

MÍDIAS SOCIAIS NO CONTEXTO DE ESCOLAS DE TEMPO INTEGRAL

SOCIAL MEDIA WITHIN THE CONTEXT OF FULL-TIME SCHOOLS

REDES SOCIALES EN EL CONTEXTO DE ESCUELAS DE TIEMPO INTEGRAL

ROZANE ZAIONZ A ROCHA

Doutora UTFPR. Secretaria de Educação de Curitiba. E-mail: rozanerocha@hotmail.com

RESUMO

Esse estudo objetivou analisar como as escolas de tempo integral da rede pública municipal de Curitiba estão valendo-se das mídias sociais como ferramentas de auxílio no processo que envolve a aprendizagem-ensino-aprendizagem. O método misto com delineamento sequencial exploratório foi utilizado nesse estudo. A coleta dos dados se deu através das postagens realizadas nas mídias sociais de 37 escolas de tempo integral do município. Pelas análises das mídias sociais das escolas, se percebeu que tais mídias ainda são pouco exploradas pelas instituições de ensino e, quando o fazem, valem-se de material com baixa qualidade visual, sem descrições, minimizando, muitas vezes, a comunicação dos envolvidos. Também foi possível analisar que as escolas pesquisadas não oportunizam o protagonismo estudantil nas mídias sociais, *Facebook*.

Palavras Chaves: Educação em tempo integral. Mídias sociais. Protagonismo.

ABSTRACT

The objective of the following paper is to analyze how the city of Curitiba public full-time schools have been using social media as learning-teaching-learning aid tools. The study was performed through an exploratory sequential mixed method. Data were collected through the social media posts of 37 full-time city schools. Through the analysis of schools social medias, it is noticed that such media are still little explored by the educational institutions and, when they do, they use low visual quality material, no descriptions, often minimizing the communication of those involved. In addition, it was possible to analyze that the schools do not offer the student a leading role in social media, *Facebook*.

Keywords: Full-time education. Social media. Leading Role.

RESUMEN

Este estudio objetivó analizar cómo las escuelas de tiempo completo de la red pública municipal de Curitiba se están valorando de los medios sociales como herramientas de ayuda en el proceso que involucra el aprendizaje-enseñanza-aprendizaje. El método mixto con delineamiento secuencial exploratorio fue utilizado en

ese estudio. La recolección de los datos se dio a través de las posturas realizadas en los medios sociales de 37 escuelas de tiempo completo del municipio. Por los análisis de los medios sociales de las escuelas, se percibió que tales medios todavía son poco explorados por las instituciones de enseñanza y, cuando lo hacen, se valen de material con baja calidad visual, sin descripciones, minimizando a menudo la comunicación de los involucrados. También fue posible analizar que las escuelas investigadas no oportunizan el protagonismo estudiantil en los medios sociales, Facebook.

Palabras Claves: Educación a tiempo completo. Redes sociales. Papel.

INTRODUÇÃO

As mídias sociais estão presentes no cotidiano da sociedade e tem contribuído em diversos segmentos, dentre eles a educação. Muitas escolas estão se valendo dessas mídias para estreitar os laços de comunicação e interação com a comunidade em que estão inseridas. Além de ser um canal de comunicação, as mídias sociais também são consideradas importantes ferramentas educacionais. Para Lévy (1999, p. 133) trata-se de instrumento que permite a articulação entre comunidades de diferentes culturas. Na percepção do autor, as mídias sociais podem contribuir para a articulação da diversidade cultural tão presente nos espaços escolares.

Ao se tratar de escolas de tempo integral, as contribuições das mídias sociais podem ser ainda mais perceptíveis, visto que os estudantes ficam de sete a nove horas na escola. Essa ampliação de tempo no ambiente escolar precisa ser aproveitada com atividades significativas e que favoreçam o protagonismo estudiantil. Para isso, há que se ter professores qualificados também ao trabalho com as mídias sociais, assim como, professores inovadores em suas práticas pedagógicas.

Sendo a escola e a tecnologia elementos que compõem a sociedade, entende-se que os envolvidos no processo aprendizagem-ensino-aprendizagem, professores, estudantes, pais e comunidade em geral, façam uso dessa ferramenta de maneira a estimular ainda mais esse processo. Escola, tecnologia e sociedade são indissociáveis (ROCHA, 2018, p. 44)

Diante dessa indissociabilidade, objetivou-se analisar como as escolas de tempo in-

tegral da rede pública municipal de Curitiba estão se valendo das mídias sociais como ferramenta de auxílio no processo que envolve a aprendizagem-ensino-aprendizagem. Para esse estudo foram analisadas as postagens realizadas nas mídias sociais de 37 escolas de tempo integral da cidade de Curitiba no período de janeiro a dezembro do ano de dois mil e dezoito.

Para a análise, considerou-se alguns critérios preponderantes, dentre eles a foto de perfil e capa da página da unidade de ensino, atividades pedagógicas, textos descritivos das atividades, enquetes, qualidade das fotos e vídeos, participação dos estudantes e encaminhamentos pedagógicos.

As análises oportunizaram perceber que as mídias sociais, aqui destaca-se o *Facebook*, visto que todas as escolas possuem uma página nessa rede, ainda não estão sendo exploradas como ferramentas de apoio pedagógico. É possível constatar ainda através das análises das mídias sociais que muitas escolas permanecem com a cultura dominante do professor. A participação do estudante se dá através de poucas fotos ou vídeos. Não se percebe o protagonismo do estudante nas mídias sociais, como no caso do uso do *Facebook*.

Desenvolvimento teórico

Na sociedade da informação e comunicação, novos desafios são impostos ao ambiente escolar e, conseqüentemente, aos professores. Dentre eles a necessidade de inovações metodológicas e o uso de novas ferramentas pedagógicas que atendam às demandas sociais. Porém, esses desafios tendem a se tornar mais fáceis quando os professores conseguem perceber o estudante como um indivíduo com conhecimentos prévios e que pode colaborar com seus pares para a elaboração de novos conhecimentos.

Esses novos conhecimentos são facilitados quando se tem a tecnologia como aliada no processo aprendizagem-ensino-aprendizagem, visando o favorecimento da construção de conhecimentos em rede. Nesse caso, os estudantes, pertencentes a geração digital e

o professor, profissional da educação que domina o conhecimento sistematizado, colaboram entre si para criar novos conhecimentos. Martino (2014, p. 31) defende que, “como na ética das comunidades virtuais, a inteligência coletiva parte do princípio da reciprocidade - o conhecimento de um indivíduo poderá sempre ser útil para outra pessoa”.

No entanto, para que professores e estudantes possam ter essa troca de conhecimentos há que se oportunizar ambientes que favoreçam o protagonismo e a dialogicidade. Na percepção de Martino (2014, p. 31),

[...] sem perder a inteligência individual, todas as pessoas podem, potencialmente, contribuir com algum elemento para a constituição de um conjunto de saberes que, sem pertencerem especificamente a ninguém, estão à disposição de todos para serem usados.

Para o autor, a reunião de inteligências coletivas pode ser considerada uma reunião de potenciais de saberes a disposição de quem deles precisar.

A inteligência nesse caso, não pode ser confundida, de acordo com Martino (2014, p. 32), com o conhecimento erudito ou com a formação, mas com a transformação de distintos saberes dentro das práticas das relações humanas.

Esse conhecimento individual se fortalece com as redes sociais que são entendidas por Martino (2014, p. 55) “como um tipo de relação entre seres humanos pautada pela flexibilidade de sua estrutura e pela dinâmica entre seus participantes”. As redes sociais ganham maior proporção com as mídias sociais. As mídias sociais permitem a troca de saberes. Elas são reinventadas por seus atores sociais, aqui entendidos como professores, estudantes e demais membros da comunidade escolar.

Essa reinvenção recai sobre as diferentes maneiras de valer-se dessas mídias, dentre elas, estimular as discussões em grupos, compartilhar ideias, expor trabalhos, enfim, ampliar as oportunidades formativas, assim como, contribuir para uma maior interação entre escola e comunidade. Para Castells (2003, p. 10) ao usar a internet de diferentes maneiras, o indivíduo cria “novo padrão sócio técnico dessa interação”.

No entanto, não se pode esquecer que, apesar de se ter a troca de saberes entre pares, é ao professor que cabe a mediação do processo, visto ser ele o profissional qualifica-

do para isso. Assim, as mídias sociais, quando usadas como ferramentas de apoio pedagógico, necessitam de *design* direcionado para esse fim. A mídia social com fins particulares necessita diferir da mídia social criada para fins pedagógicos (ROCHA, 2018, p. 160). Isso posto, trata-se de mais uma ferramenta para a comunicação, interação, sistematização de conhecimentos e formação de indivíduos.

O trabalho com a tecnologia, na percepção de Porto (2012, p. 171) exige “constantes atualizações, qualificações e formação continuada”. E, ao se tratar de tecnologias envolvendo as mídias voltadas à (inter)relação social, a qualificação é ainda maior, pois estão expostas para a visualização de diferentes indivíduos e com objetivos de formação pessoal. Para Levy (1999), a atualização está entendida no sentido de criação e inovação tão necessárias no ambiente escolar.

Há também que se considerar que, de acordo com a Base Nacional Comum Curricular, uma das dez competências gerais da Educação Básica é:

Compreender, utilizar e criar tecnologias digitais de informação e comunicação de forma crítica, significativa, reflexiva e ética nas diversas práticas sociais (incluindo as escolares) para se comunicar, acessar e disseminar informações, produzir conhecimentos, resolver problemas e exercer protagonismo e autoria na vida pessoal e coletiva (BRASIL, MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2017, p. 9).

Conforme o disposto pela BNCC, aos estudantes também caberá o uso das tecnologias digitais e de comunicação não apenas como ferramenta de lazer e sim, como ferramenta de aprendizado.

Ainda citando a Base Nacional Comum Curricular, essa defende a interação da tecnologia a todas as áreas do conhecimento, fortalecendo assim, a necessidade de inovações e qualificações por parte dos docentes.

Metodologia

A metodologia utilizada nesta pesquisa foi o método misto. Conforme Sampieri,

Collado e Lucio (2013, p. 554) “permite que os dados sejam mais explorados e aproveitados”, pois envolvem a abordagem qualitativa e quantitativa.

O delineamento foi o método misto sequencial exploratório. Nesse tipo de delineamento, as conclusões que são obtidas na primeira fase do estudo levam à formulação de questões e coleta e análise dos dados para a próxima fase. As inferências finais são baseadas nos resultados de ambas as fases do estudo.

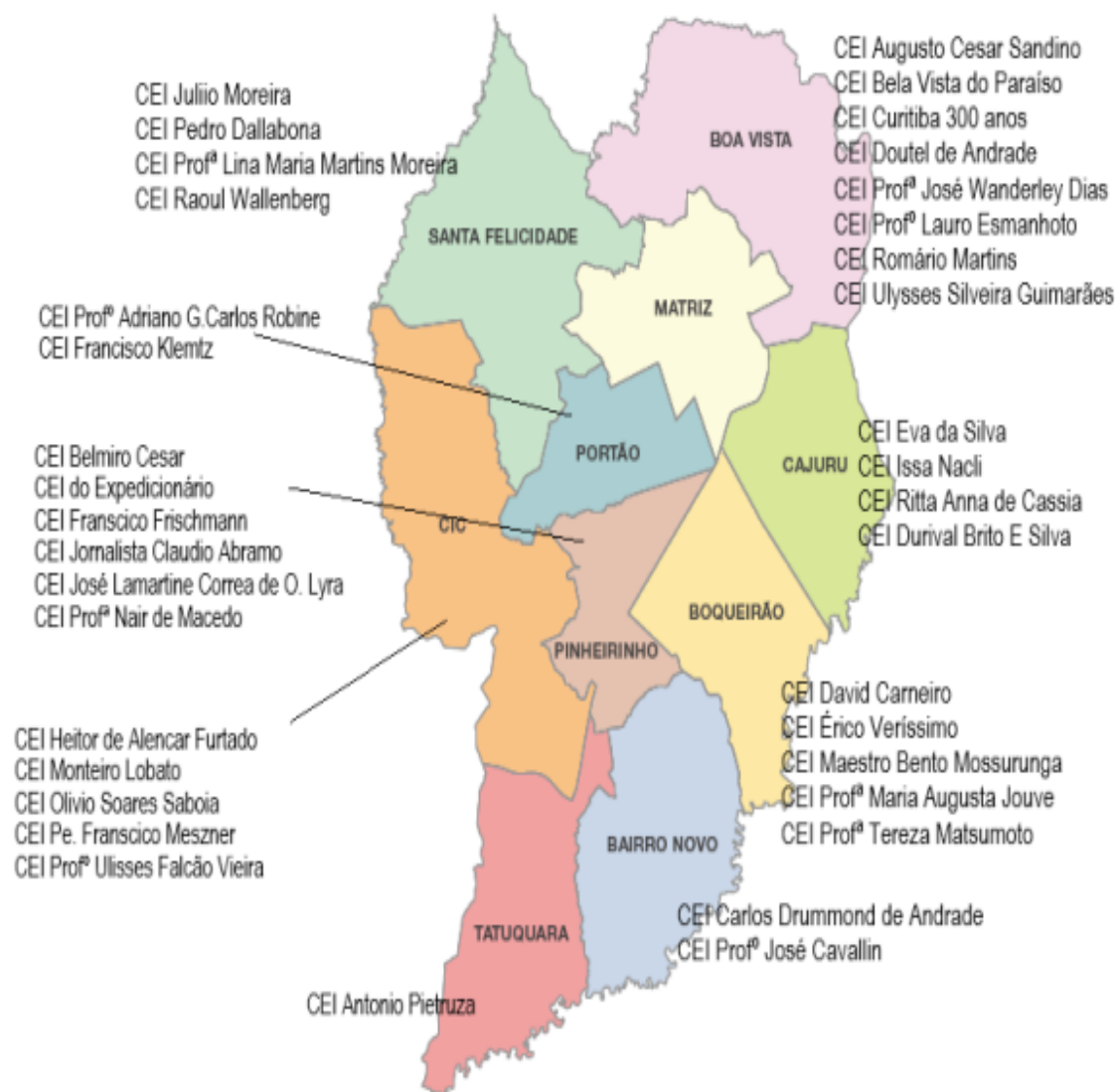
A coleta de dados se deu nas postagens realizadas nas mídias sociais que podem ser um espaço que assume o papel de um meio através do qual são coletados os dados ou ainda, como objeto de pesquisa (CAMBOIM, BEZERRA e GUIMARÃES, 2015, p. 125). Ainda de acordo com os autores, tanto poderá ser utilizada como pesquisa qualitativa em que se visa “a análise dos textos trocados por usuários”, quanto como pesquisa quantitativa em que se “visa a análise dos números e experiências dos usuários” (idem).

A coleta de dados

O estudo foi realizado em 37 páginas de mídia social (*Facebook*) pertencentes à 37 escolas de tempo integral da rede pública municipal de Curitiba a fim de analisar como essas escolas estão se valendo das mídias sociais como ferramenta de auxílio no processo que envolve a aprendizagem-ensino- aprendizagem.

Essas escolas estão localizadas em nove regionais, conforme apresenta a Figura 1.

Figura 1 - Localização das Escolas de Tempo Integral no município de Curitiba que participaram da pesquisa



Fonte: ROCHA, Rozane de Fátima Zaionz, 2017, p. 38.

A regional “Matriz” não administra escolas de tempo integral. As 37 escolas estão localizadas em regiões periféricas.

O fato de as mídias sociais estarem constantemente sendo usadas no dia a dia, despertou a curiosidade em saber qual(is) e como estas mídias estão sendo usadas pelas escolas de tempo integral. Para tanto, fez-se pesquisa das escolas nos sites de buscas. Verificou-se nessas buscas que 97% das escolas de tempo integral possuem páginas no Facebook e 3% não possuem página em mídias sociais. Desses 97% de escolas, 3% não fizeram postagem

alguma; 11% das escolas além do *Facebook*, também possuem *Blogs*, porém, esses canais não são atualizados a mais de três anos e, 11% delas também trabalham com postagens de vídeos no canal do *Youtube*.

Por ser o *Facebook* a mídia social mais utilizada pela maioria das escolas (97%), optou-se em analisar as postagens dessa mídia social. As análises se deram nas postagens realizadas desde o mês de janeiro até dezembro do ano de 2018.

Para a análise das postagens, se estabeleceu alguns critérios como:

- foto de perfil e da capa da página da unidade de ensino, por considerar-se que elas promovem o interesse, ou não, de acesso à página.
- atividades pedagógicas diferenciadas realizadas em sala de aula.
- descrição das atividades (legenda com detalhes da atividade).
- enquetes que proporcionem avaliar assuntos pertinentes ao trabalho escolar.
- qualidade das fotos e vídeos referentes às atividades e eventos realizados pela instituição de ensino.
- participação dos estudantes na elaboração das postagens.
- encaminhamentos pedagógicos em consonância com as diretrizes curriculares da mantenedora.

Diante das análises realizadas, vários códigos surgiram, contudo, foram agrupados em duas categorias específicas denominadas encaminhamentos pedagógicos e participação da comunidade. A codificação, segundo Sampieri, Collado e Lucio (2013, p. 456), “identifica experiências ou conceitos em segmentos de dados (unidades), implica também tomar decisões sobre quais peças se ‘encaixam’ entre si para que sejam categorizadas”, ou seja, os códigos são classificados e agrupados para que sejam interpretados.

Na primeira categoria, encaminhamentos pedagógicos, os códigos agrupados tratam do incentivo à leitura, datas comemorativas, estereótipos, atividades realizadas em sala de aula, descrição das atividades e uso da tecnologia. Na segunda categoria, participação da comunidade, foram inseridos os códigos que tratam dos bilhetes postados no *Facebook*, parcerias entre escola e comunidade, propagandas do comércio local e enquetes disponibilizadas pela escola.

Resultados

Com base nos critérios pré-definidos: foto de perfil e capa, atividades pedagógicas; descrição das atividades; enquetes; qualidade das fotos e vídeos; participação dos estudantes na elaboração das postagens; encaminhamentos pedagógicos em consonância com as diretrizes curriculares da mantenedora, constatou-se nas mídias sociais das escolas pesquisadas que algumas dessas escolas têm pouca preocupação em organizar a abertura da página deixando-a sem foto tanto na capa quanto no perfil, onde 46% não apresentam essas fotos, 8% usam foto dos estudantes e/ou atividades por eles produzidas como foto de perfil ou capa, 30% apresentam a foto e/ou logomarca da própria escola, 3% tem como foto de capa/perfil algum estereótipo, 3% das escolas apresentam como foto o incentivo à leitura e 3% tem a foto de um estudante em específico, porém, sem que haja comentários sobre essa escolha; 6% apresentaram fotos dos professores e 1% apresenta painel dos pontos turísticos da cidade de Curitiba.

O *Facebook* é utilizado por 19% das escolas como ferramenta para comunicar aos pais sobre determinados eventos. Os bilhetes que são enviados através de agendas também são postados na mídia social, disponibilizando assim, um canal a mais de comunicação com os pais. No entanto, apenas 5,4% das escolas demonstraram, através de suas mídias sociais, a participação dos pais na postagem de materiais.

Apenas 3% das escolas demonstraram preocupação em ter a opinião dos pais em relação ao uso da tecnologia na escola pelos estudantes. Para saber a opinião dos pais, as escolas postaram no *Blog* a enquete e, disponibilizaram o *link* do *Blog* no *Facebook*. Porém, o *link* do *Blog* tem data anterior a 2013, não permitindo o acesso no *Facebook*. Não há postagens recentes que abordam enquetes.

A divulgação de produtos e serviços extraescolares também é encontrada nas mídias sociais de 6% das escolas. Propagandas eleitorais, em 3% e, em 8% das escolas, há postagens de propagandas de comércios da região que fazem parcerias com essas instituições de ensino.

Postagens relacionadas a ações pedagógicas propriamente ditas, também foram

verificadas nas redes sociais das escolas pesquisadas. A leitura demonstra ser um fator de preocupação e que aparece com incentivos nas redes sociais para 16% das escolas. Os professores postaram fotos e/ou vídeos de ambientes pensados e preparados para os momentos de leitura, teatros e outras atividades de produção de textos envolvendo títulos literários. Percebe-se que em 94% das escolas mantém a página da mídia social atualizada. A ênfase das postagens se dá nas Festas Juninas e, em 16%, além da Festa Junina, se percebe que os trabalhos envolvem estereótipos mesmo havendo por parte da mantenedora orientações que visem o rompimento de “padrões pré-definidos que podem levar ao preconceito e à discriminação” (CURITIBA, 2016, p. 14).

Em relação às atividades realizadas em sala de aula contemplando as diferentes áreas do conhecimento (Linguagens, Ciências Humanas, Ciências da Natureza e Matemática), apenas 11% fizeram postagens com atividades realizadas pelos estudantes em sala de aula, assim como, 11% postaram fotos dos estudantes trabalhando com as tecnologias, sendo 8% delas, usando o laboratório de informática, ambiente ainda entendido por algumas escolas como o mais adequado para o uso das tecnologias. De acordo com Papert (1994, p. 41), foi imposto um currículo para o computador, esquecendo-se que as tecnologias são móveis.

Nas análises das postagens foi possível perceber que há pouca ou nenhuma descrição das atividades/eventos realizados. Muitas vezes, há apenas as fotos e/ou vídeos sem descrição, dificultando aos pais ou demais pessoas que acessam tais mídias, o entendimento da postagem.

De todas as escolas que possibilitaram a análise das redes sociais, foi possível perceber que apenas 3% mantém atualizada a página da instituição com postagens significativas de fotos, vídeos, textos informativos, comunicados aos pais, atividades pedagógicas com textos descritivos, favorecendo dessa maneira, a interação entre escola e comunidade.

Em 24% das mídias sociais analisadas, percebe-se que o foco está nos professores, visto que diversas postagens envolvem fotos individuais e/ou coletivas dos docentes em eventos de confraternização ou outra atividade que não envolve os estudantes e tampouco atividades de cunho pedagógico.

Também foi possível verificar que em 100% das escolas as postagens são feitas por algum docente ou funcionário da instituição não tendo a participação dos estudantes. Há instituições escolares que se valem de suas mídias sociais com várias postagens de um mesmo evento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As mídias sociais, quando utilizadas adequadamente, podem ser ferramentas importantes no processo aprendizagem-ensino-aprendizagem, uma vez que são ferramentas usadas no dia a dia pelas crianças e jovens.

Contudo, ao ser utilizada como ferramenta pedagógica, há que se ter critérios estabelecidos para que atinja os objetivos propostos no processo educativo.

Apesar de 97% das instituições de ensino participantes desse estudo se valerem de mídia social, apenas 3% delas mantêm o canal da mídia com atualizações constantes e com fotos/ vídeos envolvendo atividades dos estudantes. A quantidade de escolas que se valem da mídia social como mais um canal de comunicação e interação com os pais também é baixa. Apenas 19% das escolas pesquisadas utilizarem-se da mídia social para, também apresentam os trabalhos realizados pelos estudantes e mantem os pais informados sobre reuniões e demais eventos da instituição. No entanto, somente em 5,4% das escolas os pais também fazem postagens e contribuem com a mídia social, demonstrando dessa maneira que escola e comunidade estão inter-relacionados.

A escola é o ambiente socialmente conhecido como o local em que se ensina e aprende. Contudo, pelas análises realizadas nas 37 instituições de ensino, percebeu-se que em 24% delas, a maior preocupação está em expor postagens de confraternizações, principalmente envolvendo os professores e apenas 11% fizeram postagens envolvendo atividades dos estudantes.

A poluição visual, fotos e vídeos de baixa qualidade, postagens que não estão relacionadas ao processo aprendizagem-ensino-aprendizagem, excesso de postagens de um mesmo evento precisam ser evitados pois, desqualificam o ambiente virtual. Há que se

lembrar que a página da rede social é o “cartão de visita” da instituição.

Ao ser entendida como cartão de visita e ferramenta pedagógica, os mesmos cuidados dispensados na elaboração de planejamentos de ensino, avaliações e outras atividades pedagógicas, também devem ser dispensados quando se alimenta a mídia social.

Os documentos norteadores das práticas pedagógicas precisam ser considerados e respeitados quando da postagem de determinadas atividades, já que essas mídias sociais permitirão aos pais e a todos que as acessarem, visualizar o trabalho que está sendo desenvolvido. É mais uma maneira de “acessar” o interior da instituição.

É aconselhável que cada evento realizado pela instituição de ensino, apresente apenas uma postagem com fotos e/ou vídeos. Para possibilitar a interação e o bom entendimento do que se propõe com as atividades postadas, vale indicar no texto descritivo quem foram os envolvidos, professores que coordenaram a atividade, objetivos propostos, conteúdos trabalhados, áreas do conhecimento envolvidas e, principalmente, como foi o envolvimento dos estudantes.

A participação dos estudantes na discussão e elaboração das atividades e postagens, incluindo fotos, vídeos e textos descritivos é imprescindível porque a mídia social é uma ferramenta também usada para e pela aprendizagem.

REFERÊNCIAS

BRASIL, MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Base Nacional Comum Curricular: educação é a base.** Brasília, 2017. Disponível em http://basenacionalcomum.mec.gov.br/wp-content/uploads/2018/12/BNCC_19dez2018_site.pdf Acesso: 10 fev. 2019

CAMBOIM, Luiza Góes. BEZERRA, Emy Porto. GUIMARÃES, Ítalo José Bastos. **Pesquisando na internet: uma análise sobre metodologias utilizadas em dissertações de mestrado do Programa de Pós Graduação em Ciências da Informação UFPB.** Revista Biblionline, João Pessoa, v. 11, n.2, p. 123 – 134, 2015. Disponível em <<http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/>

index.php/biblio/article/view/25380>. Acesso: 21 jan. 2019.

CASTELLS. Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro. Zahar, 2003.

CURITIBA, Prefeitura Municipal de. **Currículo do Ensino Fundamental 1º ao 9º ano. Volume II**. Secretaria Municipal de Educação. Curitiba, 2016. Disponível <http://multimedia.cidade-doconhecimento.org.br/CidadeDoConhecimento/lateral_esquerda/menu/downloads/arquivos/10349/download10349.pdf> . Acesso em 22 jan. 2019.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro. Editora 34, 1999.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes e redes**. Petrópolis. Vozes, 2014.

PAPERT. Seymour. **A máquina das crianças: repensando a escola na Era da Informática**. Porto Alegre. Artes Médicas, 1994.

PORTO, Tania Maria Esperon. As tecnologias estão nas escolas. E agora, o que fazer com elas? (IN) FANTIN, Monica. RIVOLTELLA, Pier Cesare. **Cultura digital e escola: Pesquisa e formação de professores**. Campinas. Papirus, 2012.

ROCHA, Rozane de Fátima Zaionz da. **A tecnologia no processo ensino-aprendizagem na percepção dos professores das escolas em tempo integral da rede pública municipal de Curitiba**. Tese (Doutorado em Tecnologia e Sociedade). Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, p. 328, 2018. Disponível em: http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/3098/1/CT_PPGTE_D_Rocha%2C%20Rozane%20de%20F%C3%A1tima%20Zaionz%20da_2018.pdf. Acesso: 07 fev. 2019

SAMPIERI, Roberto Hernandez. **Metodologia de pesquisa**. Porto Alegre. Penso, 2013.

VALENTE, Jonas. **Facebook chega a 127 milhões de usuários no Brasil**. Agência Brasil. Brasília. Publicado em 20 jun. 2018. Disponível em <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-07/facebook-chega-127-milhoes-de-usuarios-no-brasil>. Acesso em 18 jan. 2019.

Artigo recebido em: 09/01/2019

Artigo aprovado em: 10/03/2019