



## II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

---

### CIÊNCIA USP: O JORNALISMO CIENTÍFICO EM MULTIPLATAFORMAS

### USP SCIENCE: THE SCIENTIFIC JOURNALISM IN MULTIPLATAFORMS

Franceli Couto Jorge<sup>1</sup>

**Resumo:** O presente artigo tem como objetivo identificar quais as plataformas comunicacionais são utilizadas pela Universidade de São Paulo (USP) para realizar a divulgação de sua produção científica. Para isso, o trabalho divide-se em quatro seções: jornalismo científico, que traz autores como Boas (2005), Bueno (1984) e Rios (*et al.*, 2005); convergência midiática e produção multiplataforma, baseada nas teorias de Jenkins (2008; 2016) e Scolari (2016); Universidade de São Paulo (USP), no qual aponta dados da instituição e do Núcleo de Divulgação Científica, responsável pela veiculação das informações científicas e, por último, a seção Ciência USP: o jornalismo científico em multiplataformas, onde identifica e analisa as multiplataformas da Ciência USP e a interação com os usuários.

**Palavras-chave:** Convergência. Multiplataforma. Jornalismo Científico. Ciência USP.

**Abstract:** This article aims to identify which communication platforms are used by the University of São Paulo (USP) to carry out the dissemination of its scientific production. For this, the work is divided into four sections: scientific journalism, which includes authors such as Boas (2005), Bueno (1984) and Rios (*et al.*, 2005); media convergence and cross-platform production, based on the theories of Jenkins (2008, 2016) and Scolari (2016); University of São Paulo (USP), in which it points out data from the institution and the Scientific Dissemination Center, responsible for the dissemination of scientific information and, finally, the section Science USP: scientific

---

<sup>1</sup> Mestranda em Comunicação e Indústria Criativa na Universidade Federal do Pampa (Unipampa). Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade da Região da Campanha (Urcamp). E-mail: francelicouto@gmail.com.



## II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

---

journalism in multiplatforms, where it identifies and analyzes the multiplatforms of USP science and interaction with users.

**Keywords:** Convergence. Multiplatforms. Scientific Journalism. USP Science.

### **Introdução**

Na era da convergência, temos um cenário propício à divulgação de informações em diversas plataformas, onde a diferença entre elas deixa de ser evidente e os avanços tecnológicos permitem a produção e propagação de conteúdo de maneira simultânea e instantânea. Nesse contexto convergente, sistemas e grupos comunicacionais adotam novas formas culturais de produzir e consumir conteúdo. No entanto, isso não se limita à grande mídia, pois, o mesmo ocorre com as instituições. Conforme Araújo (2015, p. 9), estamos vivendo um ciclo: “a informação tem sido produzida para atender demandas multiplataformas, e as multiplataformas vem sendo produzidas para atender ao público consumidor da informação”.

Diante desse cenário, buscamos refletir sobre a convergência midiática e a produção multiplataforma aliadas à divulgação científica. Para isso, utilizamos como objeto de pesquisa a “Ciência USP”, responsável por divulgar a produção científica da Universidade de São Paulo. O nosso objetivo é identificar quais as plataformas comunicacionais são utilizadas para esse fim. A partir da identificação, realizamos uma breve análise das principais mídias e da forma como ocorre sua interação com os usuários.

Estruturamos o artigo em quatro seções. Na primeira delas, abordamos o conceito e as principais características de uma das categorias da divulgação científica: o jornalismo científico. Na seção seguinte, discutimos a convergência midiática e a produção multiplataforma com base em pesquisadores da atualidade como Jenkins e Scolari. Na terceira seção, trazemos informações sobre a Universidade de São Paulo (USP) e sua produção científica. Na última seção, identificamos as cinco plataformas utilizadas pela Ciência USP com informações sobre seu conteúdo e a participação dos usuários.



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

### 1 Jornalismo Científico

Nesta seção abordamos um dos ramos da divulgação científica: o jornalismo científico. Essa especialidade refere-se a estratégias e técnicas para veiculação de fatos situados no campo da ciência e tecnologia (BUENO, 1984). Nesse sentido, Rios (*et al.*, 2005) afirma que o principal objetivo do jornalismo científico é divulgar a ciência àquele indivíduo que não possui conhecimento específico em determinadas áreas, pois todo o cidadão tem o direito de saber sobre os avanços científicos e tecnológicos. Os autores afirmam (p. 115):

O jornalista deve ser a ponte entre o cientista e o público não-especializado, informando a comunidade a respeito das várias questões que envolvem ciência e suas aplicações. Além de ser “fiel tradutor” e adotar os critérios do jornalismo, ele deve cumprir algumas funções que são imprescindíveis.

Dentre essas funções, Rios alerta que os profissionais não devem se deter a publicar somente informações factuais, pois precisam promover o debate de questões relevantes à sociedade, a fim de criar uma consciência coletiva. O jornalismo científico também possui outras funções como a educativa e a cultural, voltadas à pesquisa nacional; a econômica, que difunde o conhecimento que interessa aos novos financiadores e investidores em novas tecnologias; a política-ideológica, que busca democratizar a divulgação da ciência (RIOS *et al.*, 2005, p. 115).

Assim como no jornalismo não-especializado, a divulgação de ciência e tecnologia promovida pelo jornalismo científico deve seguir alguns critérios. Dentre eles, destacamos: “noticiabilidade, atualidade, periodicidade, universalidade e relevância social” (RIOS *et al.*, 2005, p. 116). Os autores ressaltam ainda que jornalistas e cientistas têm o mesmo objetivo, por isso, “a tradução da linguagem científica para o texto jornalístico exige muita responsabilidade. Os fatos e/ou dados devem ser transmitidos fielmente, para que o público receptor tenha completo entendimento”. Somado a esses critérios, Rios (*et al.*, p. 116) afirma que o significado é fundamental para a escolha dos temas a serem divulgados: “neste critério entrarão em pauta todos os acontecimentos que tiverem aplicabilidade na vida do público para o qual se trabalha”.



## II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

---

Esse último critério é essencial no jornalismo científico, pois as matérias desse segmento são consideradas de serviço, já que possuem como finalidade orientar a sociedade no seu dia a dia e contemplar a sua necessidade de conhecimento nos diversos assuntos.

Uma pesquisa, realizada há mais de uma década em quatro países (Argentina, Brasil, Espanha e Uruguai) estudados pelo Projeto Ibero-Americano de Indicadores de Percepção Pública de Ciência, revelou que as pessoas associam ciência a “grandes descobertas, condição de avanço técnico e fonte de melhoria de vida humana” (BOAS, 2005, p. 32). De acordo com esse modelo, a ciência busca a verdade e, nesse sentido, acredita-se que suas descobertas são importantes para a sociedade e resultam em avanços e bem-estar.

Diferente do que as pessoas falam sobre a ciência, conforme mostrado pela pesquisa citada acima, as descobertas científicas podem envolver temas cotidianos e de igual relevância na vida dos indivíduos. Para Boas (2005), o desafio consiste em saber se de fato a sociedade entende o que é divulgado. A utilização de termos técnicos e de expressões restritas a uma área do conhecimento são algumas barreiras. Para que o público (leitor, espectador, ouvinte, internauta) compreenda, é necessário que:

Tenha ao seu alcance os meios para avaliar os dados apresentados sem ter de aceitar tudo de forma passiva. A questão precede tanto o jornalismo quanto a divulgação científica e passa por questões mais amplas como o projeto de educação, a democratização e a liberdade de pesquisa no país (BOAS, 2005, p. 45).

Ainda nesse sentido, Barbosa (2011, p. 166) afirma que “a transmissão de informação isoladamente pode levar à visibilidade, mas não à transparência”. Para o autor, não basta informar, “é imprescindível conferir significação. [...] Dar sentido às informações, conectá-las, ordená-las”. O autor (p. 167) acredita que quando o jornalismo oferece “textos explicativos, que visem à contextualização, à demonstração de causas e consequências, em uma linguagem convidativa, confere significação, acessibilidade a saberes-chave, promove o conhecimento”.



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Para ser acessível à maioria da população, o jornalismo científico, além da preocupação com o uso da linguagem, pode utilizar-se de diferentes mídias para divulgação e propagação de suas informações. Na seção seguinte, tratamos dos conceitos e principais características de convergência midiática e produção multiplataforma para, posteriormente, compreendermos como o jornalismo científico apropriou-se dessas ferramentas.

### **2 Convergência Midiática e Produção Multiplataforma**

Iniciamos esta seção pelo conceito de convergência. Para Jenkins (2008, p. 34), trata-se do “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, da cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e do comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação”. Nesse sentido, podemos entender que a convergência também é responsável por definir transformações em diferentes âmbitos, de tecnológicos a culturais e sociais.

Para que a convergência de fato ocorra, é imprescindível a participação ativa dos usuários/consumidores. Jenkins (2008) vai de encontro ao pensamento de que convergência se refere, principalmente, a um processo tecnológico que reúna várias funcionalidades dentro dos mesmos aparelhos. Para o autor, a convergência possui outra significação. Ela “representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (JENKINS, 2008, p. 34). Em entrevista recente, o pesquisador afirma que:

Convergência e conexão são o que impulsiona a mídia agora e aquilo que assegura que a mídia seja importante em todos os níveis, desde o mais micro e hiperlocal, até o mais macro. Se a nossa sociedade é mediada, é por causa da convergência e da conexão, porque todos os aspectos das nossas vidas são tocados pela mídia e porque mais e mais de nós temos a capacidade de comunicar nossas ideias por meio de múltiplos canais de mídia (JENKINS, 2016, p. 178).

Diante desse conceito, entendemos que a convergência e a produção multiplataforma estão diretamente relacionadas. Para completar esse cenário, não



## II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

podemos deixar de mencionar o papel da comunicação móvel, responsável direta pela prática de “produção/consumo de conteúdo e apropriação tecnológica realizada por meio da difusão maciça de dispositivos multifuncionais sem fio” (SCOLARI, 2016, p. 183). De acordo com Scolari, a comunicação móvel, além de promover a convergência midiática, está no centro dos processos de convergência cultural.

O uso de dispositivos móveis também é um elemento facilitador para a propagabilidade. Jenkins (2016) explica o que constituiria um ambiente ideal para a propagação das mensagens. Primeiramente, ele defende a existência de maior acesso do público aos meios de produção e circulação cultural. Haveria oportunidades para as pessoas trabalharem a fim de resolver problemas de forma conjunta. Existiria a sensação de que a participação é necessária, relevante e, portanto, “haveria respaldo social para permitir que vozes mais diversas fossem ouvidas. E haveria uma maneira de transformar voz em influência sobre as decisões fundamentais que tenham impacto no cotidiano das pessoas” (JENKINS, 2016, p. 179). Segundo o autor, somente a partir da concretização desse ambiente é que seria possível afirmar que as novas tecnologias de mídia são democratizantes.

### **3 Universidade de São Paulo (USP)**

Reconhecida por sua excelência na pesquisa, a Universidade de São Paulo (USP) utiliza-se de diferentes estratégias e meios comunicacionais para divulgar sua produção científica. Foi criada pelo Decreto nº 6.283, de 25 de janeiro de 1934, com a finalidade de:

I- Promover e desenvolver todas as formas de conhecimento, por meio do ensino e da pesquisa; ministrar o ensino superior;

II – Ministrar o ensino superior visando à formação de pessoas capacitadas ao exercício da investigação e do magistério em todas as áreas do conhecimento, bem como à qualificação para as atividades profissionais;

III – estender à sociedade serviços indissociáveis das atividades de ensino e de pesquisa (ESTATUTO, ART. 2º, 1988).

A instituição é uma autarquia de regime especial, com autonomia didático-científica, administrativa, disciplinar e de gestão financeira e patrimonial. Trata-se de



## II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

uma universidade pública, mantida pelo Estado de São Paulo e ligada à Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação (SDECTI). Em 1934, a USP iniciou suas atividades com, apenas, algumas unidades, dentre elas: as Faculdades de Direito; de Medicina; de Farmácia e Odontologia; Escola Politécnica; Instituto de Educação; Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras; Instituto de Ciências Econômicas e Comerciais; Escola de Medicina Veterinária; Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz e Escola de Belas Artes. Em 17 de fevereiro do mesmo ano, ocorreu a primeira sessão do Conselho Universitário da USP e, na sessão seguinte, realizada em 6 de junho de 1934, tomou posse o primeiro reitor da instituição, o professor Reynaldo Porchat. Em 1956, a Cidade Universitária passou a se chamar Armando de Salles Oliveira.

Foi somente 54 anos mais tarde, que a USP criou as Pró-Reitorias de Pesquisa, Graduação, Pós-Graduação e Cultura e Extensão Universitária. Neste mesmo ano, a Resolução nº 3461, de 7 de outubro de 1988, estabelece o atual Estatuto da USP. As atividades desenvolvem-se nos campi localizados nos municípios de São Paulo, Bauru, Lorena, Piracicaba, Pirassununga, Ribeirão Preto, Santos, São Carlos, além de Unidades de Ensino, Museus e Centros de pesquisa situados fora desses espaços e em diferentes cidades.

Com mais de 80 anos de fundação, a Universidade de São Paulo possui, atualmente, 249 cursos de graduação, dedicados a todas as áreas do conhecimento, distribuídos em 42 Unidades de Ensino e Pesquisa. São mais de 58 mil alunos, que além dos cursos de graduação contam com a oferta de 239 programas de pós-graduação, que compreendem 332 cursos de mestrado e 309 de doutorado. Na atualidade, a USP é responsável por 22% da produção científica do país. Para dar visibilidade a toda essa produção, a Universidade possui um Núcleo de Divulgação Científica, responsável pela publicação de vídeos, notícias, reportagens, podcasts e programas de rádio sobre conhecimento científico produzido na USP. A equipe do Núcleo é composta por 12 profissionais, que divulgam esses conteúdos em múltiplas plataformas comunicacionais. Na seção seguinte, identificamos cada uma delas, analisamos suas características e o tipo de conteúdo produzido.



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

### 4 Ciência USP: A Divulgação Científica em Multiplataformas

A partir do avanço das novas mídias, a web tornou-se um dos ambientes mais propícios para a propagação de diferentes assuntos, dentre eles os temas ligados à Ciência, Tecnologia e Inovação (BRITO, 2015). Nesta seção, vamos abordar a “Ciência USP”, que se constitui de multiplataformas voltadas à divulgação das descobertas científicas e tecnológicas da Universidade de São Paulo (USP). Na presente pesquisa, identificamos cinco meios utilizados para esse fim: um sítio eletrônico, página no Facebook, canal no YouTube, contas no Twitter e no MixCloud, todos denominados Ciência USP.

Constatamos que a escolha das plataformas segue a tendência da preferência de usuários. Uma pesquisa realizada em 2016 aponta que, no Brasil, são 139 milhões de usuários de internet e 122 milhões deles são também usuários ativos das mídias sociais (Digital in 2017 – South America). Esses dados mostram o quão importante é para uma instituição estar presente nesse cenário. Ainda segundo a pesquisa, as mídias sociais mais acessadas por brasileiros são o YouTube, com 63%, e o Facebook, com 62% da preferência nacional. Essa informação corrobora os dados verificados na Ciências USP, na qual as duas plataformas são as mais lembradas pelos usuários.

No sítio eletrônico, é possível perceber a convergência com as demais plataformas, que podem ser acessadas diretamente através da página inicial. Neste ambiente virtual, também há a publicação de reportagens, notícias, podcasts e programas de rádio. O conteúdo é multimídia, pensado para os diferentes públicos que o acessam. Há espaço para o usuário interagir com a plataforma por meios do campo de comentários, disponível abaixo das publicações. Cada notícia e/ou reportagem pode ser compartilhada no instante em que é acessada. Essa estratégia vai ao encontro do que afirmam Brito e Guimarães (2013, p. 2 apud BRITO, 2015):

Da publicação de reportagens, sem o envolvimento de leitores, às produções jornalísticas empenhadas em valorizar as características da web, é interessante ressaltar a inserção constante de ferramentas, como as mídias sociais, que são incorporadas para potencializar a troca de informação entre usuários.





## II Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

Apesar de haver espaço que proporciona a interação entre a instituição e os usuários, verifica-se que essa ferramenta é pouco utilizada.

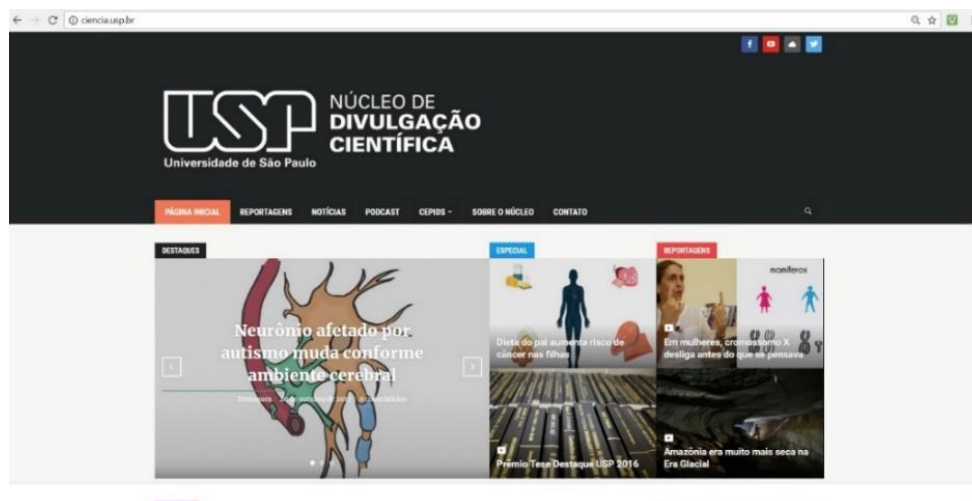


Imagem 1 – Página inicial do site Ciência USP  
*Image 1 – USP Science Home page*

Conforme Brito (2015, p. 7), “as redes sociais digitais se transformaram em verdadeiros fenômenos na Internet e também auxiliam a divulgação científica”. A autora afirma, ainda, que dentre elas o Facebook é visto como potencial para a popularização de assuntos. Essa é a plataforma mais acessada pelos usuários da Ciência USP. A página possui, atualmente, 166 mil seguidores<sup>2</sup>, na qual os usuários participam de forma ativa. A página foi analisada durante 30 dias, de 05 de novembro a 05 de dezembro de 2017. Nesse período, foram realizadas 14 publicações, sendo 11 delas acompanhadas de vídeos e as outras três ilustradas com fotos.

Percebemos que a interação ocorre também por meio de curtidas, compartilhamentos, marcação de outros usuários e por comentários, incluindo dúvidas/perguntas. Estas, por sua vez, são respondidas pela página, mantendo, assim, um vínculo com o usuário. No espaço destinado aos comentários, a página marca os perfis e páginas dos centros e institutos envolvidos na pesquisa em questão, uma outra forma de incentivar o engajamento nesta mídia (ver Imagem 2).

<sup>2</sup> Dados referentes ao mês de dezembro de 2017.



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

Segundo Montaño (2016, p. 7), o “YouTube é atualmente a principal plataforma de compartilhamento de vídeos e foi criada em 2005” por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, ex-funcionários do site de comércio on-line PayPal. “A inovação original era de ordem tecnológica (mas não exclusiva): o YouTube era um entre os vários serviços concorrentes que tentavam eliminar as barreiras técnicas para maior compartilhamento de vídeos na internet” (BURGESS; GREEN, 2009, p. 17). Com uma interface bastante simples, o usuário pode fazer o *upload*, publicar e assistir aos vídeos sem exigência de altos níveis de conhecimento técnico.

Em nossa análise o canal Ciência USP no YouTube é a segunda plataforma mais acessada pelos usuários com 272.758 visualizações<sup>3</sup> e mais de 34 mil inscritos. O canal para divulgação científica foi criado em setembro de 2015 e traz uma série de entrevistas com os pesquisadores da USP. Nessa plataforma, percebemos que a interação é bem menor e para alguns temas a opção de comentário não está liberada (ver Imagem 3).

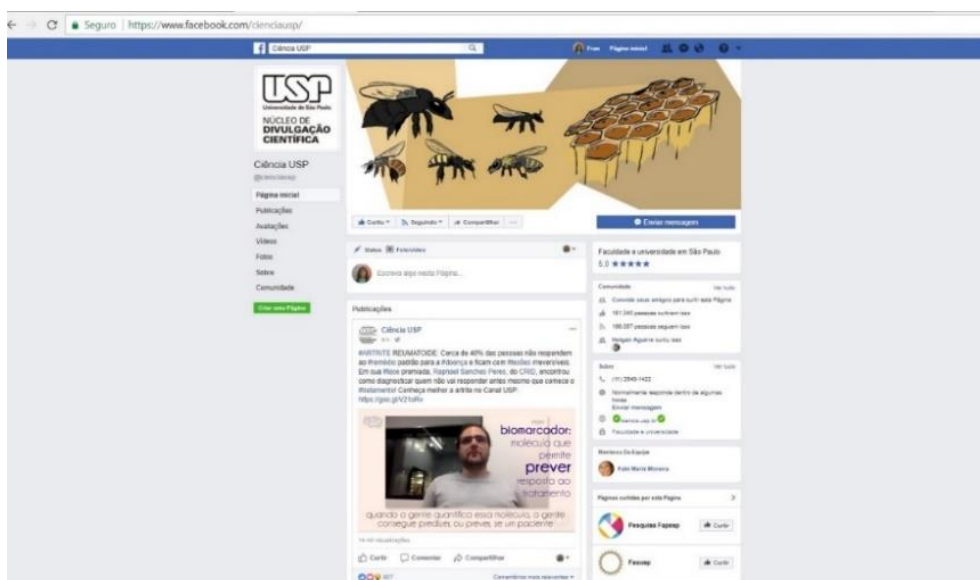


Imagem 2 - Página da Ciência USP no Facebook  
Image 2 - Page the Science USP on Facebook

<sup>3</sup> Número de visualizações no mês de dezembro de 2017.



## II Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

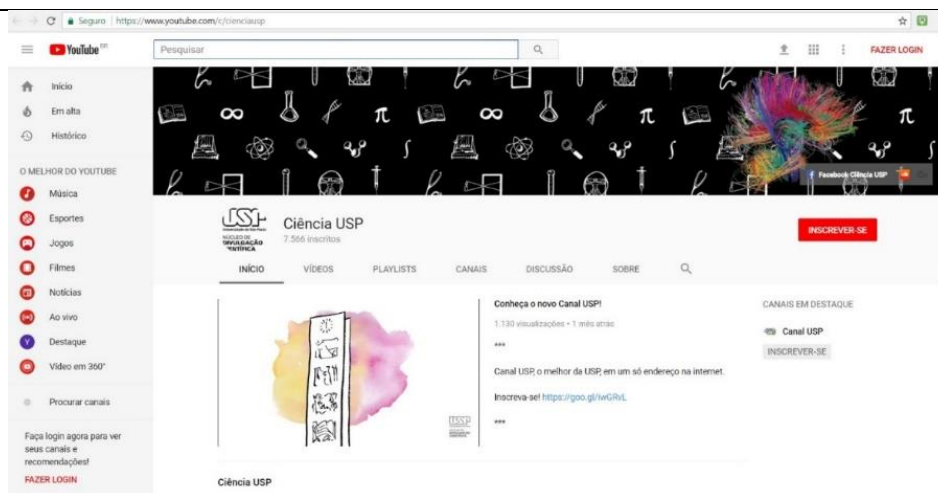


Imagem 3 – Canal Ciência USP na plataforma YouTube  
*Image 3 - USP Channel Science on the YouTube platform*

Apesar disso, Montaño (2016, p. 8) adverte que “esses ambientes não são, então, simplesmente espaços neutros que contêm vídeos. Neles, os vídeos obedecem à certa organização e a uma especialização, uma montagem que os enuncia de outro modo e sugere (e disponibiliza para o usuário) usos diversos”. Essa é uma característica marcante dessa plataforma, pois há outros elementos que circundam o vídeo e podem indicar outras direções para os usuários como, por exemplo, assistir a vídeos relacionados ou compartilhar o vídeo com outro usuário.

A seguir, identificamos duas plataformas menos expressivas quanto à interação com o usuário e, também, em relação à continuidade das publicações. A conta no Twitter é recente, criada em fevereiro de 2017, no entanto, no momento da observação, ela estava inativa e os últimos *tweets* haviam sido publicados em maio do mesmo ano. O mesmo ocorreu com a plataforma MixCloud que servia como um repositório dos *podcasts* e programas de rádio. No período observado, a última publicação havia sido realizada em fevereiro de 2017.



## II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais



Imagem 4 – Ciência USP no Twitter  
*Image 4 – USP Science on Twitter*



Imagem 5 – Ciência USP na plataforma MixCloud  
*Image 5 – USP Science on the MixCloud platform*

Considerando as plataformas regularmente ativas, ou seja, o sítio eletrônico, a página no Facebook e o canal do YouTube da Ciência USP, observamos que o conteúdo, muitas vezes, é, apenas, reproduzido nas diferentes plataformas, não sendo consideradas as características específicas de cada mídia. Dessa forma, podemos entender que as publicações da Ciência USP se tratam de uma narrativa *crossmedia*, ou seja, o conteúdo é transmitido para o usuário por mais de um meio para atingir os diferentes públicos, porém, sem que haja alterações na mensagem de uma plataforma para outra.



## II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

### **Considerações Finais**

No presente artigo, identificamos as multiplataformas utilizadas pela Universidade de São Paulo para divulgar a sua produção científica. Das cinco plataformas encontradas – denominadas Ciência USP – apenas três continuavam ativas no período de observação. Além do sítio eletrônico do Núcleo de Divulgação Científica que produz conteúdo multimídia, a página no Facebook e o canal do YouTube são os mais acessados pelos usuários e, conseqüentemente, mantém-se atualizados e alimentados pela instituição. Apesar de ser percebida a convergência entre as cinco plataformas, constatamos que o conteúdo ainda segue uma lógica de *crossmedia*, apenas, sendo reproduzido ou sofrendo pequenas adaptações para as diferentes mídias.

As multiplataformas podem ser consideradas aliadas ao processo de divulgação científica das universidades, institutos e centros de pesquisa, contribuindo para o seu desenvolvimento e para a melhoria da qualidade de vida dos cidadãos que tiverem acesso a essas informações. Apesar disso, percebemos que o uso das ferramentas oferecidas por essas mídias ainda não é explorado em sua totalidade. A produção de conteúdo ainda está atrelada ao padrão da mídia tradicional e, apesar de usar diferentes plataformas, o conteúdo segue a lógica da reprodutibilidade.

### **Referências**

ARAÚJO, M. de A. 2015. *Convergência Jornalística: A produção de conteúdo no Núcleo Multiplataforma de Esportes da Rede Paraíba de Comunicação*. João Pessoa, PB. Dissertação de mestrado. Universidade Federal da Paraíba. 130 p. Disponível em: <<http://tede.biblioteca.ufpb.br/bitstream/tede/7978/2/arquivototal.pdf>>. Acesso em: 01/12/2017.

BARBOSA, H. 2011. Comunicação pública digital em ciência e tecnologia. In: M. HAYASHI; C. SOUSA; D. ROTHBERG (org). *Apropriação social da ciência e da tecnologia: contribuições para uma agenda*. Campina Grande: EDUEPB, 2011. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/j76hp/pdf/hayashi-9788578791872-05.pdf>>. Acesso: 05/11/2017.

BOAS, S. V. 2005. *Formação e Informação Científica: jornalismo para iniciados e leigos*. São Paulo, Summus.



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

BRITO, V. B. 2015. Divulgação Científica nas Redes Sociais: Breve olhar sobre o conteúdo jornalístico na Universidade do Estado do Amazonas no Facebook. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXXVIII, Rio de Janeiro, 2015. Anais.* Disponível em: <[http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/lista\\_area\\_DT6-CC.htm](http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/lista_area_DT6-CC.htm)>. Acesso em: 17/11/2017.

BUENO, W. C. 1984. *Jornalismo científico no Brasil: o compromisso de uma prática independente.* São Paulo, SP. Tese de doutorado. Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, 163 p.

BURGESS, J.; GREEN, J. 2009. *YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade.* São Paulo, Aleph.

ESTADO DE SÃO PAULO. 1934. *Decreto nº 6.283, de 25 de janeiro de 1934.* Cria a Universidade de São Paulo e dá outras providências.

JENKINS, H. 2008. *Cultura da Convergência.* São Paulo, Editora Aleph.

JENKINS, H. 2016. Convergência e conexão são o que impulsiona a mídia agora (Entrevista). *Intercom RBCC*, v. 39, n. 1: 175-181. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/interc/v39n1/1809-5844-interc-39-1-0213.pdf>>. Acesso: 15/11/2017.

MONTAÑO, S. 2016. Construção do usuário na cultura audiovisual do YouTube. *In: Compós. XXV. Goiânia, 2016. Anais.* Disponível: <[http://www.compos.org.br/biblioteca/artigo.comautoria\\_3343.pdf](http://www.compos.org.br/biblioteca/artigo.comautoria_3343.pdf)>. Acesso em: 22/11/2017.

PORTO, C. M. 2009. O jornalismo científico on-line e sua função política moderadora: estudo no site comciencia. *In: C.M. PORTO (org). Difusão e cultura científica: alguns recortes [online].* Salvador, EDUFBA, p. 207-228.

RIOS, A. de O. *et al. Jornalismo Científico: O compromisso de divulgar ciência à sociedade.* Ponta Grossa, 2005. Disponível em: <<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/humanas/article/viewFile/551/550>>. Acesso: 02/12/2017.

SCOLARI, C. A. 2016. A comunicação móvel está no centro dos processos de convergência cultural contemporânea (Entrevista). *Intercom RBCC*, v. 39, n.2, p 177-184. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/interc/v39n2/1809-5844-interc-39-02-0177.pdf>>. Acesso em: 06/12/2017.



## II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

---

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. 1988. *Resolução nº 3.461*, de 7 de outubro de 1988. Aprova o Estatuto da Universidade de São Paulo.