREIRA, Krishna. Youtuber e conteúdo audiovisual propagável. 2015. In: Anais do Simpósio Internacional de Tecnologia e Narrativas Digitais. São Luís: UFMA, 2015. DOURADO, Danila; PaperCLIQ. #MídiasSociais: perspectivas, tendências e reflexões. 1. ed. PaperCLIQ, 2010. FARIA, Ana; MARINHO, Felipe. Influenciadores Digitais: Um Estudo Sobre a Popularidade Alcançada Através do YouTube. In: Anais 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba: Positivo, 2017. JENKINS, Henry. Cultura da conexão. São Paulo: Aleph, 2014. JENKINS, Henry. Cultura da convergência. 2ª ed., São Paulo: Aleph, 2009. LAVADO, Thiago. Instagram expande função que próxima rede social do TikTok, G1, publicado 23 jun. 2022. Disponível: . Acesso em 03 mai. 2023. LEMOS, André. Cibercultura. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2002. LEMOS, André. Cibercultura e Mobilidade. Revista Razón y Palabra. Out-Nov, 2004. LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999. MEDEIROS, João. Redação científica: a prática de fichamentos,

resumos, resenhas. São Paulo: Atlas, 2006. RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2009. SANTAELLA, Lúcia. Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003. SILVA, Fernando. Jornalismo móvel. Salvador: EDUFBA, 2015. VALERIO, Palmira; PINHEIRO, Lena. Da comunicação científica à divulgação. Transinformação, Campinas-SP, v. 20, n. 2, agosto, p. 159-169, 2008. ZAGO, Gabriela. Circulação jornalística no Twitter: apontamentos para discussão. In: Anais do VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Luís: SBPJOR, 2010, p. 1-14. ZAGO, Gabriela. Recirculação jornalística no Twitter: motivações dos interagentes para filtrar e comentar notícias. In: Anais do I Confibercom, São Paulo, 2011, p. 1-16.

Membros da Equipe

Nome	Categoria	Função	Departamento	Situação	Início	Fim
ALLYSSON VIANA MARTINS	DOCENTE	COORDENADOR(A)	DACOM-PVH	Ativo Permanente	05/12/2022	05/12/2023
VANESSA APARECIDA FORTE	EXTERNO	MEMBRO EQUIPE			01/12/2022	31/12/2023
AGNER VICTORIA MENDES SILVA	DISCENTE	DISCENTE VOLUNTÁRIO			01/12/2022	31/12/2023
MYLLA PEREIRA DA COSTA	DISCENTE	DISCENTE VOLUNTÁRIO			01/12/2022	31/12/2023
FRANCISCO VIDAL NOGUEIRA NETO	DISCENTE	DISCENTE VOLUNTÁRIO			01/12/2022	31/12/2023
ALICE MARIA BASTOS BELO	DISCENTE	DISCENTE VOLUNTÁRIO			01/12/2022	31/12/2023
JULIANA DE ALMEIDA ROCHA	DISCENTE	DISCENTE VOLUNTÁRIO			01/12/2022	31/12/2023
MARCOS HENRIQUE FERREIRA DE MIRANDA	DISCENTE	DISCENTE VOLUNTÁRIO			01/12/2022	31/12/2023

Discentes com Planos de Trabalho

Nome	Vínculo	Situação	Início	Fim
------	---------	----------	--------	-----

Discentes não informados

Ações das quais o PROJETO faz parte

Código - Título	Tipo
-----------------	------

Esta ação não faz parte de outros projetos ou programas de extensão

Lista de departamentos envolvidos na autorização da proposta

Autorização	Data Análise	Autorizado
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE COMUNICAÇÃO	26/10/2022 17:24:23	SIM