



SEI-SICITE 2021

Pesquisa e Extensão para um mundo em transformação

Extensão online – estratégias em tempo de pandemia

Online extension – strategies in times of pandemic

Patricia Abe Turato

patriciaturato@alunos.utfpr.edu.br

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, Paraná, Brasil

Silvia Amélia Bim

sabim@utfpr.edu.br

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, Paraná, Brasil

Rita Cristina Galarraga Berardi

ritaberardi@utfpr.edu.br

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, Paraná, Brasil

Bruna Oenning Amador

brunaamador@alunos.utfpr.edu.br

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, Paraná, Brasil

RESUMO

O TICHers é um projeto de extensão do Departamento Acadêmico de Informática da UTFPR-CT e parceiro do Programa Meninas Digitais da Sociedade Brasileira de Computação que realiza ações de conscientização e formação de docentes da Educação Básica a fim de aumentar a representatividade de mulheres na área de Computação. As dificuldades provocadas pela pandemia da COVID-19 tiveram de ser superadas a fim de cumprir o objetivo do projeto: executar ações com docentes da Educação Básica para esclarecer e desmistificar os conceitos da área de Computação de modo que o conhecimento adquirido possa ser repassado para seus estudantes. Assim, as redes sociais digitais foram utilizadas para que as atividades realizadas pelo TICHers continuassem. Este artigo evidencia a contribuição das mídias sociais para a continuidade do projeto em tempos de pandemia e analisa os conteúdos produzidos pela equipe do TICHers para verificar se estes estão adequados para o público-alvo.

PALAVRAS-CHAVE: Mulheres na Computação, Educação Básica, Mídias sociais.

ABSTRACT

TICHers is an extension program from the Academic Department of Informatics at the UTFPR-CT and a partner of the Digital Girl's Program (Programa Meninas Digitais) developed by the Brazilian Computer Society (SBC). The program carries out actions to raise awareness and train elementary, middle and high school teachers to increase the representation of women in the Computing area. The difficulties caused by the COVID-19 pandemic had to be overcome in order to achieve the program's goal: to perform actions with teachers from primary and secondary education to clarify and demystify the concepts of the Computing area so the acquired knowledge could be transmitted to their students. Thus, digital social networks were used to continue with the activities held by the program. This article highlights the contribution of social media to the continuity of the program in times of pandemic and analyses the contents produced by the TICHers' team to verify if these materials are suitable for the target audience.



SEI-SICITE 2021

Pesquisa e Extensão para um
mundo em transformação

XI Seminário de Extensão e Inovação
XXVI Seminário de Iniciação Científica e Tecnológica
08 a 12 de Novembro - Guarapuava/PR



KEYWORDS: Women in Computing. Primary and secondary education. Social media.



SEI-SICITE 2021

Pesquisa e Extensão para um mundo em transformação

INTRODUÇÃO

O projeto TICHers foi criado em 2019 por duas professoras do Departamento Acadêmico de Informática da UTFPR-CT com o objetivo de esclarecer e de desmistificar conceitos da área de Computação a partir de ações com docentes da Educação Básica para que estes(as) possam multiplicar o conhecimento adquirido, repassando-o para suas turmas (Bim e Berardi, 2020). Naquele mesmo ano, foram ministradas duas oficinas para docentes da Educação Básica: uma apresentando conceitos de Banco de Dados (Amador et al., 2021); e outra apresentando conceitos de Pensamento Computacional a partir da história de Ada Lovelace.

Em março de 2020, a doença causada pelo novo coronavírus (SARS-CoV-2) foi caracterizada como pandemia (informação verbal)¹ e, por consequência, o Governo do Estado do Paraná decretou a suspensão das aulas em escolas e universidades públicas paranaenses, a fim de controlar e prevenir o contágio e transmissão da COVID-19 (Paraná, 2020). No entanto, foi permitido que as atividades de extensão universitária continuassem de forma remota. Surge, então, um novo desafio para as ações de extensão.

No segundo semestre de 2020, a equipe do TICHers aumentou, com o propósito de continuar trabalhando com as motivações do projeto, buscando lidar com as dificuldades proporcionadas pelo desdobramento da pandemia. Com o apoio do edital de extensão da UTFPR, a equipe passou a ser formada por uma bolsista, quatro voluntárias e duas professoras, e foi necessário inovar a forma de extensão, uma vez que as ações presenciais se tornaram inviáveis em virtude do distanciamento social.

Assim, uma das formas encontradas para atingir o público-alvo e dar continuidade às atividades do projeto, foi a utilização das mídias sociais², estratégia semelhante a vários projetos de extensão (Lisbôa Filho, 2020). Portanto, o objetivo deste artigo é discutir como as redes sociais digitais contribuíram para a manutenção do projeto TICHers, apresentando os dados publicados nas mídias sociais e os resultados de uma consulta ao público-alvo realizada para verificar se os conteúdos produzidos pelo projeto estão adequados para esse público.

MATERIAIS E MÉTODOS

Desde o início do projeto, já havia sido criado um perfil para o TICHers no *Instagram* (@tichers_utfpr), porém as publicações não tinham alta visibilidade na mídia. Com a chegada das novas integrantes, foi feita uma adequação do material que seria compartilhado pelo projeto, como a definição de uma identidade visual para o perfil e quais temas seriam apropriados.

Para a elaboração dos conteúdos, foi proposta a criação de materiais visuais e de linguagem simples, com cores que chamam a atenção do público e conteúdos de fácil entendimento, de maneira articulada com os objetivos do projeto. Além disso, foi necessário pensar em materiais adequados à própria mídia social e em como as pessoas a utilizam, pensando em conteúdos rápidos e atrativos.

Para isto, os temas recorrentes foram separados em tópicos, devido a quantidade de informação, sendo eles: mulheres na história; mulheres na computação (com abordagens importantes sobre mulheres na área); terminologias; datas especiais; e a campanha Somos #TICHers, uma iniciativa para apresentar professoras – da Educação Básica e da Graduação – com diferentes trajetórias e visões, reconhecendo também seus esforços para lidar com as novas demandas em tempos de pandemia.

¹ Notícia fornecida por Tedros Adhanom Ghebreyesus, diretor-geral da Organização Mundial da Saúde (OMS), no *briefing* para a mídia sobre a COVID-19, em Genebra, em março de 2020.

² Neste artigo, a expressão “mídias sociais” é utilizada para se referir aos sites e aos aplicativos que permitem a conexão entre os usuários de forma a criar uma rede social digital. A expressão “redes sociais”, que é popularmente utilizada, representa uma estrutura social (que não é necessariamente digital) e não uma mídia social.



SEI-SICITE 2021

Pesquisa e Extensão para um mundo em transformação

Inicialmente, o *Instagram* foi escolhido para a comunicação do projeto com o público a partir de publicações de imagens, porém, recentemente, o foco dos conteúdos distribuídos pelo aplicativo mudou e, agora, a plataforma não é mais apenas uma rede para compartilhamento de fotos (informação verbal)³. Surgiu, então, uma demanda por conteúdos de acordo com o novo foco. Dessa forma, foram criados vídeos retratando estereótipos na área de Computação, com a participação de mulheres atuantes na área, e foram publicados vídeos de trabalhos desenvolvidos pelo projeto, por exemplo, o vídeo sobre a cifra de César⁴.

Além disso, a expansão do projeto dentro das redes sociais digitais foi discutida, informalmente, com algumas pessoas do público-alvo e, devido à demanda, constatou-se a necessidade da utilização de outra plataforma de mídias sociais. Assim, foi criada uma página no *Facebook* (TICChers UTFPR), que divulga os mesmos materiais publicados no *Instagram*. Por isso, o foco desse artigo é apenas o *Instagram*.

Visto que a produção de conteúdos para as mídias sociais se intensificou, foi realizada uma consulta ao público-alvo mediante um formulário *online* totalmente anônimo, divulgado nos *stories* do perfil do TICChers no *Instagram* e em grupos no aplicativo *WhatsApp*, a fim de identificar os melhores conteúdos e a melhor forma de disponibilizá-los nas redes sociais digitais para docentes da Educação Básica. O formulário contava com nove perguntas, as quais serão analisadas na seção “Resultados e Discussões”.

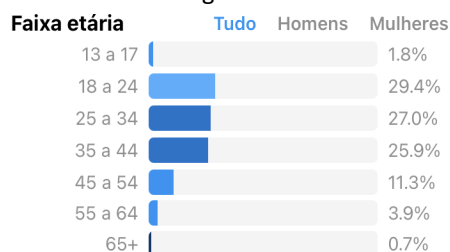
RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nessa seção serão apresentados os dados⁵ obtidos das publicações do projeto nas mídias sociais e os resultados da consulta ao público-alvo.

Sobre os dados das publicações nas mídias sociais, o perfil do TICChers no *Instagram* passou a ter um maior engajamento e visibilidade depois que foram feitas as modificações na identidade visual e nos conteúdos das publicações. A primeira publicação com a nova aparência foi realizada no dia 12 de setembro de 2020 e, em menos de um mês, o perfil conseguiu atingir a marca de 100 seguidores. Atualmente, um ano depois, o número de pessoas que seguem o perfil aumentou para 380 seguidores.

Com base nos dados coletados do *Instagram*, as principais cidades dos seguidores do perfil são: Curitiba-PR (32,2%); São Paulo-SP (6,7%); Rio de Janeiro-RJ (3,9%); Maringá-PR (2,8%); e Porto Alegre-RS (2,5%). Além disso, o perfil do TICChers conta com 76,4% de seguidoras mulheres e 23,6% de seguidores homens. Do mesmo modo, a faixa etária dos seguidores, distribuída conforme a Figura 1, mostra que há uma concentração de pessoas em três faixas etárias; 82,3% do público está entre 18 e 44 anos, possivelmente fazendo parte do público-alvo: docentes da Educação Básica. Dessa forma, é visível que as mídias sociais possibilitam o alcance de pessoas com perfis e localidades diferentes, ampliando a divulgação das atividades de extensão e disseminação dos conteúdos produzidos, desmistificando a Computação.

Figura 1 – Faixa etária dos seguidores do TICChers no *Instagram*



Fonte: Reprodução do *Instagram*.

³ Notícia fornecida por Adam Mosseri, CEO do *Instagram*, em um vídeo publicado em sua conta pessoal (@mosseri), em 30 de junho de 2021.

⁴ https://www.instagram.com/tv/CSHSX9OABRn/?utm_medium=copy_link

⁵ Os dados utilizados neste artigo são referentes ao dia 08 de setembro de 2021.



SEI-SICITE 2021

Pesquisa e Extensão para um mundo em transformação

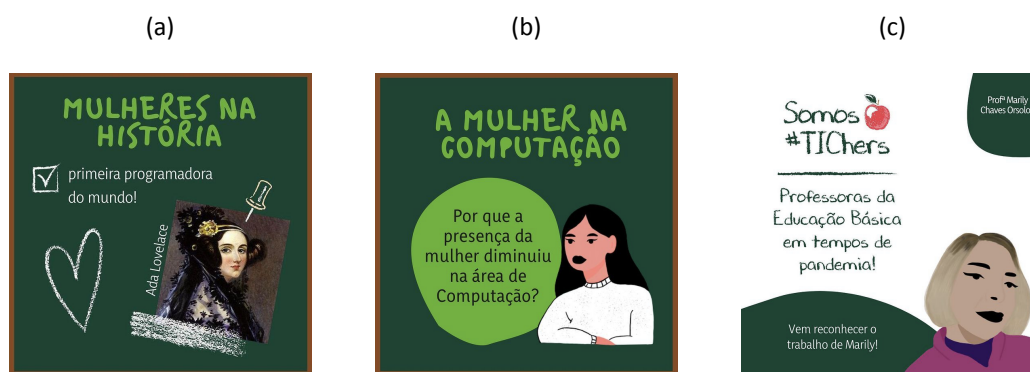
XI Seminário de Extensão e Inovação
XXVI Seminário de Iniciação Científica e Tecnológica
08 a 12 de Novembro - Guarapuava/PR



Conforme mencionado na seção “Materiais e Métodos” o conteúdo foi pensado de forma adequada para o público-alvo e, para isso, foram definidos temas para as postagens, dividindo-os em tópicos. Como primeiro tópico, foram divulgadas as datas especiais, seja por meio de publicações ou interações pelos *stories*, como o Ada Lovelace Day em outubro de 2020, quando foram propostos desafios aos seguidores, divulgando curiosidades e informações sobre Ada Lovelace, mulher de extrema importância para a área.

Outrossim, outras mulheres importantes para a história da Computação também tiveram suas histórias divulgadas pelo perfil do TICHers, nos *posts* chamados “mulheres na história”, publicados no formato Carrossel (sequência de imagens em um único *post*). As publicações obtiveram sucesso, o *post* falando sobre Hedy Lamarr, por exemplo, obteve 9 salvamentos, mostrando que o conteúdo foi eficaz e houve o interesse em rever essa postagem depois. Da mesma forma, o *post* sobre Ada Lovelace (Figura 2a) obteve 11 compartilhamentos e 173 perfis únicos viram a postagem (alcance).

Figura 2 – Publicações do TICHers no *Instagram*



Fonte: Reprodução do TICHers.

Seguindo esta mesma linha, foram criados os *posts* “mulheres na Computação”, também no formato Carrossel, para discutir e dar visibilidade a assuntos sobre as mulheres na área, tratando de assuntos como o empoderamento feminino, mulheres na indústria de jogos digitais e mulheres negras na Computação e tecnologias. Esse tipo de *post* também gerou bastante interesse pelo público, sendo que o *post* “Será que sou uma impostora?” foi mostrado para as pessoas 281 vezes (independente da quantidade de vezes que uma mesma pessoa entrou, também chamado de impressões) e obteve 6 salvamentos. Da mesma maneira, o *post* “Por que a presença da mulher diminuiu na área de Computação?” (Figura 2b) obteve o alcance de 61% de contas que não estavam seguindo o perfil do TICHers, com 7 salvamentos e 8 compartilhamentos.

Como forma de atrair docentes – da Educação Básica e da Graduação – e aproximar os seguidores da proposta do projeto, foi criada a campanha Somos #TICHers, uma iniciativa para apresentar professoras com diferentes trajetórias e visões, que teve início no dia 15 de outubro de 2020, dia dos(as) professores(as). Contudo, a equipe sentiu a necessidade ampliar a campanha reconhecendo seus esforços para lidar com as novas demandas em tempos de pandemia. Assim, foi criada a “Somos #TICHers - Professoras da Educação Básica em tempos de pandemia!”, que conteve ilustrações autorais de cada mulher feitas por Lara Santos, voluntária no projeto, e foram compartilhadas as informações relatadas por elas em um questionário. Os resultados dessa iniciativa foram satisfatórios, coletando comentários como “Amei! Obrigada pelo acolhimento, escuta e valorização do nosso trabalho” e mais de 60 compartilhamentos, 12 comentários e 8 novos seguidores na publicação sobre a professora Marily Chaves Orsolon (Figura 2c).

Por fim, foram trabalhadas terminologias, como tecnologia, tecnochauvinismo e sororidade. Porém, o alcance desses *posts* não ultrapassou de forma significativa a marca de 100 perfis, sendo visível a



SEI-SICITE 2021

Pesquisa e Extensão para um mundo em transformação

XI Seminário de Extensão e Inovação
XXVI Seminário de Iniciação Científica e Tecnológica
08 a 12 de Novembro - Guarapuava/PR

necessidade de uma abordagem dos conteúdos de forma mais atrativa e simplificada para o público-alvo. Para isso, foi planejada a ideia de um *post* explicando a diferença entre “*Hardware e Software*” (Figura 3a) com figurinhas de *WhatsApp*, e o *post* foi um sucesso, com mais de 60 curtidas, 12 compartilhamentos e 8 salvamentos. Logo, foi proposta a reformulação da identidade visual do TICHers nas mídias sociais, retirando o contraste forte do fundo das publicações, para dar maior visibilidade ao título das publicações e utilizando tons pastéis, que trazem conforto visual (Luiz, 2017). Também, foram planejados títulos mais atraentes e materiais simplificados, associando conteúdos trabalhados dentro da Computação com entretenimento.

Figura 3 – Publicações do TICHers no *Instagram*

(a)

(b)



Fonte: Reprodução do TICHers.

Levando isso em conta, os *posts* com a nova identidade visual começaram no dia 28 de junho de 2021, com a publicação de “Qual a relação entre fazer um bolo e Computação?” (Figura 3b) utilizando a personagem Magali, do cartunista Maurício de Sousa. É evidente que a mudança foi muito bem aceita, dado que o *post* obteve 97 curtidas, 41 compartilhamentos e 11 salvamentos, alcançando 612 perfis, sendo que 70% não estavam seguindo o TICHers. Também, os novos *posts* obtiveram comentários como “*Que máximo os posts que vocês estão compartilhando*”, “*Explicar banco de dados com Divertidamente. Demais!!!!*”, “*Adorando os posts!*” e 100% (7) dos votos foram “*Sim*” para a pergunta “*Estão gostando dos novos posts?*” realizada em uma enquete nos *stories*.

Outra estratégia utilizada para divulgação dos *posts*, foi a interação com o público antes da publicação para instigar a curiosidade das pessoas. Na prática, em média 20 pessoas testaram seus conhecimentos através de perguntas sobre conteúdos abordados no *post* “*Você sabe o que é Banco de Dados?*”, um número bom de interações para o perfil, visto que o número de interações em enquetes é baixa. O resultado dessa prática foi positivo, dado que o *post* obteve cerca de 60 curtidas, 5 compartilhamentos e 7 salvamentos, porém o alcance foi somente 3% para contas que ainda não seguiam o perfil.

Vale ressaltar que a utilização do antigo IGTV não obteve tanto engajamento quanto os vídeos do Reels, chegando somente a 141 visualizações e 27 curtidas no vídeo “*O que é cifra de César?*” para a oficina Ensino de Criptografia e Matemática na Educação Básica, em parceria com o projeto de extensão Oficina Pedagógica de Matemática (OPM), também da UTFPR-CT. Em contrapartida, o vídeo “*Qual é o perfil da mulher na TI?*” publicado no Reels, mostrando várias mulheres que atuam na Computação e seus diferentes *hobbies*, obteve aproximadamente 2.500 visualizações e 112 curtidas. Dessa forma, é notável que explorar esse tipo de abordagem é essencial para maior visibilidade no *Instagram*.

Com relação aos resultados da consulta ao público-alvo (que ainda está aberta para receber respostas), neste artigo serão abordados os dados coletados entre os dias 09 de julho e 11 de agosto de 2021. Nesse período, foram obtidas 17 respostas e, como o formulário era totalmente anônimo, não há registros de informações pessoais dos(as) participantes. No entanto, para saber o alcance do formulário, foi realizada a



pergunta de múltipla escolha “Em qual região você reside?”. A maioria dos(as) docentes (82,4%) são da região Sul, enquanto somente duas pessoas (11,8%) são do Norte e uma (5,9%) do Nordeste. É importante ressaltar que 82,4% do total de participantes atuam mais no Ensino Fundamental 1; 11,8% no Ensino Médio; 5,9% no Ensino Fundamental 2; e não há participação de docentes do Ensino Infantil.

Além disso, foram realizadas perguntas direcionadas à utilização das mídias sociais e aos tipos de conteúdos que são consumidos. As respostas para a pergunta “Quais mídias sociais você mais usa?” eram pré-definidas (*Facebook*, *Instagram*, *Twitter*) e do tipo “caixas de seleção”, ou seja, era possível marcar mais de uma opção, existindo a possibilidade de adicionar mais uma resposta. Foi possível identificar a preferência pelas mídias sociais *Facebook* (88,2%) e *Instagram* (76,5%), uma vez que somente 17,6% das pessoas selecionaram a opção *Twitter* e as respostas adicionadas, *LinkedIn* e *WhatsApp*, foram marcadas por 5,9% e 11,8% do total de participantes, respectivamente.

Em relação à educação, foi questionado sobre o tipo de conteúdo que os(as) docentes consomem nas mídias sociais, também com respostas do tipo “caixas de seleção” e opção de adicionar mais uma alternativa. As opções “dicas de atividades”, “explicações sobre conteúdos que não domino” e “materiais que posso utilizar em sala de aula” foram as mais marcadas com 70,6% (não necessariamente as mesmas pessoas). “Materiais para estudo próprio” e “posts lúdicos sobre assuntos escolares” também são conteúdos bastante consumidos, segundo 64,7% do total de participantes. Entre as opções pré-estabelecidas, a menos marcada foi a de “relatos de experiências” (52,9%), porém, é visível que a porcentagem de pessoas interessadas nesse tipo de conteúdo é significativa, uma vez que mais da metade dos(as) participantes selecionou essa opção. Além disso, foram adicionadas outras duas respostas: “*de inovação tecnológica na educação*” e “*dicas de aplicativos*”, cada uma adicionada por uma pessoa diferente, mostrando que também há uma demanda por materiais relacionados à Computação. Ainda, é interessante salientar que somente uma pessoa marcou uma única opção, evidenciando a importância dos conteúdos relacionados à educação nas mídias sociais.

A pergunta aberta “Quais páginas/perfis sobre Educação você curte/segue nas mídias sociais?” recebeu respostas diversas, sendo as mais recorrentes: metodologias ativas; aprendizagem criativa; Porvir; relacionados à Computação e tecnologia. Apesar de todos os participantes terem sinalizado que consomem algum tipo de conteúdo sobre educação nas mídias sociais, uma pessoa afirmou não seguir nenhum perfil.

Os(as) participantes também foram questionados(as), em uma questão aberta, sobre os conteúdos que gostariam de ver em uma mídia social que fala sobre Computação e Educação Básica. Dentre as respostas, as que mais se destacaram foram sobre a aplicação da Computação na vida cotidiana; práticas interdisciplinares; atividades “plugadas” e “desplugadas”; e materiais de baixo custo para as aulas, ressaltando um comentário de que “*não adianta vir com coisas elaboradas, se o foco for a rede pública onde na maior parte os equipamentos estão obsoletos.*”.

Para analisar melhor a maneira de oferecer os conteúdos nas mídias sociais, foi realizada a pergunta “Quais desses tipos de conteúdo você gosta de consumir?”. As respostas eram do tipo “caixas de seleção”, mas, diferentemente das outras questões, não havia a possibilidade de adicionar mais uma alternativa. O tipo de conteúdo que os(as) docentes mais gostam de consumir são vídeos (70,6%) e, apesar de os *stories* também serem de interesse de mais de 60% dos participantes, apenas 35,3% dos(as) docentes gostam de interagir nos *stories*. A opção “*post de imagem com explicação na legenda*” foi assinalada por 58,8% do total de participantes, enquanto “*post de imagem sem explicação*” obteve somente 35,3%. Já “*post de Carrossel*” é a opção que os docentes menos gostam de consumir, com apenas 29,4%.

A fim de saber se os(as) participantes da consulta fazem parte do público do TIChers nas mídias sociais, foi realizada a pergunta de múltipla escolha “Você segue o TIChers?”. 76,5% não seguiam o projeto nas mídias sociais, porque não o conheciam antes da pesquisa, e 11,8% já seguiam o projeto tanto no *Facebook*



SEI-SICITE 2021

Pesquisa e Extensão para um mundo em transformação

XI Seminário de Extensão e Inovação
XXVI Seminário de Iniciação Científica e Tecnológica
08 a 12 de Novembro - Guarapuava/PR



quanto no *Instagram*. Além disso, uma pessoa seguia o perfil do projeto somente no *Instagram* e outra pessoa não seguia o TICHers em nenhuma mídia social, apesar de conhecer o projeto.

Para finalizar o questionário, foi deixado um campo aberto e não obrigatório para comentários sobre as relações dos(as) participantes com as mídias sociais a fim de auxiliar o projeto na criação de conteúdos. Apenas seis pessoas compartilharam as suas perspectivas que, por motivo de limitações de espaço, só serão citadas aqui: *“Ideias e materiais práticos ajudam muito mais do que ler um ebook de 60 páginas sobre um assunto específico. O Instagram precisa mais do que conteúdo, precisa ser esteticamente chamativo, moderno. Vídeos muito longos podem não ser muito atrativos.”*; *“É uma forma de estar conectado.”*; *“Gosto bastante das postagens do grupo TICHers.”*; *“Comunicação rápida.”*; *“No momento estou prestando mais atenção no Instagram porque percebi que tem muito conteúdo interessante.”*; e *“Por questões de ‘qualidade de vida’ tenho tentado me afastar das redes, me restringindo a ver stories.”*

CONCLUSÃO

As ações nas mídias sociais permitiram ampliar o alcance do TICHers e cumprir os objetivos do projeto. Além disso, foi possível cumprir as diretrizes da extensão universitária (Nogueira, 2001), mostrando algumas possibilidades para promover Extensão Online: (1) Interação dialógica - por meio dos diálogos com o público-alvo proporcionados pelas mídias sociais e pela consulta realizada via questionário online; (2) Interdisciplinaridade e Interprofissionalidade - a exigência de diferentes saberes (comunicação, design, direitos autorais) para atuar nas mídias sociais; (3) Indissociabilidade ensino – pesquisa – extensão - ao planejar os conteúdos a serem compartilhados no perfil do TICHers a equipe precisou articular saberes do tripé da universidade; (4) Impacto na formação do estudante - articulado com a diretriz anterior, a atuação nas mídias sociais proporcionou aprendizados para as estudantes ainda não contemplados em seus cursos; (5) Impacto na transformação social - ao compartilhar conteúdo de forma simples e no formato escolhido pelo público-alvo, desmistificando estereótipos, reconhecendo a importância da atuação docente em diferentes níveis de ensino.

Portanto, é evidente que as mídias sociais são um caminho alternativo e promissor para a continuidade de ações de extensão universitária mesmo diante das restrições de convívio presencial entre as partes envolvidas. Reconhecemos que as limitações de acesso a dispositivos computacionais e redes de acesso à internet podem impedir que uma parcela significativa de pessoas não seja contemplada pelas ações de Extensão Online. Entretanto, considerando que docentes da Educação Básica também tiveram que adaptar a sua prática docente para o contexto *online*, acredita-se que parte do público-alvo do TICHers foi alcançado. De qualquer modo, para que todas as pessoas sejam contempladas, é urgente que políticas públicas promovam o acesso à internet a toda população brasileira. Da mesma maneira, a forma como as mídias são administradas e planejadas fazem toda a diferença para que a ação seja de fato eficaz e cumpra seu papel na divulgação da extensão.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com o apoio da Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR.

REFERÊNCIAS

AMADOR, Bruna Oenning; TURATO, Patrícia Abe; HOGER, Mayara Dal Vesco; SANTOS, Lara Morgado da Silva; BIM, Sílvia Amélia; BERARDI, Rita Cristina Galarraga. O papel das professoras no incentivo à carreira de Computação para meninas no Ensino Fundamental. In: **WOMEN IN INFORMATION TECHNOLOGY (WIT)**, 15., 2021, Evento Online. Anais [...]. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2021 . p. 131-140.



SEI-SICITE 2021

Pesquisa e Extensão para um mundo em transformação

XI Seminário de Extensão e Inovação
XXVI Seminário de Iniciação Científica e Tecnológica
08 a 12 de Novembro - Guarapuava/PR



BIM, Sílvia Amélia; BERARDI, Rita C. G.. TICHers - conscientização e formação de docentes da Educação Básica por mais mulheres na Computação. *In: WOMEN IN INFORMATION TECHNOLOGY (WIT)*, 14. , 2020, Cuiabá. Anais [...]. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2020 . p. 269-273.

LISBÔA FILHO, Flavi Ferreira. Desafios e Perspectivas da Extensão em Tempos de Isolamento Social. [S. l.]: X Seminário de Extensão e Inovação e XXV Seminário de Iniciação Científica e Tecnológica da UTFPR-Toledo, 24 nov. 2020. 1 vídeo (1h:13min). [Palestra] Disponível em: <<https://youtu.be/LdVRlgLQiv4>>. Acesso em: 15 set. 2021.

LUIZ, Julia Lohmann; Paleta Pastel: Pastel is the new black. **Medium**, 2017. Disponível em: <<https://medium.com/tend%C3%Aancias-digitais/cores-past%C3%A9is-e606a1eae58d>>. Acesso em: 8 set. 2021.

NOGUEIRA, Maria das Dores Pimentel (Org.). Extensão Universitária: diretrizes conceituais e políticas: documentos básicos do Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras. Belo Horizonte: PROEX/UFMG, 2001.

PARANÁ. Decreto nº 4.230, de 16 de março de 2020. Dispõe sobre as medidas para enfrentamento da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do Coronavírus – COVID-19. Curitiba: Governo do Estado do Paraná, 2020. Disponível em: <https://www.aen.pr.gov.br/arquivos/Decreto_4230.pdf>. Acesso em: 1 set. 2021.