



O 'BIG BROTHER BRASIL' COMO PONTO DE PARTIDA PARA A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA E A POPULARIZAÇÃO DA LINGUÍSTICA

Vitor Hochsprung¹ – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC/CNPq)

Resumo:

Este trabalho é um relato de experiência da prática de divulgação científica da Linguística realizada através do perfil no *Instagram* @vitorlinguistica. A fim de apresentar, principalmente, a técnica de espalhar conceitos, curiosidades e análises linguísticas por meio de elementos da cultura popular, serão ilustrados postagens de divulgação científica e seus resultados. Além da prática de divulgação, as ideias apresentadas se sustentam em justificativas pelas quais considera-se o ato de popularizar a linguística, pautadas em conceitos teóricos e metodológicos, eventos ocorrentes e sugestões interfáticas para a presença da Linguística nas escolas. Além disso, também se defende o uso da rede social *Instagram* como plataforma de divulgação, uma vez que há possibilidade de exploração de três aspectos apontados por Treulieb (2020): o 'furar a bolha', a interação científica e os bastidores. Neste relato de experiência, são apresentadas postagens referentes ao Big Brother Brasil 22, elaboradas para serem expostas no perfil @vitorlinguistica do *Instagram*, e que vão ao encontro da discussão de Treulieb (2020). Acredita-se, por fim, que a divulgação científica da ciência da linguagem, sobretudo por meio da cultura popular, pode ser benéfica, uma vez que contribui para a alfabetização científica da população.

Palavras-chave: Divulgação científica da linguística. Cultura popular. Instagram.

Abstract:

This paper constitutes an experiential report on the Lingcomm practice executed through the Instagram profile @vitorlinguistica. The main focus is to present the technique of disseminating linguistic concepts, curiosities, and analyses by using elements from popular culture. The paper illustrates the outcomes of scientific dissemination posts. In addition to detailing the practice of dissemination, the ideas presented are substantiated by the rationale for popularizing Linguistics, grounded in theoretical and methodological concepts, historical events, and proposals for Linguistics in schools. The paper also defends the use of the Instagram as a dissemination platform, citing the three aspects pointed out by Treulieb (2020): reaching a broader audience, fostering scientific interaction, and offering insights into scientists' daily lives. Within this experiential report, posts related to Big Brother Brasil 22 are presented. These posts, designed for the @vitorlinguistica profile on Instagram, align with Treulieb's (2020) discussion. In conclusion, it is believed that the scientific dissemination of Linguistics, especially through popular culture, can be beneficial by contributing to scientific literacy.

Keywords: Linguistics dissemination. Popular culture. Instagram.

1. Introdução

Começamos este texto pela desmembração do subtítulo “como falar de Linguística usando a cultura popular”, a fim de entender que se trata, assim como foi o caso da minha

1 Doutorando em Linguística pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), com bolsa CNPq, pesquisando a divulgação científica e a popularização da Linguística. E-mail para contato: hochsvitor@gmail.com



(Re)ocupar e (re)existir

9º Encontro de Divulgação de Ciência e Cultura

apresentação no 9º Encontro de Divulgação de Ciência e Cultura (9º Edicc), de um relato de experiências que venho colecionando desde 2020 a partir dessa técnica de unir ciência e entretenimento. Deste modo, vale ressaltar que é dessa natureza que provêm os apontamentos feitos aqui: vou compartilhar estratégias que funcionam para mim, relatando como isso ocorre, sem que isso seja encarado como única possibilidade de se divulgar a ciência da linguagem em redes sociais. Além disso, este relato conta com algumas reflexões pessoais.

O título, que reforça o entendimento da divulgação científica como “uma via de mão dupla”, defende que essa prática, principalmente quando realizada em redes sociais, não é apenas informação passada da pessoa que divulga para o público que consome o conteúdo, mas também uma troca interativa através de comentários e diálogos que podem surgir posteriormente. Também podemos pensar que partir de algo que está fora do meio acadêmico (como uma música, um filme, uma série, um *reality show* etc.) para que seja analisado cientificamente também caracteriza uma troca que não elitiza somente aquilo que é produzido dentro da universidade.

Essa visão faz parte da minha prática particular de divulgação científica desde março de 2020, que foi quando comecei a espalhar a ciência. Contudo, de maneira conjunta, fazem parte dessa prática as motivações por trás da pergunta: “mas por que fazer divulgação científica da Linguística?”

Em primeiro lugar – e talvez seja uma resposta “óbvia” –, porque Linguística é uma ciência e linguistas trabalham a partir de metodologias rigorosas para proceder seus estudos (MIOTO; FIGUEIREDO SILVA; LOPES, 2018). Além disso, porque ela ainda não é tão popular. Várias polêmicas envolvendo língua e linguagem denunciam a falta de conhecimento sobre Linguística fora das universidades, como a situação do livro didático “Por uma vida melhor”² de 2011 ou algumas mais recentes, como o envolvimento da ex-BBB Juliette Freire em um caso de preconceito linguístico, em que produtores pediram para ela ‘neutralizar’ o seu sotaque paraibano em um trabalho de dublagem. Adicionando argumentos, penso que a divulgação da Linguística deve ser feita, também, porque ela afeta a vida das pessoas, que podem entender melhor a diversidade linguística, compreender o processo de aquisição de linguagem de seus filhos, saber quais critérios podem ser levados em conta ao escolher um curso de idiomas etc. Também, porque as pessoas podem acessar

2 Em 2011, o livro didático “Por uma vida melhor”, que abordava a temática variação linguística, recebeu várias críticas. A fim de contextualização, há um vídeo do Prof. Dr. José Luiz Fiorin falando sobre o tema para a UNIVESP TV: <https://www.youtube.com/watch?v=o7OINhxLrOg>



o objeto de estudo, a língua, com facilidade. De acordo com Pires de Oliveira e Quarezemin (2016), inclusive, essa é uma das razões que encabeçam um trabalho com diferentes perspectivas para o ensino de gramática: o aluno tem sua gramática internalizada, o aluno pode julgar sentenças como aceitáveis ou inaceitáveis, entre outras possibilidades. Por fim, mas não só, porque contribui para a alfabetização científica da sociedade. (HONDA; O'NEIL; PIPPIN, 2010)

Dadas as motivações, temos de entender que, como propôs Bueno (2010), a prática de divulgação científica deve considerar o público a quem se fala, a linguagem utilizada, o local de interação e os objetivos por trás de cada prática.

É seguindo essas premissas que este relato de experiência contextualiza, na próxima seção, o local de produção de conteúdo, o *Instagram*, como uma ferramenta de interação social através da mídia que possibilita técnicas de divulgação científica que considerem público, linguagem e objetivos, que são o tema da seção posterior. É importante, também, entender o espaço que o divulgador científico ocupa nessa rede. Muitas vezes, a preocupação com engajamento está atrelada, para muitos criadores de conteúdo, a aspectos comerciais. O objetivo da divulgação científica, entretanto, muitas vezes é outro. Baumgarten (2011) indica que a ciência está intrinsecamente ligada à sociedade, ou seja, é preciso considerar, nas práticas de divulgação em território brasileiro, os contextos sociais, econômicos e culturais do Brasil. Nesse sentido, é intrínseca a busca do divulgador científico por uma sociedade que seja cientificamente alfabetizada/letrada, ou seja, que compreenda a natureza do fazer científico para o exercício democrático. A fim de exemplificar o aporte teórico apresentado, mostrarei como uso o *reality show* Big Brother Brasil como uma ferramenta de divulgação. Ao fim, as conclusões e as referências que embasam não apenas este relato como também a minha prática como um todo.

2. Redes sociais

Bueno (2010), ao diferenciar comunicação científica de divulgação científica em termos que se referem à natureza de canais, aponta a comunicação científica como aquela que está mais restrita ao ambiente acadêmico e atividades/eventos desta natureza enquanto a divulgação científica se amplifica para recursos midiáticos de imprensa, como TV, jornais, rádio, mas também em materiais como livros didáticos, palestras abertas ao público geral, entre outros meios.



(Re)ocupar e (re)existir

9º Encontro de Divulgação de Ciência e Cultura

Mais de uma década se passou desde essa importante diferenciação. Hoje em dia, é bastante plausível que acrescentemos a internet como lugar de divulgação científica, também. Não só porque ela se tornou um veículo de imprensa, mas porque é uma ferramenta que permite várias possibilidades como *blogs*, redes sociais e demais plataformas de texto e também de vídeo.

A internet já foi considerada um espaço de divulgação por Motta Sampaio (2018), que destacou alguns canais de divulgação científica da Linguística especificamente, principalmente aqueles alocados em *blogs*, *youtube*, *podcasts*, competições acadêmicas e festivais de divulgação científica, por considerar esses espaços de maior profundidade e possibilidade de interação. O próprio autor na época declarou que as redes sociais como *Facebook* ou *Instagram* foram deixadas de lado naquele momento por considerar mais eficientes para *hubs* de informação, do que divulgação propriamente dita.

Acontece que essas plataformas também evoluíram com o tempo e hoje são espaços de divulgação científica tão eficientes quanto outros. Estou no *Instagram* como divulgador científico desde 2020 e, desde então, considero um ambiente adequado para espalhar conhecimento científico. A plataforma comporta conteúdos de vídeo, imagem e texto, permitindo que pessoas curtam, comentem, compartilhem e salvem as postagens. Além disso, ferramentas como os *stories*, disponível por 24 horas, possibilitam interações cotidianas como enquetes, caixas de perguntas e outras ferramentas. Para relatar a experiência e, para apresentar brevemente as possibilidades do uso do Instagram, trago discussões de Treulieb (2020).

A autora considera que entre algumas vantagens da divulgação científica realizada em redes sociais estão três tópicos: (i) “furar a bolha”, (ii) “possibilitar interações científicas” e (iii) “apresentar os bastidores”. Furar a bolha remete aos resultados bem-sucedidos fora do ciclo acadêmico, em grupos maiores ou até mesmo mais específicos, como professores em sala de aula, por exemplo. As interações científicas, possibilitadas pelas redes sociais, colocam em contato o público consumidor de divulgação com criadores de conteúdo, através de ferramentas a serem exploradas em cada rede social. Os bastidores fazem alusão à possibilidade de o público ver como trabalha um cientista (ou um jornalista científico), porque podemos usar as ferramentas das redes sociais para compartilhar nossas atividades cotidianas (quando é o caso de cientistas que atuam como divulgadores, o que não é a única possibilidade).



Essas contribuições podem ser efetivas para a alfabetização científica da sociedade. Piccoli e Stecanela (2023), em uma revisão sistemática de literatura sobre a prática de popularização da ciência, compreendem alfabetização científica como algo prático, cívico e cultural. Em seu aspecto prático, a alfabetização científica está atrelada à resolução de problemas concretos. Do ponto de vista cívico, esse conceito visa tornar o cidadão mais atento às ciências e à natureza do fazer científico. Culturalmente, por sua vez, faz alusão à busca por uma sociedade que entenda a ciência com mais profundidade. Em suma, a alfabetização científica é a capacidade de ler e compreender assuntos de caráter científico, bem como expressar opiniões sobre eles.

A seguir, apresento como aproveito o *reality show* Big Brother Brasil para divulgar a ciência da linguagem no *Instagram*. Usarei essas discussões de Treulieb (2020) como base para mostrar técnicas e estratégias que uso para furar a bolha, interagir cientificamente e apresentar os bastidores da profissão cientista. A divulgação científica da linguística pode ser bastante eficaz uma vez que as pessoas podem acessar o objeto científico língua com bastante facilidade e, dessa forma, compreender naturezas metodológicas por trás de seu estudo.

3. O Big Brother Brasil como estratégia de divulgação

Ao criar conteúdo para as redes sociais, a preocupação com a qualidade do material está também atrelada à preocupação de que este material chegue ao maior número de pessoas possível, afinal é disso também que se trata a popularização. Mais do que atingir um grande público, é importante para divulgadores científicos que o público atingido seja, pelo menos em parte, um público que engaje, ou seja, interaja com o conteúdo através de ferramentas possibilitadas pela rede social.

É importante, porém, que haja reflexão não só sobre as possibilidades da rede social, mas também sobre a dinâmica que, muitas vezes, pode ser um impasse. Alguns divulgadores científicos dividem a prática de popularização com as suas atividades de pesquisa ou outros trabalhos, o que pode contribuir para a falta de priorização da atividade de espalhar ciência nas redes. Além disso, o funcionamento dessa natureza pode exigir frequência e velocidade que nem sempre conversam com a agenda do divulgador, já que a prática de divulgação científica se fundamenta em uma atividade que deve ser realizada de maneira responsável, cuidadosa e muito bem embasada, o que também entra na ambição por um material de



(Re)ocupar e (re)existir

9º Encontro de Divulgação de Ciência e Cultura

qualidade. A posição que a pessoa que divulga ciência nas redes sociais se diferencia de pessoas que as usam para vendas, por exemplo. Essas reflexões devem ser feitas.

No *Instagram*, minha rede social de atuação, esse engajamento pode vir, como já mencionado, através de conteúdos postados no *feed* ou nos *stories*, em ambos os casos como imagens ou vídeos. No *feed*, a interação pode vir através de uma curtida, comentários (respondendo à postagem ou a outros comentários), compartilhamentos e de um botão que favorita o *post* para ser lido posteriormente ou para que a pessoa o tenha salvo. Nos *stories*, por sua vez, o engajamento é feito através de reações ou comentários, mas algumas ferramentas como “caixa de perguntas”, “enquetes” e “quiz” permitem outras possibilidades.

Esse engajamento está diretamente atrelado ao que Treulieb (2020) aborda na interação científica, em que as pessoas usam as redes como uma forma de estabelecer contato não somente entre público e divulgador, mas entre o próprio público em si (em uma conversa pelos comentários, por exemplo).

Para uma postagem ter um bom engajamento, ela precisa chamar a atenção do público e despertar interesse à leitura. Aqui, não encaramos o “chamar atenção” como contas voltadas a conteúdos comerciais encarariam, ou seja, que chame atenção para compras. Aqui fazemos alusão às reflexões de Bueno (2010) sobre a adequação de linguagem ao público e plataforma. Embora não seja o meu único foco no perfil, eu percebo que criar conteúdo envolvendo temas que estão em alta é uma boa estratégia para as pessoas engajarem mais. É o que ocorre quando apresento análises linguísticas envolvendo o *reality show* Big Brother Brasil (BBB).

O programa, que divide opiniões de brasileiros, é bastante comentado nos primeiros meses do ano. O foco do programa é o entretenimento, mas isso não impede que estudiosos olhem para ele sob a ótica de suas áreas de pesquisa. Em questões linguísticas, o BBB pode render ótimos materiais de análise.

Anualmente, entram cerca de vinte participantes no programa que, de maneira geral, vêm de diferentes lugares do país (em alguns casos, participaram também pessoas de outras nacionalidades, como a angolana Tina, em 2023). Dessa forma, é perceptível a diversidade linguística dentro da casa mais vigiada do Brasil. Em uma conversa rotineira durante o almoço por exemplo, é possível notar diferentes sotaques e também variações linguísticas no âmbito vocabular.

Ainda, não somente no que diz respeito à região geográfica de origem, mas a outros fatores extralinguísticos como idade, grau de escolaridade, comunidades de fala a que



(Re)ocupar e (re)existir

9º Encontro de Divulgação de Ciência e Cultura

pertencem os participantes, entre outros, é possível perceber o uso de diferentes construções gramaticais.

A língua também é objeto de assunto dentro da casa, por exemplo, quando um participante conta como aprendeu uma língua estrangeira, relata algum fato curioso ou engraçado envolvendo algum tipo de variação, e muitas outras possibilidades. Todas essas questões serão ilustradas ainda nesta seção.

Buscar popularizar a Linguística através de um *reality show* comentado Brasil afora é uma estratégia que contribui para o engajamento do público, por despertar não só o interesse, mas também curiosidade no tema. A cultura popular, no entanto, pode servir de ferramenta muito produtiva para a divulgação científica, não só da Linguística, mas de outras áreas do conhecimento, também.

A seguir, apresentarei algumas postagens que ilustram as questões apresentadas acima. Enquanto este texto está sendo elaborado, as postagens na minha rede social estão se referindo ao BBB 23, contudo, para relacionar com a minha apresentação no Edicc 9, apresentarei postagens referentes ao BBB 22. A íntegra da minha produção pode ser conferida no canal do *Instagram* (<http://instagram.com/vitorlinguistica>)

Selecionei duas postagens³ para ilustrar a categoria diversidade linguística que aparece no BBB. A primeira delas relata uma cena que aconteceu logo no início do programa, em que o participante Vyni pergunta aos colegas como eles se referem à raiz mandioca/aipim/macaxeira (<https://www.instagram.com/p/CY2ucj9oWio/>). A cena acontece no momento em que os participantes estão se conhecendo, o que pode servir de enaltecimento para o caráter identitário da língua. A segunda delas é uma postagem referente a uma dinâmica do programa, o “queridômetro”, em que os participantes devem distribuir *emojis* entre si, com base no que acham dos outros participantes da casa. O participante Douglas Silva costumava categorizar os amigos com um *emoji* de vômito para se referir, de maneira positiva, como ‘moleque enjoado’, gíria comum no Rio de Janeiro (<https://www.instagram.com/p/CY83A95LwXD/>). Os colegas, de início, não receberam de forma positiva, por tratarem o *emoji* como algo pejorativo (algo que significasse “nojento”, por exemplo).

A postagem referente à pergunta do Vyni foi uma tentativa de fazer as pessoas perceberem a diversidade linguística do país, respondendo a pergunta e discutindo dados nos

³ Na época da elaboração de *posts*, eu era bolsista de mestrado da FAPESC. Por conta disso, a logo da agência consta nas publicações.



(Re)ocupar e (re)existir

9º Encontro de Divulgação de Ciência e Cultura

comentários. Ela contou com 850 curtidas, 89 comentários, 98 compartilhamentos e 35 pessoas salvaram o *post*. Nos comentários, além de as pessoas dizerem como se referem à raiz, houve aqueles que consideram coisas diferentes, como o seguinte: “Macaxeira (a que se cozinha) e mandioca (da que se faz a farinha) são plantas diferentes em PE. Eu já ouvi pessoas do sudeste falando mandioca mansa e mandioca brava para se referir a essas duas plantas.”

Em termos de engajamento, a postagem referente ao Douglas foi melhor sucedida, com 1099 curtidas, 116 comentários, 77 compartilhamentos e 113 pessoas salvaram. Nos comentários, foram trazidos outros exemplos de palavras que podem apresentar mais de um significado e causar estranhamento (diferentemente de “manga”, “banco” e outras palavras polissêmicas que atingem um nível de compreensão mais geral). Essa prática pode ser relacionada ao conceito de interação científica que Treulieb (2020) discute.

Em relação aos dados gramaticais, mostro, a fim de ilustração, uma postagem sobre o uso pluralizado da palavra “que” (ques) antes de substantivos no plural (por exemplo: “Que_s meninas lindas”), muito comum no português mineiro e que, de vez em quando, aparecia nas falas da *sister* Natália (<https://www.instagram.com/p/CZbw8S7I-40/>)

Nesta postagem, usei dados de Pereira (2020) que mostram ocorrências deste fenômeno inclusive no português antigo. Além disso, apresentei dados de *tweets* e perguntei aos seguidores quais eram suas impressões e hipóteses a respeito deles. A postagem conta até agora com 1445 curtidas, 200 comentários, 233 compartilhamentos e 156 pessoas que a salvaram. Nesta, além da interação científica, aparece também a possibilidade de discutir bastidores de procedimentos metodológicos muito comuns na Linguística, como coleta de dados, formulação de hipóteses e intuição de falantes, o que também pode ser atrelado à discussão de Treulieb (2020), uma vez que não trabalhamos apenas divulgando nossos resultados, mas também as formas de alcançá-los.

As conversas que os participantes tinham na casa envolviam linguagem. É o caso de uma conversa rotineira no almoço em que o participante Pedro Scooby proferiu uma das crenças mais associadas ao senso comum: a de que o inglês é uma língua mais fácil do que o português (<https://www.instagram.com/p/CY7M3XwPI0c/>).

Esta foi uma postagem em parceria com a professora Carina Fragozo, do canal *English in Brazil*, e rendeu 2239 curtidas, 128 comentários, 797 compartilhamentos e 554 pessoas a salvaram. Nela, explicamos que o conceito de dificuldade de uma língua para outra pode variar entre muitos aspectos. Por exemplo: pode ser verdade que a conjugação de



verbos no inglês seja mais simples que no português (se considerarmos a gramática normativa), em compensação, o português conta com um quadro de sons vocálicos consideravelmente menor. Além disso, depende também se a língua está sendo vista como uma língua materna ou uma língua que a pessoa está aprendendo. A influência da língua materna do aprendiz também pode ser um ponto chave ao considerar uma língua “mais difícil” que a outra.

Pelo fato de a Carina ter um público mais diverso, que ultrapassa a comunidade de estudantes de Letras (o que para mim, ainda é um desafio), este *post* contribuiu para ‘furar a bolha’, outra discussão que Treulieb (2020) apresenta.

Boa parte dos *posts* apresentados possuem referências e encaminhamentos para estudos mais aprofundados. Os comentários, muitas vezes, são um espaço de diálogo e discussão muito proveitoso para a divulgação científica, sobretudo para popularizar a ideia de Linguística enquanto uma ciência e língua como um objeto científico. Visto isso, entre as conclusões a serem apresentadas posteriormente, veremos que a divulgação científica da Linguística pode contribuir para a alfabetização científica da sociedade.

4. Considerações parciais

Acredito que seja cedo para delimitar considerações finais quando tratamos de divulgação científica da Linguística, porque é um tema que, academicamente, começou a ser discutido mais recentemente e muitos estudos podem nos mostrar considerações mais rigorosas a respeito dessa prática.

Todavia, o relato apresentado demonstra a seriedade que a prática de divulgação científica exige. Além de estudos acadêmicos, que contribuem para a elaboração das postagens em termos de conteúdo, também é importante que se estude técnicas de como divulgar e atingir, pelo menos, os pressupostos ilustrados por Treulieb (2020), como o rompimento da bolha, a interação científica e a apresentação dos bastidores. Acredito que são três aspectos cruciais para práticas de divulgação científica bem-sucedidas.

Fato é, também, que não são os únicos. A Linguística, por ser uma ciência que não goza da mesma popularidade de muitas ciências da natureza ou da saúde, caminha a passos lentos em busca de sua popularização. Muitas ideias que se tem sobre língua estão pautadas em pressupostos normativistas e preconceituosos. Fazer com que as pessoas olhem para essas questões com uma perspectiva mais científica, partindo de um objeto de tão fácil acesso (a língua), pode ser bastante proveitoso e eficaz para uma sociedade cientificamente mais



(Re)ocupar e (re)existir

9º Encontro de Divulgação de Ciência e Cultura

letrada. Com isso, defendemos também que a Linguística seja popularizada desde a educação básica, com técnicas e recursos a serem explorados em estudos maiores.

Uma sociedade cientificamente cultural e, automaticamente, cientificamente educada é interessante para a linguística sob vários olhares, que envolvem desde o respeito aos falares cotidianos até a discussão de políticas públicas referentes, por exemplo, à valorização das línguas e povos indígenas, à necessidade de um cenário bilíngue inclusivo à Libras, entre outros pontos de discussão. Enalteço, assim, a importância de linguistas discutirem estratégias e conceitos relacionados à divulgação científica, uma vez que a área ganha muito com essa atividade.

Finalmente, além de estudos que já estão sendo feitos, a fim de revisitarem técnicas, estratégias ou até mesmo mapear os divulgadores, acredito na eficácia de inserir, na grade curricular, práticas que enalteçam a importância de popularizar uma ciência como a Linguística para um público que ultrapasse a comunidade acadêmica.

5. Referências

BAUMGARTEN, M. Divulgação e Comunicação pública de Ciência e Tecnologia. IV Simpósio Nacional de Ciência, Tecnologia e Sociedade. In: Anais do IV Simpósio Nacional de Ciência, Tecnologia e Sociedade, Curitiba, 2011, p. 1 - 9.

BUENO, W. C. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, v. 15, n. 1esp, p. 1-12, 2010.

HOCHSPRUNG, V. @vitorlinguistica (instagram). Disponível em: <http://instagram.com/vitorlinguistica>. Acesso em: 28 fev. 2023.

HONDA, M.; O'NEIL, W.; PIPPIN, D. On promoting linguistics literacy: Bringing language science to the English classroom. In: DENHAN, K; LABECK, A. (Eds.), **Linguistics at School: language awareness in primary and secondary education**. 175-188. Cambridge, MA: Cambridge University Press, 2010

MIOTO, C.; FIGUEIREDO SILVA, M. C.; LOPES, R. **Novo Manual de Sintaxe**. São Paulo: Contexto, 2018.

MOTTA SAMPAIO, T. O. Onde estão os Linguistas na Divulgação Científica Brasileira?. **Revista do EDICC-ISSN 2317-3815**, v. 5, 2018.

PEREIRA, B. K. Exclamativas e interrogativas com 'ques' em português brasileiro dialetal. **SCRIPTA**, v. 24, p. 514-538, 2020.

PICCOLI, M. S. Q.; STECANELA, N. Popularização da ciência: uma revisão sistemática de literatura. **Educação e Pesquisa**, v. 49, p. e253818, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1678-4634202349253818>



(Re)ocupar e (re)existir

9º Encontro de Divulgação de Ciência e Cultura

PIRES DE OLIVEIRA, R.; QUAREZEMIN, S. **Gramáticas na escola**. Petrópolis: Vozes, 2016.

TREULIEB, L. **Menu de ideias: Como fazer divulgação científica nas novas mídias das universidades?** Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação (USCS), 2020.