

MUNDARÉU - UM PODCAST DE ANTROPOLOGIA

Uma parceria entre o LABJOR/Unicamp e o DAN/UnB

Série: “Mundo na sala de aula”

PROGRAMA 08

“Curte, comenta, compartilha!”

Publicado em: 05/10/2020

Legenda:

Blocos

Sonoplastia

Extras

ABERTURA

Música de abertura do Programa: “Quem canta” de Tatá & Danú, apenas o trecho instrumental, clima alegre.

MILENA: Oi, gente! Tudo bem? Aqui é a Milena Peres, eu sou mestranda em Divulgação Científica e Cultural pela Unicamp e faço parte da equipe do Mundaréu [fade out e fim da música]. Você está em mais um episódio do Mundo na Sala de Aula.

ARTHUR: Oi gente, eu sou o Arthur, sou graduando de Antropologia aqui pela UnB, e faço parte da equipe do Mundaréu aqui de Brasília.

MILENA: Like, story, feed, IGTV, enquete, caixinha de perguntas... quem, como eu, usa bastante as redes sociais, com certeza já sabe que eu estou falando sobre o Instagram. Essa plataforma de compartilhamento online de fotos e vídeos foi lançada em 2010 e nestes dez anos não para de ganhar recursos e ferramentas que quem costuma usar com frequência acaba aprendendo quase que de forma intuitiva a criar conteúdo por ali. No episódio de hoje, a gente vai pensar um pouco sobre o funcionamento desta rede e como ela tem sido aliada na divulgação do nosso podcast. Mas para a conversa ficar justa, eu chamei o meu colega Arthur, que não tem Instagram, para bater um papo comigo!

ARTHUR: É isso mesmo Milena. Sou bem desconectado nas redes sociais e também não entendo muita coisa sobre. Mas eu reconheço que hoje em dia elas são muito importantes, né, pra divulgações de trabalhos, eventos, e até de ideias né. E elas ajudam muito inclusive pro nosso próprio trabalho que a gente faz aqui no Mundaréu. Por isso queria conhecer um pouco mais sobre como funcionam, e acho que você é a melhor pessoa pra me ajudar [risos].

MILENA: Então hoje, vamos tentar explicar o Instagram para quem não usa, não conhece ou até mesmo não gosta, não curte usar. E a gente vai fazer isso a partir de exemplos reais, de ações e interações que rolaram até hoje no perfil do Mundaréu.

BLOCO 1: Mapeamento

[Trecho da música Swoop 141. Estilo eletrônica, clima empolgante.]

MILENA: Desde o primeiro episódio do Mundaréu, [fade out e fim da música] lá em novembro de 2019, o Instagram é a primeira rede pra qual eu crio o conteúdo de divulgação. A partir desse conteúdo eu adapto os textos e as imagens para as outras plataformas. Isso porque é muito nítido que a interação que mais acontece na nossa divulgação rola no Instagram!

ARTHUR: Mas, peraí Milena. Uma dúvida. Por que é preciso fazer divulgação do Mundaréu? Por que divulgar nas redes sociais?

MILENA: Arthur, o Mundaréu, como as professoras Soraya e Dani sempre explicam, foi pensado para ser, também, um recurso para os estudantes de Antropologia e áreas relacionadas. Uma forma de desafogar os olhos, levar conteúdo de qualidade a partir de histórias usando da ferramenta do podcast pra isso. Nem todos os estudantes estão presentes nas redes sociais, assim como você, né, mas tem bastante gente que utiliza a plataforma e divulgar o Mundaréu por lá é uma forma de chegar em mais pessoas, mais estudantes, outros interessados... além disso, com todos esses recursos do Insta, a gente consegue ter um feedback quase que imediato dos episódios a partir dos comentários, compartilhamentos... e eu também acredito que é uma maneira de colaborar com o próprio espaço do Instagram, que também consegue ser bem tóxico, muitas vezes. Mas mais pra frente a gente fala sobre isso!

ARTHUR: Mas e aí, qual é a diferença entre Face, Insta e Twitter, por exemplo, que são mídias que você também usa para divulgar o Mundaréu?

MILENA: Então, o Facebook ainda funciona, mas observando os números de interações é bem evidente que no Instagram o conteúdo atinge mais pessoas. Já o Twitter eu percebo que ainda é muito forte neste universo da Antropologia, porque bastante gente interage com o Mundaréu por lá, ajudando a divulgar os episódios. O conteúdo no Twitter precisa ser mais objetivo, resumido, pra caber em poucos caracteres e mandar o recado. Imagens e vídeos também podem ajudar, mas é no Instagram que os recursos visuais mais causam impacto porque a rede foi pensada justamente para isso. As plataformas são integradas, a gente consegue compartilhar no Instagram direto pro Twitter e Facebook, por exemplo. Alimentando todas as redes com o conteúdo do Mundaréu a gente busca criar uma rede de engajamento nesse ecossistema das mídias sociais.

ARTHUR: E tem como saber quem é o público que recebe todo esse conteúdo?

MILENA: Tem sim. O Instagram oferece um recurso de informações em métricas em que a gente consegue verificar qual que é o perfil dos nossos seguidores. Isso é bem bacana porque ajuda a gente a pensar nos tipos de posts que vamos fazer e na linguagem que a gente utiliza por lá também.

ARTHUR: Ah, então essas métricas ficam visíveis para a dona da conta né, que interessante. Você pode me dar um exemplo, Milena?

MILENA: Claro, vamos lá! No Instagram, neste momento, setembro de 2020, o Mundaréu tem 939 seguidores, mas esse número muda todo dia. Pode ser que no dia que esse episódio for ao ar já esteja diferente, porque tem crescido muito rápido. A maior parte do público do Mundaréu é feminina: 67% das seguidoras são mulheres. E as cidades que mais interagem com o nosso conteúdo são Brasília, seguida de São Paulo, Campinas, Rio de Janeiro e Belo Horizonte e a faixa etária mais presente é de 25 a 34 anos, que são 41% das nossas seguidoras.

ARTHUR: Que legal isso! E quais dos recursos que a gente usa para conversar com essa galera toda?

MILENA: Então, a gente sempre começa pelo feed, que é a linha do tempo principal em que as nossas fotos e vídeos aparecem para os nossos seguidores diretos e também para quem, por exemplo, está seguindo algumas das hashtags que a gente usa nas legendas dos nossos posts. A gente usa sempre a hashtag #antropologia, por exemplo, então outras pessoas, universidades e projetos que estão seguindo essa mesma palavra-chave têm mais chance de receber a nossa divulgação, que é feita, principalmente, usando fotos, trechos dos episódios e mais alguns outros materiais complementares.

ARTHUR: Mas como você escolhe essas fotos? De onde você tira?

MILENA: Então, são as fotos produzidas nas gravações dos episódios que eu recebo com antecedência pra poder montar as artes de divulgação. Quando as fotos chegam pra mim, eu coloco no editor gráfico - eu costumo usar o Canva que é online ou o Illustrator - para fazer as montagens, inserir os textos, harmonizar com as cores do nosso feed, o logotipo do Mundaréu, eu uso principalmente o laranja e o azul clarinho, né, que são as nossas cores. Agora na pandemia, em que estão sendo gravados esses episódios aqui, do Mundo Na Sala de Aula, os integrantes do Mundaréu fazem as fotos em casa mesmo, das gravações, tipo foto gravando, foto da vídeo conferência, dentro do guarda-roupa ou embaixo da coberta para abafar o som e me mandam. [risos]

ARTHUR: Inclusive eu estou dentro de um guarda roupa agora [risos]. E você posta essas fotos engraçadas?

MILENA: Arthur, eu posto todas! [risos] Esses conteúdos mais descontraídos cabem muito bem no Instagram. Eu tento fazer essa divulgação de maneira informal, trazendo mais leveza pro nosso perfil. Como o Insta é cheio de recursos que permitem essa linguagem mais divertida, eu tento achar um equilíbrio para falar do nosso podcast com toda a responsabilidade necessária, mas com os textos e artes mais dinâmicas. Outra coisa que eu faço bastante, aproveitando que o Instagram é ótimo para postar vídeos, tem um ótimo engajamento, é montar um vídeo legendado com um trequinho dos episódios. Eu tento pensar junto com quem produziu o episódio qual parte pode ser legal pra chamar a atenção do público e levar mais gente a “clicar na bio” e ouvir.

ARTHUR: “Clicar na bio?” Que que é isso?

MILENA: [risos]. Então, é que uma das limitações do Instagram é que ele não permite colocar links nas legendas. Por isso, pra colocar o link do nosso Spotify, por exemplo, eu preciso inserir lá na biografia.

É um espaço no perfil que a gente pode colocar um direcionamento para algum site, canal no YouTube ou, no nosso caso, pros tocadores de podcast.

ARTHUR: Ah, entendi. E você falou também sobre as hashtags. Pode explicar melhor como funciona isso?

MILENA: Explico sim! As hashtags são como palavras-chave que a gente insere nos nossos posts a partir daquele símbolo do jogo da velha [risos]. Então marcando as palavras-chave, outras pessoas que tão usando o Instagram e pesquisam por essas mesmas palavras, têm mais chance de receber o nosso conteúdo, mesmo que elas não sejam nossas seguidoras, porque ele vai para o feed daquela hashtag, o que amplia o público que vai receber. Pra buscar esse engajamento, além das hashtags, a gente precisa dedicar um tempo de permanência na plataforma depois de publicar alguma coisa. O Instagram ele funciona a partir de algoritmos, que mostram se o conteúdo é relevante ou não a partir das interações que ele gera. Então toda vez que a gente coloca um post no Instagram, a primeira meia hora é super importante, porque nessa primeira meia hora, se o post for bastante curtido, comentado e compartilhado, mais chances ele tem de chegar no feed de mais pessoas.

ARTHUR: Ah entendi! E tem alguma hora específica do dia que você faz essas publicações? Porque se a primeira hora é muito importante, imagino que não ajuda muito publicar de madrugada. E Você faz essas publicações com qual frequência? Ficar muito tempo sem publicar prejudica o alcance da página também?

MILENA: Então, é verdade, de madrugada a gente não vai garantir boas interações. Mas o Insta mostra pra gente, na página de informações, quais são os horários que o nosso público mais interage com a gente. Então no Mundaréu, por enquanto, os melhores horários para postar são meio-dia e às nove da noite. A nossa frequência, agora, tem sido semanal, acompanhando os episódios do Mundo Na Sala de Aula. O Instagram ele precisa de constância e consistência: um conteúdo qualificado e postado com uma frequência inteligente. Tipo, não adianta eu postar dez vezes essa semana e na próxima não postar nada. É melhor que eu poste, por exemplo, duas vezes na semana, mas toda semana. Também é fundamental que a gente responda todos os usuários que conversarem com a gente por ali, porque estar presente ajuda muito o conteúdo a ganhar mais espaço.

ARTHUR: “Estar presente”, é uma expressão engraçada quando estamos falando de mídias usadas de modo remoto, né? Me conta a história da interação com alguma destas usuárias? De alguém que conversou com o Mundaréu pelos posts que você produziu pra colocar no Instagram.

MILENA: É engraçado mesmo! Mas é isso, é literalmente dedicar um tempo para essas pessoas que tão interagindo com você. Elas são importantes, estão recebendo a sua divulgação e por isso merecem essa atenção. Até porque criar esse tipo de conteúdo usando essas ferramentas de comunicação, para o Mundaréu, é um esforço de ocupar mesmo essas redes, disputar a atenção das pessoas que estão por lá para mostrar como é fazer ciência, como é aprender antropologia, a partir de todas as histórias que a gente traz pro programa. No Mundaréu, a maioria das interações que a gente recebe são retornos super positivos e construtivos sobre os episódios, ou mesmo algumas dúvidas e sugestões. Mas, como tudo no Instagram, são comentários muito rápidos, curtos, perguntas objetivas. Pra mostrar um pouco do que a gente recebe por lá, nossa colega Jana Aleixo da equipe do Mundaréu, deu voz a alguns comentários!

JANA ALEIXO: “Ouvi todos os episódios, é incrível como vocês conseguem passar tanta sensibilidade!”, “O episódio me lembrou como o Mundaréu foi um dos grandes achados de 2019”, “Mega ansiosa pelo próximo episódio! Parabéns equipe @mundareupodcast pelo trabalho incrível!”.

ARTHUR: Que bacana esse feedback! E Milena, no começo do episódio, além do feed, você falou o nome de mais um monte de ferramentas. O que elas fazem e como que o Mundaréu usa cada uma delas?

MILENA: Além do feed, tem outro recurso muito importante que a gente usa com frequência que é o story, um espaço em que também podemos colocar fotos e vídeos, mas que ficam disponíveis só por 24 horas.

ARTHUR: 24 horas? Caramba, rápido demais, né. É outro ritmo.

MILENA: É outro ritmo. Os stories são usados para divulgações mais rápidas. Então, quando um episódio do Mundaréu vai ao ar, a gente posta no feed, mas a gente pode colocar nos stories todo dia, por exemplo. Essa parte do Insta também se integra a outras plataformas. A gente consegue compartilhar o episódio no story, diretamente do Spotify.

ARTHUR: Que é um dos tocadores de música e podcasts que distribuem o Mundaréu e o Mundo na sala de aula.

MILENA: Isso. No story também é onde se concentra outros recursos importantes do Instagram, como as enquetes, em que a gente pode fazer uma pergunta e dar duas opções de resposta e depois a gente consegue conferir esse resultado em porcentagem, e também as caixinhas de pergunta. São ferramentas de questionar e receber respostas dos seguidores de forma bem rápida, bem dinâmica. No último episódio da primeira temporada do Mundaréu...

ARTHUR: Ah sim, aquele episódio que a gente fez para refletir sobre a primeira temporada.

MILENA: Isso, esse mesmo. Naquele momento, a gente colocou uma caixinha de pergunta, perguntando o que que o pessoal tinha achado do conteúdo. Tipo: “Ei! Conta pra gente aí o que achou do último episódio?” E foi bem legal porque a gente recebeu várias respostas com retornos, opiniões... além de conseguir esse contato mais próximo com os seguidores, o story dá a possibilidade de usar vários recursos visuais para deixar tudo bem chamativo, como gifs, texto, cores.

ARTHUR: Como o mundo dos podcasts é todo em áudio, você poderia descrever para gente o que entrou num gif bem chamativo que você produziu? E também conta para gente onde você cria esses gifs antes de subir pro Insta?

MILENA: Então Arthur, na verdade, o próprio Instagram tem um banco de dados enorme de gifs! Nos stories você pode pesquisar os gifs também a partir de uma palavra específica. Então, por exemplo, quando um episódio novo sai e a gente quer demonstrar que a gente tá animado com isso, eu pesquiso lá nos gifs a palavra ANIMAÇÃO. Aí aparece um monte de gif, vários que são super engraçados, aí eu escolho e clico para inserir no story, depois eu arrasto pra escolher em que lugar da tela que ele vai

aparecer. Também dá para fazer isso com os Emojis - que são aquelas carinhas, palminhas, bonequinhos - que também nos ajudam a expressar visualmente a emoção e o sentido que a gente tá querendo passar no conteúdo.

ARTHUR: E esse story também tem a ver com o algoritmo do Instagram?

MILENA: Tem sim! Na verdade, todos os recursos do Insta têm a ver com isso. Quanto mais recursos a gente usa, mais o Instagram entende que nosso conteúdo é relevante e merece ser mostrado. Só que isso é bem complicado porque, como eu contei, a plataforma tem novidade quase todo o dia! Ela se inspira em ferramentas disponíveis de outras redes sociais, Facebook, Snapchat, Tiktok, e concentra nela várias maneiras de produção. É difícil acompanhar! [risos]

ARTHUR: Gente! Tem toda uma lógica de reciprocidade, digamos, [risos]. O Instagram coloca a plataforma no ar; o cliente aprecia e escolhe esta plataforma para postar seus gifs, stories, enquetes, fotos no feed; o Instagram recebe de volta este conteúdo todo e dá mais espaço e visibilidade na sua plataforma; daí o cliente bota mais coisa e por aí vai.

MILENA: Legal, Arthur, eu nunca tinha pensado no Marcel Mauss para entender o insta, [risos].

BLOCO 2: Comparando duas atividades no Instagram, divulgação científica e pesquisa científica

[Trecho da música RhythmOrganizer. Estilo eletrônica, clima animado]

MILENA: Arthur, acho que também é importante [fade out e fim da música] ponderar que nessa lógica de reciprocidade também existe um outro lado mais complicado. O Instagram, com todos esses recursos e esse jeito de funcionar, que praticamente nos obriga a estar sempre produzindo, também pode ser um pouco tóxico, porque as pessoas tão bem viciadas! Tem uma pesquisa recente, por exemplo, que mostrou que, hoje, mais de 40% das pessoas com menos de 33 anos pensam em como ficarão as fotos pro Instagram na hora de escolher um destino para viajar. Tipo, o Instagram tem se tornado tão importante que acaba interferindo nas escolhas das pessoas aqui fora das telas, na vida real. É sobre isso que eu tenho pesquisado na durante o mestrado.

ARTHUR: Caramba, Milena! Me conta mais sobre essa sua pesquisa.

MILENA: Então, eu procuro entender de que forma que o Instagram funciona, ou não funciona, como um espaço de exposição e troca de experiências sobre a Bulimia Nervosa, que é um transtorno alimentar. Na bulimia, pra resumir, a pessoa come compulsivamente, depois se sente culpada e tenta compensar isso de alguma forma, fazendo jejuns, exercícios físicos em excesso, uso de laxante, diuréticos e, principalmente, que é o método mais comum, os vômitos autoinduzidos. Na dissertação, eu analiso o perfil do Instagram de uma jornalista, que teve bulimia durante 22 anos e hoje constrói um conteúdo contra os padrões de beleza e a cultura da dieta, compartilhando suas experiências pessoais com a doença.

ARTHUR: Nossa Milena, que tema forte! E como foi que você chegou nesse tema?

MILENA: Eu escolhi trabalhar com isso primeiro porque me toca de forma bem especial. Eu tive bulimia e tenho pesquisado as relações desse transtorno com a mídia há uns três anos, desde a graduação em Jornalismo, e queria ter essa reflexão também sobre as redes sociais. Eu escolhi o Instagram por ser uma rede criada para imagens - o que tem muita relação com o transtorno alimentar, que também é um transtorno de percepção da imagem corporal. O que eu tenho percebido na análise é que o Instagram consegue ser um espaço interessante de troca de experiências sobre isso. Porque por exemplo, no perfil da jornalista, a cada post que ela fala sobre a doença, chovem comentários com compartilhamentos de relatos pessoais sobre o assunto; e relatos muito fortes, de verdade. Por outro lado, nesta mesma plataforma, estão os recursos que te obrigam a produzir o tempo todo; os algoritmos que decidem a entrega do seu conteúdo e claro, pessoas que atuam numa direção contrária dessa jornalista né, e fazem sucesso divulgando seus corpos magros, malhados, construídos por dietas e que chegam a um número gigantesco de seguidores. Daí vem a minha reflexão: será que o Instagram é mesmo legal? Ou ele é mais prejudicial do que interessante?

ARTHUR: Entendi, e essas pessoas que ficam enaltecendo e promovendo um padrão de beleza fazem uso de todas essas ferramentas que você mostrou pra gente? Tipo, elas postam no feed, nos stories, fazem fotos e vídeos?

MILENA: Isso mesmo. A pesquisa tem me revelado que esses perfis que defendem a cultura da magreza são muito bem construídos. Esses usuários utilizam super bem de todos esses recursos e conseguem ter um alcance enorme, um engajamento muito alto. Pra uma pessoa que tem um transtorno alimentar, esse tipo de coisa pode ser um super gatilho, entende?

ARTHUR: Sim, sim, faz muito sentido! Mas o perfil da jornalista que você comentou, não traz um outro lado disso tudo?

MILENA: Sim! É isso que ela tenta fazer no conteúdo que produz. Só que comparando o perfil dela com o de outros influenciadores digitais, né, que é o nome que se dá a pessoas com muito engajamento, muitos seguidores no Instagram, ela ainda tem um perfil pequeno. Por mais que o perfil tenha uma troca constante de apoio e experiência em relação à bulimia, outros perfis bem maiores ainda estão defendendo o uso de substâncias emagrecedoras, promovendo dietas sem o acompanhamento de um nutricionista e postando muitas fotos e vídeos dos seus corpos, numa exposição incansável. E como saber de que forma as pessoas se sentem quando consomem esse conteúdo, né? Ainda tem outras questões que eu tenho olhado na pesquisa. Essa jornalista que eu to analisando o perfil, embora ela produza esse conteúdo que eu particularmente considero positivo, é uma mulher magra, loira, de classe média... então tem toda uma discussão de raça, classe, gênero que a gente precisa fazer pra pensar o Instagram em relação à bulimia nervosa. Eu te confesso, Arthur, que no começo do mestrado eu achava que o Instagram era um vilão, que não dava pra defender de jeito nenhum [risos].

ARTHUR: No começo do mestrado? E o que mudou?

MILENA: O Mundaréu. O Mundaréu está me ajudando muito a ressignificar esse espaço e ver na prática a sua funcionalidade dentro da divulgação científica. Primeiro porque eu venho do Jornalismo, né, então eu sempre trabalhei com redes sociais, e antes do Mundaréu eu nunca pensei em explicar a plataforma, como a gente fez aqui hoje. Pra mim era tipo, super natural todo mundo estar no

Instagram! [risos] então tem sido bem legal perceber que eu preciso me aprofundar no funcionamento da rede social para conseguir mesmo pesquisar sobre ela. Segundo porque ver o retorno que a gente tem por ali, as pessoas que conseguimos alcançar e fazer parte disso me ajuda a pensar que até no Instagram a gente precisa ser resistência, talvez da mesma forma que a minha interlocutora faça: resistência a esses conteúdos tóxicos, trazendo outro tipo de informação com qualidade, apuração, verdade, responsabilidade. Assim como ela, pode ser que a gente não atinja um número gigantesco de usuários, mas a gente consegue contribuir com o conhecimento científico a partir do podcast também nas redes sociais, também no Instagram. Por isso que o objetivo dessa nossa conversa - e também da minha pesquisa de mestrado - não é fazer um super elogio ao Instagram, mas pensar em como usar esse espaço pra chamar a atenção das pessoas para bons conteúdos, ocupar a rede de forma estratégica, tentando entender os problemas que estão nela, claro, e buscando fazer movimentos de usar a ferramenta pra, de alguma forma, contribuir com um mundo melhor. O que que você acha?

ARTHUR: Nossa, acho muito legal isso que você falou. Essas redes sociais são ferramentas muito potentes de mobilização, organização e divulgação de diversos conteúdos, né. Eu, por exemplo, as vezes me sinto por fora de muitas coisas que estão rolando por não acompanhar esse meio. E principalmente agora, no contexto de pandemia, elas estão sendo um importante ambiente de troca, e de socialização mesmo. Mas pelo que você disse, e até pelo que eu observo, as redes sociais são bem perigosas para a nossa saúde mental. Hoje em dia a gente não desgruda do celular né, a gente passa o dia mergulhados na internet e dependemos desses aplicativos pra fazer quase tudo. Os impactos disso na forma como a gente se relaciona com as pessoas, com nós mesmos, até com o tempo e com o espaço são enormes. A gente precisa ter cuidado, né?

FECHAMENTO

Música de fechamento: “Quem canta” de Danú e Tatá, clima alegre. A música fica, ao fundo, até o final do episódio.

ARTHUR: Milena, eu não conhecia o Instagram, mas fiquei curioso depois dessa nossa conversa. Acho que vou procurar entender na prática esse funcionamento para, quem sabe, até usar em alguns projetos pessoais que tenho.

MILENA: Ah, que legal, Arthur! Eu acho que super vale entrar na plataforma, mexer em tudo, experimentar os recursos. Desde como você falou né, a gente consiga ter limites e usar de uma forma saudável, sem exageros. Tem muita coisa ainda que acabou não dando tempo de explicar com detalhes, por exemplo, como as marcas têm usado a plataforma para fazer publicidade, como os influenciadores ganham dinheiro com o Instagram... enfim! É um universo de possibilidades que provavelmente amanhã já vai ser maior do que hoje.

ARTHUR: O que você acha de finalizar esse episódio com uma linguagem típica do Insta?

MILENA: Acho ótimo! Pessoal que tá ouvindo a gente, por favor, entra lá no nosso Instagram, é @mundareupodcast. Veja nossos posts, curte, comenta, compartilha... [risos]. Arthur, muito obrigada por me ajudar a mostrar como que o Mundaréu usa o Instagram. Também gostaria de agradecer à toda equipe do podcast e do Mundo Na Sala de Aula de Brasília e de Campinas. Obrigada também às

professoras Daniela e Soraya, por coordenarem as nossas produções e também por me ajudarem muito a pensar e olhar pro Instagram como pesquisadora. Um super abraço!

ARTHUR: Eu que te agradeço Milena! Agradeço pelo convite de participar desse episódio, pelo trabalho de divulgação do Mundaréu e pelos conhecimentos que você compartilhou hoje. Foi bem legal saber como funciona os bastidores do seu trabalho e sobre sua pesquisa né, que eu achei muito interessante. E adorei essa conexão entre Brasília e Campinas, apesar da distância, tamo junto! Obrigado também a toda equipe do Mundaréu, e a você que está nos ouvindo. Um forte abraço pra todo mundo. Nos ouvimos no próximo episódio!

Materiais Extras

Currículo Lattes Milena Peres:

<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?metodo=apresentar&id=K2780251E1>

Currículo Lattes Arthur Ulhôa:

<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?metodo=apresentar&id=K2564724J7>

“Quem canta”, música de Danú e Tatá: <http://www.oleve.com.br/quem-canta/>

“RhythmOrganyzer”, música de Noir Et Blanc Vie:

https://www.youtube.com/watch?v=_WJBScasq1w

“Swoop 141”, música de Kwon: <https://www.youtube.com/watch?v=VQvr31uX590>

Agradecimentos: Agradeço às professoras Daniela Manica e Soraya Fleischer pela oportunidade de ingressar na equipe do Mundaréu e de produzir um episódio da série Mundo Na Sala de Aula, além de todo apoio e incentivo constantes. Agradeço ao Arthur Ulhôa pela parceria e criatividade na produção e gravação do episódio. Obrigada também a toda equipe do Mundaréu por todo aprendizado e troca!

Expediente

Apresentação: Milena Peres e Arthur Ulhôa, com participação especial de Jana Aleixo.

Produção: Milena Peres e Arthur Ulhôa

Montagem e edição do roteiro: Milena Peres, Soraya Fleischer e Daniela Manica

Montagem e edição do episódio: Milena Peres e Lucas Linardi Carrasco

Transcrição do episódio: Arthur Ulhôa

Conteúdo do sítio eletrônico: Milena Peres, Soraya Fleischer e Daniela Manica

Divulgação: Milena Peres e equipe do Mundaréu