

**AS REDES SOCIAIS COMO RECURSO DE ENSINO-APRENDIZAGEM EM
ADMINISTRAÇÃO: A PERCEPÇÃO DE ALUNOS DOS NÍVEIS
FUNDAMENTAL E MÉDIO**

*SOCIAL NETWORKS AS A TEACHING-LEARNING RESOURCE IN
ADMINISTRATION: THE PERCEPTION OF FUNDAMENTAL AND MIDDLE
STUDENTS*

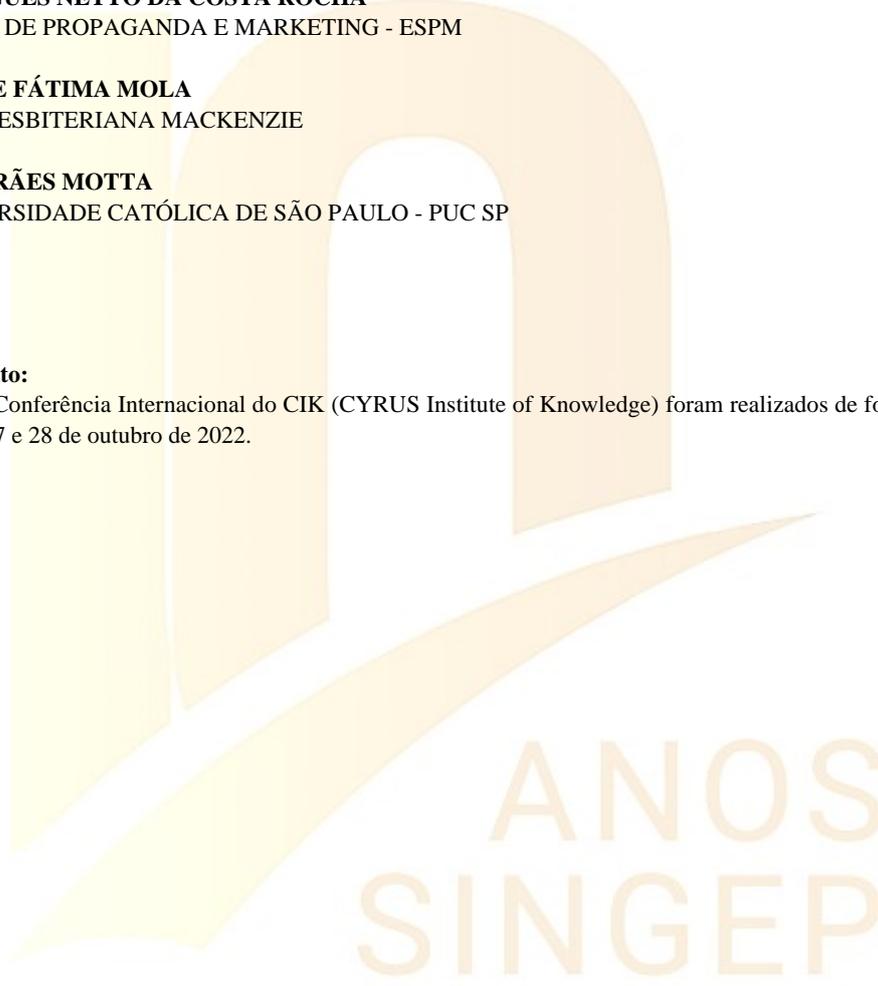
CAMILLA RODRIGUES NETTO DA COSTA ROCHA
ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING - ESPM

IARA CRISTINA DE FÁTIMA MOLA
UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

RODRIGO GUIMARÃES MOTTA
PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO - PUC SP

Nota de esclarecimento:

O X SINGEP e a 10ª Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) foram realizados de forma remota, nos dias 26, 27 e 28 de outubro de 2022.



ANOS
SINGEP

AS REDES SOCIAIS COMO RECURSO DE ENSINO-APRENDIZAGEM EM ADMINISTRAÇÃO: A PERCEPÇÃO DE ALUNOS DOS NÍVEIS FUNDAMENTAL E MÉDIO

Objetivo do estudo

O presente estudo objetiva depreender qual a percepção de alunos de Administração, dos níveis fundamental e médio, no que tange ao uso das redes sociais por parte da própria instituição na qual se dá o seu processo de formação nessa área.

Relevância/originalidade

Embora identificados alguns estudos relativos ao uso das redes sociais no processo de aprendizagem do ensino superior em Administração, nada se localizou em relação a pesquisas que contemplassem a percepção dos alunos de Administração dos níveis fundamental e médio a esse respeito.

Metodologia/abordagem

O artigo adotou o estudo de caso, tendo sido aplicado um questionário a uma amostra de 410 alunos dos ensinos fundamental e médio da Escola Germinare (Instituto J&F). Os resultados foram analisados conforme os pressupostos teóricos extraídos do campo da educação.

Principais resultados

Segundo a percepção dos alunos, as redes sociais relativas à Escola parecem se caracterizar de duas maneiras: como veículos simultaneamente informativos e formativos, além de ainda lhes conferir visibilidade como discentes, dentro e fora do próprio espaço (físico e virtual) da Instituição.

Contribuições teóricas/metodológicas

A pesquisa espera somar àqueles estudos que se debruçam sobre o uso das redes sociais como potenciais recursos no processo de ensino-aprendizagem no contexto de Administração, especialmente no das escolas de nível técnico, sobre as quais nada foi encontrado nesse sentido.

Contribuições sociais/para a gestão

Espera ainda, mediante os resultados apresentados, incentivar a adesão às redes sociais (via um projeto pedagógico próprio) por parte de outras escolas que formem jovens administradores, que também precisarão lidar com as complexidades constitutivas dos avanços da tecnologia, inclusive nas redes sociais.

Palavras-chave: comunicação/educação, ensino-aprendizagem em Administração, tecnologia, redes sociais

*SOCIAL NETWORKS AS A TEACHING-LEARNING RESOURCE IN
ADMINISTRATION: THE PERCEPTION OF FUNDAMENTAL AND MIDDLE
STUDENTS*

Study purpose

The present study aims to understand the perception of Business Administration students, from elementary and middle levels, regarding the use of social networks by the institution itself in which their training process in this area takes place.

Relevance / originality

Although some studies related to the use of social networks in the learning process of higher education in Administration were identified, nothing was found in relation to research that contemplated the perception of Administration students from the fundamental and secondary levels in

Methodology / approach

The article adopted the case study, having applied a questionnaire to a sample of 410 elementary and high school students from Escola Germinare (Instituto J&F). The results were analyzed according to the theoretical assumptions extracted from the field of educommunication

Main results

According to the students' perception, the social networks related to the School seem to be characterized in two ways: as both informative and formative vehicles, in addition to giving them visibility as students, inside and outside the institution's own space

Theoretical / methodological contributions

The research hopes to add to those studies that focus on the use of social networks as potential resources in the teaching-learning process in the context of Administration, especially in the technical level schools, about which nothing was found in this sense.

Social / management contributions

It hopes to encourage adherence to social networks (via its own pedagogical project) by other schools that train young administrators, who will also need to deal with the constitutive complexities of advances in technology, including in social networks.

Keywords: communication/education, teaching-learning in Administration, technology, social networks

1 Introdução

Em 2003, antes de a internet no Brasil completar dez anos desde o início da sua popularização (Pedrosa & Ferreira, 2021), Baccega já partia do entendimento de que, no que se refere à finalidade das tecnologias no âmbito da comunicação, elas servem para ampliar aquelas trocas que, na inexistência delas, se dariam, naturalmente, mediante o uso do aparelho fonador dos interlocutores. À época, ela mencionava, por exemplo, o microfone – para um enunciador se reportar a um auditório –, o rádio – para se alcançar um número bem mais significativo de pessoas (milhares ou milhões delas, alocadas em lugares mais distantes) – a televisão – para que esse alcance também fosse possível por meio de imagem – e a internet – até então ilustrada para a necessidade de que a comunicação se desse em tempo real (Baccega, 2003).

Fato é que, valendo-se dessas ferramentas, a proposta da autora versava a respeito da necessidade de que as tecnologias fossem pensadas como recursos capazes de “amplificar o que queremos dar a conhecer, cujo conteúdo avaliamos como importante” (Baccega, 2003, p. 7) – o que, de outro modo, implica considerar que essas não são ferramentas às quais se possa – e/ou se deva – atribuir valores que as distingam em “boas ou más” por si mesmas.

Passados quase 20 anos desde esse esclarecimento, porém, o que ainda se verifica em muitas discussões, situadas tanto na área da Educação quanto nas mais diferentes esferas de atividade social/discursiva, é que ainda predominam distinções entre “boas ou más” no que diz respeito ao uso de determinadas tecnologias voltadas à comunicação, destacando-se aí o uso das redes sociais no ambiente virtual, sobre o qual este artigo se detém.

Conforme um rápido levantamento no buscador do Google¹ atesta por meio da consulta “redes sociais fazem mal”, são 68.600.000 os resultados identificados sobre esse tema, sendo que a ele estão relacionadas as seguintes pesquisas: (i) “5 perigos das redes sociais”, (ii) “quais são as consequências do mau uso das redes sociais”, (iii) “os perigos das redes sociais – redação”, (iv) “malefícios das redes sociais”, (v) “o impacto negativo das redes sociais em relação à saúde”, (vi) “redes sociais e saúde mental – artigo”, (vii) “problemas nas redes sociais hoje” e (viii) “malefícios das redes sociais para a sociedade”.

Tal como se observa, dos oito resultados sugeridos como continuidade de pesquisa quanto às “redes sociais fazerem mal”, somente um deles (o segundo) diferencia essas redes em si e o “mau uso” que se faz delas. Nos demais casos, contabilizam-se dois “perigos” (i e iii), dois “malefícios” (iv e viii), um “impacto negativo” (v), uma “saúde mental” (vi) e um “problema” (vii) diretamente associados à ferramenta.

Somando-se a esses resultados de pesquisas relacionadas a “redes sociais fazem mal”, matérias como “Instagram é a pior rede social à saúde mental, diz estudo” (Gonsales, 2019), “**Instagram prejudica os jovens?** 4 pesquisas põem rede social na mira” (Lisboa, 2021, grifos destes autores), “Por que as redes sociais fazem tão mal?” (Diário do Grande ABC, 2022) e “6 danos causados pelas redes sociais” (Parazzi, n.d.), apenas para citar algumas, indicam o quanto essa associação “redes sociais = malefícios” tem permeado diversos debates sociais, expressando a preocupação existente a esse respeito. O mesmo, inclusive, já sucedeu em relação à própria televisão (Baccega, 2003).

Se, no entanto, na contramão dessa visão “maniqueísta”, a questão se detém sobre aquilo que se pretende como projeto por meio das tecnologias, estas podem, conforme atestam inúmeras pesquisas, ser também consideradas “aliadas”. Inclusive no que se estende ao projeto pedagógico de uma instituição escolar. Afinal, “se temos um projeto pedagógico que atende às exigências de diálogo, de interação, de respeito a todos os envolvidos, as tecnologias servirão para sua divulgação e operacionalização, atingindo maior número de participantes”, como já esclarecia Baccega (2003, p. 7). Assim, não se trata de, por si sós, elevá-las à condição de “benéficas” – o que configuraria o outro extremo da perspectiva que associa as redes sociais

virtuais aos “perigos”: ocorre que, como parte desse projeto pedagógico bem definido, são muitas as pesquisas que atestam como as redes sociais podem ser bem aproveitadas na área do ensino. E, especificamente em relação àquela que interessa a este artigo, na área do ensino em Administração.

Em “Redes sociais na aprendizagem”, por exemplo, ao empreenderem um estudo envolvendo 363 alunos de 11 licenciaturas de duas escolas do ensino superior (uma cujos cursos são mais orientados para a Educação e, outra, mais para Engenharia e Gestão), Miranda, Morais, Alves e Dias (2011) analisaram o crescente impacto das redes sociais no desenvolvimento dos processos de interação, de formação de grupos de interesse e partilha, bem como na sua utilização nos processos de educação e formação. E, entre os principais motivos que levavam esses discentes a utilizar as redes sociais (Facebook, Hi5, MySpace, Twitter, Orkut, Bebo e outras – MSN, LinkedIn, Netlog, Tagged e Badoo), identificaram o apoio à aprendizagem em terceiro lugar.

Quanto às potencialidades que os estudantes do ensino superior atribuíam às redes sociais como recurso de apoio para essa aprendizagem, em particular, 91% deles fizeram essas atribuições, das quais foram depreendidas cinco categorias: (i) contatos – no caso, o desenvolvimento de relacionamento e de contatos pessoais, tais como aqueles entre eles e os colegas, bem como entre eles próprios e os professores; (ii) discussão – de matérias e de ideias, assim como debates de temas atuais; (iii) recursos – acesso, armazenamento, disponibilização e partilha de recursos diversificados; (iv) usabilidade – facilidade ou rapidez de utilização; e outras – como a ampliação do conhecimento e a melhora da criatividade (Miranda *et al.*, 2011).

Já em “A utilização das redes sociais no processo de aprendizado: um estudo com acadêmicos do curso de Administração”, Bertosso, Pauli, Biazus, Rech e Goulart (2015, p. 9), também partindo do entendimento de que “[...] coletar informações das redes sociais pode ser um excelente meio de ampliar a visão e o debate de determinado assunto, inclusive em atividades pedagógicas”, investigaram se a rede social Facebook, em especial, colaboraria para a discussão do assunto “sustentabilidade” em uma turma de Administração do ensino superior. E, embora, para esses alunos à época, o uso dessa rede específica como ferramenta educacional não tenha sido percebida, houve evidências do quanto o uso das redes sociais “é muito útil e extremamente relevante na discussão de assuntos contemporâneos” (p. 14).

Durante esse levantamento no Google Acadêmico², no entanto, nada se localizou no que tange a pesquisas que contemplassem a percepção dos alunos de Administração dos níveis fundamental e médio a esse respeito – fosse em relação ao Facebook, especificamente, fosse em relação às redes sociais em geral. Nesse contexto, o presente trabalho abrange a continuidade desse tipo de pesquisa, contemplando agora esses outros níveis, mas já se valendo desta oportunidade para ampliar um pouco mais do que originalmente seria a intenção de verificar junto a esses alunos qual a importância que eles confeririam às redes sociais como recursos tecnológicos de apoio à sua aprendizagem em geral. Neste estudo, de modo mais direcionado, o objetivo central consiste em depreender qual a percepção de alunos de Administração, dos níveis fundamental e médio, no que tange ao uso das redes sociais por parte da própria instituição na qual se dá o seu processo de formação nessa área.

Para tanto, adotando-se o estudo de caso, o objeto empírico que viabiliza a análise constitui-se dos resultados de 410 entrevistas realizadas com os alunos da Escola Germinare (Instituto J&F), uma escola de negócios cujo projeto pedagógico está voltado para a formação de tocadores de negócios, mediante a sua formação regular no ensino básico e técnico em Administração de Empresas, abrangendo desde o sexto ano do ensino fundamental até o terceiro ano do ensino médio.

Para ancorar essa análise, a base teórica por meio da qual o estudo se desenvolve segue principalmente a partir de Baccaga (2003, 2005, 2009, 2014, 2015) e de Citelli (2002, 2010,

2014), ambos situados nos estudos advindos da educomunicação, o qual permite que sejam problematizadas as múltiplas atuações das agências de socialização na construção dos sentidos sociais para os sujeitos. Isto porque o campo da comunicação/educação se funda e pensa as atuações das agências – escolas, dos meios de comunicação e da família, discutindo a presença dos meios de comunicação no processo de ensino-aprendizagem, incluindo-se aí a tecnologia.

No que tange à sua organização, para além desta Introdução, o trabalho se desenvolve, a partir do referencial teórico na segunda seção, na qual sobressaem as contribuições oriundas dos estudos dos dois autores já mencionados. Na sequência, dedica-se a terceira seção à metodologia adotada, incluindo-se aí os critérios definidos para a análise dos resultados, que é apresentada logo na seção seguinte. Por fim, passa-se às conclusões, com os seus possíveis encaminhamentos e potenciais contribuições, bem como às referências que tornaram este estudo possível.

2 Referencial teórico

Conquanto as preocupações iniciais com as interfaces entre comunicação e educação datem das primeiras décadas do século XX, os seus desdobramentos são significativos até hoje. Exemplo disso está na criação de novos termos e conceitos para definir essa inter-relação: *media education*, *educación en medios*, *educación para la comunicación*, *comunicação/educação*, *pedagogia da comunicação*, *mídia e escola*, *educomídia*, *educomunicação* (Citelli, 2014).

Quanto às origens dessa aproximação entre Comunicação e Educação nas décadas de 1930 e 1940, Citelli (2002) identifica aí três pensamentos que até então vigoravam e que, com base no já exposto ao longo da Introdução deste trabalho, permite uma aproximação com os dias atuais no que envolve uma visão maniqueísta/reducionista acerca das tecnologias em si mesmas. Primeiro, o pensamento da vulnerabilidade das crianças diante da mídia, segundo o qual a mídia é entendida como “negativa”, “perigosa” – daí o porquê de emergirem os setores da sociedade preocupados em combater esses “malefícios”. Segundo, o reconhecimento de que às crianças corresponderia algum poder de reação, dadas as suas bases familiares, culturais e sociais, incluindo-se a contribuição de professores e especialistas na sua instrumentalização/conscientização. Terceiro, o de que os meios são capazes não só de construir o consenso, mas também de legitimar o poder – o que, por um lado, demanda a necessidade de que haja constante vigilância em relação a eles; por outro, no entanto, não compromete o caráter democrático que cabe à comunicação desfrutar (Sartori, 2011).

Nesse sentido, identificados esses três pensamentos, eis o porquê de a educomunicação se instituir como um ramo específico do conhecimento, inclusive ao se ter em vista que, de lá até aqui, cada vez mais “[...] **o circuito entre as mensagens geradas no pólo dos veículos de comunicação e das novas tecnologias e as salas de aula tende a ficar mais estreito**, malgrado as diferenças de entendimentos filosóficos, conceituais, psicológicos etc.” (Citelli, 2002, p. 103, grifos destes autores).

Versando a esse mesmo respeito, no que tange à construção do campo comunicação/educação, Baccega (2005, p. 383) parte da grande disputa travada entre os meios de comunicação e as tradicionais agências de socialização – escola e família –, cada uma à qual interessa “a hegemonia na influência da formação de valores, na condução do imaginário e dos procedimentos dos indivíduos/sujeitos”. Segundo ela, do entremeio dessa disputa é que a educomunicação emerge como um “novo espaço teórico capaz de fundamentar práticas de formação de sujeitos conscientes”, ou, ainda, como uma “tarefa complexa, que exige o reconhecimento dos meios de comunicação como um outro lugar do saber, atuando juntamente com a escola e outras agências de socialização” (p. 384).

Por definição, portanto, a educomunicação pode ser ainda entendida como

O conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e a fortalecer **ecossistemas comunicativos em espaços educativos presenciais ou virtuais**, assim como a melhorar o coeficiente comunicativo das **ações educativas, incluindo as relacionadas ao uso dos recursos da informação no processo de aprendizagem**. Em outras palavras, a Educomunicação trabalha a partir do conceito de gestão comunicativa (Soares, 2002, p. 24, grifos destes autores).

No que se refere à articulação entre tecnologia, informação e conhecimento considerada à luz da educomunicação (primeira parte desta fundamentação, conforme a Figura 1), Baccega (2003, p. 9, grifos destes autores) explica que, muito embora a tecnologia também possa ser aplicada no sentido de se reproduzir mais do mesmo, é inegável que a ela “se reserva um papel altamente positivo”, o qual diz respeito “à possibilidade, que é da natureza dela, de constituir-se na **base de um processo de construção coletiva de conhecimentos**, que tem sido divulgado como **conhecimento em rede**”.

Por essa razão, conforme adverte ela, é que se torna impossível continuar considerando a existência de indivíduos cujos saberes seriam suficientes para que eles dessem conta do que acontece no dia a dia de uma realidade marcada pela complexidade atual (a exemplo do que se poderia estimar em relação a “elites de pensadores”, “chefes totalitários” ou mesmo “professores que trabalham isoladamente”) (Baccega, 2003, p 10). E o mesmo se estende à escola: no campo da comunicação/educação, é consenso que já está ultrapassada a questão de se incorporar ou não a tecnologia no processo de ensino-aprendizagem.

Para a autora, hoje é necessário que “[...] o conhecimento seja uma construção coletiva, que, ainda que se dê a partir de entradas específicas [...], certamente necessita da colaboração dos outros campos de conhecimento, os quais se metassignificam nesse diálogo inter-campos” (Baccega, 2003, p 10, grifos destes autores). E, acrescenta ela, “[...] Se é verdade que tal diálogo, tal interação pode se dar através de instituições, de reuniões, também fica evidente que **a presença da Internet estimulará esse intercâmbio, esse compartilhamento [...]**”.

Assim, pensar o processo de ensino-aprendizagem na ótica do campo da educomunicação tem duas implicações. A primeira delas consiste no fato de que a complexidade de fundamentar práticas de formação de sujeitos conscientes “exige o reconhecimento dos meios de comunicação como um outro lugar do saber, atuando juntamente com a escola” (BACCEGA, 2004, p. 16). A segunda, no fato de que, sendo diversas as interfaces entre comunicação/educação, há que se evitar deixar a tecnologia cair em uma leitura do moralismo rasteiro – ou, igualmente, numa espécie de salvacionismo ancorado nos imperativos das tecnologias com acenos ao fim da escola e do professor (Citteli, 2015).

O processo de ensino-aprendizagem, portanto, não está à margem da ampliação nem tampouco da diversificação dos sistemas e processos comunicacionais contemporâneos: antes, é tarefa da escola incorporar e lidar com a nova cultura midiática, a partir dos seus novos desafios e, também, das novas possibilidades que elas conferem à educação formal. Esses, então, são novos desafios e novas possibilidades que se caracterizam de duas formas, simultaneamente: ao mesmo tempo que (i) passam pelo uso de dispositivos, suportes e linguagens potencialmente aptos para tornar o processo de ensino-aprendizagem mais dinâmico, envolvendo desde os discursos postos em circulação em mídia até as estratégias de ensino a distância, (ii) deslocam o próprio conceito de educação, antes afeito quase que exclusivamente à sala de aula, e que agora abrange níveis formais e informais com forte presença dos meios de comunicação (Citteli, 2014). Entre eles, as redes sociais (segunda parte desta fundamentação, conforme a Figura 1).



Figura 1 – Síntese da fundamentação teórica na qual se apoia este trabalho.

Em obra intitulada “A utilização das redes sociais na Educação”, Lorenzo (2013, p. 20) parte do entendimento de que o surgimento e a utilização de novas tecnologias, entre as quais menciona as redes sociais, “contribuem para despertar o interesse dos alunos a participar mais ativamente das tarefas propostas”. Por definição, explica que “[...] a rede social é uma das formas de representação dos relacionamentos afetivos ou profissionais dos seres entre si, em forma de rede ou comunidade”, por intermédio da qual se dá o compartilhamento de ideias, informações e interesses.

No caso das redes sociais na internet (como Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, TikTok – este último, um dos mais recentes e mais populares entre os adolescentes), ele se refere às “relações interpessoais mediadas pelo computador”, que “acontecem através da interação social em busca da comunicação” (Lorenzo, 2013, p. 20).

Apoiando-se em Recuero (2009, p. 69), para quem elas são “um conjunto de atores e suas relações”, Lorenzo (2013, p. 20) sintetiza que “as redes sociais seriam todas as afinidades em sites de relacionamento que envolvam os usuários em perfis que permitem a aproximação desses usuários em comunidades a que estão conectados pelos mesmos interesses na rede”. Nessa direção, consoante Araújo e Leffa (2016, p. 16, grifos destes autores), é que as redes sociais podem ser vistas como aquelas que funcionam “como **recursos para transformar o mundo, principalmente na área da educação**”.

3 Metodologia

A abordagem metodológica adotada neste artigo consiste no estudo de caso. Isto porque, em decorrência do objetivo estabelecido, entendeu-se que qualquer outro recurso metodológico não seria o mais apropriado, uma vez que a situação de pesquisa se evidencia como aquela bem descrita por Yin (2002, p. 13), para quem “os limites entre o fenômeno e o contexto não são claros e o pesquisador tem pouco controle sobre o fenômeno e o contexto”. Em consonância com o autor, o estudo de caso possibilita que os investigadores indaguem “como” ou “por que” o fenômeno analisado acontece, tal como se pretende nesta investigação.

3.1 A fonte da qual o *corpus* foi extraído

Mantida por um grupo corporativo privado – o J&F Investimentos – e inaugurada em 2010, a Escola Germinare (Instituto J&F) é, conforme se antecipou, uma organização sem fins lucrativos voltada à formação regular na educação básica e no ensino técnico em Administração de Empresas para estudantes entre o sexto ano do ensino fundamental e o terceiro ano do ensino médio.

Como missão por ela própria apresentada, a Germinare atua para se tornar referência na formação de cidadãos capazes de, com excelência, autonomia e senso de responsabilidade, transformar o seu futuro sendo gestores ou técnicos em desenvolvimento de aplicativos orientados para Negócios, todos devidamente preparados para os desafios da sua vida pessoal e profissional (Escola Germinare, 2022).

Assim, a proposta pedagógica do Instituto – que “prevê o pleno desenvolvimento do estudante, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho” – é ser uma escola de negócios, assentando-se em uma formação híbrida dos alunos (acadêmica e técnica), abrangendo, para tanto, “o desenvolvimento de habilidades e competências demandadas pelo mundo do trabalho, como liderança, orientação para resultados, capacidade de inovação, visão sistêmica e conduta ética, com uma educação de alta qualidade conectada com a realidade empresarial” (Escola Germinare, 2022).

Sob essa orientação é que, ao longo da sua trajetória escolar, em todos os anos, os alunos têm aulas nas áreas de conhecimento da educação básica (o “currículo acadêmico”, envolvendo Linguagens, Ciências da Natureza, Ciências Humanas e Sociais e Matemática), bem como nas áreas das “Academias de Ensino” (cujos conteúdos constituem o “currículo da gestão”): as Academias Seara Flora, Swift, Friboi, Original e PicPay. Próprias da Germinare, essas são cinco Academias que personificam cada pilar de negócio no qual o grupo mantenedor da Escola atua (respectivamente, Bens de Consumo, Finanças, Tecnologias, *Commodities* e Varejo). Por meio da intersecção entre um currículo e outro é que a Escola almeja formar essas jovens lideranças que, protagonistas dos seus projetos de vida, venham a ser profissionais transformadores (Escola Germinare, 2022).

3.2 A Germinare (Instituto J&F) nas redes sociais

No que se refere às redes sociais da Escola e das Academias a ela relacionadas, constatou-se que elas perfazem quatro perfis/contas no total, conforme demonstrado no Quadro 1: a Escola Germinare, as Academias Germinare, a Academia Seara Flora e a GerminaTECH. Quanto às redes sociais nas quais esses quatro perfis/contas estão presentes, somam-se os(as) seis seguintes: Instagram, Facebook, YouTube, Spotify, TikTok e LinkedIn.

Redes Sociais	Escola Germinare	Academias Germinare	Academia Seara Flora
Instagram	Data de início: 24/06/2013	Data de início: 02/08/2021	Data de início: 07/06/2021
	Seguidores: 21.800	Seguidores: 2.665	Seguidores: 2.278
Facebook	Data de início: 05/06/2013	Data de início: 21/07/2021	Data de início: 07/06/2021
	Seguidores: 10.958	Seguidores: 355	Seguidores: 189
YouTube	Data de início: 06/05/2015	-----	Data de início: 24/09/2021
	1.800 inscritos; 44.022 visualizações	-----	213 inscritos; 2.176 visualizações
	-----	-----	Data de início: 02/10/2021

Spotify	-----	-----	Seguidores: 29
TikTok	Data de início: 11/05/2022	-----	Data de início: 07/06/2022
	Seguidores: 1.104	-----	Seguidores: 53
LinkedIn	Data de início: 06/2021	-----	Data de início: 21/06/2021
	Seguidores: 2.836	-----	Seguidores: 337

Quadro 1 – Redes sociais relativas à Escola Germinare.

Conforme se verifica ainda no Quadro 1, o maior número de seguidores é encontrado na conta da Escola Germinare (Instituto J&F) no Instagram (coluna 2, linha 1), com 21.800. Além disso, verifica-se também que a adesão da Escola às redes sociais (por meio do Instagram e do Facebook em 2013) já contabiliza nove anos, o que aponta na direção de que, para essa instituição, desde 2013, a questão de se incorporar ou não a tecnologia no processo de ensino-aprendizagem já estava ultrapassada (Baccega, 2003). Desde então, outras redes foram sendo incorporadas à sua comunicação junto à comunidade escolar (o YouTube, em 2015; o LinkedIn, em 2021; e o TikTok, em 2022). Acerca do TikTok, todavia, importa destacar que ele é ulterior ao questionário aplicado junto aos estudantes, em 2021.

Outra observação diz respeito ao fato de que, embora exista uma conta/perfil para todas as Academias de Ensino (coluna 3), uma delas tem a sua própria: a Academia Seara Flora (coluna 4) – uma iniciativa que, de acordo com o que estes autores puderam levantar, busca dar visibilidade ao trabalho desenvolvido pela Seara Flora, que adota uma metodologia de ensino-aprendizagem específica junto aos alunos: o caso de ensino. Mais especificamente, ao se utilizar de uma conta/perfil próprio nas redes sociais, a intenção estratégica de atuação prevista por ela se baseia em três pilares: (i) foco no aluno, no qual busca, por intermédio de postagens frequentes acerca das frentes de atuação da Academia Seara Flora, agregar conteúdos que contribuam na formação do tocador de negócio; (ii) foco acadêmico, no qual auxilia na construção de autoridade acadêmica, reforçando a metodologia caso de ensino; e (iii) foco no negócio, no qual amplia a proximidade com o negócio (com as empresas do grupo) por meio de conteúdos autorais conectados com a prática.

No geral, tal como o conteúdo do próprio quadro sugere, a adesão da Germinare (Instituto J&F) e das suas Academias às redes sociais permite, como ponto de partida, que se estabeleça uma relação ela e a proposta visada pela educomunicação, no sentido de serem criados e fortalecidos “ecossistemas comunicativos em espaços educativos presenciais ou virtuais”, melhorando-se “o coeficiente comunicativo das ações educativas, incluindo as relacionadas ao uso dos recursos da informação no processo de aprendizagem” (Soares, 2002, p. 24, grifos destes autores). Contudo, embora a iniciativa da instituição nessa direção também incentive uma investigação mais minuciosa, neste estudo o que se privilegia é a percepção dos seus alunos a esse respeito, por meio da qual se estima que a presença da Escola nas redes sociais como recurso no processo de ensino-aprendizagem em Administração também possa ser apreendida ao final.

3.3 Coleta dos dados e critérios de análise

O instrumento de coleta de dados consistiu em um questionário elaborado na plataforma *on-line* Survey Monkey com oito questões (sete fechadas e uma aberta), das quais foram destacadas cinco para esta investigação. Tal como já se antecipou, esse questionário foi aplicado a 410 estudantes da Escola Germinare (Instituto J&F), os quais não foram distinguidos entre alunos do ensino fundamental e alunos do ensino médio, uma vez que, para fins deste estudo, interessava a percepção dos alunos dessa instituição em todo o seu conjunto.

A propósito das perguntas, optou-se pela sua reprodução na próxima seção, a fim de que elas pudessem ser contextualizadas concomitantemente à análise dos resultados. Quanto à análise, com base nas duas implicações sobre o processo de ensino-aprendizagem pensado na ótica do campo da educomunicação, bem como tomados os desafios e as possibilidades que o caracterizam (Baccega, 2004; Citelli, 2014, identificou-se a possibilidade de uma adaptação para a formulação de duas categorias de análise: por parte dos alunos da Germinare, (i) o reconhecimento das redes sociais da instituição escolar como um outro lugar do saber e (ii) o entendimento das redes sociais da instituição escolar como mais um recurso de formação.

4 Resultados e Análise dos Resultados

Para efeito de melhor organização e alcance do objetivo geral, esta seção foi dividida em duas partes, cada qual correspondente a uma das categorias de análise.

4.1 Sobre o reconhecimento das redes sociais da instituição escolar como um outro lugar do saber

Para efeito de sondagem, antes de se passar propriamente às Academias de Ensino, a primeira pergunta direcionada aos alunos foi se eles concordavam com a seguinte afirmação: “As redes sociais são uma importante ferramenta para que você obtenha informações a respeito das marcas (Seara, Original, PicPay, Friboi e Swift)”. Por meio dessa questão, o que se buscou verificar foi, justamente, se os discentes da Escola Germinare (Instituto J&F) manifestavam alguma adesão às redes sociais como recurso por meio do qual se abasteceriam/abasteciam de informações relativas às marcas associadas a cada Academia.

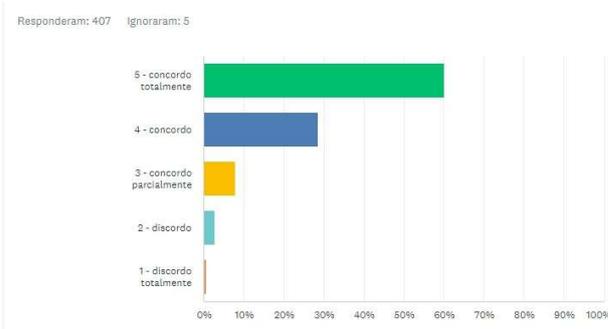


Gráfico 1 – Importância das redes sociais para o contato com as marcas das Academias de Ensino.

Conforme o Gráfico 1 permite observar, somando-se aqueles que concordaram parcialmente, aqueles que concordaram e aqueles que concordaram totalmente, foram 96,5% os alunos que, em maior ou menor intensidade, declararam se manter informados a respeito das marcas Seara, Original, PicPay, Friboi e Swift por meio das redes sociais.

Nesse sentido, estima-se que, uma vez que os estudantes indiquem diretamente esse tipo de interesse nas redes, acompanhando/“seguindo” por meio delas as atualizações referentes a essas cinco empresas, eles também estão indicando, indiretamente, o uso dessas redes como uma ferramenta de aprendizagem. Afinal, uma vez que, situado no ambiente virtual, o contato com o universo dessas marcas se estende para além daquilo que é abordado sobre cada uma delas (bens de consumo não duráveis, varejo, *comodities*, financeiro e tecnologia) nos limites do espaço físico ao qual a instituição está circunscrita, considera-se que aí está identificado, por extensão, um recurso capaz de ratificar e/ou de complementar e/ou de prolongar o

conhecimento promovido em sala de aula. Logo, um recurso capaz de promover “conhecimento em rede” (Baccega, 2003), alcançando não apenas, mas também os alunos.

Em relação à segunda pergunta, questionou-se dos estudantes se eles concordavam com esta outra afirmação: “*Eu considero importante que a Germinare e as suas Academias de Ensino da Escola Germinare tenham perfis nas redes sociais*” – uma pergunta, portanto, que buscava averiguar se eles atribuíam ou não algum grau de importância a essa presença virtual.

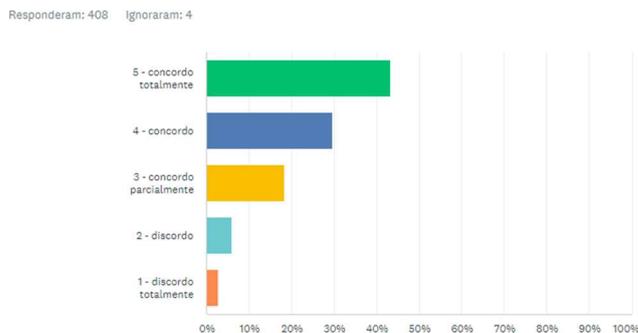


Gráfico 2 – Importância da presença das Academias de Ensino nas redes sociais.

Tal como se verifica no Gráfico 2, somando-se aqueles que concordaram parcialmente, aqueles que concordaram e aqueles que concordaram totalmente, foram 93% os alunos que, em maior ou menor intensidade, declararam entender a importância de que as cinco Academias de Ensino, para além do próprio espaço da Germinare, estejam também presentes nas redes sociais.

Retomando-se o Quadro 1, uma aproximação que pode ser feita é a do próprio número de seguidores de uma das Academias em especial, a Academia Seara Flora (coluna 4). Considerando-se, por exemplo, a data do seu ingresso no Instagram (7 de junho de 2021), observa-se que, até a data de conclusão deste artigo (aproximadamente um ano depois), ela já ultrapassa 2.200 seguidores, um número que extrapola a quantidade somada de alunos da Germinare tanto em 2021 (ano de aplicação do questionário) quanto em 2022 (ano de elaboração desta pesquisa). Mas um número que os contempla também.

Assim, ao se ter em vista a inexistência de qualquer conteúdo patrocinado ou de investimento de mídia para a divulgação dessa conta/perfil, deduz-se que esse número de seguidores foi conquistado organicamente. E, dado ser majoritariamente composto por alunos da Escola, ele indica, na prática, o quanto os estudantes conferem importância a essa presença virtual. Inclusive pelo fato de que o mesmo se repete em relação à conta das Academias Germinare (coluna 3), criada em agosto de 2021, ainda menos presente em outras redes.

4.2 Incorporação das redes sociais no processo de ensino-aprendizagem específico da Escola

Passando à adesão às redes sociais por parte da Escola Germinare (Instituto J&F) e das suas Academias de Ensino e a sua relação no processo de ensino-aprendizagem dos alunos, a terceira pergunta que lhes foi direcionada consistiu em saber se concordavam com a seguinte afirmação: “*Eu utilizo as redes sociais da Germinare e das suas Academias como um recurso de aprendizagem*”.

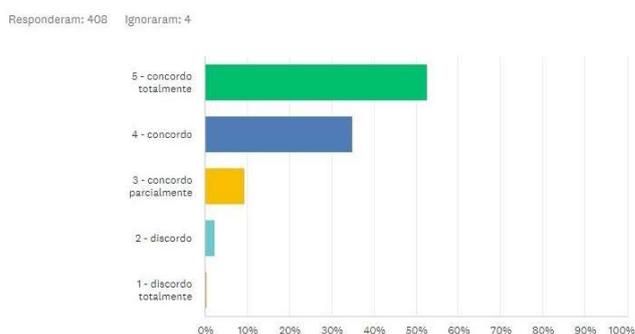


Gráfico 3 – Uso das redes da Germinare e das suas Academias como recurso de aprendizagem.

Consoante o Gráfico 4 demonstra, somando-se aqueles que concordaram parcialmente, aqueles que concordaram e aqueles que concordaram totalmente, foram 91% os alunos que, em maior ou menor intensidade, expressaram o seu entendimento das redes sociais das Academias de Ensino como um recurso de aprendizagem – o que reitera o deslocamento da ideia de educação, antes associada quase que exclusivamente à sala de aula (Citelli, 2014), para um lugar junto aos meios de comunicação nos quais se encontra o uso de tecnologias como as redes sociais.

Em relação à quarta pergunta – “*Você concorda que as redes sociais da Germinare e das suas Academias buscam conferir visibilidade aos alunos, comunicando as suas participações nas aulas e/ou em outras atividades por meio de vídeos e depoimentos?*” –, ela foi elaborada por se ter em vista a apropriação dessas redes sociais por parte das Academias de Ensino da Germinare (Instituto J&F) para tornar conhecidas as atividades desempenhadas pelos próprios alunos.

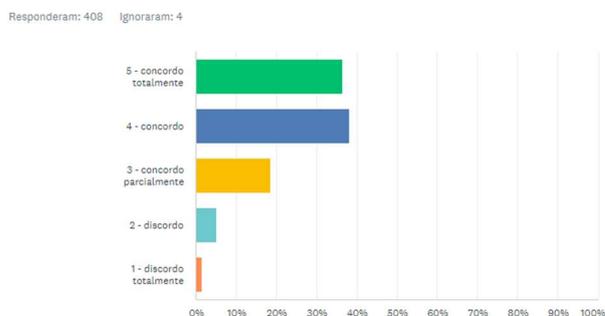


Gráfico 4 – Visibilidade dada aos alunos pelas redes sociais das Academias.

Tal como ilustra o Gráfico 4, somando-se aqueles que concordaram parcialmente, aqueles que concordaram e aqueles que concordaram totalmente, foram 93% os respondentes que declararam enxergar relevância nessa visibilidade que as redes sociais das Academias buscam promover a respeito dos próprios alunos, comunicando as suas participações nas aulas e nas demais atividades propostas, por meio da gravação de vídeos e depoimentos.

Conforme já assinalado, a tecnologia atravessa as relações sociais (Baccega, 2003), sendo que, hoje, experimenta-se uma cultura na qual a visibilidade midiática gera impacto – a cultura do “curtir”, do “comentar”, do “compartilhar”. Em vista disso, o processo de ensino-aprendizagem em Administração também ganha relevância para esses alunos aos lhes conferir visibilidade, tanto dentro da própria comunidade escolar na qual estão inseridos quanto para além dela, uma vez que o alcance de cada publicação não pode ser antecipado.

Por fim, a quinta pergunta endereçada aos alunos foi: “*Considerando o seu acompanhamento das redes sociais oficiais da Escola Germinare (Escola + Academias), de quais formatos/conteúdos você mais gosta?*”.

Mais do que simplesmente “predileções individuais”, daquelas que poderiam ser aplicadas a quaisquer levantamentos envolvendo redes sociais em geral (no sentido de potencializar o alcance do conjunto de publicações produzido em cada conta/perfil), o que estes pesquisadores pretenderam identificar por meio dessa última pergunta foi qual(quais) desses conteúdos e/ou formatos seriam/são, na percepção dos próprios alunos, aqueles mais efetivos para se continuar fomentando o seu processo de ensino-aprendizagem por meio das redes sociais. Afinal, além da desconstrução da ideia de educação como processo delimitado à sala de aula, a ampliação desse processo no que tange ao uso das tecnologias implica, entre outras coisas, tornar o ensino-aprendizagem mais dinâmico (Citelli, 2014).

OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS	
▼ Prefiro conteúdos interativos com alunos e professores, em formatos como reels e vídeos	35,38%	144
▼ Gosto de conteúdos escritos, que tragam informações mais profundas e detalhadas	11,30%	46
▼ Adoro fotos: das aulas, dos nossos colegas, das atividades que desenvolvemos	15,72%	64
▼ Aprecio notícias internas (nossa agenda) ou externas (sobre o mercado, Brasil e mundo)	5,90%	24
▼ Adoro memes	23,10%	94
▼ Gosto de entrevistas, com profissionais das empresas e equipe das Academias	8,60%	35
TOTAL		407

Quadro 2 – Preferências dos alunos em relação aos conteúdos e formatos das publicações da Germinare.

Tal como apresentado no Quadro 2, no conjunto das respostas dos participantes, destacaram-se os “conteúdos interativos com alunos e professores em formato de *reels* e vídeos” (35,38%), seguido por memes (23,10%) e fotos das aulas, dos colegas e das atividades desenvolvidas (15,72%) todos eles, portanto, conteúdos/formatos já utilizados pela Escola Germinare (Instituto J&F). Nesse sentido, a prevalência de *reels* e de vídeos com interação – ou ainda de memes e fotos – ante os conteúdos escritos com informações mais profundas e detalhadas, ou mesmo entrevistas com profissionais ou notícias, atesta para a importância que o sentido de “rede” ganhou na esfera digital. Além disso, o resultado também recupera a contribuição das redes sociais para a Educação já defendida por Lorenzo (2013), quanto a incentivar a participação mais ativa dos alunos nas tarefas propostas: para a maioria dos alunos da Germinare (Instituto J&F), o conteúdo interativo parece ser um diferencial.

Aqui, inclusive, diferentemente do que se verificou em relação às demais perguntas (nas quais o espaço para comentários esteve presente, mas não em caráter obrigatório), foram acrescentados comentários espontâneos por partes dos respondentes, registrando sugestões daquilo que eles gostariam de encontrar em maior quantidade nas redes sociais das Academias de Ensino, tal como destacado a seguir. Conforme se verifica nos trechos destacados, a predileção por essa “interação” (também traduzida como “dinamismo”, no primeiro excerto) é explicitada nesses registros:

“Gostaria de ver conteúdos apresentados em formatos de vídeos, que são mais dinâmicos e prendem mais a atenção de quem está vendo. Além disso, podcasts e vídeos com curta duração seria interessante”.

“Posts interativos e vídeos práticos do que vemos em aulas (teoria)”.

“Fotos e vídeos interativos”.

“Memes, Conteúdos Das Aulas, Alguns Momentos Das Aulas, Interações, Dentre Outros”.

De modo geral, o que a percepção dos alunos acerca das redes sociais da Escola Germinare (Instituto J&F) permite depreender é que, de volta à Baccega (2003) logo na Introdução deste trabalho, como ferramentas tecnológicas a serviço da comunicação, essas redes realmente servem para maximizar aquelas trocas que, na inexistência delas, se dariam naturalmente mediante o uso do aparelho fonador dos interlocutores – nesse caso, em sala de aula. De modo mais específico, porém, essas redes às quais a Escola de Negócios aderiu no processo de ensino-aprendizagem de estudantes de Administração preparados para atuar como futuros “tocadores de negócios” parecem, ainda com base na percepção dos seus próprios alunos, se caracterizar de duas maneiras: como veículos simultaneamente informativos e formativos.

No contexto imediato do processo de ensino-aprendizagem facultado indiretamente, essas redes sociais oficiais da Germinare parecem manter os discentes informados em relação ao que envolve a sua própria atuação como Escola, assim como a atuação das Academias de Ensino e os seus respectivos projetos, a atuação dos professores dentro dessas Academias e os conteúdos por eles ministrados, e até mesmo os conteúdos por eles não ministrados em sala de aula, mas que se apresentam em caráter complementar por meio dessas publicações sobre conteúdos correlacionados mediante diferentes formatos – caso, por exemplo, das entrevistas com profissionais das marcas, etc.

Já num “contexto macro de ensino”, por assim dizer, essas redes os mantêm informados sobre os acontecimentos envolvendo o próprio mercado, no Brasil e no mundo, uma vez que as Academias estão diretamente vinculadas às marcas que as identificam no seu próprio nome (Seara Flora, Swift, Friboi, Original e PicPay), instrumentalizando os alunos por meio de um conhecimento aplicado a esses segmentos (Bens de Consumo não Duráveis, Varejo, *Commodities*, Finanças e Tecnologia).

Logo, por meio desses conteúdos, aos quais também se soma a viabilização da interação entre alunos e professores e entre os próprios alunos entre si, é que (direta e indiretamente) essas redes sociais oficiais da Germinare também se constituem como mais um canal de comunicação que também os forma, além de ainda lhes conferir visibilidade como discentes, dentro e fora do próprio espaço (físico e virtual) da instituição.

5 Conclusão

Voltado a depreender qual a percepção de alunos de Administração, dos níveis fundamental e médio, no que tange ao uso das redes sociais por parte da própria instituição na qual se dá o seu processo de formação, este trabalho se valeu da participação de 410 estudantes da Escola Germinare, ancorando-se nos pressupostos teóricos oriundos do campo da comunicação/educação a fim de alcançar tal objetivo.

Conforme os resultados permitem concluir sob a perspectiva teórica, a adesão da própria instituição escolar às redes sociais vai ao encontro do que propõe a educomunicação, ao preconizar que também competem à escola as tarefas de incorporar e de lidar com a nova cultura midiática, bem como com todos os desafios daí decorrentes, a exemplo das redes sociais virtuais.

Quanto ao que a análise permitiu constatar mediante o estudo de caso, a percepção da quase totalidade dos discentes corrobora a necessidade de se pensar a convergência entre o campo da comunicação/educação, o ensino-aprendizagem em Administração – mesmo para os níveis fundamental e médio – e o uso de tecnologias como recursos capazes de contribuir para

o sucesso do projeto pedagógico, tal como no caso das redes sociais. Afinal, estas podem, como se observou neste trabalho, informar e formar simultaneamente, constituindo-se tanto como um prolongamento de um mesmo espaço do saber quanto como um outro lugar do saber.

Em vista disso, no que tange às suas potenciais contribuições, espera-se que este estudo possa se somar não apenas ao conjunto daqueles que se debruçam sobre o tema do uso das redes sociais na Educação, como também ao daqueles que as investigam no contexto do ensino-aprendizagem em Administração, em particular. E, nesse sentido, que possa servir à reflexão de outras escolas (entre as quais, as de Administração de nível técnico) que, porventura, ainda não entendam a adesão às redes sociais como uma necessidade. Ou que, embora já tenham criado suas contas/perfis em uma e/ou outra rede, não consideram a necessidade de uma “presença digital” orientada, por exemplo, pela definição de uma periodicidade de publicações. Ou que, embora sejam atuantes nas redes sociais, focam muito mais na divulgação das suas atividades para o público externo à instituição do que na comunicação (também) voltada para a própria comunidade escolar. Ou, ainda, que não tenham até agora identificado nas redes sociais um recurso que possa se constituir não apenas como “mais um meio de comunicação” junto aos próprios alunos, mas também como uma ferramenta a mais no processo de formação deles.

Ademais, estima-se que este trabalho possa ser útil a outras escolas de nível superior, com a ressalva de que, para essas, sugere-se que sejam antes empreendidas pesquisas nas quais possam ser levantadas as percepções específicas desse outro grupo de alunos, dada a diferença que pode haver por parte das respostas do público adulto matriculado nos cursos de graduação em Administração e aquele da faixa etária aqui contemplada, nos ensinamentos fundamental e médio.

Ainda como encaminhamentos possíveis, sugere-se, por fim, que a análise aqui iniciada possa ser estendida, por meio de pesquisas qualitativas e/ou quantitativas, à percepção dos docentes e gestores do ensino no que se refere ao uso das redes sociais como ferramenta de formação na própria Germinare, especialmente quando se tem em vista a formação de jovens que, profissionalmente, também precisarão lidar com as complexidades constitutivas dos próprios avanços da tecnologia e dos seus respectivos usos, inclusive dentro das redes sociais virtuais.

Referências

Araújo, J., & Leffa, V. (2006) Conectando os autores na rede. In Araújo, J; Leffa, V. (Org.). *Redes sociais e ensino de línguas: o que temos para aprender?* São Paulo: Parábola Editorial. 9-16.

Baccega, M. A. (1999). A construção do campo Comunicação/Educação. *Comunicação & Educação*, (14), 7-16. Recuperado em 31 julho, 2022, de <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36838>

Baccega, M. A. (2009). Comunicação/educação e a construção de nova variável histórica. *Comunicação & Educação*, 14(3), 19-28. Recuperado em 31 julho, 2022, de <https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/43579/47201>

Baccega, M. A. (2014). Comunicação e consumo: educação e cidadania. In Melo Rocha, R.; Orofino, M. I. (Orgs.). *Comunicação, consumo e ação reflexiva: caminhos para a educação do futuro*. Porto Alegre: Sulina. 189-204.

- Baccega, M. A. (2005). Comunicação/Educação: um campo em acção. *Actas do III Sopcom*, VI Lusocom e II Ibérico. Recuperado em 31 julho, 2022, de <https://www.sopcom.pt/actas/baccega-maria-comunicacao-educacao-campo-accao.pdf>
- Bertosso, H.; Pauli, J. P., Biazus, L., Rech, C., & Goulart, C. A. (2015). A utilização das redes sociais no processo de aprendizado: um estudo com acadêmicos do curso de administração. *Educação, Ciência e Cultura*, 20(1). Recuperado em 31 julho, 2022, de <https://svr-net15.unilasalle.edu.br/index.php/Educacao/article/view/2236-6377.15.1>
- Citelli, A. (2002). Comunicação e Educação: aproximações. In Baccega, M. A. *Gestão de processos comunicacionais*. São Paulo: Atlas. 101-112.
- Citelli, A. (julho 2010). Comunicação e educação: convergências educacionais. *Revista Comunicação, Mídia e Consumo*, 7(19), 67-85. Recuperado em 31 julho, 2022, de <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/195>
- Citelli, A. (2014) Comunicação e educação. In Baccega, M. A.; Citelli, A.; *et. al.* (Orgs.). *Dicionário da comunicação: escolas, teorias e autores*. São Paulo: Paulus. 65-74.
- Diário do Grande ABC. Por que as redes sociais fazem tão mal? *Diário do Grande ABC*, [s.l.], 19 abr. 2022. Tecnologia. Recuperado em 31 julho, 2022, de <https://www.dgabc.com.br/Noticia/3851244/por-que-as-redes-sociais-fazem-tao-mal>
- Escola Germinare. *Regimento escolar 2022*. Recuperado em 31 julho, 2022, de <http://www.escolagerminare.org.br/wp-content/uploads/2018/01/Regimento-Escolar-2022.pdf>
- Gonsales, T. Instagram é a pior rede social à saúde mental, diz estudo. *Minha Vida*, [s.l.], 7 ago. 2019. Bem-Estar. Recuperado em 31 julho, 2022, de <https://www.minhavidacom.br/materias/materia-18994>
- Lisboa, A. Instagram prejudica os jovens? 4 pesquisas põem rede social na mira. *Canal Tech*, [s.l.], 9 nov. 2021. Recuperado em 31 julho, 2022, de <https://canaltech.com.br/redes-sociais/instagram-prejudica-os-jovens-4-pesquisas-poem-rede-social-na-mira-201098/>
- Lorenzo, E. W. C. M. (2013). *As redes sociais na Educação*. Rio de Janeiro: Editora Clube de Autores.
- Miranda, L., Moraes, C., Alves, P., & Dias P. Redes sociais na aprendizagem. In Barros, D. M. V. *et al.* (Org.). *Educação e tecnologia: reflexão, inovação e práticas*. Lisboa: [s.n.], 2011. Recuperado em 31 julho, 2022, de https://repositorioaberto.uab.pt/bitstream/10400.2/5021/1/EBook_RedessociaisAprendizagem.pdf
- Parazzi, M. 6 danos causados pelas redes sociais. *Marcelo Parazzi*, [s.l.], [n.d.]. Blog. Recuperado em 31 julho, 2022, <https://www.marceloparazzi.com.br/blog/6-danos-causados-pelas-redes-sociais>
- Pedrosa, L.; Ferreira, L. C. (2021). Como era a internet no Brasil antes da comercialização. *Agência Brasil*, Brasília, 4 mai. 2021. Recuperado em 31 julho, 2022, de

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-04/como-era-internet-no-brasil-antes-da-comercializacao>

Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina.

Sartori, A. S. Educomunicação e sua relação com a escola: a promoção de ecossistemas comunicativos e a aprendizagem distraída. In Barros, D. M. V. *et al.* (Org.). *Educação e tecnologia: reflexão, inovação e práticas*. Lisboa: [s.n.], 2011. Recuperado em 31 julho, 2022, de https://docs.google.com/file/d/0B-5eZJosO_E1WGYtTDRlaXdyeHc/edit?usp=sharing

Silverstone, R. (2002). *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Loyola.

Soares, I. de O. (2002). Gestão comunicativa e educação: caminhos da educomunicação. In *Revista Comunicação & Educação*, Salesiana: São Paulo, n. 23, 16-25.

Yin, R. K. *Case study research: design and methods*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2002.

Notas

1. Acesso em www.google.com.
2. Acesso em <https://scholar.google.com.br/?hl=pt>.