

ECONews: DEMOCRATIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO ECONÔMICA POR MEIO DA EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA DIGITAL

ECONews: DEMOCRATIZATION OF ECONOMIC INFORMATION THROUGH DIGITAL UNIVERSITY EXTENSION

Submissão:
15/04/2026
Aceite:
02/09/2026

Rubicleis Gomes da Silva ¹  <https://orcid.org/0000-0002-4556-7823>

Yasmin Oliveira Lopes ²  <https://orcid.org/0009-0003-1153-8439>

Claudia Souzav ³  <https://orcid.org/0009-0008-3782-1087>

Grazielly da Silva Lima ⁴  <https://orcid.org/0009-0005-8040-9686>

Resumo

Este artigo analisa o projeto de extensão Econews, desenvolvido pelo PET-Economia da UFAC, que utiliza redes sociais para democratizar o acesso à informação econômica. O problema investigado é como projetos de extensão apoiados em redes sociais contribuem para a democratização do conhecimento econômico. Os objetivos foram mensurar alcance e engajamento, analisar o desenvolvimento de competências nos discentes e validar a efetividade da iniciativa na democratização da informação. Os resultados apontam 568.274 visualizações em 185 vídeos, entre 2024 e 2026, com crescimento de 214% em 2025. O projeto contribuiu para que apresentadoras inicialmente tímidas se tornassem comunicadoras confiantes e teve sua relevância validada pela cobertura da TV Globo Acre e de outros canais de comunicação. Conclui-se que o Econews é uma iniciativa bem-sucedida de extensão digital, capaz de ampliar o acesso à informação econômica e de fortalecer a função social da universidade, mesmo sob limitações orçamentárias.

Palavras-chave: Extensão universitária; comunicação científica; redes sociais; democratização do conhecimento; educação econômica.

¹ Doutor em Economia e Tutor do PET-Economia da Universidade Federal do Acre - UFAC rubicleis@uol.com.br

² Bolsista do PET-Economia e discente do curso de Economia - Universidade Federal do Acre - UFAC lopes.yasmin@sou.ufac.br

³ Bolsista do PET-Economia e discente do curso de Economia - Universidade Federal do Acre - UFAC claudia.souza@sou.ufac.br

⁴ Bolsista do PET-Economia e discente do curso de Economia - Universidade Federal do Acre - UFAC grazielly.lima@sou.ufac.br

Abstract

This article analyzes the Econews project, developed by PET-Economics program at UFAC, which uses social media to democratize access to economic information. The research problem is to understand how social media extension projects contribute to the democratization of economic knowledge. The objectives were to measure reach and engagement, analyze the development of student competencies and validate the effectiveness of the initiative in democratizing information. The results show 568,274 views across 185 videos between 2024 and 2026, representing a 214% increase in 2025. The project helped initially shy presenters become confident communicators, and its relevance was validated by coverage from Globo TV Acre and other communication channels. It concludes that Econews is a successful digital extension initiative capable of expanding access to economic information and strengthening the social role of the university, even under budgetary constraints.

Keywords: University extension; Scientific communication; Social media; Democratization of knowledge; Economic education.

Introdução

A crescente complexidade dos fenômenos econômicos contemporâneos, aliada à velocidade de disseminação das informações no ambiente digital, tem ampliado a necessidade de mecanismos eficazes de tradução e difusão do conhecimento econômico para a sociedade. Indicadores como inflação, taxa de juros e desemprego exercem influência direta sobre o cotidiano dos indivíduos e afetam decisões de consumo, investimento e planejamento financeiro.

No entanto, a linguagem técnica frequentemente utilizada na análise econômica constitui uma barreira significativa ao acesso e à compreensão por parte do público não especializado. Nesse contexto, iniciativas de extensão universitária voltadas à comunicação científica assumem papel estratégico na democratização do conhecimento, especialmente quando associadas ao uso de redes sociais digitais como instrumentos de ampla capilaridade.

No âmbito dessa discussão, insere-se o projeto de extensão universitária “Econews”, vinculado ao Programa de Educação Tutorial (PET) de Economia da Universidade Federal do Acre (UFAC), cuja proposta consiste na produção e disseminação de conteúdos econômicos em linguagem acessível, por meio de plataformas digitais. A iniciativa busca transformar dados e informações técnicas em conteúdos sintéticos, visuais e didáticos, contribuindo para a formação de uma sociedade mais informada e crítica, além de promover a integração entre universidade e comunidade.

Diante desse cenário, o problema de pesquisa que orienta este estudo pode ser assim formulado: de que maneira a utilização de redes sociais digitais, no âmbito de projetos de extensão universitária, pode contribuir para a democratização do acesso à informação econômica e para o aumento da compreensão de conceitos econômicos por parte da população?

O objetivo geral deste trabalho é analisar o papel de um projeto de extensão universitária na disseminação de informações econômicas em linguagem acessível, utilizando redes sociais como instrumento de comunicação com a sociedade.

Como objetivos específicos, busca-se:

- a. examinar o processo de produção e adaptação de conteúdos econômicos para formatos digitais acessíveis, considerando a tradução de conceitos técnicos para uma linguagem didática;
- b. avaliar o alcance e o engajamento do público com os conteúdos divulgados, a partir de métricas de visualização e interação nas redes sociais;
- c. investigar as contribuições do projeto para a formação acadêmica e profissional dos discentes envolvidos, especialmente no desenvolvimento de competências analíticas e comunicacionais.

A hipótese que orienta o estudo é a de que projetos de extensão universitária que utilizam redes sociais como canal de comunicação são capazes de ampliar significativamente o acesso à informação econômica, promovendo maior compreensão dos fenômenos econômicos e fortalecendo o papel social da universidade.

O artigo está organizado em cinco seções, incluindo esta introdução, que corresponde à primeira. A segunda apresenta o referencial teórico, com os fundamentos da extensão universitária, da comunicação científica e da educação econômica. A terceira descreve o projeto Econews e os procedimentos de produção dos conteúdos e de coleta dos dados analisados. A quarta discute os resultados obtidos a partir das evidências empíricas do projeto. A quinta reúne as considerações finais, com as principais conclusões e implicações do estudo.

Reflexões teóricas: extensão e mídias digitais

A extensão universitária constitui um dos pilares fundamentais do ensino superior brasileiro, ao lado do ensino e da pesquisa, sendo concebida como um processo interdisciplinar, educativo, cultural, científico e político que promove a interação transformadora entre universidade e sociedade (FORPROEX, 2012). Nesse sentido, a extensão tem como principal finalidade democratizar o conhecimento acadêmico, promovendo sua circulação para além dos muros institucionais.

Historicamente, a extensão universitária no Brasil passou por diferentes fases, desde práticas assistencialistas até abordagens mais críticas e dialógicas, inspiradas nas contribuições de Paulo Freire, que enfatizam a construção coletiva do conhecimento e a valorização dos saberes populares. Nesse contexto, a extensão deixa de ser apenas um mecanismo de transferência de conhecimento e passa a ser compreendida como um espaço de produção compartilhada de saberes (Freire, 1983).

Com o avanço das tecnologias digitais e da comunicação em rede, observa-se uma transformação significativa nas formas de operacionalização das atividades extensionistas. As mídias sociais emergem como ferramentas estratégicas para ampliar o alcance das ações universitárias, ao permitir maior interação com diferentes públicos e promover a disseminação rápida de informações científicas (Pagnoncelli; Menegat; Caldas, 2023).

A utilização de plataformas como Instagram, YouTube e podcasts tem possibilitado novas formas de divulgação científica, caracterizadas pela linguagem acessível, interatividade e maior potencial de engajamento. De acordo com Oliveira et al. (2024), a popularização do conhecimento científico por meio de mídias digitais tem contribuído para aproximar a sociedade da produção acadêmica, fortalecendo o papel social da universidade.

Durante o período da pandemia de Covid-19, a extensão universitária digital ganhou ainda mais relevância e consolidou-se como alternativa viável para a manutenção das atividades extensionistas. Estudos como o de Collet et al. (2025) evidenciam que a adoção de estratégias digitais não apenas garantiu a continuidade das ações, mas também ampliou o alcance geográfico e a diversidade do público atendido.

Além disso, a divulgação científica no âmbito da extensão universitária tem sido analisada sob a perspectiva da comunicação pública da ciência, que busca tornar o conhecimento científico mais acessível e compreensível para a população em geral. Batista da Costa e Barbosa (2023) destacam que a integração entre extensão e comunicação institucional potencializa os resultados das ações extensionistas e contribui para maior visibilidade das universidades. Outro aspecto relevante refere-se ao uso das redes sociais como instrumentos de engajamento social. Segundo Pagnoncelli, Menegat e Caldas (2023), essas plataformas permitem não apenas a divulgação de conteúdos, mas também a construção de diálogos com a comunidade, o que possibilita o retorno do público, a participação ativa e a coprodução de conhecimento.

Adicionalmente, a literatura recente aponta para a emergência da chamada extensão universitária digital, caracterizada pela incorporação sistemática de tecnologias da informação e comunicação nas práticas extensionistas. Peschanski, Jurno e Hilsenbeck Filho (2025) ressaltam que esse modelo exige novas competências por parte dos extensionistas, entre elas habilidades em comunicação digital, produção de conteúdo e análise de métricas de engajamento.

No campo da Ciência da Informação, Mendes, Minghelli e De Mari (2023) destacam que a gestão da informação desempenha papel central na organização, na produção e na disseminação do conhecimento extensionista, sobretudo em ambientes digitais. A curadoria de conteúdos e a utilização de estratégias de comunicação adequadas são fundamentais para garantir a qualidade e a credibilidade das informações divulgadas.

Por fim, observa-se que a integração entre extensão universitária e mídias sociais representa uma tendência consolidada, contribuindo para a ampliação do acesso ao conhecimento e para o fortalecimento da função social da universidade. No entanto, desafios persistem, como a necessidade de avaliação do impacto das ações digitais, a formação de competências comunicacionais e a garantia da qualidade da informação disseminada.

Metodologia

Delineamento da pesquisa

Trata-se de um estudo de caso único, de abordagem qualitativa e finalidade descritiva, cujo objeto é o Econews, projeto de extensão do PET-Economia da Universidade Federal do Acre. A opção pelo estudo de caso se justifica porque o interesse recai sobre um fenômeno delimitado, em seu próprio contexto institucional.

Os autores integram a equipe do projeto. Essa condição foi tratada como parte do desenho metodológico e não como um detalhe a ser omitido: o material empírico foi construído por observação dos participantes, o que garante acesso a decisões internas de produção que não aparecem no produto final, mas exige o confronto sistemático dos relatos com os documentos do projeto. O procedimento adotado para reduzir o viés foi simples: nenhuma afirmação sobre a rotina de produção foi mantida no texto sem lastro em documento, arquivo de vídeo ou registro fotográfico.

Do ponto de vista dos procedimentos técnicos, a pesquisa combina três operações:

1. pesquisa documental sobre os registros administrativos e de produção do projeto;
2. análise do acervo audiovisual publicado;
3. sistematização da experiência, ou seja, a reconstituição ordenada do fluxo de trabalho tal como ele efetivamente ocorre.

Objeto e recorte temporal

O recorte foi de janeiro de 2023 a julho de 2026 e foi dividido em duas fases, separadas por uma mudança de status institucional. A primeira fase, de 2 de janeiro a 31 de dezembro de 2023, corresponde ao período em que o Econews funcionou como subatividade da PET-TV. O objetivo da PET-TV era duplo: aproximar os estudantes de economia do jornalismo econômico e divulgar as atividades de pesquisa e extensão do PET e do curso de Ciências Econômicas da UFAC. Segundo Silva (2023), a PET-TV produziu cerca de 100 vídeos naquele ano, entre materiais didáticos, pequenos documentários e as 72 edições do Econews. A distribuição começou pela página do PET-Economia no Facebook, passou depois para o YouTube, com organização em playlist própria, e prosseguiu por meio da divulgação via WhatsApp.

A segunda fase começou em 2024, quando o Econews foi registrado na Pró-Reitoria de Extensão da UFAC como projeto autônomo. A decisão de desmembrá-lo da PET-TV foi tomada depois da recepção obtida em 2023, dentro e fora da universidade, e da constatação de que o volume de produção do quadro já não caberia na estrutura da TV. Metodologicamente, a fase importa porque é a partir dela que existem pauta diária formalizada, escala de apresentadores e registro contínuo das publicações.

Fontes de dados

Foram utilizadas seis fontes:

- Documentos institucionais: o projeto de extensão registrado na PROEX/UFAC, os relatórios de atividade e o material referente à PET-TV de 2023.
- Acervo audiovisual: as edições publicadas no Facebook e no YouTube, usadas para contagem, verificação de duração média e identificação de temas.
- Registros de produção: listas de pauta, roteiros e escala de apresentação.
- Registros fotográficos das gravações na sala do PET-Economia.
- Comentários do público nas publicações e os indicadores de alcance fornecidos pelas próprias plataformas.
- Observação participante da equipe ao longo do período.

Os indicadores de alcance vêm das métricas nativas do Facebook e do YouTube, o que impõe uma limitação discutida na seção 3.6.

Protocolo de produção das edições

A descrição a seguir é o procedimento que a equipe segue para cada edição. Ela cumpre duas funções no artigo: registra o método de trabalho do projeto e serve de base para a análise apresentada na seção seguinte.

Etapa 1: Seleção da pauta

A escolha das notícias é aberta. Qualquer pessoa, dentro ou fora da equipe, pode sugerir pauta, e as sugestões são discutidas coletivamente. A meta operacional é publicar pelo menos uma notícia por dia, em torno das 12h. O horário não foi definido a priori: ele resultou da observação, ao longo de 2023, de que as publicações feitas no intervalo de almoço alcançavam mais visualizações e comentários.

Para entrar na pauta, a notícia precisa atender a pelo menos um dos critérios de inclusão:

- temas de economia com impacto direto sobre a sociedade;
- conteúdos de utilidade pública, com ênfase na área da saúde;
- pesquisas e estudos econômicos desenvolvidos pelo PET-Economia;
- pautas econômicas vinculadas ao estado do Acre.

Notícias que não se enquadram em nenhum desses critérios são descartadas, mesmo quando têm boa repercussão na imprensa.

Etapa 2: Roteirização

Cada pauta aprovada é convertida em roteiro. A restrição que organiza essa etapa é a duração: os vídeos têm duração média de 30 a 90 segundos. Notícias de maior complexidade técnica passam por um trabalho de síntese que precisa preservar o núcleo da informação e eliminar o que é acessório. Essa é a etapa mais difícil do fluxo, e também a que mais exige domínio do conteúdo econômico, porque cortar sem distorcer só é possível quando se entende o que está sendo cortado. Antes de seguir para a gravação, o roteiro é lido por outro membro da equipe.

Etapa 3: Gravação

A gravação ocorre em um estúdio improvisado na sala do PET-Economia, utilizando-se dos celulares dos próprios discentes. A apresentação segue escala rotativa, o que atende ao objetivo formativo do projeto.

Etapa 4: Edição

A edição é feita no CapCut, em versão paga. A escolha da ferramenta mudou ao longo do tempo e acompanhou tanto o aprendizado da equipe quanto a mudança do equipamento disponível. Nos primeiros meses da PET-TV, a edição era feita no Sony Vegas Pro, em computador. Com a popularização dos editores para celular e a facilidade de aplicação de efeitos, a equipe migrou para ferramentas móveis, até fixar no CapCut. As discentes Yasmin Oliveira Lopes e Cláudia Souza Lima concentram hoje a maior parte do trabalho de edição.

Etapa 5: Publicação e arquivamento

Concluída a edição, o vídeo é publicado no Facebook e no YouTube, onde fica arquivado em playlist específica, e distribuído por grupos de WhatsApp.

Etapa 6: Acompanhamento

A equipe lê os comentários e acompanha as métricas de cada publicação. O resultado dessa leitura volta para a Etapa 1 e influencia a pauta seguinte, o que fecha o ciclo de produção.

Tratamento e análise dos dados

Os dados foram tratados em três movimentos. Primeiro, um levantamento quantitativo simples do acervo: número de edições por ano, duração média dos vídeos e distribuição das pautas entre os quatro critérios de inclusão descritos na Etapa 1. A classificação foi feita por dois membros da equipe de forma independente, e os casos de divergência foram decididos em discussão conjunta. Em seguida, a análise documental dos registros institucionais e de produção, usada para reconstituir a cronologia do projeto e para checar as informações obtidas por observação participante. Por fim, a leitura dos comentários do público, organizada por temas recorrentes, com o objetivo de identificar que tipo de retorno o formato gera e quais assuntos provocam mais interação.

Limitações

Três limitações precisam ser registradas. Os indicadores de alcance dependem das métricas das plataformas, que mudam de critério sem aviso e não permitem auditoria externa, de modo que são usados aqui como indicação de tendência e não como medida precisa. O registro de dados dos primeiros meses de 2023 é irregular, porque, na época, o Econews era uma subatividade e não havia rotina própria de documentação, e as informações desse período foram reconstituídas a partir do que restou publicado e dos relatos da equipe. Por fim, a posição dos autores como participantes do projeto limita o distanciamento em relação ao objeto: a pesquisa não pretende avaliar o Econews de fora, mas descrever como ele funciona, com o material a que só quem está dentro tem acesso.

Os resultados do Econews

Econews em números

O Econews apresenta trajetória consistente de crescimento no alcance de seu conteúdo no Instagram entre 2024 e 2026. Os Reels, formato de vídeos curtos e verticais da plataforma, voltados ao consumo rápido e com alto potencial de circulação, constituem o principal veículo do projeto.

Em 2024, conforme mostra a Tabela 1, foram publicados 57 Reels, que acumularam 115.693 visualizações, o que resulta em média aproximada de 2.030 visualizações por vídeo. Esse desempenho inicial estabeleceu a linha de base do programa e demonstrou a viabilidade do formato curto para a disseminação de informações econômicas nas redes sociais.

O ano de 2025 marcou ponto de inflexão para o Econews e consolidou-se como o período de melhor desempenho de toda a série histórica analisada. Foram publicados 79 Reels, o que representa um aumento de 39% em relação ao ano anterior, com o total de 364.441 visualizações, o que corresponde a crescimento de 214% na comparação com 2024.

A expansão refletiu não apenas o maior volume de publicações, mas também a melhoria da eficiência de cada vídeo, que atingiu a média de 4.613 visualizações. Os números sugerem que a estratégia de conteúdo adotada em 2025 alinhou-se às preferências do algoritmo do Instagram e aos interesses da audiência do programa.

Os dados referentes a 2026 ainda são preliminares e cobrem apenas o período de janeiro a março. No trimestre, foram publicados 49 Reels, que acumularam 88.140 visualizações, com a média de 1.799 visualizações por vídeo.

Quando considerada a série histórica completa dos três anos, o Econews acumulou 568.274 visualizações em 185 Reels publicados, o que corresponde a média geral de 3.072 visualizações por vídeo. O agregado indica que o programa manteve regularidade na publicação de conteúdo, com cerca de um vídeo por semana, o que contribuiu para a construção de uma audiência engajada.

Tabela 1: Estatísticas de visualizações de Reels do Econews de 2024 a 2026

Anos	Total de visualizações	Quantidade de Reels	Visualizações por vídeos
2024	115.693	57	2.030
2025	364.441	79	4.613
2026*	88.140	49	1.799
Total	568.274	185	3.072

Nota: () dados parciais, referentes ao período de janeiro a março de 2026.*

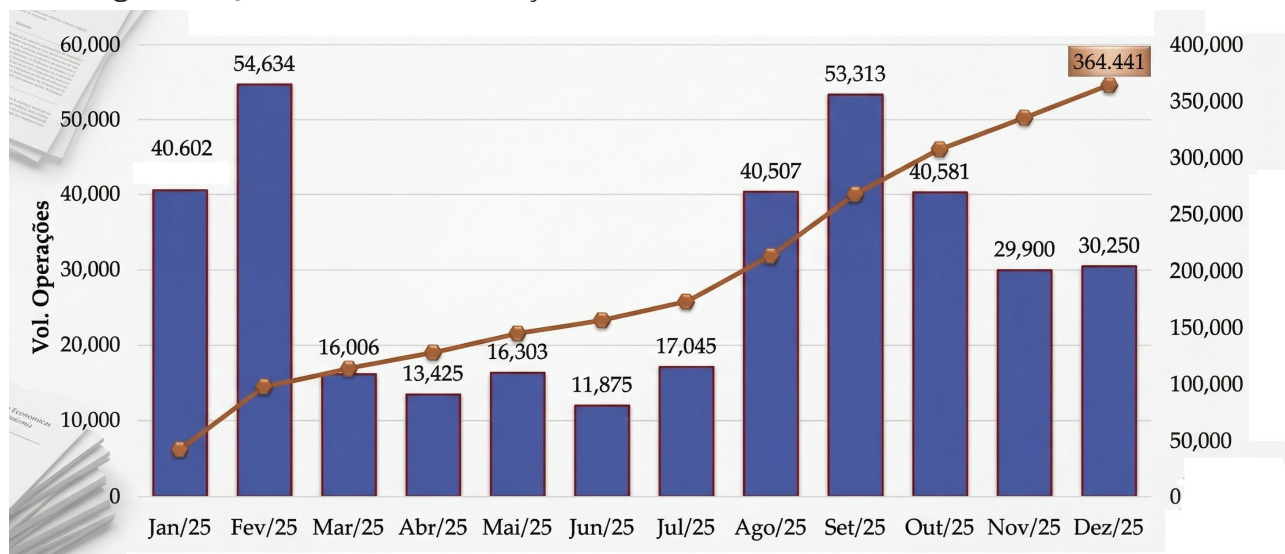
Fonte: PET-Economia UFAC (2026).

A série temporal de visualizações dos Reels do Econews, ao longo de 2025, apresentada na Figura 1, indica trajetória não linear, marcada por flutuações que se afastam de um padrão de crescimento uniforme. O ano começou com 40.602 visualizações em janeiro e alcançou o pico em fevereiro, com 54.634 visualizações, representando o aumento de 35% em um único mês. A essa ascensão seguiu-se queda abrupta em março, para 16.006 visualizações, o que revela volatilidade considerável já no primeiro trimestre. Ao final do período, a série acumulava 111.242 visualizações, o que consolidou o trimestre inicial como um dos mais robustos do ano. Essas oscilações estão fortemente atreladas a Reels de desempenho excepcional, que elevam o total mensal.

O segundo trimestre de 2025 configurou-se como um período crítico de contração para o Econews e registrou o desempenho mais fraco de toda a série anual. Abril iniciou o trimestre com 13.425 visualizações, seguido de leve recuperação em maio, com 16.303 visualizações, e de mínimo histórico em junho, com 11.875 visualizações. O trimestre acumulou 41.703 visualizações, representando uma queda de 62,5% em relação ao trimestre anterior. Dois fatores explicam a redução da produção de vídeos e das visualizações no período: as avaliações de N2 e as provas finais, seguidas das férias acadêmicas, quando as atividades do grupo naturalmente diminuem.

O terceiro trimestre consolidou uma recuperação expressiva, encerrou o período de contração e reafirmou a capacidade de retenção de audiência do Econews. Julho marcou o início da inflexão, com 17.045 visualizações; agosto saltou para 40.507; e setembro atingiu 53.313, praticamente igualando o desempenho de fevereiro. O acumulado trimestral de 110.865 visualizações recuperou integralmente os patamares do primeiro trimestre e representou um aumento de 166% em relação ao trimestre anterior. Chama atenção o fato de setembro, situado no meio do terceiro trimestre, replicar o padrão de pico observado em fevereiro, resultado associado a vídeos de desempenho muito acima da média.

O encerramento do ano consolidou o desempenho do projeto. O quarto trimestre acumulou 100.631 visualizações e manteve níveis acima da média anual de 30.370 visualizações mensais. Outubro registrou 40.581 visualizações; novembro, 29.900; e dezembro, 30.250, o que configura padrão de estabilidade relativa após os picos dos meses anteriores. A série anual completa, com total de 364.441 visualizações distribuídas em 12 meses, apresenta estrutura de dois blocos de alto desempenho, o primeiro e o terceiro trimestres, que somam 222.107 visualizações ou 61% do total do ano, intercalados por períodos de desempenho moderado a fraco.

Figura 1: Quantidade de visualizações mensais dos Reels do Econews em 2025

Fonte: PET-Economia UFAC (2026).

Repercussão do Econews

Os resultados apresentados anteriormente ganham relevo quando se consideram as limitações de financiamento próprias das atividades de extensão. Mesmo diante dessas restrições, o Econews tornou-se pauta jornalística em 20 de setembro de 2025, conforme mostra a Figura 2.

A TV Acre, afiliada da Rede Globo no estado, produziu reportagem sobre o Econews na qual destacou a importância de traduzir conceitos econômicos em linguagem simplificada (G1 ACRE, 2025).

Figura 2: Gravação da matéria para a TV Acre, apresentada em 20 de setembro de 2025

Fonte: registros fotográficos do PET-Economia.

A reportagem é apenas uma entre as diversas inserções do PET-Economia na imprensa local. As pesquisas realizadas pelo programa e divulgadas pelo Econews encontram repercussão frequente em mídias digitais, como ilustram os exemplos a seguir:

- PET-Economia da Ufac constata inflação zero. Disponível em: <https://bit.ly/4v99lbp>. Acesso em: 3 abr. 2026.
- Carnes ficaram mais caras em outubro no Acre. Disponível em: <https://bit.ly/3PSOol2>. Acesso em: 3 abr. 2026.
- Maioria dos cortes de carne teve aumento. Disponível em: <https://bit.ly/4sM2fIt>. Acesso em: 3 abr. 2026.

Depoimento das apresentadoras

Yasmin Oliveira Lopes



Meu nome é Yasmin Oliveira Lopes, tenho 20 anos e sou integrante do Programa de Educação Tutorial (PET Economia). Minha entrada no programa ocorreu na metade do ano de 2025, motivada principalmente pela busca por conhecimento que pudesse agregar à minha formação enquanto economista. Além disso, havia o interesse em fortalecer meu currículo e adquirir experiências que contribuíssem para a minha vida profissional. Inicialmente, não possuía afinidade com atividades relacionadas à comunicação, produção de vídeos ou exposição em redes sociais. Apesar de não aparentar, sempre fui uma pessoa tímida e, de certa forma, nervosa ao lidar com esse tipo de situação. No âmbito do projeto Econews, desempenhei diversas funções, atuando como apresentadora, roteirista e editora de vídeos, além de contribuir na organização interna, como a distribuição de notícias entre os demais integrantes. Também participo de atividades complementares, como a coleta de preços para o projeto PET Carnes. De modo geral, posso afirmar que atuo de forma ampla no processo de produção,

colaborando em diferentes etapas. Um dos aspectos que considero uma marca pessoal dentro do projeto foi a padronização da abertura dos vídeos com a frase “Olá, seja bem-vindo a mais um Econews”, acompanhada de gestos com as mãos, o que contribuiu para a identidade do quadro.

Ao longo da minha trajetória no Econews, vivenciei momentos marcantes que reforçam a relevância da experiência. Um dos principais foi a oportunidade de ser indicada pelo professor tutor para participar de uma entrevista sobre a deflação ocorrida em setembro de 2025, ao lado do também petiano Danton Moura. Além disso, experiências como o reconhecimento por pessoas que já haviam assistido aos vídeos nas redes sociais, bem como a utilização dos conteúdos em escolas, demonstram o alcance e o impacto do projeto. Esses momentos geram uma sensação de realização e reforçam a importância do trabalho desenvolvido. No início, as gravações eram desafiadoras, principalmente diante do nervosismo e da insegurança.

No entanto, com o apoio dos colegas, especialmente de Danton Casas Moura, e com a prática constante, fui desenvolvendo mais confiança e segurança diante das câmeras. Atualmente, consigo me

expressar com mais naturalidade, utilizando entonação e recursos que tornam os vídeos mais atraentes. *Feedbacks* recebidos de professores, como minha diretora e o coordenador do ensino médio, que elogiaram minha dicção e evolução, foram fundamentais para evidenciar o quanto esse processo tem sido transformador.

Em termos de desenvolvimento pessoal, destaco principalmente o aprimoramento da resiliência, da agilidade e da proatividade. No início, a ausência de uma estrutura totalmente definida exigia adaptação constante, o que contribuiu para o desenvolvimento dessas habilidades. Além disso, houve uma evolução significativa em minha comunicação e autoconfiança. A timidez, que antes era um obstáculo, foi sendo superada ao longo do tempo, especialmente pela necessidade de transmitir segurança ao público. O projeto também me tirou da zona de conforto ao exigir uma reorganização completa da rotina, conciliando diversas atividades, como as do PET e a graduação, muitas vezes dependendo de transporte público. Nesse contexto, a bolsa do PET teve um papel importante, pois contribuiu para que eu pudesse adquirir um meio de transporte próprio, facilitando a mobilidade e a rotina diária.

No aspecto profissional, o Econews tem sido fundamental para a compreensão prática da economia. A proposta de traduzir conceitos técnicos para uma linguagem acessível ao público amplia não apenas o entendimento do conteúdo, mas também desenvolve a capacidade de análise crítica. Isso reflete diretamente na forma como passo a interpretar notícias econômicas no dia a dia. Além disso, a visibilidade proporcionada pelo projeto e o reconhecimento interno entre os membros fortalecem as oportunidades futuras no mercado de trabalho, seja por meio de indicações ou pela valorização das competências desenvolvidas.

O PET Economia, por sua vez, ultrapassa a ideia de uma simples atividade acadêmica. Trata-se de um espaço de convivência que se transforma em uma verdadeira rede de apoio. Ao longo dos anos, os vínculos construídos entre os integrantes geram um ambiente de parceria, aprendizado coletivo e crescimento mútuo. Entre momentos de desafios, como períodos de provas e demandas do projeto, e momentos de descontração, consolida-se o sentimento de pertencimento a um grupo unido. Nesse sentido, posso afirmar que o PET mudou minha vida ao ampliar meu aprendizado e, principalmente, ao desenvolver minha capacidade de comunicação e expressão.

Sob uma perspectiva crítica, é importante destacar que o projeto enfrenta limitações relacionadas ao apoio institucional, o que impacta diretamente na disponibilidade de recursos. Muitas vezes, os próprios integrantes contribuem financeiramente para viabilizar ferramentas de edição e melhorar a qualidade dos conteúdos. Ainda assim, mesmo diante dessas restrições, o grupo se mantém organizado, comprometido e em constante evolução. A utilização de recursos próprios, como celulares pessoais para gravação, evidencia tanto os desafios quanto o empenho dos participantes.

Apesar das dificuldades, os resultados alcançados demonstram que o projeto possui um impacto significativo. O alcance das publicações e o engajamento do público evidenciam que é possível democratizar o conhecimento econômico de forma acessível. Ver um vídeo atingir milhares de visualizações ou perceber que o conteúdo está contribuindo para o entendimento de outras pessoas é extremamente gratificante. Muitas vezes, não se tem dimensão imediata da importância do projeto, mas, ao observar seu crescimento e alcance, torna-se evidente sua relevância.

Por fim, destaco o orgulho em fazer parte do Econews e do PET Economia. Trata-se de uma experiência que vai além da formação acadêmica, contribuindo de maneira significativa para o desenvolvimento pessoal e profissional. A dedicação empregada em cada atividade torna o reconhecimento ainda mais significativo. Dessa forma, ao ser questionada sobre a importância de participar do PET,

afirmo com convicção que se trata de uma oportunidade valiosa, não apenas pelo aprendizado, mas também pelas relações construídas e pelo crescimento proporcionado ao longo dessa trajetória.

Agradeço, ainda, ao tutor do PET Economia, professor Tutor, por todo o apoio, a orientação e a contribuição ao longo do percurso, o que foi fundamental para o desenvolvimento do projeto e para o crescimento de todos os seus integrantes.

Claúdia Souza Lima



Meu nome é Cláudia Souza Lima, tenho 21 anos e sou estudante do curso de Ciências Econômicas na Universidade Federal do Acre. Sou integrante do Programa de Educação Tutorial (PET) e, ao longo do último ano, tive a oportunidade de participar ativamente do projeto Econews, no qual desenvolvo funções como elaboração de roteiros, gravação, edição, postagem dos vídeos e organização do cronograma de filmagens. Antes de entrar no PET, eu já conhecia o Econews, pois ingressei no programa no terceiro período e já acompanhava o projeto. No entanto, fazer parte dele na prática foi completamente diferente do que apenas assistir.

No início, gravava vídeos em dupla, sempre com o apoio dos petianos que já tinham mais experiência, o que foi essencial para a minha adaptação. Uma das minhas maiores dificuldades foi gravar diante de outras pessoas. Eu sentia muito nervosismo e insegurança, o que dificultava bastante as minhas falas. Além disso, também sentia dificuldades em relação à dicção, o que tornava o processo ainda mais desafiador. Muitas vezes, precisava repetir várias gravações

até conseguir um resultado que considerasse satisfatório.

Com o tempo, no entanto, fui evoluindo bastante. A prática constante, juntamente com o apoio dos colegas e o incentivo do professor, ajudaram-me a superar tais dificuldades. Aos poucos, fui me sentindo mais segura, melhorando o modo de falar e adquirindo mais naturalidade diante da câmera. Hoje, sou capaz de perceber claramente o quanto minha comunicação melhorou, tanto na dicção quanto na organização das ideias.

Um momento que marcou significativamente minha trajetória foi a primeira gravação sozinha. Até então, eu estava acostumada a gravar em dupla, o que me deixava mais confortável. Quando precisei gravar sozinha, senti profunda ansiedade, mas, ao mesmo tempo, encarei como um desafio importante. Essa experiência foi fundamental para o meu crescimento, para desenvolver mais confiança e independência.

Além da gravação, a elaboração dos roteiros foi uma parte importante da minha experiência. Ao ler as notícias, eu precisava entender o conteúdo para conseguir explicá-lo de modo simples. Isso me ajudou a melhorar a capacidade de interpretação, síntese e pensamento crítico, além de me deixar mais atualizada sobre o que ocorre na economia. A edição dos vídeos também é uma das minhas principais responsabilidades dentro do projeto. Utilizo o CapCut Pro para fazer os cortes, organizar

as falas e deixar o vídeo mais dinâmico. Essa etapa exige bastante atenção, porque é nela que conseguimos prender a atenção do público. Com o tempo, fui desenvolvendo habilidades nessa área e aprendendo como tornar os vídeos mais atrativos.

Apesar de ser uma experiência muito positiva, também existem desafios, principalmente em relação ao tempo. Conciliar as atividades do Econews com a faculdade e outras responsabilidades nem sempre é fácil, especialmente quando envolve gravação e edição, que demandam bastante dedicação.

Uma parte muito interessante dessa experiência é perceber o alcance do projeto. Já aconteceu de pessoas me reconhecerem nos corredores da universidade e até fora dela, algo que eu não imaginava que poderia acontecer. Muitas vezes, as pessoas acenam e repetem o bordão dos vídeos, “Olá, seja bem-vindo”, fazendo até o gesto com a mão. No meu trabalho e até na família, já comentaram sobre os vídeos ou perguntaram sobre alguma notícia. Isso mostra que o nosso trabalho realmente está chegando às pessoas.

De modo geral, considero essa experiência muito importante para a minha formação. Além de desenvolver habilidades como comunicação, edição e organização, o projeto também contribuiu para minha confiança e crescimento pessoal. Fazer parte do Econews é algo que me trouxe muitos aprendizados e que, com certeza, vai contribuir para minha trajetória profissional.

Grazielly da Silva Lima



Meu nome é Grazielly da Silva Lima, tenho 19 anos e sou estudante de Ciências Econômicas na Universidade Federal do Acre. Sou bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET) desde 2024 e, atualmente, uma das minhas principais funções dentro do grupo é atuar como apresentadora e produtora de roteiros do Econews. Nessa caminhada de quase dois anos, a área de comunicação abriu portas que eu jamais imaginei, permitindo que eu desenvolvesse habilidades que vão muito além da formação tradicional em Economia. Desde a produção dos vídeos até a etapa de postagem, percebo que todo o processo envolve um trabalho longo, cuidadoso e feito em conjunto, no qual cada detalhe faz diferença.

Antes de atuar como apresentadora, também tive a experiência de trabalhar como editora dos vídeos, o que foi fundamental para o meu aprendizado na área de comunicação. Essa vivência me proporcionou uma base muito importante, permitindo que eu entendesse melhor todas as

etapas da produção e desenvolvesse um olhar mais atento aos detalhes. Além disso, ao longo de toda essa trajetória, contei com o apoio dos meus veteranos e amigos do PET, que foram essenciais para o meu crescimento, sempre dispostos a ajudar, ensinar e compartilhar experiências.

A construção de cada conteúdo exige pesquisa, entendimento do tema e, principalmente, a capacidade de transformar assuntos econômicos, muitas vezes complexos, em algo mais simples e acessível. Como produtora de roteiros, sinto uma grande responsabilidade nesse processo, pois é preciso

manter a qualidade das informações sem perder a clareza, e, como apresentadora, essa experiência me ajudou a ganhar confiança, melhorar a comunicação e aprender a me expressar de forma mais natural diante do público.

Um dos pontos mais marcantes dessa trajetória é perceber o alcance do projeto. Já aconteceu de eu ser reconhecida na rua por conta dos vídeos, e isso me deixa muito feliz e grata, porque mostra que o nosso trabalho realmente está chegando às pessoas. Mais do que apenas transmitir notícias, o Econews tem cumprido um papel importante de aproximar a economia do dia a dia da sociedade, tornando o conhecimento mais acessível e relevante. Outro aspecto que torna tudo ainda mais especial é a minha própria trajetória dentro do projeto: no início da graduação, ainda no primeiro período, eu acompanhava o Econews apenas como espectadora e admirava toda a produção, e hoje fazer parte disso é algo muito significativo para mim, pois estou vivendo, na prática, aquilo que antes eu só assistia, o que traz a sensação de conquista e de crescimento.

Além disso, o trabalho em equipe é essencial em todo o processo. Nada é feito isoladamente, e essa convivência ajudou-me a desenvolver mais organização, responsabilidade com prazos e comprometimento com o grupo. Por tudo isso, participar do Econews tem sido uma experiência enriquecedora, tanto em minha formação acadêmica quanto pessoal, e tenho certeza de que vai contribuir significativamente para o meu futuro profissional. Não deixo de citar que o Econews tem grande importância para a sociedade, pois contribui para tornar a economia mais compreensível e presente no cotidiano das pessoas, permitindo que mais indivíduos tenham acesso a informações relevantes, desenvolvam senso crítico e tomem decisões mais conscientes no dia a dia.

Conclusões sobre o projeto

Ao longo de três anos, o Econews consolidou-se como iniciativa efetiva de conexão entre a universidade e a sociedade. As 568.274 visualizações acumuladas em 185 vídeos publicados demonstram que estudantes de economia são capazes de comunicar temas complexos em linguagem simples, o que aproxima a discussão econômica do cotidiano da população.

O desenvolvimento pessoal das apresentadoras figura entre os principais resultados do projeto. Os depoimentos de Yasmin, Cláudia e Grazielly evidenciam a superação do nervosismo diante das câmeras, o ganho de confiança na comunicação oral e o desenvolvimento da capacidade de síntese e de análise crítica, competências que não se expressam em métricas de audiência, mas que se incorporam à formação acadêmica e profissional das discentes.

A hipótese de que projetos de extensão universitária utilizando redes sociais como canal de comunicação são capazes de ampliar significativamente o acesso à informação econômica, promovendo maior compreensão dos fenômenos econômicos e fortalecendo o papel social da universidade, foi plenamente validada pelos dados empíricos. O número expressivo de 568.274 visualizações acumuladas em 185 vídeos publicados entre 2024 e 2026 demonstra a capacidade do projeto em alcançar um público amplo e diversificado através das redes sociais. O crescimento notável de 214% em visualizações, entre 2024 e 2025, evidencia que a estratégia de comunicação adotada amplificou significativamente o acesso à informação econômica junto à população.

Além disso, a repercussão do Econews em meios de comunicação tradicionais, em especial a cobertura da TV Globo Acre, em setembro de 2025, validou externamente a relevância social do projeto e sua capacidade de difundir conhecimento econômico de forma compreensível.

A disseminação das pesquisas do PET-Economia em plataformas digitais diversas e o reconhecimento público das apresentadoras demonstram que o projeto fortaleceu a função social da universidade e a converteu em agente ativo de democratização do conhecimento econômico na comunidade acreana. Confirma-se, portanto, a hipótese: as redes sociais, quando utilizadas estrategicamente em projetos de extensão, constituem ferramenta potente para ampliar o acesso à informação científica e consolidar o papel público da universidade.

Apesar das limitações de financiamento, a criatividade e a dedicação da equipe mostraram que qualidade não depende de orçamento ilimitado. O Econews requer maior investimento institucional, ampliação para novas plataformas e recursos que permitam seu crescimento. Requer, sobretudo, continuidade. Em um país no qual parcela expressiva da população encontra dificuldade para compreender o noticiário econômico, um projeto que simplifica sem perder profundidade e que educa sem impor distância cumpre precisamente a função esperada da universidade pública: servir à sociedade.

Referências

- BATISTA DA COSTA, I. R.; BARBOSA, C. de L. A divulgação científica como atividade de extensão universitária: um aporte das relações públicas. **Cadernos de Comunicação**, Santa Maria, v. 27, n. 1, 2023. DOI: 10.5902/2316882X75250. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/ccomunicacao/article/view/75250>. Acesso em: 29 jul. 2026.
- COLLET, T.; BERTOLDI, A.; BEDIM, M. P.; SEVIGNANI, L. L.; PEREIRA, D. A. Divulgação científica: relato de uma experiência de extensão na pandemia. **Revista Brasileira de Extensão Universitária**, v. 16, n. 1, p. 79-89, 2025. DOI: 10.29327/2303474.16.1-7. Disponível em: <https://periodicos.uffs.edu.br/index.php/RBEU/article/view/12872>. Acesso em: 29 jul. 2026.
- FÓRUM DE PRÓ-REITORES DE EXTENSÃO DAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS BRASILEIRAS (FORPROEX). **Política Nacional de Extensão Universitária**. Manaus: FORPROEX, 2012.
- FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.
- G1 ACRE. **Estudantes da Ufac traduzem conceitos de economia para a população nas redes sociais**. Rio Branco: g1 Acre, 20 set. 2025. Reportagem exibida no Jornal do Acre 2ª Edição. Disponível em: <https://g1.globo.com/ac/acre/videos-jornal-do-acre-2-edicao/video/estudantes-da-ufac-traduzem-conceitos-de-economia-para-a-populacao-nas-redes-sociais-13947904.ghtml>. Acesso em: 3 abr. 2026.
- MENDES, E. L.; MINGHELLI, M.; DE MARI, C. L. A extensão universitária na Ciência da Informação: uma abordagem crítico participativa. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 21, p. e023004, 2023. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/8671645>. Acesso em: 29 jul. 2026.
- OLIVEIRA, L. B. et al. Popularização do conhecimento científico via mídias digitais: relato de experiência de extensão universitária. **Revista ELO: Diálogos em Extensão**, Viçosa, 2024.
- PAGNONCELLI, W. A.; MENEGAT, A. S.; CALDAS, F. R. C. Comunicando a ciência: as redes sociais como canais para compartilhar ações de extensão da UFGD. **Realização**, Dourados, v. 10, n. 20, p. 5-22, 2023. Disponível em: <https://ojs.ufgd.edu.br/realizacao/article/view/17836>. Acesso em: 29 jul. 2026.
- PESCHANSKI, J. A.; JURNO, A. C.; HILSENBECK FILHO, A. M. Emergência da extensão universitária digital: boas práticas e direcionamentos. **Texto Livre**, Belo Horizonte, v. 18, p. e56372, 2025. DOI: 10.1590/1983-3652.2025.56372. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/textolivre/article/view/56372>. Acesso em: 29 jul. 2026.
- PET-ECONOMIA UFAC. **Estatísticas de alcance e engajamento do perfil @peteconomiaufac_**. Rio Branco: Universidade Federal do Acre, 2026. Dados extraídos do Instagram Insights. Disponível em: https://www.instagram.com/peteconomiaufac_/. Acesso em: 3 abr. 2026.
- SILVA, R. G. da. **Relatório de atividades 2023: PET-Economia**. Rio Branco: Universidade Federal do Acre, 2023. Sistema de Informação Gerencial para Programa de Educação Tutorial (SIGPET).