

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE MEDICINA VETERINÁRIA

JULIANA FERREIRA MELO

Divulgação científica das ações do curso de Medicina Veterinária da Universidade Federal de
Uberlândia

Uberlândia
2019

JULIANA FERREIRA MELO

Divulgação científica das ações do curso de Medicina Veterinária da Universidade Federal de
Uberlândia

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Federal de Uberlândia como
requisito parcial para obtenção do título de
bacharel em Medicina Veterinária.

Orientadora: Prof^ª. Dra. Kênia de Fátima
Carrijo

Uberlândia

2019

JULIANA FERREIRA MELO

Divulgação Científica das ações do curso de Medicina Veterinária da Universidade Federal de Uberlândia

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Federal de Uberlândia como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Medicina Veterinária.

Uberlândia, 06 de dezembro de 2019

Banca Examinadora:

Profª Doutora Kênia de Fátima Carrijo
Universidade Federal de Uberlândia (UFU)

Profª Doutora Ana Luísa Neves Alvarenga Dias
Universidade Federal de Uberlândia (UFU)

Profª Doutora Vanessa Martins Fayad Milken
Universidade Federal de Uberlândia (UFU)

Aos meus amados pais Felix e Sandra, por serem meus alicerces ao longo desta graduação. E ao meu querido irmão Anderson por toda parceria e companheirismo de sempre.

AGRADECIMENTOS

A Deus por permitir a conclusão de mais esta etapa em minha vida, me fortalecendo diariamente e me tornando perseverante para superar cada desafio.

À querida professora e amiga Dra. Kênia de Fátima Carrijo pela confiança em mim depositada, por acreditar em meu trabalho, sobretudo como Jornalista. Pelo incentivo no desenvolvimento deste trabalho associando minhas duas áreas de atuação, pela motivação, carinho e orientação ao longo desta jornada acadêmica.

A todos os professores e colegas da FAMEV – UFU que contribuíram diretamente para o andamento deste trabalho, sugerindo personagens para a execução da seção “*Por onde andam nossos Egressos?*” ou atuando como fontes para a produção das matérias da seção “Central de Conteúdos”.

De modo geral a todos os professores que participaram da construção de minha carreira acadêmica e profissional, sejam eles docentes da Universidade Federal de Uberlândia, do Instituto Federal Goiano - Campus Urutaí ou da Universidade Federal de Ouro Preto.

A todos os egressos que simpatizaram com a seção “*Por onde andam nossos Egressos?*” e se prontificaram a conceber os depoimentos.

Aos colegas e amigos que acreditaram fielmente neste projeto, acompanhando todas as publicações semanais e demonstrando apoio e carinho através de curtidas e comentários nas postagens.

À minha família, meus pais Felix e Sandra, meu irmão Anderson por todo amparo concebido, por sempre acreditarem em mim e por me permitirem realizar este sonho. Cursar a segunda graduação e chegar à tão sonhada Universidade Federal de Uberlândia, não seria possível sem o apoio incondicional de vocês.

RESUMO

A Universidade, promotora do ensino, pesquisa e extensão, reflete diretamente na formação de profissionais e cidadãos. Desta forma a divulgação dos trabalhos executados é de suma importância para evidenciar o papel contribuinte dessas instituições de ensino frente à sociedade. O Curso de Graduação em Medicina Veterinária, localizado na cidade de Uberlândia-MG, compõe um dos 101 cursos de graduação oferecidos pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU), instituição vinculada ao Ministério da Educação (MEC). Para mais, apresenta relevância local e nacional, formando profissionais que contribuem com o desenvolvimento da sociedade. Este Trabalho de Conclusão de Curso teve como objetivo promover ações de divulgação científica, através da prática do jornalismo científico, abrangendo as atividades de ensino, pesquisa e extensão do curso de Medicina Veterinária da Faculdade de Medicina Veterinária da Universidade Federal de Uberlândia, destacando a atuação dos docentes, discentes, técnicos-administrativos e, sobretudo, coordenação de curso. O intuito foi divulgar para comunidade interna e externa as atividades realizadas no âmbito do curso. Ações envolvendo ensino, pesquisa e extensão, incluindo eventos acadêmicos, projetos, entidades e outros fatos relevantes foram externados através de publicações de textos jornalísticos e imagens. O site institucional da Faculdade de Medicina Veterinária da Universidade Federal de Uberlândia contemplou o *link* para postagem dos textos jornalísticos. As redes sociais, *Facebook* e *Instagram* foram importantes ferramentas para o compartilhamento dos materiais. Como métodos de pesquisa foram realizados revisão de literatura e análises estatísticas de acesso às páginas digitais, que abrigaram a cobertura jornalística. Para a execução do projeto houve a confecção de pautas jornalísticas abordando atividades de desenvolvidas no âmbito do curso de Medicina Veterinária da Universidade Federal de Uberlândia. A partir das pautas produzidas foram efetuadas coberturas dos eventos, produção dos textos jornalísticos e postagem no site, com compartilhamento pelas redes sociais. Posteriormente, foi feita a execução de análises estatísticas dos dados de acesso do site, *Facebook* e *Instagram*, sendo possível caracterizar o perfil de internautas que acessaram o conteúdo produzido.

Palavras-chave: Divulgação científica. Internet. Jornalismo científico. Medicina veterinária. Universidade.

ABSTRACT

The University, promoter of teaching, research and extension, reflects directly on the training of professionals and citizens. In this way the dissemination of the work performed is of paramount importance to highlight the contributive role of these educational institutions towards society. The Graduate Course in Veterinary Medicine, located in the city of Uberlândia-MG, is one of 101 undergraduate courses offered by the Federal University of Uberlândia (UFU), an institution linked to the Ministry of Education (MEC). Moreover, it has local and national relevance, training professionals who contribute to the development of society. This Work of Conclusion of Course had as objective to promote actions of scientific spreading, through the practice of the scientific journalism, covering the activities of teaching, research and extension of the course of Veterinary Medicine of the Faculty of Veterinary Medicine of the Federal University of Uberlândia, highlighting the performance of the teachers, students, technical-administrative and, above all, coordination of course. The intention was to disseminate to the internal and external community the activities carried out within the scope of the course. Actions involving teaching, research and extension, including academic events, projects, entities and other relevant facts were expressed through publications of journalistic texts and images. The institutional site of the Faculty of Veterinary Medicine of the Federal University of Uberlândia contemplated the link to post the journalistic texts. The social networks, Facebook and Instagram were important tools for sharing the materials. As research methods, a literature review and statistical analysis of access to the digital pages were carried out, which housed the journalistic coverage. For the execution of the project there was the preparation of journalistic guidelines addressing activities developed under the Veterinary Medicine course of the Federal University of Uberlândia. From the guidelines produced were made coverage of events, production of journalistic texts and posting on the site, with sharing by social networks. Subsequently, statistical analyses of the site's access data, Facebook and Instagram were carried out, and it was possible to characterize the profile of internet users who accessed the content produced.

Keywords: Scientific dissemination. Internet. Scientific journalism. Veterinary medicine. University.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Imagem ilustrativa do <i>layout</i> do site da FAMEV-UFU.....	23
Figura 2	Imagem ilustrativa do layout do <i>Facebook</i> da Coordenação do curso de graduação em Medicina Veterinária – UFU.....	24
Figura 3	Imagem ilustrativa do layout da página do <i>Instagram</i> da Coordenação de curso de Graduação em Medicina Veterinária – UFU.....	24
Figura 4	Foto de perfil utilizada no <i>Facebook</i> e no <i>Instagram</i> da Coordenação de Curso.....	25
Figura 5	Foto de capa produzida através do aplicativo Canva® para compor a página do <i>Facebook</i> da Coordenação de curso.....	25
Figura 6	Imagem ilustrativa da identidade da seção “Memórias da Med. Vet. UFU” feita através do aplicativo Canva®.....	26
Quadro 1	Relação dos oito textos redigidos para seção “Central de Conteúdos”, de acordo com sua data de publicação, título, número de curtidas nas redes sociais.....	31
Quadro 2	Relação dos onze depoimentos publicados na seção “Por onde andam nossos Egressos?”, de acordo com sua data de publicação, egresso entrevistado, número de curtidas nas redes sociais	32
Figura 7	Gráfico do <i>Google Analytics</i> demonstrando o número de acessos de internautas ao novo site da FAMEV (www.famev.ufu.br), no período de 11/10/2019 a 11/11/2019.....	33
Figura 8	Gráfico do <i>Instagram</i> sobre o perfil dos seguidores por gênero.....	34
Figura 9	Gráfico do <i>Instagram</i> sobre o perfil dos seguidores por Faixa Etária.....	34
Figura 10	Gráfico do <i>Instagram</i> sobre o perfil dos seguidores (homens) por Faixa Etária.....	35
Figura 11	Gráfico do <i>Instagram</i> sobre o perfil dos seguidores (mulheres) por Faixa Etária.....	35
Figura 12	Gráfico do <i>Instagram</i> sobre perfil dos seguidores quanto país de localização.....	36
Figura 13	Gráfico do <i>Instagram</i> sobre o perfil dos seguidores quanto cidade de localização.....	36

Figura 14	Gráfico da média de seguidores acessando a página do <i>Instagram</i> , de segunda a sábado, de acordo com os horários.....	37
Figura 15	Gráfico do <i>Facebook</i> sobre o total de seguidores da página Coordenação de curso de graduação em Medicina Veterinária – UFU, até o dia 08 de novembro de 2019.....	38
Figura 16	Gráfico do <i>Facebook</i> sobre o número de seguidores líquidos da página Coordenação de curso de graduação em Medicina Veterinária – UFU, até o dia 08 de novembro de 2019.....	39
Figura 17	Gráfico do <i>Facebook</i> sobre o perfil dos seguidores da página Coordenação de curso de graduação em Medicina Veterinária – UFU, de acordo com a idade e gênero, até o dia 08 de novembro de 2019.....	40
Figura 18	Gráfico do <i>Facebook</i> ilustrando o acesso dos internautas conforme dispositivo, referente ao período de 15 de setembro a 12 de outubro de 2019.....	40
Figura 19	Gráfico do <i>Facebook</i> ilustrando o acesso dos internautas conforme dispositivo, referente ao período de 12 de outubro a 08 de novembro de 2019.....	41

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
CONAVET	Consultoria e Assistência Veterinária
CTI-UFU	Centro de Tecnologia da Informação da Universidade Federal de Uberlândia
FAMEV	Faculdade de Medicina Veterinária
HV-UFU	Hospital Veterinário da Universidade Federal de Uberlândia
MEC	Ministério da Educação
PET	Programa de Educação Tutorial
UFU	Universidade Federal de Uberlândia

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	REVISÃO DE LITERATURA	12
2.1	Divulgação Científica e Jornalismo Científico	12
2.2	A Universidade e a divulgação	14
2.3	O Curso de Graduação em Medicina Veterinária da UFU	16
2.3.1	<i>Hospital Veterinário</i>	17
2.3.2	<i>Programa de Educação Tutorial (PET)</i>	18
2.3.3	<i>CONAVET</i>	18
2.3.4	<i>Programa de Pós Graduação</i>	18
2.4	A internet e seu alcance.....	20
2.5	Mídias sociais na divulgação científica.....	21
3	MATERIAL E MÉTODOS	22
3.1	Plataformas de divulgação	22
3.1.1	<i>Criação dos elementos identitários para as redes sociais</i>	24
3.2	Produção das pautas jornalísticas.....	26
3.3	Cobertura dos eventos	27
3.4	Redação dos informativos e postagens	28
3.5	Análise estatística dos dados de acesso ao site	29
3.6	Análise estatística dos dados de acesso ao <i>Facebook</i>	29
3.7	Análise estatística dos dados de acesso ao <i>Instagram</i>	29
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	30
4.1	Perfil de acesso ao novo site da FAMEV-UFU	32
4.2	Perfil de acesso ao <i>Instagram</i>	33
4.3	Perfil de acesso ao <i>Facebook</i>	37
5	CONCLUSÃO	42
	REFERÊNCIAS	43

1 INTRODUÇÃO

A Universidade reflete papel fundamental na estruturação da sociedade, não apenas buscando a formação acadêmica de profissionais de variadas áreas, como também a formação social dos cidadãos. De acordo com o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) (2013) conforme citado por Pultz (2013, p. 9):

A Universidade tem por finalidade não somente a formação de profissionais capacitados para exercerem seu ofício na sociedade, mas também possui um papel crucial no desenvolvimento social, político, econômico e cultural da sociedade em geral, por meio da produção e divulgação do conhecimento científico (CNPQ, 2013 apud PULTZ, 2013, p.9).

Algumas ações desenvolvidas no espaço acadêmico fogem do conhecimento de parte da comunidade acadêmica e da comunidade externa, devido à fragilidade das divulgações. Diante disso, surge a necessidade do desenvolvimento de plataformas de divulgação das atividades desenvolvidas no âmbito institucional. Assim como destaca Kunsch (1996), é necessário que a universidade se organize e crie condições para que sua produção científica chegue até a sociedade, desta forma, ela precisa ser mediadora entre os meios de comunicação e o receptor.

Ao decorrer dos anos, a comunicação social tem sido fundamental para a transmissão e troca de ideias. Além disso, exerce papel imprescindível na propagação das mais diversas áreas do conhecimento. Comunicar significa participar, transmitir, corresponder. A partir disso, a comunicação pode ser utilizada como importante ferramenta de divulgação científica nas instituições, que envolvam ações de ensino, pesquisa e extensão.

Para se processar a comunicação, dispomos de várias maneiras de despertar a atenção: pela expressão facial e gestos, tato, gravuras, sinais visuais, luzes, símbolos, música e dança etc. Quase todas através dos sentidos. Porém a mais importante de todas é a palavra, escrita ou falada (BRAGA, 1973, p. 26).

O objeto de divulgação deste trabalho foi o Curso de Graduação em Medicina Veterinária, localizado na cidade de Uberlândia-MG, compondo um dos 101 cursos de graduação oferecidos pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU), instituição vinculada ao Ministério da Educação (MEC). O curso apresenta relevância local e nacional, formando profissionais que contribuem com o desenvolvimento da sociedade. Ao longo da formação, os alunos têm a oportunidade de se envolverem com diversas atividades curriculares e extracurriculares, que nem sempre são divulgadas externamente ou até mesmo internamente à instituição, talvez por estruturas de divulgação deficientes ou por falhas de comunicação entre departamentos e assessoria.

Divulgar as atividades fundamenta-se no estabelecimento de uma multidisciplinaridade entre a Comunicação Social e a Medicina Veterinária. Além disso, representa forma de estímulo à participação discente em atividades curriculares e extracurriculares. Desta forma, o objetivo do trabalho foi promover ações de divulgação científica, através da prática do jornalismo científico, visando estabelecer maior visibilidade ao curso e intercâmbio entre profissionais, graduandos e comunidade. Foram abordadas as mais diversas atividades promovidas pelo curso de Medicina Veterinária da Faculdade de Medicina Veterinária e pela UFU, destacando a atuação dos docentes, discentes e, sobretudo, da Coordenação do Curso de Graduação. E a partir da divulgação dessas ações, foram feitas análises dos perfis de acesso ao conteúdo através das plataformas utilizadas via internet.

2 REVISÃO DE LITERATURA

A seguir, será abordada a revisão de literatura realizada como base teórica para o desenvolvimento deste trabalho.

2.1. Divulgação científica e Jornalismo científico

Para Carneiro (2004), a ciência se faz cada vez mais presente na vida das pessoas, entretanto, ainda não é compreendida ou até mesmo é temida por muitos e vale destacar que o conhecimento científico é consequência de vários fatores ligados à evolução histórica, social, política e econômica. Seguindo esse viés, se desperta a necessidade do desenvolvimento de formas de comunicação objetivando a divulgação da ciência de forma ampla.

Conforme Bueno (1985), a divulgação científica refere-se ao uso de recursos, processos e técnicas para que informações científicas e tecnológicas sejam levadas ao público em geral. “Vê-se que a divulgação científica pressupõe um processo de recodificação, isto é, a transposição de uma linguagem especializada para uma linguagem não especializada, com o objetivo de tornar o conteúdo acessível a uma vasta audiência” (BUENO, 1985, p. 1421). Além disso, Reis (1964) conforme citado por Bueno (1985, p. 1422) destaca que:

Por divulgação (científica) entende-se aqui o trabalho de comunicar ao público, em linguagem acessível, os fatos e os princípios da ciência, dentro de uma filosofia que permita aproveitar os fatos jornalisticamente relevantes como motivação para explicar os princípios científicos, os métodos de ação dos cientistas e a evolução das ideias científicas (REIS, 1964 apud BUENO, 1985, p.1422).

Albagli (1996) conceitua divulgação científica como a utilização de processos e recursos técnicos para a comunicação da informação de caráter científico e tecnológico ao público em geral. Desta forma, a divulgação consiste em uma tradução da linguagem especializada com o objetivo de ampliar o público de acesso. Parafraseando Carneiro (2004), a divulgação científica pode ter importância também no despertar de algumas vocações afinal, o contato com a ciência pode estimular o interesse. Carneiro (2004) também destaca que:

Nesse cenário, a divulgação científica reveste-se de importância estratégica fundamental para a popularização da ciência. Adquire o significado de direito do cidadão e uma das condições necessárias à formação e capacitação dos indivíduos para lidar com o mundo em que estão inseridos, aprimorando o seu juízo crítico e, dessa forma, dando solidez a uma sociedade verdadeiramente democrática (CARNEIRO, 2004, p.44).

Conforme a visão de Albagli (1996) nesse contexto de divulgação científica existem duas experiências concretas nesse campo: uma delas seria a mídia (em particular o jornalismo científico) e a outra referente aos centros de ciências, aos museus. A partir dessa visão, o jornalismo científico é considerado como uma forma de divulgação científica.

A mídia, como um veículo de divulgação científica, é frequentemente associada ao jornalismo científico. Jornalismo científico pode ser definido como "um processo social baseado em uma frequente e oportuna relação entre organizações formais (estabelecimentos/redes de editores) e comunidades (público/espectadores) que tem lugar através da mídia (jornais/revistas/ rádio/TV/cinema) e que circula informação atualizada sobre a natureza científica e tecnológica, de acordo com variados graus de interesse e expectativa (universos culturais e ideológicos)". O jornalismo científico pode ter um caráter informativo (notas, notícias, reportagens, entrevistas) e um caráter opinativo (editoriais, comentários, artigos, colunas, crônicas, cartoons e cartas) (ALBAGLI, 1996, p. 399).

Segundo Ferreira (2017) a divulgação científica e o jornalismo científico têm como foco a propagação da produção científica, embora tenham diferenças. O autor também conceitua a divulgação científica como uma espécie de guarda-chuva que abriga variadas maneiras de informação científica, dentre elas, o jornalismo científico. Ferreira (2017) reforça que o jornalismo científico, que está inserido na divulgação científica, é baseado na produção jornalística. “Assim, o jornalismo científico, irá fazer uso da entrevista, infografia, reportagem e diferentes gêneros jornalísticos” (FERREIRA, 2017, p.1).

Os conceitos de divulgação científica e jornalismo científico são descritos de formas diversificadas por vários autores. Bueno (1985) aborda o conceito de jornalismo científico a partir de algumas características pautadas pelo jornalista alemão Otto Groth. Além disso, destaca que esse conceito é definido pela atualidade, abordando fatos ou pessoas:

O conceito de jornalismo científico deve, obrigatoriamente, incluir o de jornalismo, apropriando-se das características enunciadas por Otto Groth: atualidade, universalidade, periodicidade, difusão. Na prática, isso significa dizer que ele se

define: pela atualidade, ocupando-se de fatos (eventos, descobertas) ou pessoas (cientistas, tecnólogos, pesquisadores) que estejam direta ou indiretamente relacionados com o momento presente; pela universalidade, abrangendo os diferentes ramos do conhecimento científico; pela periodicidade, mantendo o ritmo das publicações ou matérias, certamente antes em conformidade com o desenvolvimento peculiar da ciência do que com o próprio ritmo de edição dos veículos jornalísticos (oportunidade, segundo Groth); e pela difusão, o que pressupõe a sua circulação pela coletividade (BUENO, 1965, p.1422).

Conforme Costa (2010), o jornalismo científico consiste no jornalismo sobre a ciência, ou seja, representa um tipo de jornalismo, desta forma, é pautado nas práticas e valores dessa atividade ao longo das coberturas de notícias sobre ciência e tecnologia. Segundo a autora, o jornalismo científico abrange a cobertura da ciência e tecnologias em revistas, jornais, televisão e internet, ou seja, é a ciência tratada como notícia.

Costa (2010) também pontua que jornalismo científico e divulgação científica são gêneros distintos que contém pontos em comum, entretanto possuem diferenças evidentes. Assim como alguns autores mencionados tratam o jornalismo científico como um caso particular de divulgação científica, esse trabalho também aborda o jornalismo científico como um segmento da divulgação científica. Desta forma, a divulgação científica das atividades acompanhadas utiliza-se de ferramentas do jornalismo científico.

2.2. A Universidade e a divulgação

Carneiro (2004) aponta que é necessário considerar que as universidades públicas, atuantes em ensino, pesquisa e extensão são imprescindíveis para o desenvolvimento científico, tecnológico e social no país. Afinal, nessas universidades concomitantemente à oferta de qualidade de ensino de graduação, são formados novos pesquisadores e são efetuadas investigações que resultam em fatos de domínio público e interesse social. Carneiro (2004) ainda destaca que pesquisas desenvolvidas nos laboratórios universitários têm contribuído no combate de doenças, no surgimento de tecnologias e ainda em análises de problemas sociais.

Conforme Janner (2014), no país as universidades públicas dominam atividades produtoras do conhecimento científico e essas instituições precisam ser protagonistas da popularização dos saberes, atuando como agentes sociais que auxiliam na melhoria da qualidade de vida em sua volta. Para embasar essa ideia, segundo Janner (2014) conforme citado por Bueno (2002, p. 228), “a partilha do saber inclui-se, sem dúvida entre as funções

sociais mais importantes a serem desenvolvidas pelos centros geradores de ciência e tecnologia (universidades, institutos e centro de pesquisa e empresas...)”.

Segundo Kunsh (1996), a partir das atuações de ensino, pesquisa e extensão, a universidade é imprescindível para a construção de uma sociedade moderna. Kunsh (1996) também pontua que a universidade mantém compromisso com o passado, presente e o futuro, preservando a memória, gerando novos conhecimentos e atuando como vanguarda. Desta forma, a universidade contribui para o delineamento de uma sociedade.

(...) a universidade tem não só o dever, mas também a responsabilidade social de reproduzir sua pesquisa, de forma aberta, a toda a sociedade. Não se justifica mais uma produção científica enclausurada em arquivos e prateleiras, com restrito acesso de uma minoria privilegiada. É preciso democratizar a universidade. Um serviço de comunicação é o melhor caminho para a abertura de novos canais de diálogos e democracia, dentro e fora da universidade (KUNSCH, 1992, p. 27).

Para Colombo Junior, Moreira e Ovigli (2018), através da comunicação pública da ciência e tecnologia é permitido o acesso dos diferentes públicos, sejam eles comunidade acadêmica científica, incluindo pesquisadores e discentes, ou público externo, daí a importância dessa comunicação. Comunicar ciência e tecnologia representa a oportunidade de ofertar conhecimento e ação na atualidade e proporcionar ao cidadão acesso à cultura. Para mais, a divulgação das atividades da universidade fundamenta-se na atuação contribuinte desta instituição para com a sociedade.

Luz, Brizolla e Garcia (2017), a partir de suas reflexões sobre a contribuição da universidade pública, especificamente da Universidade Federal do Pampa, objeto de suas pesquisas, concluíram que a universidade também contribui para o desenvolvimento da região onde ela se encontra instalada, em aspectos econômicos e sociais. Os projetos extensionistas desenvolvidos na universidade têm como principal objetivo estreitar a relação entre universidade e sociedade. Rocha (2007) reforça essa afirmativa em seu discurso:

A relação da universidade com a comunidade se fortalece pela Extensão Universitária, ao proporcionar diálogo entre as partes e a possibilidade de desenvolver ações sócio-educativas que priorizam a superação das condições de desigualdade e exclusão ainda existentes. E, na medida em que socializa e disponibiliza seu conhecimento, tem a oportunidade de exercer e efetivar o compromisso com a melhoria da qualidade de vida dos cidadãos (ROCHA, 2007, p.27).

Para Goebel e Miura (2004), a universidade está relacionada ao setor produtivo, afinal contribui para o desenvolvimento econômico e social do país através da oferta de suportes científico e tecnológico. Estes autores afirmam ainda que este desenvolvimento se deve às atividades de ensino, pesquisa e extensão. Além disso, o setor produtivo necessita de mão de obra e tecnologia para que consiga encarar a competitividade, e esses elementos são obtidos

através da universidade. Outro ponto defendido pelos autores é a capacidade da universidade em dinamizar a economia da localidade onde está inserida por intermédio das gerações de emprego e renda.

2.3. O Curso de Graduação em Medicina Veterinária da Universidade Federal de Uberlândia

Segundo o portal¹ da Faculdade de Medicina Veterinária (FAMEV) da UFU, a Faculdade de Medicina Veterinária foi criada em 1971, promovendo seu primeiro vestibular em 1972. Inicialmente, o curso foi sediado na cidade de Tupaciguara-MG sendo anexado à Universidade Federal de Uberlândia em 1973, com transferência definitiva para cidade de Uberlândia no ano posterior.

Em 1977 o curso de Medicina Veterinária recebeu reconhecimento pelo Conselho Federal de Educação, tornando-se federalizado a partir da criação da Universidade Federal de Uberlândia no ano de 1978. Em 1999 instituiu-se a Faculdade de Medicina Veterinária após aprovação de um novo estatuto da universidade pelo Ministério da Educação (MEC), pontua o portal.

Ainda conforme o site da FAMEV, adicionalmente às atividades curriculares regulares, os alunos do curso de Medicina Veterinária da Universidade Federal de Uberlândia têm opção de atuarem em monitorias, estágios ofertados na própria instituição e também em outras instituições públicas e privadas. De acordo com portal, o objetivo da FAMEV é promover a formação de profissionais capazes de atuarem em projetos científicos, atividades de produção técnica e atividades de extensão. Além disso, profissionais que tenham visão ampla, pensamento construtivo e também crítico.

A estrutura física da Faculdade de Medicina Veterinária da Universidade Federal de Uberlândia, assim como destaca o site da FAMEV, contempla o Hospital Veterinário e as fazendas experimentais. São quatro propriedades: Fazenda Capim Branco, Fazenda do Glória, Reserva Ecológica do Panga e Fazenda Água Limpa. O portal cita também os projetos desenvolvidos pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Veterinárias da instituição e os projetos de iniciação científica e de extensão envolvendo professores e alunos da graduação.

Ao longo dos anos de atividade, a Faculdade de Medicina Veterinária vem proporcionando o contato de discentes e docentes com atividades de ensino, pesquisa e

¹ Disponível em: www.famev.ufu.br. Acesso em: 26/04/2019

extensão. Adicionalmente, a estrutura física oferece suporte para que essas atividades sejam desenvolvidas. É importante destacar que essas ações contribuem significativamente para uma formação de qualidade. Assim sendo, incentivá-las e divulgá-las é de grande valia.

2.3.1 Hospital Veterinário

Segundo a página² institucional, o Hospital Veterinário configura-se como um importante centro de referência prestando atendimentos a pequenos animais (cães e gatos), grandes animais (bovinos, equinos, suínos, caprinos, ovinos) e animais silvestres. Além dos atendimentos convencionais, projetos de extensão universitária são desenvolvidos no Hospital Veterinário da Universidade Federal de Uberlândia (HV-UFU) como o Projeto de “Controle Populacional de Animais de Estimação, pelo método de Esterilização Cirúrgica em Uberlândia-MG”.

O projeto funciona mediante convênio firmado entre a Universidade, Prefeitura Municipal de Uberlândia e Centro de Controle de Zoonoses, buscando aliar saúde pública e bem estar animal. O site ainda cita que 1.500 cirurgias de castração são realizadas no HV-UFU, em cães e gatos pertencentes a tutores de baixa renda cadastrados no Centro de Controle de Zoonoses do município de Uberlândia.

O portal do Hospital Veterinário da Universidade Federal de Uberlândia destaca ainda, a oferta do Programa de Residência Uniprofissional em Medicina Veterinária sob aprovação do MEC. São ofertadas, segundo o site, 36 vagas distribuídas nas áreas de Clínica Médica de Pequenos Animais, Clínica Cirúrgica de Pequenos Animais, Clínica Médica e Cirúrgica de Grandes Animais, Patologia Clínica Veterinária, Patologia Animal, Medicina Veterinária Preventiva e Medicina de Animais Selvagens.

O quadro funcional do HV-UFU é composto por 17 docentes, 36 Médicos Veterinários Residentes, 22 técnicos administrativos, 7 funcionários contratados pela Fundação de Apoio e 11 funcionários terceirizados, totalizando 93 profissionais distribuídos nas diversas especialidades. São atendidos em média, incluindo consultas e retornos, 50 animais/dia, 250 animais/semana, 1.000 animais/mês e 12.000 animais/ano. São realizados em média, por ano, 3.000 cirurgias, 35.000 exames laboratoriais de patologia clínica, 5.000 exames de imagem (RX, US e ECO) e 1.000 exames de patologia animal (necropsia, histopatologia e citologia) (Hospital Veterinário, 2019).

² Disponível em: <http://www.hospitalveterinario.ufu.br/>. Acesso em: 25/05/2019

2.3.2 Programa de Educação Tutorial (PET)

Segundo o site³ oficial, o Programa de Educação Tutorial (PET) tem o objetivo de explorar o conteúdo acadêmico de forma que os alunos participantes adquiram conhecimentos e experiências adicionais em variadas áreas da Medicina Veterinária. O grupo é composto por um professor tutor e por 12 estudantes de graduação. O PET tem como foco o ensino, através do incentivo aos discentes integrantes, à participação e organização de cursos em diversos segmentos.

Além disso, os participantes desempenham pesquisas individuais ou coletivas e trabalhos de extensão atendendo à comunidade externa. O site também destaca que no final do ano de 2010, o PET de Medicina Veterinária obteve aprovação de sua proposta pelo MEC, passando de PET Institucional para PET MEC.

2.3.3 CONAVET

Conforme o Projeto Pedagógico⁴ do Curso de Graduação em Medicina Veterinária da UFU (2006), a Empresa Júnior da Faculdade de Medicina Veterinária da Universidade Federal de Uberlândia, Consultoria e Assistência Veterinária (CONAVET) foi criada no ano de 1998, envolvendo o trabalho de discentes e professores orientadores do curso de Medicina Veterinária. Ainda parafraseando o referido Projeto Pedagógico (2006), a Empresa Júnior funciona através da profissionalização de trabalhos extensionistas, atuando no gerenciamento, administração e montagem de planejamentos, estabelecendo assim, parcerias com Cooperativas e promovendo atendimento a produtores rurais. Desta forma, os discentes têm a oportunidade de adquirirem experiências profissionais. A CONAVET também trabalha na promoção de eventos técnicos e científicos no município e região, além de eventos na universidade, afirma o Projeto Pedagógico (2006).

2.3.4 Programa de Pós Graduação

Segundo o Projeto Pedagógico (2006) a Faculdade de Medicina Veterinária da Universidade Federal de Uberlândia oferece, além do curso de graduação, cursos de pós-

³ Disponível em: <http://www.pet.famev.ufu.br/>. Acesso em: 23/05/2019

⁴ Disponível em: <http://www.famev.ufu.br/graduacao/medicina-veterinaria/projeto-pedagogico>. Acesso em: 05/09/2020

graduação como o Programa de Residência, Cursos de especialização e Curso de Mestrado e doutorado. O Projeto Pedagógico (2006) afirma que o Programa de Residência Médico Veterinária surgiu em 1979, obtendo reconhecimento pelo Conselho de Pesquisa e Pós-Graduação da Universidade Federal de Uberlândia em 2005.

Já os cursos de Especialização iniciaram em 1997, com a implantação do Curso de Pós Graduação *Lato Sensu* em Ciências Aviárias e em 2003, com o Curso de Pós Graduação *Lato Sensu* em Ciências Suinícolas. Por fim, o Projeto Pedagógico (2006) menciona o curso de Mestrado referente ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Veterinárias com foco em Saúde Animal e Produção Animal, aprovado pelo Conselho Universitário em 1998, com posterior recomendação pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) em 1999.

Segundo o portal FAMEV, atualmente são disponibilizados o Programa de Pós-Graduação em Ciências Veterinárias na modalidade de Pós-Graduação *Stricto Sensu* e o curso de especialização em Ciências Avícolas na modalidade de Pós-Graduação *Lato Sensu*. O Programa de Pós-Graduação em Ciências Veterinárias na modalidade de Pós-Graduação *Stricto Sensu* engloba Mestrado e Doutorado concentrados em áreas da Saúde Animal e Produção Animal. A área da Saúde Animal tem como linha de pesquisa Anestesiologia e Cirurgia, Clínica Médica e Investigação Etiológica e Morfologia. E a área da Produção Animal, tem como foco as Biotécnicas e Eficiência Reprodutiva; Manejo e Eficiência de Produção dos Animais, seus derivados e Subprodutos; e a Produção de Forragens, Nutrição e Alimentação Animal.

O curso de especialização em Ciências Avícolas da FAMEV-UFU, Pós Graduação *Lato Sensu* Ciências Avícolas, conforme o site institucional apresenta importância na capacitação e atualização de profissionais do segmento. A carga horária é de 364 horas, incluindo a necessidade de realização de um Trabalho de Conclusão de Curso. As disciplinas são ministradas de forma multidisciplinar, compreendendo as áreas das Ciências básicas, Tecnologia, Produção, Gestão, Sanidade, Saneamento e Controle da Qualidade de alimentos. O Portal ainda destaca que o curso estimula os alunos a ampliarem seus conhecimentos e a desenvolverem capacidade de liderança, capacidade de trabalho em equipe, aprimoramento profissional e também pessoal. O curso é voltado para profissionais que tenham interesse pela área das ciências avícolas e que estejam buscando aprimoramento da formação acadêmica.

2.4 A internet e seu alcance

Em meio ao contexto da Guerra Fria, surgiu na década de 60 a internet. Ocorrendo sua popularização na década de 90, a partir da criação do navegador *World Wide Web* (*www*) pelo cientista britânico Tim Berners-Lee. Ao longo de várias décadas de existência é perceptível a expansão do acesso à internet, principalmente com a chegada de novos equipamentos eletrônicos que vão além do computador convencional.

Segundo Ferreira (2016) a atualidade é caracterizada pelo uso de variadas tecnologias de informação e comunicação, seja no ambiente domiciliar ou externo, sendo desta forma, difícil pensar num cotidiano sem a utilização de celulares, computadores, *tablets*, câmeras fotográficas. Além disso, a autora destaca que milhões de usuários no mundo utilizam a internet e praticamente de modo rotineiro. Baseando nesses pontos é possível pensar na internet como importante aliada na disseminação das informações.

Essa ideia é reforçada a partir do pensamento de Lordêlo (2011) quando destaca que a disseminação do conhecimento no século XXI está mais ampla graças aos avanços relacionados à ciência e tecnologia difundidos através da internet. Para a autora, o compartilhamento de informações, conhecimento e valores no mundo globalizado modifica o perfil da sociedade proporcionando mudanças culturais, de conhecimento e de poder. Concluindo essa ideia a autora evidencia a relação próxima entre ciência, tecnologia e inovação, que sofreu influência do surgimento de tecnologias digitais.

A partir dessa potencialidade de disseminação de informações e conhecimento é necessário o cuidado com a veracidade das informações divulgadas por parte do veículo de comunicação concomitantemente à atenção do internauta em relação à procura de fontes de informação confiáveis. Segundo Carvalho e Mateus (2018), a informação pode ser considerada como forma de poder, tendo potencial para ser prejudicial em determinadas situações. Além disso, as autoras destacam que em tempos de grandes volumes de informações emitidas através dos veículos digitais, há a questão da produção das chamadas *Fake News* ou notícias falsas, aumentando por consequência a disseminação de desinformações *on line*.

Para mais, Carvalho e Mateus (2018) também afirmam que as redes sociais potencializaram a velocidade pela qual as informações são repassadas, não sendo sempre possível a checagem das notícias, inclusive pelo alto volume de usuários. Pautando-se nesses posicionamentos fica evidente a necessidade da produção jornalística baseada em fontes

oficiais e disponibilizada em plataformas oficiais, como no caso deste projeto, onde o novo site institucional da Faculdade de Medicina Veterinária da Universidade Federal de Uberlândia é utilizado como veículo oficial das informações.

2.5 Mídias e redes sociais na divulgação científica

Mídias sociais e redes sociais são conceitos atuais, que podem ser abordados separadamente. Nesse sentido, segundo Fontoura (2008) conforme citado por Madeira e Gallucci (2009, p. 2) “Mídias sociais são tecnologias e práticas on-line, usadas por pessoas (isso inclui as empresas) para disseminar conteúdo, provocando o compartilhamento de opiniões, ideias, experiências e perspectivas...”. Segundo Recuero (2011), conforme citado por Schneider e Amorim (2014, p. 221):

Mídia social compreende um fenômeno complexo, constituído de novas tecnologias de comunicação mais participativas, mais rápidas e mais populares. É uma ferramenta de hiperconexão em rede onde, conectados, os usuários transcrevem seus grupos sociais e geram novas formas de circulação de informação (RECUERO, 2011).

Por outro lado, as redes sociais na visão de Madeira e Gallucci (2009) buscam a troca de informações e de experiências. De acordo com Recuero (2009) conforme citado por Madeira e Gallucci (2009, p. 2):

Rede social é gente, é interação, é troca social. É um grupo de pessoas, compreendido através de uma metáfora de estrutura, a estrutura de rede. Os nós da rede representam cada indivíduo e suas conexões, os laços sociais que compõem os grupos. Esses laços são ampliados, complexificados e modificados a cada nova pessoa que conhecemos e interagimos (RECUERO, 2009 apud MADEIRA; GALLUCCI, 2009, p. 29).

Segundo Barbosa e Sousa (2017) as redes sociais referem-se a pessoas, interação e troca social, sendo formadas por quaisquer grupos que comunguem dos mesmos interesses como, por exemplo, instituições de ensino, igrejas, empresas, comunidades. Para os autores, a interação através da internet define as redes sociais como uma reunião de ferramentas de acesso facilitado e ampla abrangência. Com base nessas definições é possível classificar ferramentas como o *Facebook* e o *Instagram* tanto como mídias sociais, conceituando-as de uma forma mais ampla, quanto como redes sociais, evidenciando o foco principal dessas plataformas, ou seja, a promoção da interação entre usuários.

Utilizando da classificação dessas ferramentas como redes, para Moura (2018), as redes sociais foram fundamentais para a produção de conhecimento científico e divulgação, propagando conceitos, informações, novos formatos, vídeos. Inclusive, destaca a ampla

utilização de vídeos por jornais internacionais como algo positivo. Desta forma, Moura (2018) conclui que as redes sociais representam espaço essencial para a divulgação científica, precisando ser experimentadas em diferentes formas e a todo o momento.

Segundo Torres (2016) apenas fazer ciência não é suficiente, sendo necessário divulgar as ações para o maior público possível. É preciso despertar o interesse da sociedade em sua totalidade. Para mais, Torres (2016) destaca que em uma atualidade tão conectada, a divulgação da ciência também refere-se à utilização de ferramentas propostas pelo ambiente digital, especificamente pelas redes sociais. E entre essas redes, destacam-se o *Facebook*, *Instagram* e o *Twitter*, além de blogs e fóruns. Por fim, o autor salienta que, contudo, apenas transferir o conteúdo de plataformas tradicionais, como por exemplo, uma revista científica para plataformas mais midiáticas, é um erro grave. Afinal, o conteúdo precisa ser adaptado para cada veículo de comunicação.

3 MATERIAL E MÉTODOS

Seguem abaixo os materiais e métodos utilizados para o desenvolvimento deste trabalho:

3.1 Plataformas de divulgação

Para promover a divulgação das atividades do Curso de Graduação em Medicina Veterinária da Universidade Federal de Uberlândia foram utilizadas três plataformas: site institucional da FAMEV-UFU⁵, *Facebook*⁶ e *Instagram*⁷. A criação do novo site da FAMEV, que abrigou todas as matérias jornalísticas das seções “Central de Conteúdos” e “Por onde andam nossos Egressos?”, ocorreu antecedendo o desenvolvimento do projeto e foi realizada pela equipe do Centro de Tecnologia da Informação da Universidade Federal de Uberlândia (CTI-UFU). O design do site segue os padrões estabelecidos para os sites das instituições federais de ensino (Figura 1). A utilização de um site institucional oficial visa alcançar o maior número de acessos possível, além disso, tem como objetivo reforçar a veracidade dos fatos divulgados.

⁵ Disponível em: <http://www.famev.ufu.br/>. Acesso em: 05/09/2020

⁶ Disponível em: <https://www.facebook.com/coordenacaomedvetufu/>. Acesso em: 13/11/2019

⁷ Disponível em: https://www.instagram.com/coordenacao_medvetufu/?hl=pt-br. Acesso em: 13/11/2019

Além disso, foram lançadas páginas no *Instagram* (em 07 de agosto de 2019) e no *Facebook* (em 14 de setembro de 2019), veiculadas ao link institucional, servindo como locais de postagem das chamadas (links) para as matérias disponibilizadas no site, das seções “Central de Conteúdos” e “Por onde andam nossos Egressos?”, ademais locais de divulgação da seção “Memórias da Med. Vet. UFU” e *reposts* de eventos da Universidade Federal de Uberlândia. O *Facebook* foi criado em formato de página (Figura 2) e o *Instagram* como conta comercial (Figura 3). O intuito foi que as redes sociais atuassem como mediadoras da divulgação atingindo número amplo de usuários e direcionando-os para acesso às matérias disponíveis no site institucional. Vale destacar que precedendo a divulgação, todos os conteúdos passaram pela revisão técnica de docentes da Faculdade de Medicina Veterinária.

Posteriormente, na data de 17 de setembro de 2019, foi criada uma conta no Gmail (Gmail, EUA) (Gmail, 2004) (*memoriasdamedvetufu@gmail.com*) para armazenamento de parte do conteúdo como, por exemplo, fotos utilizadas nas coberturas jornalísticas e fotos antigas referentes aos fatos que marcaram a história do curso de Medicina Veterinária da FAMEV utilizadas na seção “Memórias da Med. Vet. UFU”. Além disso, teve o objetivo de servir como plataforma de recepção de materiais advindos de docentes, discentes ou alunos egressos.

Figura 1 – Imagem ilustrativa do *layout* do site da FAMEV-UFU.



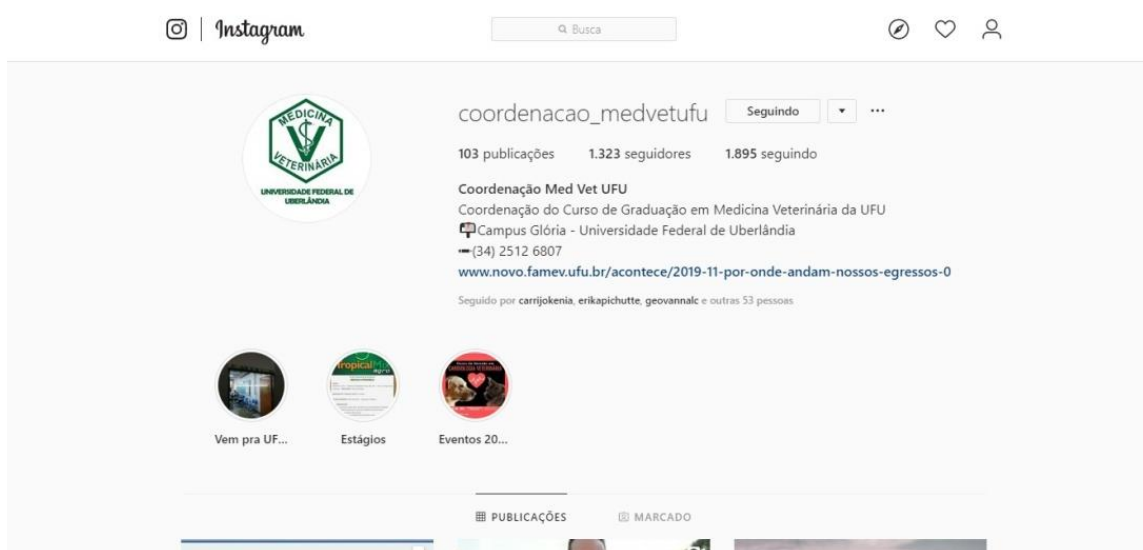
Fonte: MELO (2019)

Figura 2 – Imagem ilustrativa do layout do *Facebook* da Coordenação do curso de graduação em Medicina Veterinária – UFU.



Fonte: MELO (2019)

Figura 3 – Imagem ilustrativa do layout da página do *Instagram* da Coordenação de curso de Graduação em Medicina Veterinária – UFU.



Fonte: MELO (2019)

3.1.1 Criação dos elementos identitários para as redes sociais

Para desenvolver identidade para os perfis do *Instagram* e do *Facebook*, foram criadas: logo a partir do símbolo da Medicina Veterinária encontrado pelo site de buscas Google, que foi utilizada como foto de perfil para as duas redes sociais; além disso, uma foto de capa para a página do *Facebook*, que contém os símbolos da UFU e da FAMEV também

encontrados através do Google, site de buscas. A tonalidade verde do logo foi pensada em conformidade com a cor oficial do curso de Medicina Veterinária. A foto de capa para o *Facebook* remete a um quadro escolar, com coloração verde ao fundo da grafia em branco fazendo uma alusão a uma escrita com giz escolar branco.

Para a criação do logo e da foto de capa para o *Facebook* foi utilizado aplicativo específico disponível em versão gratuita para download, o Canva®. O aplicativo oferece diversos recursos para o desenvolvimento de logotipos, convites, cartões, etiquetas, panfletos, cartazes, capa para *Facebook*, *post* para *Instagram*, entre outras opções. Desta forma, a partir de *templates* gratuitos foi possível construir a foto de perfil e a foto de capa. O Canva® proporciona possibilidades gratuitas e pagas. Para o desenvolvimento destas imagens foram utilizados recursos gratuitos.

Figura 4 – Foto de perfil utilizada no *Facebook* e no *Instagram* da Coordenação de Curso.



Fonte: MELO (2019)

Figura 5 – Foto de capa produzida através do aplicativo Canva® para compor a página do *Facebook* da Coordenação de curso.



Fonte: MELO (2019)

Para o lançamento da seção “Memórias da Med. Vet. UFU” também foi necessário desenvolver uma identidade para a postagem inicial, com o objetivo de atrair olhares dos seguidores para o *post*. Para isso, o Canva® foi utilizado novamente. Foi realizada pesquisa de *templates* que sugerissem algo remetendo a antiguidade, relíquias, materiais antigos. Sendo assim, essas palavras-chave foram digitadas no campo de pesquisa do aplicativo para que a busca fosse facilitada. A partir dessa busca, entre os *templates* disponíveis de forma gratuita e que atendiam aos padrões estéticos desejados, foi escolhido um modelo cujo plano de fundo ilustrava um bloco de documentos antigos, acompanhado de fotografias antigas e uma caneta-tinteiro sobre uma mesa, fazendo uma alusão ao passado. Para compor o tema foram adicionados os logos da UFU e da FAMEV-UFU, encontrados no site de busca Google, como forma de reforçar a identidade institucional.

Figura 6 – Imagem ilustrativa da identidade da seção “Memórias da Med. Vet. UFU” feita através do aplicativo Canva®.



Fonte: MELO (2019)

3.2 Produção das pautas jornalísticas

Para o desenvolvimento deste trabalho foram produzidas pautas jornalísticas sobre fatos relacionados ao ensino, pesquisa e extensão promovidos pela Faculdade de Medicina Veterinária da Universidade Federal de Uberlândia. As pautas redigidas foram compostas por itens convencionais como: cabeçalho, tema, histórico, enfoque, fontes e sugestões de

perguntas. Entretanto, por se tratar de veiculação digital, os itens foram abordados de forma mais compactada. “O planejamento da pauta para a publicação de textos no espaço virtual deve seguir um roteiro que resume as características da notícia hipertextual e dos pacotes multimídia” (MOHERDAUI, 2007, p. 159).

A partir das reuniões de pauta foram definidas as seções para compor o material de divulgação. Três seções foram nomeadas. A seção “Central de conteúdos” para abrigar os textos jornalísticos relacionados aos fatos de relevância ocorridos, como por exemplo, a realização da solenidade de despedida a um docente aposentado, organizada pela FAMEV em julho de 2019. A seção “Por onde andam nossos Egressos?” para a divulgação de depoimentos de ex-alunos que se graduaram pela UFU.

E a seção Memórias da Med. Vet. UFU como canal de compartilhamento de fotografias antigas de momentos que marcaram a existência do curso de Medicina Veterinária, além de outros arquivos. Além das três seções definiu-se que as redes sociais também seriam utilizadas para compartilhamento de *posts* referentes ao curso de graduação em Zootecnia e da própria UFU, sendo este segmento do trabalho efetuado pelos próprios membros da Coordenação e Colegiado do Curso de Graduação.

3.3 Coberturas dos eventos

Após a definição dos temas e das seções iniciou-se a cobertura dos eventos para a seção “Central de Conteúdos”. Algumas coberturas foram realizadas presencialmente como por exemplo, do *Workshop* “Buscando Equilíbrio na Vida Acadêmica”; outras foram realizadas a partir de entrevistas com os personagens principais e textos institucionais como por exemplo no caso das matérias que abordaram as entidades pertencentes ao curso de Medicina Veterinária.

Para o desenvolvimento da seção “Por onde andam nossos Egressos” foram solicitadas a alguns docentes do curso de Medicina Veterinária, sugestões de possíveis fontes, alunos egressos que se destacaram em suas áreas de atuação. Diante das sugestões, foi estabelecido o contato com os ex-alunos através de mensagens via *WhatsApp*, ligações ou via e-mail. Após contato prévio, os egressos foram convidados a conceberem depoimentos abrangendo o período de ingresso e conclusão de curso da UFU, o número da turma pertencente, os caminhos profissionais percorridos após a graduação, a importância de cursar Medicina Veterinária na UFU e o que diriam aos atuais alunos de graduação que ainda estão em

processo de formação. Para cada egresso entrevistado foi solicitada uma fotografia de perfil para que fosse anexada ao depoimento.

No caso da seção “Memórias da Med. Vet UFU” foram reunidos materiais pertencentes à própria Coordenação do Curso de graduação, dentre eles, álbuns de fotos antigas e convites de formaturas de variadas turmas. Além disso, foram recebidas imagens advindas de egressos e docentes pelo e-mail (memoriasdamedvetufu@gmail.com). Após o recebimento do conteúdo e seleção, as fotos foram compartilhadas juntamente com legendas explicativas pelas redes sociais, *Instagram* e *Facebook*.

3.4 Redação dos informativos e postagens

A redação dos informativos da seção “Central de Conteúdos” foi executada no formato de texto jornalístico. A notícia consistiu em uma das ferramentas mais utilizadas neste trabalho de jornalismo científico. Esse gênero textual tem caráter informativo e inicia-se com uma introdução conhecida como “*lead*”, composta pelas respostas de algumas perguntas básicas sobre o assunto abordado (O quê? Quem? Quando? Onde? Por quê? Como?). Entretanto, em se tratando de notícias na internet algumas modulações podem ser feitas.

Conforme Silva e Silva (2012), no ambiente virtual a fluidez do gênero notícia é ainda mais acentuada, em especial devido ao suporte ofertado pela internet. Além disso, as autoras também destacam que essa plataforma virtual concede espaço para inserção de informações adicionais (os *links*), abertura para comentários e outros elementos de contextualização. Ainda parafraseando Silva e Silva (2012), a notícia veiculada na internet geralmente é breve por conta da agilidade que pede a informação nesse tipo de plataforma. Desta forma, tende a ser mais fragmentada quando comparada à estrutura textual de uma notícia de veículos impressos.

Concomitantemente a esta ideia de que o ambiente virtual permite espaço para o acréscimo de informações, algumas matérias receberam conteúdos adicionais como, por exemplo, a notícia sobre a publicação de um livro de autoria de um dos docentes da FAMEV que abrigou um link para que os leitores pudessem ter livre acesso à obra, conforme autorização prévia do autor. Ademais, todas as publicações pelas redes sociais receberam os links de acesso às matérias na íntegra disponibilizadas pelo site da FAMEV e permitiram espaço para comentários dos internautas.

No caso da seção “Por onde andam nossos egressos?”, os ex-alunos contatados enviaram seus depoimentos, alguns já em formato textual e que passaram por algumas edições

antes de serem veiculados, e outros recebidos em formato de entrevista. Neste último caso, as respostas foram organizadas em formato textual antes da postagem. Para a seção “Memórias da Med. Vet UFU” foi preciso redigir legendas explicativas para acompanhamento das fotos disponibilizadas pelas redes sociais. Para a redação das legendas foram consultados como fontes, docentes em exercício no curso, docentes aposentados e alunos egressos do curso de Medicina Veterinária da UFU.

3.5 Análise estatística dos dados de acesso ao site

O novo site da FAMEV permite acesso ilimitado para todos os usuários, sendo possível acompanhar as coberturas jornalísticas a partir do seu endereço eletrônico. Dessa forma, foram levantadas estatísticas de acesso dos internautas em busca de detectar os perfis de acesso, englobando comunidade acadêmica e comunidade externa. Além disso, esse levantamento foi importante para verificação do alcance da divulgação científica. Essas estatísticas de acesso foram obtidas através do painel de controle do próprio site, gerados a partir do *Google Analytics*, que são ativadas juntamente com a hospedagem.

3.6 Análise estatística dos dados de acesso ao *Facebook*

Assim como o acesso ao site, o acesso ao *Facebook* também é aberto a todos os internautas que buscam a página. Então, as estatísticas de acesso foram levantadas por meio de recursos do próprio *Facebook*, que disponibiliza ao administrador da página (*Facebook Business*), os dados de acesso dos usuários que visitaram a página e seus *links*.

3.7 Análise estatística dos dados de acesso ao *Instagram*

O acesso às postagens do *Instagram* também é livre, afinal a página foi criada em modo público. Para o levantamento dos dados de acesso, o próprio *Instagram* oferece uma ferramenta especificamente para contas comerciais, em que é permitido ao administrador acompanhar a audiência da página, contabilizando os acessos. Essa ferramenta é denominada *Instagram Insights*. A partir desse acompanhamento foi possível traçar a quantidade dos acessos e o perfil dos usuários. Desta forma, a página do *Instagram* foi criada como uma conta comercial.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em conformidade com o estabelecido a partir das reuniões de pautas, os textos das seções “Central de Conteúdos” e “Por onde andam nossos Egressos?” foram postados numa frequência semanal, assim como o “Memórias da Med. Vet. UFU”. Desta forma, as terças-feiras foram escolhidas para a postagem das matérias do “Central de Conteúdos” e as sextas-feiras elegidas para a veiculação da seção de depoimentos de profissionais que se graduaram pela Universidade Federal de Uberlândia: “Por onde andam nossos egressos?”. Todo o conteúdo jornalístico foi postado pelo site da FAMEV e compartilhado nas redes sociais, *Facebook* e *Instagram*. Já a seção “Memórias da Med. Vet. UFU” foi lançada inicialmente às segundas-feiras posteriormente foi compartilhada em dias aleatórios ao longo da semana, sendo veiculada apenas pelas redes sociais.

Paralelamente às três seções fixas, nos outros dias da semana, foram realizadas pelos membros da Coordenação e do Colegiado do Curso de Graduação, através do *Instagram* e do *Facebook* postagens de outros conteúdos, como por exemplo, a divulgação de folders de eventos realizados pelas entidades da FAMEV e compartilhamento ou *reposts* de conteúdos da Universidade Federal de Uberlândia de interesse à comunidade acadêmica do curso de Medicina Veterinária. Para esses materiais não foi estabelecida uma cronicidade de publicações, sendo realizadas em conformidade com suas divulgações originais.

Ao todo, entre textos jornalísticos e outras formas de conteúdo o *Instagram* recebeu entre as datas de 07 de agosto (quando foi criado) até a data de 08 de novembro de 2019 (período final de análise de dados) uma totalidade de 103 *posts* no *feed* de notícias, sem incluir as postagens realizadas nos *stories*. O *Facebook* foi criado posteriormente na data de 14 de setembro de 2019, na ocasião em que o *Instagram* atingiu a marca de 1.000 seguidores, e recebeu todos os conteúdos que haviam sido previamente postados no *Instagram*. Em seguida as duas redes sociais passaram a receber de forma simultânea as mesmas postagens. Já o novo site da FAMEV recebeu até o dia 08 de novembro de 2019, oito textos da seção “Central de Conteúdos” (Quadro 1) e onze textos da seção “Por onde andam nossos Egressos?” (Quadro 2).

Quadro 1 – Relação dos oito textos redigidos para seção “Central de Conteúdos”, de acordo com sua data de publicação, título, número de curtidas nas redes sociais.

Matérias da seção “Central de Conteúdos”			
Data da publicação	Título da matéria	Nº de curtidas no compartilhamento pelo <i>Instagram</i>	Nº de curtidas no compartilhamento pelo <i>Facebook</i>
27/08/2019	“Programa de Educação Tutorial na Medicina Veterinária”	75	02
03/09/2019	“O Diretório Acadêmico Carlos de Almeida Wutke”	85	02
11/09/2019	“Workshop reúne comunidade acadêmica no dia do Médico Veterinário”	78	03
17/09/2019	“Pós-graduação <i>Lato sensu</i> em Ciências Avícolas”	56	12
23/09/2019	“Consultoria e Assistência Veterinária – CONAVET”	78	08
01/10/2019	“FAMEV realiza solenidade de despedida ao Professor José Eugênio Diniz Bastos”	231	14
08/10/2019	“Professor do curso de Medicina Veterinária publica livro: “O ensino da produção industrial de suínos – uma visão crítica”.	160	08
15/10/2019	“Empoderando os discentes de Medicina Veterinária”	43	06

Fonte: MELO (2019)

Quadro 2 – Relação dos onze depoimentos publicados na seção “Por onde andam nossos Egressos?”, de acordo com sua data de publicação, egresso entrevistado, número de curtidas nas redes sociais.

Depoimentos da Seção “Por onde andam nossos Egressos?”			
Data da publicação	Egresso	Nº de curtidas no compartilhamento pelo <i>Instagram</i>	Nº de curtidas no compartilhamento pelo <i>Facebook</i>
30/08/2019	Egresso 1 (48ª turma)	122	02
05/09/2019	Egresso 2 (49ª turma)	74	02
13/09/2019	Egresso 3 (45ª turma)	54	03
21/09/2019	Egresso 4 (39ª turma)	68	18
27/09/2019	Egresso 5 (39ª turma)	52	09
03/10/2019	Egresso 6 (38ª turma)	40	22
11/10/2019	Egresso 7 (52ª turma).	63	28
18/10/2019	Egresso 8 (39ª turma)	44	10
25/10/2019	Egresso 9 (17ª turma)	155	30
01/11/2019	Egresso 10 (54ª turma)	39	12
08/11/2019	Egresso 11 (46ª turma).	43	11

Fonte: MELO (2019)

4.1 Perfil de acesso ao novo site da FAMEV-UFU

As publicações realizadas pelo novo site da FAMEV tiveram como público-alvo tanto a comunidade acadêmica do curso de Medicina Veterinária da UFU, quanto a comunidade externa, uma vez que o acesso ao *site* é livre aos interessados em verificarem o conteúdo postado. Além disso, buscou-se reunir os egressos do curso de Medicina Veterinária, a fim de proporcionar uma interação com os atuais alunos.

Embora o *Google Analytics* disponibilize apenas o histórico de acesso nos 30 últimos dias de acesso ao site, tendo sido possível a análise compreendida no período de 11/10/2019 a

11/11/2019, verificou-se que determinadas postagens apresentaram um grande número de acessos, como pode ser observado na figura 7.

Figura 7 – Gráfico do *Google Analytics* demonstrando o número de acessos de internautas ao novo site da FAMEV (www.famev.ufu.br), no período de 11/10/2019 a 11/11/2019.



Fonte: MELO (2019)

4.2 Perfil de acesso ao *Instagram*

Os compartilhamentos realizados através do *Instagram* da Coordenação de curso tiveram como público-alvo pessoas que foram convidadas a seguirem a página ou até mesmo internautas que seguiram por iniciativa própria, sejam eles parte da comunidade acadêmica ou da comunidade externa não vinculada à UFU. Até a data de 08 de novembro de 2019 a página contabilizou 103 publicações e 1.323 seguidores. Cabe ressaltar que parte deste público foi constituída de discentes ativos, docentes e egressos do curso.

A partir da ferramenta disponibilizada pelo próprio *Instagram* para contas comerciais, o chamado *Instagram Insights*, acessando a aba de informações, foi possível verificar os detalhes sobre o conteúdo, atividade e público. Sobre o perfil do público de acesso à página, em relação ao gênero, 69% dos seguidores foi composto por mulheres e 31% composto por homens (Figura 8). Desta forma, é possível verificar que o público que segue o conteúdo é predominantemente feminino.

Figura 8 – Gráfico do *Instagram* sobre o perfil dos seguidores por gênero.



Fonte: MELO (2019)

A partir da ferramenta foi possível também determinar o perfil dos seguidores da página do *Instagram* quanto à faixa etária (Figura 9). De modo geral muitos seguidores estiveram na faixa etária dos 18 e 24 anos de idade, representando 38% dos seguidores totais, e entre os 25 e 34 anos de idade, representando 35% dos seguidores. Em seguida, os seguidores de faixa etária entre 35 e 44 anos (19%) e 45 e 54 anos (5%). As faixas de 13 a 17 anos, 55 a 64 anos e superiores aos 65 anos representaram apenas 1% dos internautas para cada uma das faixas. Esses dados indicam que o *Instagram* é apreciado principalmente por um público mais jovem.

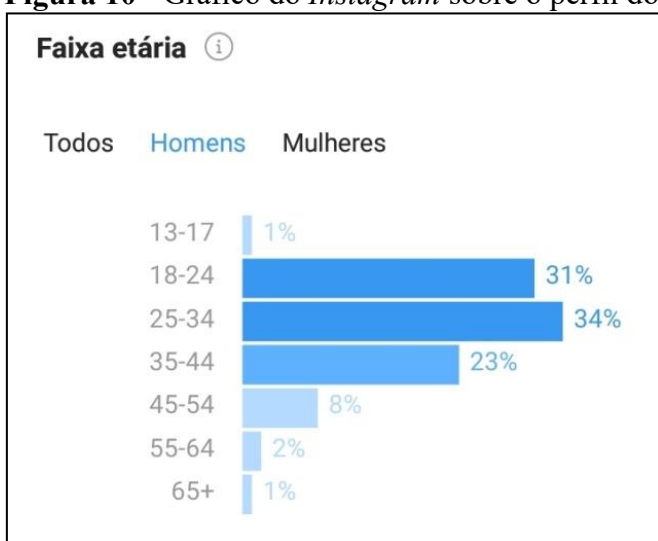
Figura 9 – Gráfico do *Instagram* sobre o perfil dos seguidores por Faixa Etária.



Fonte: MELO (2019)

De forma mais específica, foi possível a partir dos dados gerados pelo próprio *Instagram*, detalhar as faixas etárias dos internautas em conformidade com seus gêneros. Sendo assim, entre os homens que são seguidores da página, grande parte esteve entre a faixa etária dos 25 a 34 anos, indicando 34% da parcela masculina (Figura 10). E entre as mulheres seguidoras, parte encontrava-se entre a faixa dos 18 a 24 anos de idade, representando 41% das mulheres (Figura 11). A partir disso, é possível inferir que a grande parcela do público mais jovem (entre os 18 e 24 anos) é ocupada pelas mulheres.

Figura 10 - Gráfico do *Instagram* sobre o perfil dos seguidores (homens) por Faixa Etária.



Fonte: MELO (2019)

Figura 11 - Gráfico do *Instagram* sobre o perfil dos seguidores (mulheres) por Faixa Etária.



Fonte: MELO (2019)

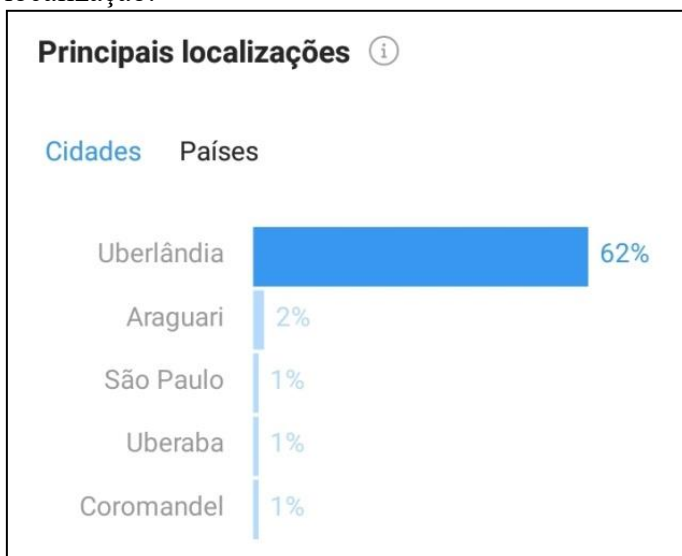
Outro dado levantado refere-se à localidade de acesso dos seguidores por cidades e países (Figuras 12 e 13). Assim, a partir dos próprios gráficos disponibilizados pelo *Instagram* é perceptível que a maioria dos seguidores está localizada no Brasil. E em relação às cidades, a maior parte dos acessos vem de Uberlândia-MG, cidade sede da Faculdade de Medicina Veterinária da Universidade Federal de Uberlândia e cidades do entorno. Esses dados sugerem que a maioria do público de interesse no conteúdo das postagens encontra-se na mesma localidade da instituição onde os fatos são abordados.

Figura 12 - Gráfico do *Instagram* sobre o perfil dos seguidores quanto ao país de localização.



Fonte: MELO (2019)

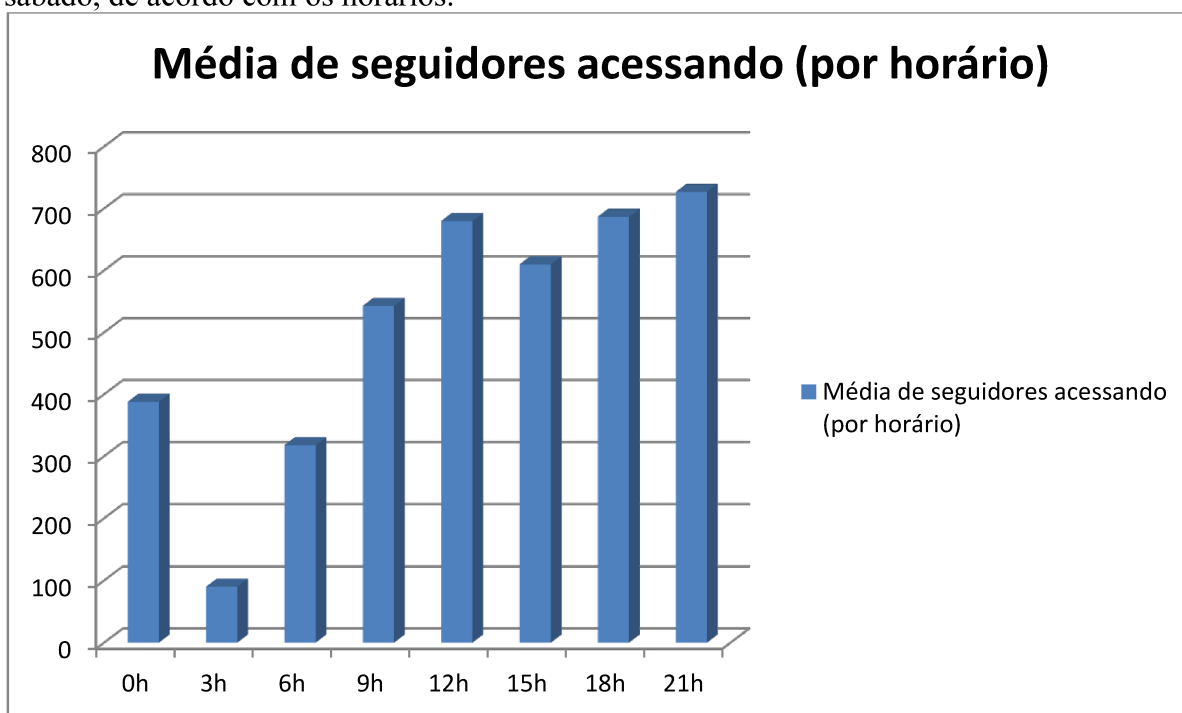
Figura 13 - Gráfico do *Instagram* sobre o perfil dos seguidores quanto à cidade de localização.



Fonte: MELO (2019)

Além das informações em relação ao gênero, idade e localização o *Instagram* permitiu verificar os horários mais acessados ao longo da semana, abrangendo desde o momento de criação da página até a data de 08 de novembro de 2019. A partir destes dados, foi calculada a média do número de seguidores por horário, entre os dias de segunda a sábado (dados referentes ao domingo não foram divulgados pelo *Instagram*). Sendo assim, ao longo dos seis dias da semana foi possível verificar que os horários de maior acesso à página da Coordenação de curso no *Instagram* são: 21 horas, 18 horas e 12 horas (Figura 14). Desta forma, é possível entender que os internautas mais acessam em possíveis horários livres, ao meio-dia que seria horário de almoço; às 18 horas, horário de fim de expediente e às 21 horas, horário nobre em que provavelmente a maioria dos seguidores já finalizou a rotina de trabalho, estudo e afins.

Figura 14 – Gráfico da média de seguidores acessando a página do *Instagram*, de segunda a sábado, de acordo com os horários.



Fonte: MELO (2019)

4.3 Perfil de acesso ao *Facebook*

Os compartilhamentos realizados através do *Facebook* da Coordenação de curso tiveram como público-alvo os seguidores da página que foram convidados a curtirem ou até mesmo pessoas que curtiram por iniciativa própria, sejam eles parte da comunidade

acadêmica ou da comunidade externa não vinculada à UFU. Até o dia 08 de novembro 2019 a página contabilizou 235 seguidores, incluindo discentes atuais, docentes e egressos. Para analisar os dados de acesso à página do *Facebook* foram utilizados os próprios recursos oferecidos pela rede social. Desta forma, acessando o ícone *Informações*, que é disponibilizado aos administradores da página, foi possível encontrar um leque de informações quanto à visão geral da página, seguidores, curtidas, dentre outras informações.

Dentro da seção *Informações*, havia uma aba destinada aos seguidores e após adentrá-la foi divulgado através de um gráfico o número total de seguidores (235 seguidores) de acordo com o período de tempo solicitado (Figura 15). Nesse caso, foi contabilizado entre o período de 15 de setembro de 2019, quando o *Facebook* foi criado até a data de 08 de novembro de 2019. Ainda abrangendo este período foi fornecido um gráfico detalhando o número de seguidores líquidos da página (Figura 16).

O usuário “curtindo” a página, automaticamente se tornará um seguidor e receberá as publicações no *feed* de notícias, porém este pode optar por curtir a página e não seguir a mesma. Dessa forma, ele terá que entrar na mesma para ver as publicações. Então os seguidores líquidos é o resultado do número de novos seguidores menos o número de pessoas que deixaram de seguir a página (GIMENEZ, 2017 apud DUTRA, 2018, p.33).

Figura 15 – Gráfico do *Facebook* sobre o total de seguidores da página Coordenação de curso de graduação em Medicina Veterinária – UFU, até o dia 08 de novembro de 2019.



Fonte: MELO (2019)

Figura 16 – Gráfico do *Facebook* sobre o número de seguidores líquidos da página Coordenação de curso de graduação em Medicina Veterinária – UFU, até o dia 08 de novembro de 2019.



Fonte: MELO (2019)

Esses gráficos indicam que o número de seguidores da página foi crescendo desde sua criação no dia 15 de setembro de 2019 até o dia 08 de novembro de 2019. Entretanto, os períodos em que a página recebeu novos seguidores oscilaram. É perceptível (Figura 16) que o número de novos seguidores teve seus maiores picos nos dias 15 de setembro e 19 de setembro, o que evidencia a relação com a proximidade da data de criação onde muitas solicitações de curtidas foram enviadas aos internautas próximos, principalmente membros da comunidade acadêmica do curso de Medicina Veterinária da UFU. Salienta-se que muitos dos seguidores ativos do perfil do *Instagram* também se tornaram seguidores da página no *Facebook*.

O perfil dos seguidores também pôde ser analisado quanto à idade e o sexo (Figura 17) demonstrando uma maior parcela de seguidores auto-intitulados como sendo do gênero feminino, representando 63% dos seguidores e a menor parcela composta por seguidores auto-intitulados como gênero masculino, contabilizando 36% dos seguidores da página. Dentre as 63% seguidoras, 21% esteve na faixa etária dos 18 aos 24 anos e dentre os 36% seguidores a maioria enquadrou-se na faixa etária dos 35 a 44 anos de idade. Esses dados indicam que o gênero feminino é responsável em grande parte pela audiência na página, principalmente sendo acessada por um público feminino jovem. Além disso, é possível concluir que o público

masculino que acessa a página do *Facebook* é formado por uma parcela de internautas em faixa etária superior em relação às mulheres.

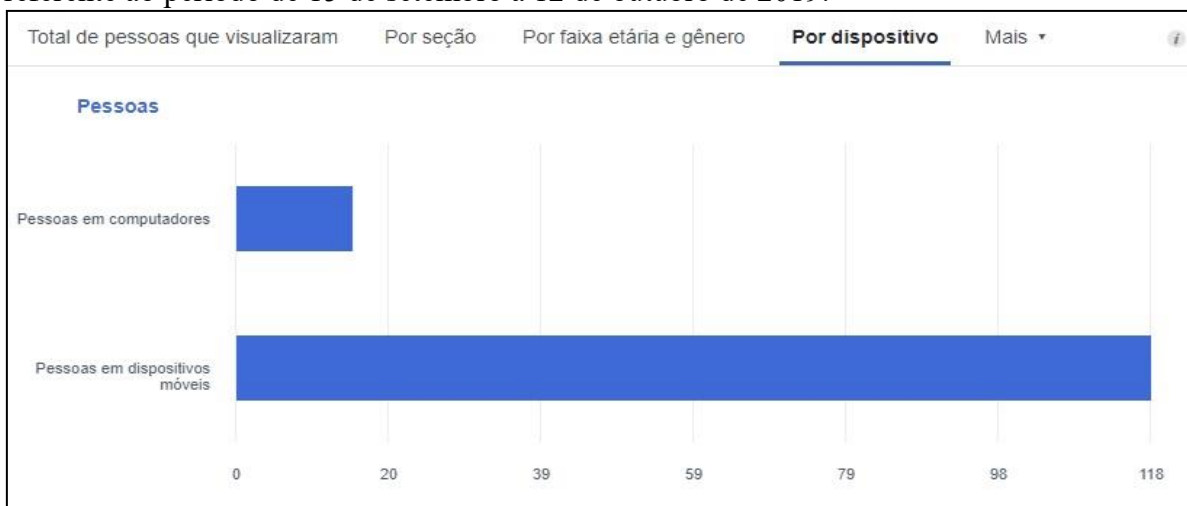
Figura 17 – Gráfico do *Facebook* referente ao perfil dos seguidores da página Coordenação de curso de graduação em Medicina Veterinária – UFU, de acordo com a idade e gênero, até o dia 08 de novembro de 2019.



Fonte: MELO (2019)

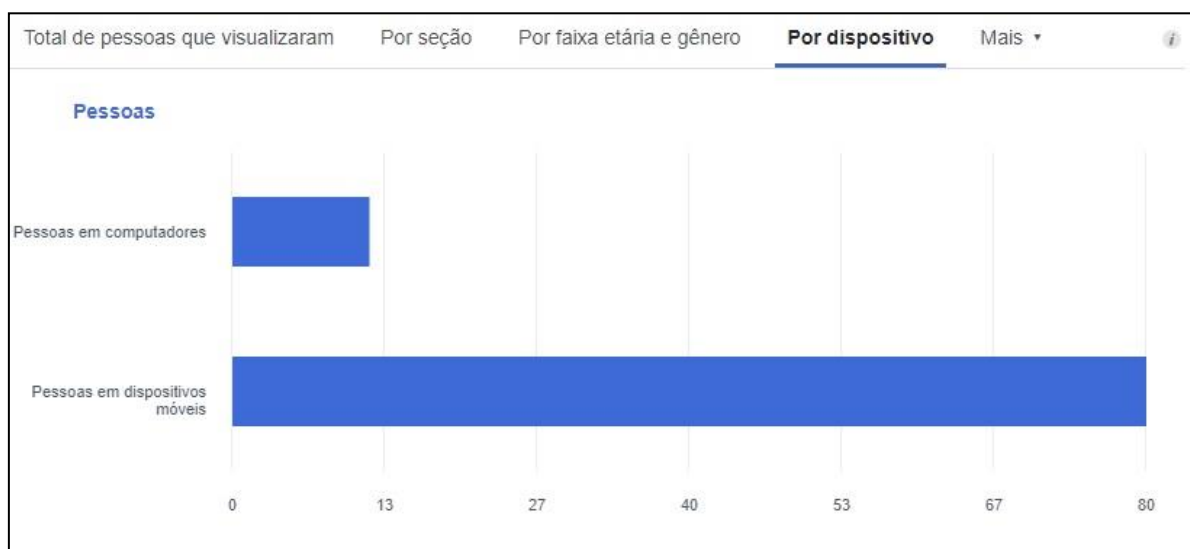
Por fim foi possível gerar gráficos pela aba *Visualizações da Página* ilustrando as visualizações dos internautas quanto aos dispositivos utilizados para acesso a página, entre as opções, computadores e dispositivos móveis (Figuras 18 e 19). Como o aplicativo não permite gerar esse gráfico selecionando um período longo de dias, foi necessário gerar dois gráficos, fragmentando o período de existência da página, sendo o primeiro referente aos dias 15 de setembro a 12 de outubro de 2019 e o segundo referente ao período entre 12 de outubro a 08 de novembro de 2019.

Figura 18 – Gráfico do *Facebook* ilustrando o acesso dos internautas conforme dispositivo, referente ao período de 15 de setembro a 12 de outubro de 2019.



Fonte: MELO (2019)

Figura 19 – Gráfico do *Facebook* ilustrando o acesso dos internautas conforme dispositivo, referente ao período de 12 de outubro a 08 de novembro de 2019.



Fonte: MELO (2019)

Esses dados revelam que independentemente do período a página do *Facebook* “Coordenação de Curso de Graduação em Medicina Veterinária – UFU” é predominantemente acessada através de dispositivos móveis, o que reforça a tendência atual de praticidade e dinamismo para acesso a internet.

Por fim, de modo geral, os dados referentes ao público como um todo em ambas as redes sociais, independentemente de gênero, evidenciaram que parcela considerável dos seguidores esteve na faixa etária dos 18 aos 24 anos de idade, reforçando a característica de um público mais jovem de acesso. Ademais, os horários de maior ibope coincidem com possíveis horários livres dos seguidores. Assim como o *Instagram*, o *Facebook* contabilizou maior número de seguidores auto-intitulados como sendo do gênero feminino, demonstrando também um público de predominância feminina. Adicionalmente, os dados do *Facebook* permitiram verificar que a maior parte dos seguidores acessa a rede social através de dispositivos móveis, o que ilustra uma tendência atual de dinamismo e praticidade.

A contabilização do número de seguidores ou curtidas em ambas as redes sociais, permite associar maior público ao *Instagram* em relação ao *Facebook*. Para mais, diversos conteúdos, publicados em mesma data e horário, concomitantemente no *Facebook* e no *Instagram*, obtiveram maior número de curtidas pelo *Instagram*, talvez por se tratar de uma mídia mais visual. Outro fato é que publicações relacionadas aos próprios profissionais da FAMEV contabilizaram maior número de curtidas e comentários, provavelmente devido à proximidade do público com os personagens destas matérias.

5 CONCLUSÃO

A universidade apresenta papel de relevância quanto à construção da sociedade a partir de suas mais diversas atividades, sejam de ensino, pesquisa, extensão ou outros enfoques. Sendo assim, é importante que as atividades desenvolvidas sejam disseminadas por todas as comunidades, acadêmica e externa. Nesse contexto, a internet, de forma mais específica as redes sociais, podem ser utilizadas como recursos facilitadores para a promoção da chamada Divulgação Científica.

Desta forma, após a criação das páginas nas redes sociais, *Facebook* e *Instagram*, em nome da Coordenação do Curso de Medicina Veterinária, buscando a divulgação das ações relacionadas ao curso de Medicina Veterinária, possibilitou-se analisar características referentes ao público que acessa os conteúdos. Especificamente sobre o *Instagram* é possível concluir que o público é predominantemente formado por seguidores auto-intitulados como sendo do gênero feminino.

Por fim, promover a divulgação científica através de ferramentas do jornalismo científico possibilitou dinamizar as informações referentes ao curso de Medicina Veterinária, que por vezes permaneciam ocultas, de uma maneira leve, prática, utilizando linguagem clara e objetiva, com auxílio dos recursos ofertados pela *web*. Por conseguinte, tal formato de informações atraiu um público mais jovem, predominantemente feminino, que acessa as redes principalmente seus horários de folga e através de dispositivos móveis como, por exemplo, celulares e tem preferência por mídias mais visuais, como o *Instagram*.

REFERÊNCIAS

- ALBAGLI, Sarita. Divulgação científica para a cidadania? **Revista Ciência da Informação**, Brasília, v. 25, n. 3, p. 396-404, set./dez., 1996. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/639/643>. Acesso em: 23 maio 2019.
- BARBOSA, Cristiane; SOUSA, Jorge Pedro. Comunicação da ciência e redes sociais: Um olhar sobre o uso do Facebook na divulgação científica. **Revista Cibercultura: circunavegações em redes transculturais de conhecimento, arquivos e pensamento**, Vila Nova de Famalicão, 1ª ed, 2017. Disponível em: http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/2826. Acesso em: 29 maio 2019.
- BRAGA, L. d'Anniballe. **A comunicação e a divulgação: os jornalistas, os publicitários, os editores e o museólogos**. Rio de Janeiro: Cepa, 1973. 199 p.
- BUENO, Wilson da Costa. Jornalismo científico: conceitos e funções. **Revista Ciência e Cultura**, v. 37, n.9, p. 1420-1427, set, 1985. Disponível em: <http://biopibid.ccb.ufsc.br/files/2013/12/Jornalismo-cient%C3%ADfico-conceito-e-fun%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em 05 abril 2019.
- CARNEIRO, Dalira Lúcia Cunha Maradei. **Divulgação científica na UFU (em busca de uma maior interação entre universidade e sociedade)**. 2004. 90 f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social), Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2004. Disponível em: <http://tede.metodista.br/jspui/bitstream/tede/917/1/Dalira1.pdf>. Acesso em: 23 maio de 2019.
- CARVALHO, Mariana Freitas Caniello de; MATEUS, Cristielle Andrade. In: Encontro regional dos Estudantes de Biblioteconomia, Documentação, Gestão e Ciências da Informação da Região Sudeste, Centro-Oeste e Sul, 5, 2018, Belo Horizonte. *Fake news e desinformação no meio digital: análise da produção científica sobre o tema na área de ciência da informação*. **Periódicos**. Belo Horizonte : UFMG, 2018. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/moci/article/view/3760>. Acesso em: 4 junho 2019.
- COLOMBO JUNIOR, Pedro Donizete; MOREIRA, Marcos Dionízio; OVIGLI, Daniel Fernando Bovolenta. A divulgação científica como elo entre universidade e sociedade: experiências em Uberaba/MG. **Revista Amazonida**, Manaus, v. 3, n. 2, p. 40-59. 2018. Disponível em: <http://www.periodicos.ufam.edu.br/amazonida/article/view/4927/4182>. Acesso em: 25 abril 2019.
- COSTA, Tatiane Cruz Leal. **Jornalismo científico x Divulgação científica: Uma análise da cobertura da COP-15**. 2010. 60 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Comunicação Social, Habilitação em Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/2384/1/TCOSTA.pdf>. Acesso em: 23 maio 2019.
- DUTRA, S. **Divulgação do Alimentos Regionais Brasileiros do Ministério da Saúde, em mídias sociais digitais**. Uberlândia, 2018. 30p. Relatório.

FAMEV. Universidade Federal de Uberlândia. Representação da Faculdade de Medicina Veterinária no Âmbito Regional. Disponível em: <http://www.famev.ufu.br/>. Acesso em: 26 abril 2019.

FERREIRA, Ricardo Alexino. **Jornalismo científico.** Maceió, 11 março 2017. Entrevista concedida a Segunda capacitação em Jornalismo Científico do Prêmio José Marques de Melo. Disponível em: http://www.premiojornalismocientifico.al.gov.br/arquivos/Jornalismo_Cient%C3%ADfico_por_Ricardo_Alexino.pdf. Acesso em: 23 maio 2019.

FERREIRA, Solange Dias. **O impacto da internet no jornalismo: Mudanças nas rotinas jornalísticas.** 2016. 101 f. Relatório de estágio (Mestrado em comunicação e jornalismo) – Universidade de Coimbra, Coimbra, 2016. Disponível em: <https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/31610/1/O%20impacto%20da%20internet%20no%20jornalismo.pdf>. Acesso em: 28 abril 2019.

EMAIL. Google. LCC. EUA (2004). Disponível em: <https://www.gmail.com>. Acesso em 15 nov. 2019.

GOEBEL, Márcio Alberto; MIURA, Márcio Nakayama. A universidade como fator de desenvolvimento: o caso do município de Toledo – PR. **Revista Expectativa**, Paraná, v. 3, n. 1, 2004. Disponível em: <http://e-revista.unioeste.br/index.php/expectativa/article/view/743/628>. Acesso em: 23 maio 2019.

HOSPITAL VETERINÁRIO. Universidade Federal de Uberlândia. Quem somos. Disponível em: <http://www.hospitalveterinario.ufu.br/>. Acesso em: 23 maio 2019.

JANNER, Daiane Pinheiro. **Divulgação científica na UFRGS: a institucionalização das atividades de popularização de ciência e tecnologia na universidade.** 2014. 78 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social, Habilitação em Relações Públicas) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/110207>. Acesso em 23 maio 2019.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Universidade e comunicação na edificação da sociedade.** São Paulo: Edições Loyola, 1992. 195 p.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Divulgação científica: missão inadiável da universidade. *Revista Logos: Comunicação e Universidade*. **Revista Logos: Comunicação e Universidade**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 1, p. 46-47, 1996. Disponível em: <http://www.periodicos.ufam.edu.br/amazonida/article/view/4927/4182>. Acesso em: 05 abril 2019.

LORDÊLO, Fernanda Silva; PORTO, Cristiane de Magalhães. A Internet como Ferramenta de Divulgação Científica sobre Energias Renováveis. **Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília**. Brasília, v. 4, n. 1, p. 41-57, jan./jun. 2011. Disponível em: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/2437-8085-1-PB.pdf>. Acesso em: 28 abril 2019.

LUZ, A. S.; BRIZOLLA, F.; GARCIA, C. A. X. A contribuição da universidade pública para o desenvolvimento da sociedade brasileira: o caso da Universidade Multicampi na região do Pampa Gaúcho. **Jornal de Políticas Educacionais**, Curitiba, v. 11, n. 11, setembro 2017. Disponível em: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/51293-214948-1-PB%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/51293-214948-1-PB%20(3).pdf). Acesso em: 23 maio 2019.

MADEIRA, Carolina Gaspar; GALLUCCI, Laura. Mídias Sociais, Redes Sociais e sua Importância para as Empresas no Início do Século XXI. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba. **Anais...** Curitiba: INTERCOM, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1163-1.pdf>. Acesso em: 30 maio 2019.

MELO, Juliana Ferreira. **Divulgação científica das ações do curso de Medicina Veterinária da Universidade Federal de Uberlândia**. 2019. Trabalho de conclusão de curso de (Graduação) – Faculdade de Medicina Veterinária, Uberlândia, 2019.

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de Estilo Web - Produção e Edição de Notícias On-Line**. 3. ed. São Paulo: Senac, 2007. 280 p.

MOURA, Mariluce. [**‘Redes sociais são fundamentais na disseminação de informação, formatos e experimentação’**]. Campinas, 10 abril 2018. Depoimento concedido a Carolina Medeiros. Disponível em: <http://www.comciencia.br/mariluce-moura/>. Acesso em: 05 junho 2019.

PET. Universidade Federal de Uberlândia. Quem somos?. Disponível em: <http://www.pet.famev.ufu.br/>. Acesso em 23 de maio de 2019.

PULTZ, Brunna dos Anjos. **Elaboração de episódios em Podcast como recurso de divulgação científica sobre alergia respiratória**. 2013. 70 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Enfermagem) – Faculdade de Medicina - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2013.

ROCHA, Leliane Aparecida Castro. **Projetos Interdisciplinares de Extensão Universitária: ações transformadoras**. 2007. 84 f. Dissertação (mestrado) - Programa de Pós - Graduação em Semiótica, Tecnologias de Informação e Educação - Universidade Braz Cubas, Mogi das Cruzes, 2007. Disponível em: <https://slidex.tips/download/leliane-aparecida-castro-rocha-projetos-interdisciplinares-de-extensao-universit>. Acesso em: 18 maio 2019.

SCHNEIDER, Thaissa; AMORIM, Juliana Musialowski. Mídias Sociais na Comunicação de uma Marca de Moda: Práticas e Estratégias na Fan Page da C&A na Interação Empresa-Cliente. **Revista DAPesquisa**, Florianópolis, v. 9, n. 12, p. 218-237, dez., 2014. Disponível em: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/5130-16295-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/5130-16295-1-PB%20(1).pdf). Acesso em: 29 maio 2019.

SILVA, Pollyanna Honorata; SILVA, Mariana Batista do Nascimento. Notícia: a fluidez de um gênero. **Anais do SIELP**, Uberlândia, v. 2, n 1, 2012. Disponível em: http://www.ileel.ufu.br/anaisdosielp/wp-content/uploads/2014/07/volume_2_artigo_249.pdf. Acesso em: 23 maio 2019.

TORRES, Cleyton Carlos. **O uso das redes sociais na divulgação científica**. 23 fevereiro. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/o-uso-das-redes-sociais-na-divulgacao-cientifica/>. Acesso em: 05 junho 2019.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA. **Projeto político pedagógico do curso de graduação em medicina veterinária**. Uberlândia, 2006. 36 p. Disponível em: <http://www.famev.ufu.br/graduacao/medicina-veterinaria/projeto-pedagogico>. Acesso em: 05 setembro 2020.