Universidade Lusófona - Centro Universitário Lisboa
Faculdade Ciências Sociais, Educação e Administração
Instituto de Educação
Doutoramento em Educação

Educação e Comunicação na Era Digital: Estratégias e Desafios para a Construção de Comunidades Educacionais Online

Tese de Doutoramento apresentada a provas públicas para a obtenção do grau de Doutora em Educação, orientada pelo Professor Doutor Vítor Duarte Teodoro

WALLINE ALVES GUIMARÃES Nº 22007636

Lisboa
2025

Universidade Lusófona - Centro Universitário Lisboa

Faculdade Ciências Sociais, Educação e Administração

Instituto de Educação

Doutoramento em Educação

(versão final)

Educação e Comunicação na Era Digital: Estratégias e Desafios para a Construção de Comunidades Educacionais Online

Tese defendida em provas públicas para a obtenção do Grau de Doutora em Educação no curso de Doutoramento em Educação conferido pela Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias com o Despacho nº 348/2025 no dia 2 de Julho de 2025 com a seguinte composição de Júri:

Presidente: Prof.a Doutora Rosa Maria da Silva Serradas Duarte (Professora Associada, Universidade Lusófona), por minha delegação;

Arguente : Prof. Doutor João José de Carvalho Correia de Freitas (Professor Auxiliar aposentado,Universidade Nova de Lisboa – FCT);

Arguente : Prof. Doutor Carlos Manuel Pimenta (Professor Auxiliar convidado, Universidade Lusófona);

Vogal: Prof. Doutor José Reis Lagarto (Professor Associado aposentado, Universidade Católica Portuguesa);

Vogal: Prof. Doutor Rui Carlos de Lemos Correia Estrela (Professor Associado, Universidade Lusófona);

Vogal: Prof.a Doutora Lucimar Almeida Dantas (Professora Auxiliar, Universidade Lusófona);

Orientador: Prof. Doutor Vítor Manuel Neves Duarte Teodoro (Prof. Catedrático convidado, Universidade Lusófona).

WALLINE ALVES GUIMARÃES Nº 22007636

Lisboa

2025

Toda honra e toda glória ao Senhor

AGRADECIMENTOS

A solidão na pesquisa científica é real. E ela ocorre, muitas vezes, porque o processo de investigar, analisar dados, e escrever exige um grau elevado de concentração, disciplina e autonomia, enfim, de isolamento. Pouco mais de quatro anos de caminhada me trouxeram até aqui. Mas, apesar da solidão vivenciada no processo de pesquisa, eu nunca estive só. Algumas pessoas me acompanharam, deram suporte, e me incentivaram dia após dia para alcançar essa conquista.

Antes de todos os agradecimentos, no entanto, provo, primeiramente, que o Senhor é bom.

"Agrada-te do Senhor, e ele satisfará os desejos do teu coração. Entrega o teu caminho ao Senhor, confia nele, e o mais ele fará. Fará sobressair a tua justiça como a luz e o teu direito, como o sol ao meio-dia. Descansa no Senhor e espera nele" (Salmos 37: 4-7).

Eu confiei, batalhei, entreguei, descansei e esperei nEle. Obrigada, meu Deus.

Àquela me gerou, me ama, me inspira, me dá suporte e ânimo todos os dias: minha amada mãe, professora Francinete Alves Nunes. Não há palavras que me façam agradecer-te da forma que eu gostaria. Meu mais profundo reconhecimento por tudo que faz por mim, e meu amor eterno a ti.

Ao meu marido, Luiz Francisco Medeiros Guimarães, *minha vida*, que há 15 anos está ao meu lado e nunca me deixou desacreditar dos meus sonhos. Obrigada pelos incentivos, e por me fazer enxergar todo o meu potencial, mesmo quando, por vezes, não vislumbrava o mesmo. Eu te amo muito e te agradeço por ser esse farol que me ilumina, por ser meu escudo e o abrigo que me dá segurança.

Ao meu bebê, meu filho amado, minha herança do Senhor: Luizinho. Filho, esta tese é para você. Inúmeras vezes, enquanto eu assistia as aulas do doutoramento, você estava no meu colo, sendo amamentado. Eras tão pequenino quando iniciei essa trajetória...Quantas vezes eu tive que abrir mão de brincar com você para me dedicar aos estudos e à pesquisa. Eu sei que isso doía mais em mim do que em você, mas segui firme no meu propósito e você, mesmo sem saber, foi minha maior inspiração. Desistir nunca foi uma opção, por você. Hoje, aos quase 5 anos de idade, você me vê escrevendo as últimas linhas desta pesquisa, e já entende tão perfeitamente que este estudo é importante para mim... Meu filho amado, que você cresça em estatura, graça e sabedoria e compreenda que a educação transforma vidas.

Ao meu irmão, Wallace, minha cunhada Laudiceia, meus sobrinhos Vinicius e Miguel, tia Francilda, tia Maria, vovó Maria e minha amada vó Naide (em memória): vocês fazem parte da minha base familiar e sempre terei gratidão por tudo que fazem por mim, especialmente pelas orações que me fortalecem a cada dia. Eu amo vocês.

À minha segunda família, que aqui represento em nome da minha sogra, Joseleni, meu sogro Luiz e minhas cunhadas, Fernanda e Karla. Obrigada por serem parte da melhor rede de apoio, junto ao meu filho, que eu poderia ter. Sem vocês, tudo teria sido muito mais difícil. Vocês foram muito importantes neste processo. Agradeço-lhes de todo coração.

Aos meus fiéis amigos: Luciana, Alexandre, Márcia e Rodrigo. Após décadas de amizade e companheirismo vocês se tornaram família. Vocês são sinônimos de alegria em minha vida!

À minha amiga Isis Maria Monteles Bastos: obrigada por dividir os anseios e alegrias da vida acadêmica, do mestrado ao doutorado. Somos vitoriosas, amiga!

À querida Rose Carvalho, pelas orientações extracurriculares relacionadas ao doutoramento e vida em Lisboa. Você foi muito gentil e importante nesse processo.

A todos os professores do doutoramento em Educação da Universidade Lusófona, em especial: Profa. Rosa Serradas Duarte, Prof. António Teodoro, Prof. João Filipe Matos. Suas contribuições tiveram um grande impacto na minha trajetória acadêmica.

Ao meu orientador, Prof. Vitor Duarte Teodoro. Toda minha gratidão pelos ensinamentos ao longo do doutoramento e pela sua orientação criteriosa, que me fez crescer enquanto pesquisadora. Tenho um imenso orgulho em ter sido sua orientanda. Sem o seu apoio, não teria conseguido os resultados alcançados nesta tese. Obrigada, professor.

Por fim, e com igual importância, agradeço à Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA), pelo financiamento do meu doutoramento ao longo de três anos. A FAPEMA desempenhou um papel essencial no suporte dos meus estudos, contribuindo com recursos financeiros que possibilitaram a continuidade e a conclusão da minha pesquisa.

RESUMO

O objetivo desta investigação foi analisar os elementos e estratégias de comunicação, educação e sociabilidade presentes em redes sociais e comunidades de educação online, com o objetivo de traçar diretrizes para a criação de uma comunidade educativa digital que sirva de base para professores e cientistas, promovendo a inovação nas formas de transmissão do conhecimento e a popularização do saber científico. O estudo segue um paradigma predominantemente qualitativo, complementado por análises quantitativas de dados extraídos de redes sociais digitais. Em relação aos objetivos, de cunho exploratório, utilizamos primeiramente o método bibliográfico, que nos norteou para o conhecimento e compreensão do que já foi estudado sobre as temáticas presentes no estudo e, posteriormente, desenvolvemos duas Revisões Sistemáticas de Literatura (RSL), sendo uma voltada para estudos brasileiros e outra para estudos internacionais. Em relação aos procedimentos da pesquisa, a natureza deste estudo é netnográfico. Esse modelo de pesquisa é projetado especificamente para estudar culturas e comunidades digitais. Para selecionar a população da pesquisa, utilizamos uma amostragem não probabilística e selecionamos dez professores, sendo sete brasileiros e três europeus, com base em critérios como a relevância de suas atuações e a conquista de prêmios nacionais importantes na área de educação, no Brasil, em Portugal e na Inglaterra. No entanto, ao final, apenas seis professores aceitaram participar do estudo, sendo que quatro participaram da entrevista em profundidade e dois deles abstiveram-se da mesma. No que tange a coleta de dados, utilizamos as quatro possibilidades pressupostas na pesquisa etnográfica online: dados arquivais, dados extraídos e dados de notas de campo. As entrevistas face-a-face também foram utilizadas nessa etapa, tanto online quanto presencialmente. A partir dos dados coletados na pesquisa netnográfica, realizamos seis análises de redes e mídias sociais digitais com base no capital social, com dados extraídos de amostras coletadas entre janeiro de 2020 e janeiro de 2024. A coleta de dados nessa etapa, foi realizada por meio de uma abordagem mista (qualitativa e quantitativa), baseada na análise de conteúdos publicados pelos professores e/ou cientistas, líderes das comunidades educacionais online estudadas. Foram examinados comentários e reações do público a partir de uma amostra de 2.374 postagens. Além disso, realizamos quatro análises de entrevistas na qual fizemos em nível de decifração estrutural centrado em cada entrevista, tendo cada uma oito análises estruturais, somando 32 análises ao todo; essas foram baseadas em 4 categorias principais e 288 subcategorias. A segunda fase da pesquisa, foi voltada para a criação de um framework com fatores essenciais em dimensões e ações práticas para facilitar a criação e manutenção de comunidades educacionais online, além de um levantamento de professores e cientistas do Estado do Maranhão, que atuam como difusores de educação e ciência em redes sociais digitais, e suas respectivas áreas de ensino e pesquisa. Concluímos que estudar esses elementos e estratégias foi fundamental para compreender as tendências atuais e moldar o futuro da educação e da ciência em um mundo digital, construindo pontes entre os especialistas e a sociedade em geral. No entanto, o estudo também evidencia desafios significativos relacionados ao controle algorítmico e à dependência de plataformas comerciais. Esses desafios apontam para a necessidade de adoção de modelos educacionais descentralizados e baseados em tecnologias abertas, que promovam maior autonomia e acessibilidade. Consideramos ainda que a transição para o digital ampliou as possibilidades de monetização educacional, transformando educadores em potenciais empreendedores, seja por vontade própria, seja pela sustentabilidade das comunidades educacionais online.

Palavras-chave: comunidade educacional online; estratégias de comunicação online; literacias digitais; professor influenciador; desafios algorítmicos.

ABSTRACT

The objective of this research was to analyze the elements and strategies of communication, education, and sociability present in social networks and online education communities, aiming to outline guidelines for creating a digital educational community to serve as a foundation for teachers and scientists. This community seeks to promote innovation in knowledge transmission and the popularization of scientific knowledge. The study follows a predominantly qualitative paradigm, complemented by quantitative analyses of data extracted from digital social networks. Regarding the exploratory objectives, we initially used the bibliographic method, which guided us in understanding what has already been studied on the topics addressed in the research. Subsequently, we developed two Systematic Literature Reviews (SLR), one focused on Brazilian studies and the other on international studies. Concerning the research procedures, the nature of this study is netnographic, a model specifically designed to study digital cultures and communities. To select the research population, we used non-probabilistic sampling and identified ten educators, seven Brazilians and three Europeans, based on criteria such as the relevance of their work and the receipt of significant national awards in education in Brazil, Portugal, and England. However, in the end, only six teachers agreed to participate in the study; four participated in in-depth interviews, while two declined. Regarding data collection, we used the four types of data proposed in online ethnographic research: archival data, extracted data, and field notes. Face-to-face interviews were also conducted during this phase, both online and in person. Based on the data collected in the netnographic research, we performed six analyses of social networks and digital media using the concept of social capital, with data drawn from samples collected between January 2020 and January 2024. This phase's data collection was conducted using a mixed approach (qualitative and quantitative), focusing on analyzing content published by teachers and/or scientists, who were leaders of the studied online educational communities. Comments and audience reactions from a sample of 2,374 posts were examined. In addition, we conducted four analyses of interviews using a structural deciphering approach, with each interview comprising eight structural analyses, totaling 32 analyses. These analyses were based on four main categories and 288 subcategories. The second phase of the research focused on creating a framework with essential factors, dimensions, and practical actions to facilitate the creation and maintenance of online educational communities and mapping teachers and scientists from Maranhão and their respective teaching and research areas. We concluded that studying these elements and strategies was essential to understanding current trends and shaping the future of education and science in a digital world, building bridges between experts and society. However, the study also highlights significant challenges related to algorithmic control and dependence on commercial platforms. These challenges emphasize the need to adopt decentralized educational models based on open technologies that promote greater autonomy and accessibility. Furthermore, we observed that the digital transition has expanded the possibilities of educational monetization, transforming educators into potential entrepreneurs, whether by personal choice or for the sustainability of online educational communities.

Keywords: online educational community; online communication strategies; digital literacies; teacher influencers; algorithmic challenges.

ABREVIATURAS E SIGLAS

AMI	Alfabetização Midiática e Informacional
AVA	Ambiente Virtual de Aprendizagem
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
COI	Comunidade de Inquérito
DMA	Digital Markets Act (Lei de Mercados Digitais)
DSA	Digital Services Act (Lei de Serviços Digitais)
EaD	Educação a Distância
IBERIFIER	Iberian Digital Media Research and Fact-Checking Hub
IES	Instituições de Ensino Superior
ONU	Organização das Nações Unidas
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
PLE	Português Língua Estrangeira
PDI	Plano de Desenvolvimento Institucional
PPC	Projeto Pedagógico de Curso
RSL	Revisão Sistemática de Literatura
TIC	Tecnologias da Informação e Comunicação
TDIC	Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação
UAb	Universidade Aberta de Portugal
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

ÍNDICE GERAL

AGRADECIMENTOS 4

RESUMO 6

ABSTRACT 7

ABREVIATURAS E SIGLAS 8

ÍNDICE GERAL 9

ÍNDICE DE FIGURAS 13

ÍNDICE DE TABELAS 16

1 INTRODUÇÃO 18

1.1 Problema de Investigação 20

1.2 Questões de Estudo 20

1.3 Objetivos 21

1.4 Objetivos Específicos 21

2 EDUCAÇÃO E COMUNICAÇÃO 23

2.1 Diálogos iniciais 23

2.2 Alargamentos reflexivos 29

2.3 Redes e mídias sociais digitais e seus reflexos na educação 30

2.4 Educação Formal, Não formal e Informal na Era Digital 33

2.5 A educação pela educação, pela midiatização ou pela monetização na era digital? 37

3 O UNIVERSO DAS COMUNIDADES 41

3.1 Afinal, como elas se formam? 41

3.2 Comunidade Educacional Online 47

3.3 Mas, o que está por trás dos algoritmos e diretrizes das comunidades online e como isso pode impactar a educação? 51

4 LITERACIAS DIGITAIS, CAPITAL SOCIAL E INFLUÊNCIA NO CAMPO DA EDUCAÇÃO 58
4.1 Produção, circulação e consumo de sentidos e significados em meios sociais digitais 58
4.2 Literacias digitais para fins educacionais 62
4.3 Teia de valor educacional: Capital social e a força das relações online 67
4.4 A influência digital como elo para conectar pessoas em torno de comunidades educacionais 71
5 REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA (RSL) BRASILEIRA 76
5.1 Metodologia do estudo de revisão sistemática de literatura 77
5.2 Síntese global dos trabalhos analisados 79
5.3 Estudo 1: *Aprendizagem de Astronomia em Redes Sociais* 80
5.4 Estudo 2: As presenças social, cognitiva e de ensino e a formação de uma comunidade virtual de aprendizagem na disciplina Língua Espanhola de um curso de Letras 82
5.5 Estudo 3: Comunidades Virtuais na Formação Continuada de Educadores Ambientais 84
5.6 Estudo 4: Convergência na educação: políticas, tecnologias digitais e relações pedagógicas 85
5.7 Estudo 5: Educação superior a distância na perspectiva da cultura da convergência 87
5.8 Estudo 6: Curtir, interagir e aprender no Facebook 89
5.9 Estudo 7: Dinâmicas de criação e compartilhamento de conhecimento em comunidades virtuais de desenvolvimento de software livre sob a ótica da teoria ator-rede 91
5.10 Estudo 8: *Formação docente em um site de rede social para professores de PLE*: da organização e dos indícios de identidades 92
5.11 Estudo 9: *Pedagogia online*: um estudo da ação docente em larga escala 94
5.12 Estudo 10: Produção e consumo de vídeos online: análise de práticas e técnicas para o desenvolvimento de influenciadores digitais profissionais a partir do Youtube 96
5.13 Análise de dados da Revisão Sistemática de Literatura Brasileira 97
5.14 Análise e interpretação geral da Revisão Sistemática de Literatura Brasileira 104

5.15 Considerações Finais da Revisão Sistemática de Literatura Brasileira.....105

Referências da Revisão Sistemática de Literatura Brasileira 107

6 REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA INTERNACIONAL 113

6.1 Metodologia do estudo de revisão sistemática de literatura internacional.....113

6.2 Estudo 1: A Proposed Framework for the Growth of Online Learning Communities 118

6.3 Estudo 2: Community-based learning in higher education: A portal for knowledge production in the time of COVID-19 120

6.4 Estudo 3: Connectedness, Engagement, and Learning through Social Work Communities on LinkedIn.....121

6.5 Estudo 4: Info graphic-based instagram learning media development in essay writing study English education study program as-syafi'iyah Islamic university. 123

6.6 Estudo 5: WhatsApp: Creating a virtual teacher community for supporting and monitoring after a professional development programme 124

6.7 Estudo 6: Online Knowledge Construction for Teachers on Social Media: A Community Perspective for Practice.....126

6.8 Estudo 7: Examining the Importance of Community & Connections in Online Learning.....127

6.9 Estudo 8: Social media and teacher professional learning communities 128

6.10 Estudo 9: Using Social Media as a Platform for a Virtual Professional Learning Community.....129

6.11 Análise de dados da Revisão Sistemática de Literatura (RSL) Internacional.....130

6.12 Análise e interpretação geral da Revisão Sistemática de Literatura Internacional ..143

6.13 Considerações Finais da Revisão Sistemática de Literatura Internacional 144

Referências da Revisão Sistemática de Literatura Internacional 145

6.14 Análise comparativas entre as RSL Brasileira e Internacional 152

7 METODOLOGIA.....156

7.1 A pesquisa qualitativa 157

7.2 Tipo de Estudo: Netnografia 159

7.3 Técnica de Recolha de Dados, Procedimentos e Participantes da Investigação 161

7.4 Técnicas e Análises de Interpretação de Dados 171
7.5 A ética na pesquisa em redes e mídias sociais digitais.....174
8 ANÁLISE DE DADOS.....175
8.1 Análise de Redes e Mídias Sociais Digitais com base no Capital Social.....175
8.2 Análise de Entrevistas 232
8.3 Análise e interpretação geral da pesquisa.....292
8.4 Elementos e estratégias de comunicação, educação e sociabilidade que favorecem a construção de comunidades educacionais online 295
9 PROFESSORES INFLUENCIADORES DO ESTADO DO MARANHÃO.....308
9.1 Resultados do mapeamento de Professores Influenciadores do Maranhão.....310
10 CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES 313
REFERÊNCIAS.....323
APÊNDICE I – TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA -PROFESSOR A 334
APÊNDICE II – TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA 2 - PROFESSORA C 364
APÊNDICE III – TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA 3 – PROFESSOR F 381
APÊNDICE IV – TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA 4 – PROFESSOR E.....398

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 *Tipos de grupos mais importantes de acordo com cada país. Imagem retirada do Documento "O poder das comunidades" (2021).*.....46
Figura 2 *Cinco Leis da Competência em Mídia e Informação. Fonte: Unesco* 63
Figura *3 Etapas do método de revisão sistemática, segundo Loureiro, 2012. Fonte: Elaborado pela autora*.....77
Figura 4 *Autores mais citados na RSL Internacional* 132
Figura 5 *Reconhecimento dos atributos criativos do Professor A em sua rede social digital*181
Figura 6 *Agradecimento pelas conquistas alcançadas por meio das aulas do Professor A* .181
Figura 7 *Agradecimento pelas conquistas alcançadas por meio das aulas do Professor A* .181
Figura 8 *Comentário enaltecendo a didática do Professor A ao lecionar em ambiente online* 182
Figura 9 *Proposta de um membro da COI de ideia de novo conteúdo para o canal do Youtube do Professor A*.....183
Figura 10 *Membro da COI do professor A parabenizando ele pela matéria dedica ao seu trabalho* 185
Figura 11 *História e curiosidade sobre Émilie du Châtelet, uma importante figura na ciência que contribuiu para a física, em formato ilustrado e em carrossel* 190
Figura 12 *Manifestação de carinho de seguidores da Professora B*.....190
Figura 13 *Manifestação de carinho de seguidores da Professora B*.....190
Figura 14 *Seguidor relata situações à Professora B de forma amigável, como se fossem próximos* 191
Figura 15 *Membro da COI da Professora B relata que seus conteúdos mudaram sua vida* 191
Figura 16 *Agradecimento pela explicação didática da Professora A* 192
Figura 17 *Membros da rede apoiam a quebra da visão estereotípica sobre mulheres e matemática* 193
Figura 18 *Seguidor se manifesta com opinião divergente, mas de forma polida*.....194
Figura 19 *Seguidor da Professora B colocando pontos de debate em sua publicações*.....194
Figura 20 *Seguidor questionando transparência e reprodutibilidade em estudos científicos*195
Figura 21 *Comentários sobre a beleza da Professora C*.....198
Figura 22 *Comentários associando a Professora C a uma lista de belas mulheres*.....198
Figura 23 *Sequência de comentários em um mesmo post sobre a beleza da Professora C* ..199

Figura 24 *Apoio dos seguidores aos vídeos criados pela Professora C*.....200
Figura 25 *Parte da comunidade se engaja para promover comentários relacionados aos conteúdos da Professora C*.....200
Figura 26 *Informação sobre desafio no Canal do Youtube*.....203
Figura 27 *Proposta de desafio na rede social Instagram*.....203
Figura 28 *Pessoas envolvem a família na resolução dos problemas propostos pela Professora C*.....204
Figura 29 *Retorno da Professora C sobre os desafios lançados por ela*.....204
Figura 30 *Comentários de membros da Rede Social da Professora D após ela publicar um conteúdo "trend"*.....210
Figura 31 *Comentários sobre os desafios propostos pela Professora D*.....211
Figura 32 *Professora D estimula os alunos no processo de ensino aprendizagem por meio de testes de conhecimento*.....211
Figura 33 *Mescla de assuntos pessoais com ensino de inglês*.....212
Figura 34 *A Professora D pede a opinião do público sobre o formato de vídeo que mais lhe interessa*.....212
Figura 35 *Professora D regae em tom de ironia para combater comentário de haters*.....213
Figura 36 *Membros da Comunidade D se solidarizam com a professora após ela receber crítica*.....213
Figura 37 *Professora D pede votos aos seus membros da sua comunidade para uma premiação da área da educação*.....214
Figura 38 *Professora D manifesta gratidão a sua comunidade*.....215
Figura 39 *Comentários positivos de seguidores do Programa liderado pelo Professor E*..220
Figura 40 *Membro do Youtube elogiando a produção do vídeo do Professor E*.....221
Figura 41 *Membros da comunidade entusiasmados com o tema de uma palestra que foi proferida pelo Professor F*.....225
Figura 42 *Post feito pelo Professor F para destacar a quantidade de pessoas presentes na sua live no Intagram*.....226
Figura 43 *Publicação de feedbacks de membros da comunidade feitas pelo Professor F*....227
Figura 44 *Efeito positivo de comunicação após publicação de feedbacks feitas pelo Professor F*.....227
Figura 45 *Reconhecimento por parte de um membro da comunidade em relação aos ensinamentos do Professor F*.....228

Figura 46

Um membro da comunidade profere um comentário mais crítico sobre uma ferramenta educacional apresentada pelo Professor F 228

Figura 47 *Áreas de atuação de professores do Maranhão que têm redes sociais educacionais* 310

Figura48 *Redes e Mídias Sociais mais utilizadas por professores maranhenses que têm redes sociais educacionais* 311

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 *Repositórios onde os trabalhos foram encontrados* 78
Tabela 2 *Tipos de metodologias utilizadas na RSL Brasileiras* 98
Tabela 3 *Instrumentos de pesquisa mais utilizados na RSL Brasileira* 98
Tabela 4 *Participantes dos estudos selecionados* 99
Tabela 5 *Autores mais citados na RSL Brasileira* 101
Tabela 6 *Quadro/resumo dos estudos da RSL Brasileira* 102
Tabela 7 Quadro/resumo da RSL Internacional 134
Tabela 8 *Coletas de dados utilizadas nesta Pesquisa Netnográfica* 166
Tabela 9 *Guião de Perguntas da Entrevista Semi-Estruturada* 168
Tabela 10 *Objetivos da Fase 2 da Pesquisa* 171
Tabela 11 *Dimensões e níveis de capital social nas conexões micro e macro. Fonte: Bertolini e Bravo, 2016. Feito pela autora* 177
Tabela 12 *Dados quantitativos da rede social digital do Professor A* 179
Tabela 13 *Recursos úteis de capital social - Professor A* 187
Tabela 14 *Tipos de Estrutra Social que facilitam formas de Capital Social - Professor A* ..187
Tabela 15 *Dados Quantitativos da Rede Social Digital da Professora B* 189
Tabela 16 *Recursos úteis de capital social – Professora B* 196
Tabela 17 *Tipos de Estruta Social que facilitam formas de Capital Social – Professora B* .196
Tabela 18 *Dados Quantitativos da Rede Social Digital da Professora C* 198
Tabela 19 *Recursos úteis de capital social - Professora C* 208
Tabela 20 *Tipos de Estrutra Social que facilitam formas de Capital Social - Professora C* 208
Tabela 21 *Dados Quantitativos da Rede Social Digital da Professora D* 209
Tabela 22 *Recursos úteis de capital social – Professora D* 216
Tabela 23 *Estrutura Social que facilitam formas de Capital Social – Professora D* 216
Tabela 24 *Dados Quantitativos da Rede Social Digital do Professor E* 217
Tabela 25 *Recursos úteis de capital social - Professor E* 223
Tabela 26 *Tipos de Estrutura Social que facilitam formas de Capital Social - Professor E* 223
Tabela 27 *Dados Quantitativos da Rede Social Digital do Professor F* 224
Tabela 28 *Recursos úteis de capital social - Professor E* 231
Tabela 29 *Tipos de Estrutura Social que facilitam formas de Capital Social - Professor F* 232

Tabela 30 *Desenvolvimento da Pesquisa. Fonte: baseado em Bardin (1977), feito pela autora.* 234
Tabela 31 *Categorias principais para análise*.....293
Tabela 32 *Subcategorias 1: Diálogos Iniciais*.....293
Tabela 33 *Subcategorias 2: Construção de Comunidades Educacionais Online* 294
Tabela 34 *Subcategorias 3: Literacias Digitais e a Influência como Elo Fortificador da Comunidade*.....294
Tabela 35 *Subcategorias 4: Mercado Educacional Online*.....294
Tabela 36 *Framework de Construção de Comunidades Educacionais Online* 306
Tabela 37 *Mapa de Professores e Cientistas que atuam em redes sociais digitais com fins educacionais no Maranhão* 311

1 INTRODUÇÃO

O protagonismo no aprendizado tem sido amplamente discutido como um princípio essencial da educação moderna. Nesse contexto, busca-se equilibrar a autonomia do indivíduo com a colaboração dentro de um ambiente coletivo de aprendizagem. Esse novo modelo educacional se baseia na interconexão entre comunicação, criatividade e pensamento crítico, elementos fundamentais para preparar os educadores e alunos para os desafios contemporâneos.

Assim, a educação não deve apenas transmitir conhecimento, mas também desenvolver competências que permitam a participação ativa e consciente na sociedade. Essa hodierna maneira de imersão no mundo do conhecimento está gerando forças transformadoras no campo da educação. A reinterpretação do "como aprender" necessita de mudanças nas bases educacionais da sociedade e isso só ocorrerá efetivamente se for de modo coletivo (Santos, 2019), tal como as teias de *nós* (elementos) e *links* (conexões) entre esses nós que compõem as relações sociais (Barabási, 2009).

Olhares céticos temem que a interação necessária para o processo de aquisição de conhecimento seja camuflada por meio dos aparatos tecnológicos (Káplum, 1999). Os fluxos de comunicação em meios digitais não devem ser vistos apenas como canais de transmissão de informações. Sua verdadeira riqueza está na capacidade de promover interações, que são essenciais para a aprendizagem.

O processo de aquisição de conhecimento ocorre através de uma rede de elos, que podem incluir pessoas, sites, páginas de redes sociais, bibliotecas, livros, jornais, instituições de ensino ou qualquer outra fonte de informação. O aprendizado não segue um caminho linear. É uma jornada complexa e plural, que envolve construção, desconstrução e reconstrução de saberes. E, ao longo do processo de aprendizagem, é essencial estabelecer e manter conexões constantes entre esses elementos.

Sob o olhar de Vygotsky (2000), não podemos omitir a importância das interações sociais e culturais na formação das funções psicológicas superiores, sendo esta uma base sólida para a compreensão moderna do desenvolvimento cognitivo e da aprendizagem. Assim, as comunidades online de aprendizagem adentram no campo educacional como estruturas importantes no processo de aprendizagem, afinal, somos seres sociais. Mediadas por computador ou por telefones inteligentes (*smartphones*) essas comunidades na internet são capazes de agrupar indivíduos, formar redes de acordo com os nichos de interesse e estimular a aprendizagem por meio da sociabilidade.

Nas discussões sobre os aspectos dialógicos necessários para a construção do conhecimento, fomentamos o debate com Freire (2001), Martín-Barbero (2014), Lévy (1999, 2003), Vygotsky (2000), reforçando a importância dos processos comunicacionais nesse ínterim. Bebendo da fonte de Freire (2001), pontuamos que o diálogo é uma peça-chave para aquisição de saberes. É a partir do diálogo que pessoas se inserem no mundo e conseguem transformar realidades. Mas é fundamental que esse diálogo seja problematizador, sem deixar de observar a grandiosidade de diferenças de pensamentos, a multiplicidade de inteligências e a diversidade de leituras para que alcancemos uma comunicação dialógica, sendo essa a base de uma educação mais cidadã. Esse diálogo, que é capaz de transformar as bases educacionais, vem sendo experimentado de forma potencializada por meio de mídias e redes sociais digitais.

Os meios de comunicação (televisão, rádio, jornal, internet), que por vezes atuam como "escolas paralelas", pressionam os sistemas formais de ensino, devido às suas práticas dialógicas e novos fluxos comunicacionais que geram desafios ao pensamento pedagógico (Citelli, 2014).

As sociedades estão se readequando às novas normas provenientes da cultura digital. As escolas, as faculdades e o ensino não-formal também. Assim, as questões de partida delineadas para este estudo são as seguintes:

(i) Quais são os elementos e estratégias que educadores e cientistas utilizam para formar comunidades educacionais online?

(ii) Essas comunidades realmente funcionam e por quais motivos?

(iii) Quais são os letramentos, competências e habilidades dos representantes (autoridades/influenciadores) de comunidades de aprendizagem online?

(iv) O letramento, habilidades e competências pessoais de professores e cientistas podem contribuir para o fomento da transmissão do conhecimento e popularização do saber científico a partir do campo online?

(v) Podemos identificar tendências no que se refere à formação de comunidades educacionais online?

Entendemos desde já que as comunidades educacionais online estão longe de ser uma panaceia educacional dos tempos modernos; por isso, o escopo de nosso estudo, que engloba educação, comunicação e cultura digital, é compreender os elementos e estratégias de comunicação, de sociabilidade e pedagógicos de redes sociais e comunidades de educação online, formadas por educadores e cientistas, para desenhar uma comunidade educativa digital base para professores e cientistas que objetivem inovar nas formas de transmissão do conhecimento e popularizar o saber científico.

Observamos que as relações entre comunicação, educação, cultura e sociedade são multifacetadas. A problematização dessa relação é fundamental diante da sua complexidade. Baseados nos pensamentos de Martín-Barbero (1997), compreendemos que estudar a comunicação e suas interfaces é muito mais do que estudar o meio em si. Esse campo de estudos é rico e medeia formas essenciais de vida em sociedade. É uma teia de múltiplas mediações.

A autora deste estudo tem uma inquieta curiosidade acerca do universo digital e das práticas de comunicação, cultura e educação presentes neste ambiente, que se tornou *cíbrido* e incorporado ao dia a dia de milhares de milhões de pessoas em todo o mundo. Ao longo de mais uma década, realiza pesquisas em âmbito científico e estuda o mundo digital em práticas profissionais, acadêmicas e pessoais.

1.1 Problema de Investigação

Quais são os elementos e as estratégias de comunicação e de sociabilidade de educadores influenciadores em redes sociais digitais que favorecem a formação de comunidades educativas digitais, produzindo inovação nas formas de transmissão do conhecimento e popularização do saber científico?

1.2 Questões de Estudo

No contexto da educação digital e da popularização do conhecimento nas redes sociais, é essencial compreender como educadores e cientistas influenciadores constroem comunidades em torno de si. Para isso, é necessário investigar as estratégias de comunicação e sociabilidade que utilizam, bem como as literacias digitais e competências que desenvolvem nesse ambiente. Além disso, é fundamental analisar de que forma suas habilidades tecnológicas e pessoais podem contribuir para a disseminação do conhecimento e o fortalecimento do aprendizado coletivo no meio online. Diante disso, propõem-se as seguintes questões:

1. Quais são os elementos, ferramentas e estratégias de comunicação e sociabilidade que educadores e cientistas influenciadores usam em redes sociais digitais com fins educacionais que os levam a formar comunidades em torno de si?

2. Quais são as literacias digitais, competências e habilidades dos representantes (educadores e cientistas influenciadores) das comunidades de aprendizagem online analisadas?
3. O letramento digital, habilidades tecnológicas e competências pessoais de educadores e cientistas em meios sociais digitais podem contribuir para o fomento da transmissão do conhecimento e popularização do saber científico a partir do campo online?

1.3 Objetivos

Analisar os elementos e estratégias de comunicação, educação e sociabilidade presentes em redes sociais e comunidades de educação online, com o objetivo de traçar diretrizes para a criação de uma comunidade educativa digital que sirva de base para professores e cientistas, promovendo a inovação nas formas de transmissão do conhecimento e a popularização do saber científico.

1.4 Objetivos Específicos

Para a efetivação da pesquisa proposta, o processo de desenvolvimento da Tese ocorreu em duas fases, cada qual com seus objetivos específicos:

Fase 1	Pesquisa netnográfica	• Avaliar os elementos constitutivos, conteúdos educacionais e estratégias de comunicação e sociabilidade utilizados por professores líderes de comunidades educacionais online em redes sociais digitais, com foco em suas práticas nos contextos do Brasil, Portugal e Inglaterra, considerando os referenciais teórico-metodológicos que fundamentam suas ações. • Analisar a construção e a manifestação do capital social nas práticas comunicacionais e educativas de professores líderes de comunidades educacionais online, observando como as interações, vínculos e trocas de recursos simbólicos e informacionais fortalecem a coesão e a confiança entre os participantes. • Aplicar entrevistas semi-estruturadas com professores líderes de comunidades educacionais online, com o intuito de compreender suas motivações, percepções e estratégias na condução de processos comunicacionais e pedagógicos em ambientes digitais.

		• Realizar uma análise integrada dos dados obtidos por meio da observação, análise de conteúdo e entrevistas, visando identificar padrões, contrastes e singularidades nas práticas dos professores líderes de comunidades educacionais online nos três países, e discutir suas implicações para o campo da comunicação e da educação digital.
Fase 2	Mapeamento de professores influenciadores maranhenses e Criação de quadro conceitual e	• Realizar o mapeamento digital de professores influenciadores atuantes no Maranhão, identificando suas áreas de ensino, pesquisa e produção de conteúdo nas redes sociais digitais, com o propósito de fortalecer a visibilidade do conhecimento científico local e oferecer subsídios à mídia e ao grande público na disseminação de informações qualificadas. • Elaborar um quadro conceitual que integre os principais fundamentos teóricos e metodológicos sobre comunidades educacionais online, de modo a subsidiar a análise crítica de experiências existentes e orientar futuras implementações de espaços digitais voltados à aprendizagem, colaboração e construção de vínculos educativos.

2 EDUCAÇÃO E COMUNICAÇÃO

2.1 Diálogos iniciais

Duas ciências distintas começaram a ganhar uma interface a partir de interações analíticas nas primeiras décadas do século XX. Falamos aqui da *Educação* e a da *Comunicação*.

A Educação tem seus vários conceitos e etimologias e todos eles se complementam independente de sua origem geográfica. A Educação se aplica a assegurar a formação e o desenvolvimento físico, intelectual e moral de um ser humano através de uma pedagogia ou didática de ensino, visto que o homem tem necessidade de cuidado, disciplina e instrução, como escreveu Kant em 1803 (Kant, 1996). Ele divide esses três estágios, de uma forma simples: cuidado com a infância, disciplina e instrução com a formação.

Presente em discussões de âmbitos sócio-político-culturais, a educação é um objeto necessário para a evolução das sociedades. Sob o olhar de Kant, o ser humano é o único ser que precisa ser educado, logo, a educação em Kant possui metas claras: tornar o homem disciplinado, cultivado, prudente e moralizado — sendo a moralização a tarefa mais difícil de ser alcançada, de acordo com os pensamentos kantianos. Nesse ínterim, há uma proposição do filósofo do Iluminismo e Criticismo, que nos faz refletir sobre o "fazer pensar", como meio libertador da selvageria original humana (Silva, 2016).

Afinal, quando pensa por si mesmo, o homem se liberta da dependência de orientações alheias. Diante disso, surge a pergunta: será que políticos e outros gestores sociais realmente querem uma sociedade de indivíduos plenamente autônomos? O que se observa é que o indivíduo, enquanto ser em constante desenvolvimento, precisa de uma intervenção educacional externa que o auxilie, oriente e molde nesse processo de formação.

Kant (1996) não vê a educação como um simples dado, mas um processo contínuo da espécie humana, um projeto. O ponto central dessa discussão é o desenvolvimento da razão humana, não desconsiderando os instintos. Em sua visão, pode justificar a educação como projeto considerando a visão da filosofia de Bobbio (1997) que procura responder à quatro perguntas: se existe na história humana um progresso, onde responde que sim; qual é o critério para medir o progresso, o qual responde que é através da razão; quais seriam os meios para isso, que é o antagonismo e, por fim, qual seria o fim, onde responde a paz com a liberdade.

Nesse processo, Kant não considera que a formação ocorra somente pela educação escolar, mas também pela educação doméstica — neste sentido, o educando é um ser sensitivo antes de ser racional.

A intervenção no ato de educar, no entanto, pode ser moldada, em muitos casos, em escala linear e sem a preocupação devida com o ser humano enquanto indivíduo único. Dessa maneira, o sistema educacional, numa perspectiva tradicional, prepara as crianças, desde a introdução da vida escolar, para seguirem uniformemente um único caminho: aquele que leva às universidades. Mas, será realmente que a vocação de todo ser humano (ou seja, aptidão, talento, habilidade) cabe nas caixas pré-definidas com requisitos universitários?

Bauman (2013) alerta para um fato preocupante. Há muitos diplomados vivendo de empregos temporários, sem estabilidade, em tempo parcial, em níveis muito abaixo de suas expectativas após a graduação; afinal, essa foi a máxima vendida por muitas décadas para a juventude: "entre na universidade e vença na vida".

Vivenciando uma era na qual alguns autores apontam como quarta revolução industrial e outros como pós-revolução industrial, uma parte das pessoas mais ricas do mundo hoje, de acordo com a *Forbes' annual World's Billionaires list* (2025)[1], tem negócios relacionados às tecnologias digitais. Alguns sequer possuem o diploma universitário[2].

Em tempos de cultura midiática e cultura digital, observamos uma nova dinâmica da comunicação e da educação. Sobre isso, Santaella (2003) ressalva: "a dinâmica da cultura midiática se revela assim como uma dinâmica de aceleração do tráfego, das trocas e das misturas entre as múltiplas formas, estratos, tempos e espaços da cultura" (p. 59). Logo, compreendemos que se estabeleceu uma visão mais complexa diante dos processos socioculturais, em particular daqueles relacionados aos meios de comunicação e à educação.

Carmo (2022) reflete que, em decorrência da globalização, os indivíduos passaram a viver o fenômeno da mudança acelerada, que encurtou de forma radical o ciclo cognitivo. Diz ela (p. 37): "na chamada sociedade do conhecimento este tornou-se um bem central, como outrora eram as mercadorias e serviços. A forma como o conhecimento se produz e circula mudou radicalmente, graças à evolução digital". Em virtude disso, há uma carência motivada por si

[1] Veja lista completa aqui: https://www.forbes.com/billionaires/

[2] Na realidade brasileira, o acesso à universidade continua sendo valorizado pela sociedade e governos. A Constituição Brasileira garante legal e juridicamente que a educação é o único meio que assegura a operacionalização de todos os objetivos informados desde o seu preâmbulo. Logo, o direito fundamental que potencializa a concretude dos demais é o acesso à educação de qualidade. No entanto, as causas facilitadoras para o acesso à educação superior, nem sempre, têm como base a educação em si. A facilidade do crédito universitário atrai jovens a ingressarem em instituições privadas de ensino, com todas as facilidades possíveis, mas, muita das vezes, os aprisionam posteriormente com juros exorbitantes acumulados ao longo dos anos de academia.

próprio e/ou pela sociedade de ter que estar aprendendo, reciclando e atualizando os conhecimentos em um ritmo muito mais acelerado do que antes. “A aprendizagem ao longo da vida e a formação contínua tornaram-se um imperativo para todos os ramos de atividade” (Carmo, 2022, p. 38).

Só que a mudança de foco de conteúdos que são assistidos em massa em smartphones e smarttvs revela, segundo Bauman (2013), que mensagens significativas são trocadas por fragmentos de informações que não constroem ou solidificam o conhecimento. A descontextualização de informações não cria uma narrativa coerente que faça o ser humano se desenvolver intelectualmente e isso impacta a forma como ele vê e vive a própria vida (Bauman, 2013, p. 22).

Em pesquisa da Opinion Box (2025)[3] sobre Dados sobre o comportamento dos usuários da rede social do momento, o TikTok[4], no Brasil, tendo como base entrevistas com 2.066 usuários brasileiros de todas as faixas de idades, 33% dos usuários afirmaram acessar a plataforma pelo menos uma vez ao dia, sendo que desses, 36% entram no TikTok várias vezes ao dia e 9% deixam o aplicativo o dia todo aberto. A pandemia da Covid-19 foi um dos principais motivos que fez as pessoas adotarem o uso diário desse site de rede social, segundo a pesquisa. No mesmo estudo, 62% apontaram que usam a rede social para se distrair, contrastando com 27% que afirmam usar a rede para fins educacionais. O estudo revela assim que o TikTok é amplamente percebido como um espaço voltado ao entretenimento, tendo seu uso como uma forma de “escapar” do cotidiano.

Observamos que no meio dos nossos diálogos iniciais sobre educação, a comunicação se fez fortemente presente. Mas, afinal, o que é a Comunicação?

De modo pragmático, a comunicação tem como base o compartilhamento de significados por meio de trocas informacionais. Debatida inicialmente, enquanto ciência, nos primórdios do século XX, a Comunicação (ou o agir comunicativo) está no centro da elaboração da teoria de Jünger Habermas (1929), expoente da segunda geração da Teoria Crítica, que, por sua vez, tem como núcleo estruturante a Escola de Frankfurt, cujos principais representantes são Adorno (1903-1969), Marcuse (1898-1979), Horkheimer (1895-1973) e Benjamin (1892-1940).

Na compreensão de Habermas, a ação comunicativa tem um papel educativo em sua essência, pois cria condições para o exercício do diálogo, com práticas políticas isentas de repressão (Maar, 2014). Há, assim, uma estreita relação de interdependência entre o

[3] Veja os dados completos da Pesquisa da Opinion Box, de 2025 sobre o TikTok: https://content.app-us1.com/JY8yY/2025/02/24/49ccabd8-d858-4b1c-8918-0df3ba763aca.pdf

[4] TikTok, também conhecido como Douyin na China, é um aplicativo de mídia para criar e compartilhar vídeos curtos, de até 60 segundos.

desenvolvimento da ação comunicativa com os objetivos educativos de formação de cidadãos críticos e participativos.

Não há como dissociar a subjetividade do indivíduo de um ato coletivo, pois ele faz parte de processo de formação que ocorre por meio de uma complexa rede de interações. Logo, Habermas vislumbra a possibilidade de que, através do diálogo e da comunicação e ação, o homem possa retomar o seu papel de sujeito. Os espaços escolares, por exemplo, apresentam-se, desse modo, como espaços onde podem coincidir com os objetivos de uma educação que visa à formação de indivíduos críticos e participativos (Gonçalves, 1999), por permitirem essa interação entre pares.

Habermas (1987) esclarece que a interação com as outras pessoas deixa em aberto o caminho para a inserção do sujeito, de forma construtiva, no "sistema de normas morais" socialmente reconhecido. Os mecanismos de aprendizagem, que são adaptação e acomodação, segundo o autor, operam especificamente por meio desses dois tipos de ação. Assim, se a interação entre sujeito e objeto modifica ambos, é *a fortiori* evidente que qualquer interação entre sujeitos modifica mutuamente a estes. "Toda relação social é, portanto, uma totalidade em si mesma que cria novas propriedades de transformar o indivíduo em sua estrutura mental" (Habermas, 1987, p. 103).

A teoria da ação comunicativa de Habermas tem base no momento cultural no qual foi criada, entre final do século XIX e início do século XX. À época, a Europa vivia o Estado de Bem-Estar Social, criado a partir do modelo do economista John Maynard Keynes (1883-1946), que rompe com a visão de livre-mercado em favor da intervenção estatal na economia. De todo modo, a ação comunicativa efetiva, segue constituindo-se como uma verdadeira tendência de desenvolvimento no contexto atual. A ação comunicativa proposta pelo teórico seria assim, entre outras questões, uma possibilidade "para se contrapor à organização meramente instrumental-mercantil da esfera pública, caracterizada, seja no plano privado dos consumidores, seja no plano público do populismo" (Maar, 2014, p. 24).

Ordinariamente, a comunicação e seus sentidos têm classificações profundas nas concepções enquanto Ciências da Comunicação. Entendemos que esse é um dos campos mais essenciais para o estudo de muitas dimensões de transformações sociais. A heterogeneidade da Comunicação acontece não apenas na mistura de campos que incorpora, mas nos modelos organizacionais e curriculares que produziu por si mesma. Calhoun (2012) afirma que, de fato, as disciplinas "estabelecidas" não podem ser consideradas antigas, pois "a maioria delas assumiu sua forma moderna há apenas cerca de 100 anos [...] em meio à tentativa de redefinir a universidade moderna como uma instituição que integra ensino e pesquisa" (p. 283).

Consideramos que um dos campos de pesquisa de maior envergadura na Comunicação são os estudos de mídia. Não há uma teoria ou método uniforme relacionado a essa área, mas sim um conjunto de pesquisas cujos objetos são as "tecnologias da comunicação, linguagens e os processos de apropriação social e cultural de que elas se fazem objetos em diferentes contextos" (Albuquerque, 2014, p. 260), principalmente associados aos meios de comunicação de massa, mídias online e a percepção sobre seus impactos relacionados com aspectos organizacionais da cultura, da política, da economia e da educação. Carmo (2022) relembra Marc Lits (1999, p.10):

> (…) esta ciência consiste no estudo dos atos de comunicação socialmente elaborados, das significações traduzidas por estes atos, das relações e fenômenos cognitivos por estes solicitados, das representações socialmente partilhadas que se lhes seguem e dos seus efeitos sobre a realidade social.

Com efeito, a Educação e a Comunicação obtiveram seus objetos de estudos interconectados e conceitos próprios referentes a essa junção surgiram, tais como: *media education, media literacy, educación en meios, educación para la comunicación, comunicação/educação, pedagogia da comunicação, mídia e escola, educomídia, alfabetização digital, alfabetização midiática, educomunicação*.

Considerado ainda um campo emergente, escolas europeias, norte-americanas e latino-americanas endossam desde os anos 1950 os estudos sobre a educação e comunicação. A própria igreja católica, em países como Brasil e Chile, também firmou áreas disciplinares dedicadas a projetos educadores para a comunicação (Citelli, 2014). Na década de 1980, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) iniciou a Declaração de Grunwald observando que os sistemas políticos e educacionais precisam reconhecer suas obrigações de promover em seus cidadãos uma compreensão crítica dos fenômenos da comunicação (Unesco, 2013).

Em 2008, a Unesco em um esforço para harmonizar o campo de estudos "Comunicação e Educação", adotou o termo guarda-chuva *media and information literacy* (alfabetização midiática e informacional), abrangendo competências interdependentes e convergentes para o engajamento com comunicações e conteúdos por meio de instituições educacionais, mídia e empresas de internet.

Existem algumas interconexões que levam às orientações teóricas e sustentação do conceito de *media and information literacy* ou Educomunicação (como ficou mais conhecido no Brasil entre educadores e pesquisadores, por isso também utilizamos esse termo neste estudo). Essas giram em torno do planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos de comunicação que têm como foco, segundo Soares (2013):

> Debater as condições de relacionamento dos sujeitos sociais com o sistema midiático, no contexto da sociedade da informação, promovendo critérios de análise dos sistemas de meios de informação, assim como metodologias de utilização dos recursos tecnológicos em função da prática da educação para a cidadania; ii) promover e fortalecer ecossistemas comunicativos de convivência – abertos e participativos – nos espaços educativos garantidos pela gestão democrática dos processos de comunicação; e iii) ampliar o potencial comunicativo dos indivíduos e grupos humanos. (p. 169)

No mundo com mais de 8 milhares de milhões de pessoas, em que mais de 66% usam a internet, ou seja, 5,35 milhares de milhões de usuários[5], a Unesco se questiona sobre como assegurar que indivíduos e sociedades possam utilizar de forma eficaz a informação em constante evolução e o ecossistema digital, enquanto lidam com os desafios enfrentados pela sociedade contemporânea (Unesco, 2016).

Na última década, houve desenvolvimento e implementação de currículos em nível global, voltado para educadores e educandos, apontando que interconexão entre informação, meios de comunicação e competências tecnológicas, entre elas compreensão e produção crítica de conteúdo e curadoria de informação, são essenciais para o empoderamento social, garantia de Direitos Humanos, redução de desigualdades, fomento da igualdade de gênero, da tolerância para promover a democracia e a paz, e alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) (Unesco, 2021).

Temáticas como “informática e tecnologia”, “pesquisa”, “ciclo de informação, informação digital processamento, propriedade intelectual, literacia de mídia e informação com a finalidade de combater a desinformação e discurso de ódio nas mídias”, “audiência cidadã”, “uso de inteligência artificial na web”, “games”, “publicidade na mídia”, “mídia, tecnologia e sustentabilidade”, “empreendedorismo”, entre outras, foram introduzidas pela Unesco como elementares para a construção de currículos para educadores, alunos e pesquisadores, ou qualquer pessoa, em todos os níveis de educação e aprendizagem formal, informal e não-formal, que almeja se envolver de modo crítico com a área da educação, comunicação e tecnologias digitais.

Os objetivos do desenvolvimento do ensino e aprendizado em educação e comunicação podem ser sintetizados, segundo a Unesco (2016), em quatro palavras-chave: guiar, estimular, permitir, e empenhar interessados em diálogos de alfabetização midiática e informacional no que

[5] Dados do Digital 2024: Global Overview Report. Acesso via: https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report

se refere aos objetivos de desenvolvimento local, nacional e regional dos países, considerando as normas internacionais.

2.2 Alargamentos reflexivos

Alargando os diálogos sobre educação e comunicação, buscamos as reflexões de Káplun (1999) que pontua que a Comunicação não deve ser vista como um mero instrumento midiático e tecnológico "e sim, antes de tudo, como um componente pedagógico" (Id., 1999, p. 1). Nos anos derradeiros da década de 1990, cenário sob o qual o autor fez tal afirmação, a educação a distância por meios eletrônicos e a autonomia discente mediada por computador ainda eram apenas atos proféticos, muito embora com prognósticos já bastante factíveis.

A competência comunicativa, tão aclamada como habilidade necessária ao educando no século XXI, pode estar tendo sua importância retraída quando tratamos da educação por meio de aparatos de informação e comunicação. A ação educativa necessita da ação comunicativa. E o "isolamento" discente por trás de um computador ou *smartphone* utilizados com fins educacionais pode o estar privando da comunhão entre pares que buscam o conhecimento. Os significados de autonomia e de solidão, relacionado aos aspectos educacionais em ambiente digitais, podem ter fios que se entrelaçam e os levam a um só cenário. Qual o espaço para as trocas comunicacionais neste meio? Qual a firmeza de laços formados por meio da comunicação em espaços de educação digitais?

Gómez (2022) aponta que há um "quadro ou cenário de educomunicação" mais complexo em tempos de cultura digital. Mas, os velhos problemas continuam, como o acesso incompleto à educação para todas as crianças dos países semidesenvolvidos.

O autor frisa que também existe uma distribuição desigual dos benefícios das tecnologias e outros recursos materiais para a educação básica, o que impacta diretamente nas literacias futura das crianças e jovens.

Na atualidade, onde deveríamos pensar em uma maior democracia educomunicacional, há uma nova "colonização" dos públicos e usuários da tecnologia por aqueles que controlam os processos e a maquinaria tecnológica, a exemplo das redes sociais digitais.

Gómez relata que os "algoritmos" são uma "arma" muito perigosa porque substituem os critérios de verdade na explicação da realidade, colocando em seu lugar critérios de repetição estatística de eventos. Lanier (2018) faz uma crítica mais aguda frisando que agora somos

“animais de laboratórios”, pois os algoritmos “se empanturram de dados sobre você a cada segundo” (Id., 2018, p. 13)

Por isso, retomando a Gómez, a interface comunicação-educação pode facilitar a evidenciação de mecanismos de imposição um do outro. Geralmente trata-se de imposições dos mais poderosos aos menos poderosos, como já ocorriam nos meios tradicionais de comunicação em relação à população de massa.

2.3 Redes e mídias sociais digitais e seus reflexos na educação

Ao aproximar a comunicação social da educação, fincamos os debates em características fortemente presentes na cultura digital: interatividade e colaboração. Não seriam esses também atributos das ciências educacionais e comunicacionais na era contemporânea?

Assim como a educação, é necessário estudarmos os meios de comunicação dentro de seus contextos sociais e culturais pois “há um risco de que as novidades tecnológicas e os procedimentos técnicos sirvam apenas à perpetuação e naturalização de desigualdades sociais” (Brandão, 2016, p. 53).

Os espaços comunicacionais digitais que hoje também figuram fortemente como espaços de educação, têm atraído jovens e adultos em um movimento novo de aquisição de conhecimento informal ou não-formal que impulsiona o número crescente de pessoas “desqualificadas” que não podem atingir os padrões de normalidade difundidos pelo mercado (Bauman, 2013).

Compreendemos que a educação é uma das funções midiáticas mais importantes. Porém, as mídias por si só, não transformam realidades. Pelo contrário, podem reforçar estereótipos e reproduzir valores e modelos hierárquicos sociais e culturais: “A mídia como artefato, seja ela o papel ou a rede na internet, pode não atender ao exercício crítico e nem ao dialógico, tampouco contribuir para a emancipação e educação crítica dos alunos e professores” (Brandão, 2016, p. 53).

Isso se dá, pois, os conceitos de ensinar e aprender são distintos e com grandes variedades de compreensão. Ao pesquisar sobre o termo “*Teach*” no conceituado *The Britannica Dictionary*, somos levados a três significados: 1) *to cause or help (someone) to learn about a subject by giving lessons*; 2) *to give lessons about (a particular subject) to a person or group*; 3) *to cause or help (a person or animal) to learn how to do something by giving lessons, showing how it is done, etc.* Ao buscarmos por “*Learn*”, chegamos às seguintes definições: 1) *to gain knowledge*

or skill by studying, practicing, being taught, or experiencing something; 2) *to cause (something) to be in your memory by studying it : memorize;* 3) *to hear or be told (something) : to find out (something); 4) to become able to understand (something) through experience.*

Como visto acima, encontramos apenas dois pontos de intercessão entre ensinar e aprender, de acordo com *The Britannica Dictionary:* o ato de ouvir (que subentendemos que alguém falou/ensinou por meio de aulas) e o de ser ensinado. O aprendizado possui um grau de subjetividade, principalmente quando evocado os termos descoberta, experimentação e experiência.

Para Not (1993), o que nos leva a adquirir conhecimento é a transmissão (baseado em um método tradicional de ensino no qual há o discurso professoral, o que pode gerar segurança a quem aprende, rapidez e facilidade no aprendizado); a incalculação (tem a base do ensino tradicional, sendo reforçado por condicionamento por repetição e reforço); e a descoberta por aquele que aprende (quando a pessoa produz conhecimento por si mesmo, através da observação, investigação e experiência)

De acordo com Barros (2016, p. 30), na era digital, há infinitas possibilidades de propagação, armazenamento, distribuição e construção coletiva de conteúdo, tão logo, a interatividade e colaboração são pressupostos necessários para se pensar a aprendizagem na contemporaneidade. Nesse cenário, debruçamo-nos em uma cultura que convergiu os meios de comunicação, a produção cultural participativa e a inteligência coletiva — palco interessante para o ambiente educativo online.

A convergência é um processo midiático, que vai se adaptando às novidades tecnológicas ou a cada novo modo de consumo de um conteúdo (Jenkins, 2009). Dessa forma, os próprios meios e redes sociais digitais utilizam estratégias no intuito de "convidar" ou "induzir" os consumidores para uma ação, principalmente no que se refere à participação ativa da construção de novos conteúdos. E essa rede de construção de conteúdos vai formando redes de sociabilidade, de acordo com nichos de interesses. Anderson (2006) avalia essa massa de nichos pela perspectiva da gama de possibilidades de escolhas que vivemos hoje. Logo, os indivíduos que têm mais identificação por algo, acabam dividindo os mesmos gostos, os mesmos nichos de interesses e potencializando a formação de redes. Há, assim, um processo de cooperação humana no ciberespaço, que é capaz de formar laços sociais entre membros de comunidades, gerar inteligência coletiva e alavancar a expertise dos participantes no espaço digital, em um esforço conjunto (Jenkins, 2009).

Os ecossistemas que se desenvolvem a partir das redes online, têm como base as práticas que se desenvolvem a partir dos processos cognitivos, moldados por uma rede de aprendizagem

com motivações intrínsecas e afetivas (Ortiz & Corrêa, 2020), além do desenvolvimento de habilidades mentais para integrar e fortalecer redes em interação em conexão contínua. As redes sociais digitais voltadas para a educação devem promover interações e vínculos entre seus membros, visando criar um ambiente que integre informações, pessoas e ideias provenientes de diversas fontes. Dessa forma, contribuem para fortalecer o senso de comunidade ao seu redor, facilitando as trocas de conhecimento e experiências.

De que maneira podemos identificar uma rede ou comunidade de aprendizagem online em contraste com outras redes sociais? A diferença está na sua intenção educativa. O aprendizado é uma característica natural do ser humano, ocorrendo independentemente de lugar, horário ou circunstância. Embora seja possível adquirir conhecimento em qualquer rede ou comunidade online, aquelas dedicadas à aprendizagem tornam esse objetivo evidente e central, sendo, portanto, mais voltadas ao estímulo da educação.

Coleman et al. (2018) analisaram, em um estudo de caso, que à medida que o Twitter se tornou uma plataforma popular para redes sociais, os educadores gravitaram para a plataforma com fins de formação de redes profissionais. Os educadores começaram a utilizar a hashtag #edchat para denotar conversas contínuas e crescentes sobre assuntos educacionais.

Com a pesquisa, descobriu-se que a comunidade de educadores no Twitter, que usou a hashtag #edchat para se comunicar, bem como com a miríade de grupos #edchat relacionados, usou os laços fracos de uma infinidade de relacionamentos casuais para criar os laços fortes da comunidade. Essa comunidade extrai de suas interações, capital social para se reunir em grupos bem unidos e trazer outros da periferia da rede para o discurso geral da comunidade. Esses educadores que usam a hashtag #edchat se reúnem em uma comunidade para discutir o domínio da educação e dessa comunidade surgiu um conjunto emergente de padrões e melhores práticas. Essas práticas estão incentivando o aprendizado ativo e centrado no aluno nas salas de aula, sistemas e escolas onde alunos, professores, pais e administradores têm voz no currículo e nos procedimentos de uma escola.

Ou seja, a partir de uma #hashtag em uma rede social digital, construiu-se capital social a ponto de se formar grandes e pequenos grupos, com laços fracos e fortes, em um movimento capaz de fazer com que os envolvidos nessas redes e comunidades online pudessem fortalecer e melhorar as práticas educacionais em suas comunidades presenciais.

No desenvolver das culturas das mídias, aprendemos com os aparatos comunicacionais (rádio, TV, telefone, televisão e mídias digitais) a nos apropriar das dinâmicas midiáticas e redefinir nosso modo de viver de uma maneira surpreendentemente rápida (Rheingold, 1996). O

porquê dessas transformações culturais não está na tecnologia em si, mas na mudança de visão e comportamento das pessoas diante dessas tecnologias de comunicação.

2.4 Educação Formal, Não formal e Informal na Era Digital

A educação é para a vida. Isso, todos que têm acesso a ela sabem, ou pelo menos estima-se que deveriam saber. Porém há distintos níveis de educação nos quais nos deparamos no decorrer de nossa jornada, são elas: i) educação formal; ii) educação não formal e; iii) educação informal.

Regis et al. (2016) compreendem que a educação formal, baseada no modo transmissionista do saber, necessita ser repensada no âmbito escolar em decorrência da cultura digital na qual os jovens estão imersos. Para as autoras, a metodologia tradicional de ensino pouco desenvolve o cidadão crítico e criativo, pois limita-o a absorver e repetir informações conclusivas sobre determinado objeto de estudo.

Nessa estrutura formal há características marcantes, tais como: educação estruturada e hierárquica; currículo predefinido e sequenciado; certificação oficial (diplomas, certificados); espaços físicos ou virtuais específicos (escolas, universidades físicas ou a distância); professores com formação específica.

Compreende-se, a partir de Regis et al. (2016), que há a necessidade dos educadores problematizem de modo contínuo esse modelo de educação transmissionista, que tem sido apontado, segundo elas, com falhas que podem refletir em problemas pedagógicos, sociais, políticos e culturais dos educandos.

Há uma urgência em desenvolver e aplicar métodos e filosofias de aprendizado que aproximem as teorias às situações cotidianas da vida dos alunos, fazendo que os mesmos compreendam que eles são agentes necessários no pensar e fazer social e não simples depositários de informações descontextualizadas. A compreensão que a produção de conhecimento pode ser gerada pelos educandos é uma necessidade educacional deste século. As autoras citam como exemplo, a filosofia de crescimento integral do aluno de Teixeira (1968), o sociointeracionismo de Vigotsky (2007) e a educação para a liberdade de Freire (1967) como essenciais para um novo modelo de educação.

Mesmo na educação formal, Freire (2021) é fundamental que os educandos desenvolvam o rigor crítico em um ambiente que estimule os estudantes a assumirem suas próprias direções.

A “autodireção” deve fazer parte da sala de aula libertadora. E os temas e materiais da aula devem ser retirados também dos contextos sociais que chamem atenção crítica à realidade. “O teste final é como os estudantes se transformam ao conhecer o material, como mudam em relação ao estudo e à sua participação na sociedade” (Freire, 2021, p. 149). O autor segue pontuando que “a educação não é engolir livros, mas é, sim, transformadora das relações entre alunos, professores, escola e sociedade” (Id., 2021, p. 150).

Fielding (2012) analisou os escritos educativos do filósofo escocês John Macmurray (1891-1976), e pontuou que ao longo das décadas de 1930 e 1940, Macmurray enfatizou a necessidade de abraçar a mudança, desenvolvendo e celebrando a nossa capacidade de responder de forma criativa e imaginativa à sua inevitabilidade e irreversibilidade. Macmurray analisa que ao recorrer para currículos antigos, é pouco provável que as velhas perspectivas e velhas abordagens à aprendizagem se revelem eficazes ou satisfatórias. “Nas escolas, assim como na vida, o filósofo defendeu a centralidade da espontaneidade, da imaginação, da experimentação como orientações e práticas reciprocamente simpáticas à educação das emoções”[6] (Fielding, 2012, p. 9).

No que se refere à educação não formal, há atributos específicos como: menos estruturada e hierárquica que a formal; maior flexibilidade curricular e metodológica; pode ocorrer em diversos espaços (museus, ONGs, empresas); têm possibilidades diversas de realização: cursos livres, oficinas, palestras, atividades extracurriculares, etc.

A aprendizagem ao longo da vida foi uma resposta às mudanças socioeconômicas da Europa na década de 1990. Nesse período, a Europa enfrentou uma crise econômica e um aumento do desemprego. Como resposta a esses desafios, a aprendizagem ao longo da vida se consolidou como política pública. Essa política visava preparar os cidadãos para lidar com as mudanças no mercado de trabalho e na sociedade em geral (Perin & Brčić, 2014).

Destarte, a ênfase migrou da educação formal, que é um processo institucionalizado e organizado, para a aprendizagem ao longo da vida. Essa última abrange todas as formas de aprendizado em diferentes momentos da vida, desde a educação infantil até a educação de adultos. Neste contexto, a educação pode ser acentuada como a aquisição de conhecimentos, habilidades e hábitos. É um processo dinâmico que permite aos indivíduos se adaptar às mudanças socioculturais e se desenvolverem ao longo da vida.

[6] Para o filósofo John Macmurray (1891-1976), a educação das emoções é um componente fundamental para o desenvolvimento humano integral. Ele argumenta que as emoções não são apenas reações impulsivas ou biológicas, mas sim aspectos essenciais da nossa natureza que nos permitem nos conectar com o mundo e com os outros.

Assim, compreendemos que a educação não formal é uma forma de educação que envolve atividades educativas não institucionais destinadas a desenvolver competências específicas necessárias para viver e trabalhar.

Korbes (2016) reflete sobre o campo não formal da educação e analisa que esse é um campo de estudo em constante transformação. Ela apontou olhares sobre educação formal, defendendo que é a partir dela que acontece o desenvolvimento da educação não-formal. Sob a visão de Korbes, a divulgação científica também pode ser vista como forma de educação. A autora bebeu de fontes como Dermeval Saviani e Karl Max para fundamentar suas discussões teóricas sobre educação não-formal.

No tocante à educação informal, apreendemos que é um processo contínuo e não intencional. É uma aprendizagem através da experiência e da interação com o meio social, isento de currículo ou certificação. Esse tipo de educação ocorre em diversos contextos da vida cotidiana (família, amigos, comunidade) e variam em uma gama ampla de temas.

Em conformidade com Perin e Brčić (2014), a educação informal inclui diversas formas de aquisição de competências através da autoeducação, cujo resultado é a expansão do conhecimento existente no contexto da aprendizagem ao longo da vida. Essa assimilação acerca da importância da educação informal geralmente ocorre em uma determinada idade, após a escolaridade regular, e geralmente está vinculada à educação ao longo da vida. Nas visões contemporâneas sobre a educação, as três formas de atividades educativas mencionadas constituem em conjunto um todo que é denominado de *lifelong learning* (aprendizagem ao longo da vida).

De acordo com o documento "A Framework for Lifelong Learning Research in the ASEM Region: 2020-2025", (2020) da *ASEM Education and Research Hub for Lifelong Learning (ASEMLLL Hub*[7]*)*, a aprendizagem ao longo da vida permite que indivíduos, comunidades e a sociedade em geral adquiram aprendizagem ao longo do ciclo de vida em absolutamente tudo, desde a educação básica até competências e conhecimentos avançados, sobre como viver uns com os outros num mundo em mudança e como viver melhor as nossas vidas.

> A aprendizagem ao longo da vida é o paradigma essencial da era contemporânea. As competências, as carreiras, o local onde se pode viver, trabalhar e aprender são imprevisíveis.

[7] O ASEM LLL Hub oferece à Ásia e à Europa um mecanismo sem paralelo para o envolvimento em investigação de alto nível e orientada para políticas sobre o futuro da aprendizagem ao longo da vida, aproveitando tradições ricas e novas tendências estimulantes em ambas as regiões.

> A tecnologia, o clima, a migração, a segurança e a saúde global, por exemplo, apresentam desafios cada vez mais novos. (ASEMLLL Hub, 2020, p. 13)

Portanto, o conceito de educação linear, dividida em fases, com saídas e conclusões não seria mais válido. Tão logo, a educação não se resume a mecanismos que moldam os indivíduos a aceitar a realidade como algo imposto e construído unicamente por outros. É fundamental que os diversos espaços educativos promovam reflexões críticas sobre a participação e autonomia do sujeito e do seu coletivo na construção de processos humanizatórios. Tais processos devem estar comprometidos com a transformação social, o bem-estar comum, a ampliação das oportunidades e o compartilhamento de benefícios para a qualidade de vida das pessoas (Severo, 2015).

Dessa forma, o aprendizado não se limita mais aos muros da escola e à voz única do docente. A educação moderna exige um ambiente propício ao diálogo, à interação e à troca de informações através de diversos meios. É necessário repensar os modelos tradicionais de comunicação escolar/ universitária que não acompanham a velocidade e a fluidez do conhecimento na era digital.

"A idade para aprender são todas", diz Martín-Barbero (2014, p.10). E reflete ainda que estamos passando de uma sociedade com sistema educativo a uma sociedade educativa. Nesse novo ambiente, "a rede educativa atravessa tudo: o trabalho e o ócio, o escritório e o lar, a saúde e a velhice" (Id., 2014, p. 10).

Martín-Barbero (2014) aponta que o paradigma da aprendizagem contínua redefine a educação, estabelecendo-se como um marco histórico e estrutural. Essa mudança impulsiona a busca por novas metodologias de ensino e aprendizagem, amparadas por um conceito de educação que reconhece a diversidade de estilos e necessidades de aprendizado. Essa diversidade se reflete na oferta de oportunidades de aprendizado em diversos ambientes (uma fábrica, um hotel, uma empresa, um hospital –, os grandes e os pequenos meios ou a internet.), momentos e com diferentes públicos, abrangendo contextos formais, informais e não formais.

No Brasil, em Portugal e no mundo, a população está envelhecendo mais e melhor. A Organização das Nações Unidas (ONU) estima que, até 2050, 25% da população global será de idosos. É cada vez mais comum pessoas com mais de 60 anos buscarem mais os campi universitários. No Brasil, o Mapa do Ensino Superior de 2021[8], desenvolvido pelo Instituto Semesp, aponta que o país tem 198 mil idosos matriculados em cursos superiores. Comparados

[8] Disponível em: https://www.semesp.org.br/wp-content/uploads/2021/06/Mapa-do-Ensino-Superior-Completo.pdf

com anos anteriores, como entre o 2015 e 2019, houve aumento de 50% das matrículas de idosos em cursos superiores, conforme dados do Censo da Educação Superior.

2.5 A educação pela educação, pela midiatização ou pela monetização na era digital?

A era recente está marcada por dois cenários: o antes da Covid-19 e o depois da Covid-19. É sabido amplamente que a pandemia impactou de inúmeras maneiras a vida da população nesta década, bem como, as perspectivas formas de viver, de trabalhar, de se relacionar, de estudar, etc.

No campo educacional, pudemos notar fenômenos se proliferarem: lives educativas, aulas da educação formal, não formal e informal online e valorização pela população geral de conteúdos em redes sociais de cientistas e professores (principalmente na área da saúde). Tudo muito fluindo de modo muito natural ou orgânico (termo adotado por muitos usuários de redes sociais) a princípio.

No que se refere às lives, de acordo com Neves et al. (2021), elas passaram a ganhar sentido formativo de importância, a partir do momento que se transformam em momentos propícios para a reflexão e a discussão de conhecimentos e práticas que fortaleçam umas práxis mais crítica e consciente. Esse modelo de educação informal foi essencial não só no estado pandêmico com o intuito de ensinar sobre os cuidados requeridos para combater a propagação do vírus, mas tornou-se indissociável desse contexto com a educação, "reinventando modelos formativos e incorporando novos processos educacionais viáveis e pertinentes" (Id., 2021, p. 4).

Em seu estudo, Neves et al, 2021, relatam que as lives foram fundamentais não somente para confirmar o pressuposto de que ações educativas mediadas por vídeos ao vivo em redes sociais colaboram para a disseminação de informações confiáveis e formação em saúde, mas, ainda, tornaram factível demonstrar que é possível articular diversos profissionais para atuarem coletivamente como protagonistas e aprendizes no fomento à educação em saúde. No artigo, os autores pontam que entre os desafios observados, destacaram-se: a inexperiência de alguns profissionais com o manejo da ferramenta digital utilizada; e a inacessibilidade às transmissões online pelas pessoas mais vulneráveis, que não dispõem de acesso às tecnologias de comunicação e informação e/ou à Internet, gerando, assim, a exclusão de um público prioritário.

Entendemos que os meios de comunicação também são um espaço para a legitimação da ciência. Essa ligação tem sido notada desde o final da década de 1990, quando Peter Weingart (1998), segundo Hjarvard (2012), discorre sobre a base para a tese da midiatização da ciência. Logo, à medida que a mídia assume um papel cada vez mais crucial na moldagem da opinião pública, da consciência social e da percepção individual, por um lado, "e uma crescente dependência por parte da ciência de recursos escassos e, portanto, da aceitação pública, por outro, a ciência passará a ser cada vez mais midiática" (Weingart, 1998: 872, apud Hjarvard, 2012, p. 57).

O estudioso sintetiza a midiatização como um processo duplo no qual a mídia se transformou em uma instituição semi independente na sociedade. A lógica é que outras instituições têm que se adaptar a ela. "A mídia se integrou às rotinas de outras instituições, como política, família, trabalho e religião – e educação (grifo nosso), já que um número cada vez maior das atividades destes domínios institucionais é realizado através tanto dos meios de comunicação interativos quanto dos meios de comunicação de massa" (Hjarvard, 2012, p. 53)

Sob essa perspectiva, analisando o cenário pós-pandemia, observamos que os modelos de compartilhamento de saberes não se evadiram do cenário das redes sociais, integraram-se perfeitamente a elas e ganharam ainda o centramento de outros valores além dos educacionais: o mercadológico e o midiático. A midiatização interveio ativa e fundamentalmente no meio educacional, tornando-o ainda mais complexo.

Sob o olhar de Sacramento (2009), no mundo de hoje, a maneira como agimos e pensamos é moldada em grande parte pelas mídias dominantes. Seus formatos, regras e normas, junto com a valorização do mercado e da tecnologia, moldam nossa realidade e a economia global. O autor frisa que não se trata de uma verdade universal, mas sim de algo que se impõe como tal, buscando dominar e silenciar outras vozes. Em uma sociedade onde a oposição e a resistência muitas vezes são vazias e sem propósito, torna-se difícil desafiar esse sistema hegemônico.

Ao nos referimos à interatividade online, muitas vezes vista como símbolo da contra-hegemonia na mídia, na verdade, pode-se esconder a perpetuação da ordem comercial vigente. O autor argumenta que essa interatividade é muito menos uma conquista do ouvinte/usuário da internet/cidadão/espectador e é muito mais a reprodução da ordem mercantil vigente pela predominância de um orador midiatizado. "Encontram-se aqui valores em estado prático que servem para qualificar a forma interiorizada e não consciente de uma nova moral que passa a regular a conduta cotidiana e os esquemas de ação" (Id., 2009, p. 89).

Decerto, nessa "nova lógica" do digital a educação por meio das mídias se tornou uma realidade. Mas, ao contrário do que se viveu fortemente na pandemia, sobretudo relacionado à

educação voltada para a saúde, na atualidade o critério comercial tem se feito presente nas práticas educativas em ambientes digitais.

Mas, o que há de tão errado nisso? Cobrava-se por aulas ministradas desde a Grécia antiga. Um exemplo contundente, segundo Sacramento (2009), é a história do nascimento da retórica (linguagem para comunicar de forma eficaz e persuasiva) e os relatos primórdios de cobrança por aula.

> Historiadores apontam que por volta de 450 a.C., Gelão e Hierão, dois tiranos sicilianos, tomaram a colônia grega de Siracusa, dividiram-na em lotes, os quais distribuíram entre mercenários, estabelecendo uma política sistemática de transferência de populações. Quando houve uma insurreição democrática, foram julgados os direitos de posse instaurados. Mobilizaram-se os júris populares. Diante deles, para convencer e ter um resultado favorável, era necessário ser o mais eloquente possível. Tal eloquência, participando, simultaneamente, da democracia e da demagogia, do judicial e do político (aquilo que se chamou de deliberativo), tornou-se, rápida e necessariamente, um objeto de ensino. Como narra Barthes (2001), os primeiros professores de retórica foram Empédocles de Agrigento, Córax, o primeiro a cobrar pelas aulas, e Tísias. (Sacramento, 2009, p. 91)

No digital, o termo "monetização" é comumente utilizado por diversos profissionais que lá atuam. E nesta era, o conhecimento também pode se tornar lucrativo. Existem diversas maneiras de comercializar o conhecimento: criação de produtos digitais, consultoria, mentoria, palestras, instrução de workshops, tudo de forma digital, presencial ou híbrida. E dessa forma pode surgir a construção de um negócio próspero mediado pelas tecnologias digitais de informação e comunicação.

Compreende-se que os meios deixam de ser apenas canais para se tornarem espaços de negociação, de contrato, de processos, de interação. Há complexas relações sendo estabelecidas pelos meios de comunicação digitais E a influência da mídia na educação é cada vez mais evidente. Seus padrões e costumes moldam a maneira como pensamos e agimos, tornando-a parte integrante do nosso dia a dia, e não apenas um elemento externo. Essa onipresença da mídia desafia os educadores a se adaptarem e desenvolverem novas habilidades para uma atuação eficaz.

Paiva (2012, p. 161) assinala que podemos analisar a força simbólica da internet em uma sociedade midiatizada pela luz do que boa parte da mídia oferta: "lazer, diversão e entretenimento – o e-comerce é a sua expressão mais evidente –, e como uma new media cria oportunidades de trabalho e educação, como e-learning, as teleconferências, as publicações virtuais".

Do surgimento da internet comercial para os tempos atuais, observamos a comunicação digital se tornar uma força transformadora. Ela molda a maneira como pensamos, nos comunicamos e agimos na sociedade, capacitando os indivíduos a usá-la como ferramenta para se expressar e defender seus direitos, impactando diretamente o nosso dia a dia.

É crucial, no entanto, abaliza Paiva (2012) que tenhamos o discernimento entre o que é útil e o que é prejudicial. De um lado, existe um complexo sistema midiático, seja analógico ou digital, controlado pelo sistema capitalista global. Esse sistema busca, acima de tudo, o lucro, e muitas vezes se limita a um conteúdo meramente comercial.

Em contraposição, surge um novo cenário: o complexo pós-massivo. Ele nasce da ação coletiva, dos "sistemas sociais de resposta", e promove estratégias para distribuir e socializar a informação de forma mais democrática.

Embora o mercado continue a ter um papel importante na economia de bens e ideias, a comunicação midiática compartilhada se destaca por sua natureza mais democrática. Ela permite conciliar a diversidade de interesses e expectativas sociais, promovendo uma sociedade mais inclusiva e justa do ponto de vista ético.

Sob a perspectiva de Paiva, convém enfatizar que as mídias digitais podem levar a mediações apenas diletantes por parte dos educadores, cientistas e demais profissionais que almejam levar informação e conhecimento no ambiente digital, mas também elabora mediações que podem sanar desajustes socioeconômicos

O autor pontua ainda que essa midiatização da educação pode provocar um processo de midiatização aliado apenas às engrenagens do capitalismo global, mas pode também promover uma midiatização favorável à aproximação das fronteiras entre as classes sociais através de conexões sociotecnológicas bem ponderadas. A maneira como os atores sociais intervierem nesses processos determinará os resultados finais.

3 O UNIVERSO DAS COMUNIDADES

3.1 Afinal, como elas se formam?

O conceito de comunidade tem sido objeto de estudo por filósofos, sociólogos, antropólogos e outros estudiosos ao longo da história. As definições de comunidade variam de acordo com a perspectiva teórica adotada, mas alguns elementos comuns podem ser identificados.

Dentre as definições clássicas, está a proposta de Durkheim (2004). Em seu livro *As regras do método sociológico*, o sociólogo aborda o termo comunidade como um conjunto de indivíduos que compartilham uma mesma consciência coletiva, ou seja, um conjunto de valores, crenças e normas comuns. Para o autor, uma vida social centrada em torno de uma grande família ou de uma comunidade religiosa ajuda a prevenir que os indivíduos se comportem de forma excessiva ou inadequada.

Os autores Warner e Lunt (1941), segundo Atkinson (2001), estipulavam que comunidades são coleções de pessoas que compartilham certos interesses, sentimentos, comportamentos e objetos por virtude de pertencerem a um grupo social. Há outros codinomes para comunidades. Em sociedades primitivas são chamadas ‘tribos’, ‘bandos’ ou ‘clãs’, já nas sociedades modernas trata-se por ‘cidades’, ou ‘bairros’. O elemento comum desses diferentes grupos sociais é o lugar. “Todos estão localizados em um determinado território que eles transformam parcialmente para o propósito de manter a vida física e social do grupo, e todos os membros individuais destes grupos têm relações sociais direta ou indiretamente uns com os outros” (Warner e Lunt,1941, p. 16, 17, apud, Atkins, 2001, p.80).

O antropólogo Redfield (1974), acreditava que existiam algumas variações entre sociedades oriundas de pequenos povos (folk) e urbanas. Em sua descrição de sociedade folk, o autor aponta alguns elementos de comunidades tradicionais: “ pequena, isolada, (...) e homogênea, com um forte sentido de solidariedade grupal. Os modos de viver estão convencionalizados naquele sistema coerente que chamamos de ‘cultura’. O comportamento é tradicional, espontâneo, acrítico e pessoal” (Redfield, 1947, p.293). Nesse tipo de sociedade não se observava, à época, reflexões mais densas, com fins intelectuais e as principais experiências dos indivíduos advinham de relacionamentos com parentes.

Na contemporaneidade, as definições de comunidade têm se tornado mais amplas e inclusivas. Ao tomar o sentido e redefinir seu modo de viver após o desenvolvimento das mídias digitais, as pessoas passaram a entender que havia uma nova forma de se relacionar. E as trocas humanas em ambiente online, tal como as presenciais, acontecem, supostamente, de modo genuíno no que se refere à sociabilidade humana em práticas comunitárias. Não são única e exclusivamente focadas em um determinado assunto. Há interações de cunho intelectual, comercial, pessoal, de entretenimento, entre outros.

Alguns estudiosos passaram a enfatizar ainda mais a importância da interação social e do senso de pertencimento na definição de comunidade.

Nesse espaço de comunicação online, educadores e pesquisadores de todo o mundo começaram a fazer morada quando tudo ainda era uma incógnita. Mas, esses atores sociais já entendiam que a conexão entre humanos e computadores poderia se potencializar e ganhar aires inimagináveis, como hoje vivemos. Virou-se do avesso velhos códigos sociais e tornou-se possíveis a implantação de novos tipos de comunidades (Rheingold, 1996).

O termo "comunidade" em si, pode ser questionado quando aplicado ao universo digital, principalmente quando relacionado ao ambiente educacional. Formamos mesmo comunidades com fins educacionais ou pura e simplesmente somos uma massa de pessoas em busca de informações breves, em um mesmo recinto digital? As comunidades digitais educacionais podem, de fato, facilitar o processo de ensino-aprendizagem? Quando um grupo de pessoas permanece em comunicação entre si por longos períodos de tempo na esfera digital, o torna uma legítima comunidade? Que tipos de nós sociais estamos formando em rede? Será essa a nova perspectiva de comunidade nos tempos atuais? Será se essa fragilidade de amarração de relacionamentos online tem refletido em nossas vivências presenciais, seja em ambiente social ou educacional?

Rheingold (1996) aponta que comunidades virtuais podem sim ser comunidades reais, como também podem ser pseudocomunidades ou ainda ser algo completamente novo no campo dos contratos sociais, desenvolvido com base na cultura digital. O autor acredita que há uma fome de formação de comunidade online que se seguiu à desintegração das comunidades tradicionais ao redor do mundo. Falamos aqui de sociedades que começaram a ver suas comunidades se desfazendo, seja em decorrência do êxodo rural, fortemente instigado pela industrialização ocorrida nas grandes cidades, seja mais recentemente ocasionado pela pandemia da Covid-19, quando até comunidades mais íntimas, como os familiares, foram obrigadas a se isolarem, acentuando o uso das mídias sociais digitais.

Logo, compreendemos que os grupos online podem ser utilizados para uma variedade de propósitos, desde o fornecimento de apoio vital até a simples troca de informações. Eles podem ser locais ou globais, íntimos ou vastos. Uma publicação pode ser vista por milhões ou por apenas duas pessoas. Os grupos online são administrados pelos próprios membros e pelas políticas das plataformas que os hospedam. Essas regras visam criar um espaço seguro e confiável para os membros se conectarem e se sentirem parte de uma comunidade.

Ao revisitar os conceitos de comunidade e sociedade, propostos por Ferdinand Tönnies (1947), Brancaleone (2008), analisou que as relações comunitárias se manifestam espacialmente através de três núcleos: a casa, a aldeia/vila e a cidade. No entanto, a transição do modo de vida rural para o urbano, acompanhada do desenvolvimento do capitalismo, provocou uma ruptura na organização desses núcleos. Com isso, as relações com parentes e vizinhos, que são essenciais para a construção de uma comunidade, se enfraqueceram nas cidades.

Com a quebra dos núcleos tradicionais de sociabilidade, novas formas de interação social emergiram na contemporaneidade. Os avanços tecnológicos possibilitaram novos modos de comunicação e interação, que se caracterizam por sua fluidez e desterritorialização. Embora essas novas formas de sociabilidade sejam diferentes das tradicionais, elas também contribuem para a construção de relações sociais.

Logo, os sites de redes sociais e comunidades virtuais podem conduzir à sociabilidade em rede. Essas ferramentas digitais são grandes impulsionadoras da conversação em rede, gerando, em consequência, essa nova forma de sociabilidade, esses novos laços sociais.

Em uma visão mais cética, Mohammed ElHajji (2007) afirma que, nessa conjectura virtual, o sujeito deixa de estabelecer a "experiência ritualística existencial" a qual o faz ter raízes em um determinado campo psicológico e imaginário para se envolver "numa esfera estética cognitiva abstrata, fruto da racionalidade tecnológica moderno-ocidental, sem relação obrigatória com o seu devir comunitário direto" (Id.,2007, p.171). Uma das críticas mais pontuais sobre as comunidades online são em prol dessa não obrigatoriedade com o senso de comunidade, podendo reduzi-la a apenas uma rede.

Amarras tradicionais sobre as formas de socialização e composição de comunidades podem ser um grande empecilho para o avanço das discussões sobre as comunidades na era digital.

Mesmo nas relações presenciais, observamos que as trocas conversacionais são mediadas por questões oriundas das conexões sociais ocorridas na esfera virtual. Muitas vezes sequer há uma socialização presencial sem a utilização de aparatos tecnológicos para mediação de diálogos. E, dessa maneira, as comunidades presenciais estão sendo moldadas e estabelecidas.

Há de avaliar criticamente que Hanell e Severson (2022) discutem a evolução dos conceitos de "comunidade" e "cultura" na pesquisa netnográfica, que inicialmente focava em comunidades digitais como grupos de pessoas que interagem em espaços online compartilhados. Essas comunidades eram vistas como parte importante da vida cotidiana, mas nos últimos anos, o uso desses conceitos em ambientes digitais foi criticado. Dada a natureza instável e multifacetada das interações digitais, questiona-se se essas comunidades realmente existem como tal.

Isso se dá, pois, se levarmos em conta a natureza das interações digitais que ocorrem em contextos instáveis e onde as identidades são cada vez mais líquidas, podemos questionar se as pessoas envolvidas em tais interações digitais podem realmente ser entendidas como membros de uma comunidade (Hanell & Severson, 2022). Para os autores, estas questões indicam "que a investigação netnográfica deve evitar o uso irrefletido e acrítico do conceito de comunidade, e ter em conta a natureza da mudança de posições de identidade e as diferentes formas de compreender uma comunidade digital" (Id., p. 222)

Sob o olhar de Hanell e Severson (2022), as comunidades ainda existem, embora outras formas de sociabilidade tenham se tornado cada vez mais dominantes na era digital. No entanto, sejam mais comuns as amplas vias de comunicação de massa dispersas oferecidas pelos gigantes das redes sociais, que, por sua vez, nem sempre se diferem dos mainstreans das mídias tradicionais.

Logo, desponta-se o uso do termo consocialidade como mais adequada ao ambiente disperso das redes sociais de hoje. "Consocialidade refere-se à 'copresença física e/ou virtual de atores sociais em uma rede, proporcionando uma oportunidade de interação social entre eles´ (Hanell & Severson, 2022, p. 222 – tradução nossa).

No Michaelis Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa, versão online9, consociabilidade, refere-se ao estado, qualidade ou natureza do que é consociável, tão logo, do que é conciliável, harmonizável.

Assim sendo, pesquisadores da etnografia das mídias sociais sugerem uma mudança do termo comunidades online para as socialidades digitais (ou socializações digitais). "A consocialidade tem mais a ver com companheirismo contextual (o que partilhamos) do que com a fronteira de identidade (quem somos) associada às comunidades" (Hanell & Severson, 2022, p. 222 – tradução nossa)

No entanto, os autores compreendem que as comunidades online ainda existem, e merecem consideração. Logo, defendem dois possíveis pontos de partida para a condução de

[9] Ver em: https://michaelis.uol.com.br/busca?id=x1Qm, acesso em: 12/08/2024

investigações netnográficas: 1) netnografia de base comunitária, utilizando a noção de comunidade, focada em interações caracterizado por laços e práticas comunitárias (duradouros); 2) netnografia baseada na consocialidade, utilizando a noção de consocialidade, com foco nas interações caracterizado por conexões (fugazes) em contextos específicos.

No ambiente digital, os sites de redes sociais e comunidades virtuais, sejam educacionais, culturais, políticas, etc., envolvem vidas e culturas distintas, que se agruparam por possibilidades inúmeras, podendo gerar novos meios para aprender e formar capital social na atualidade, mesmo que não haja o devir comunitário direto ou constante.

Na pesquisa "O poder das comunidades virtuais", encomendada pelo Facebook e realizada pela YouGov em 2021, foi analisado que as pessoas estão encontrando mais significado e um senso de pertencimento em grupos online. À época, o mundo vivia no cenário de Pandemia da Covid-19. O estudo aponta, no entanto, que as conclusões são preliminares, pois a pesquisa foi realizada em ambiente online, o que significa que reflete a população da Internet em cada país, e não necessariamente a população geral. Isso é especialmente importante em países de baixa e média renda, onde a penetração da Internet é menor.

Na pesquisa, cerca de mil participantes de cada um dos 15 países participantes responderam se o grupo mais importante de que fazem parte operava principalmente online ou offline, ou em ambos os espaços. Em 11 dos 15 países, a maior proporção de pessoas respondeu que o grupo mais importante para elas operava principalmente online, e, em três desses países, a proporção foi de 50% ou mais dos participantes. Na Austrália e no Quênia, a maior parte dos entrevistados escolheu um grupo misto online-offline, enquanto somente na França e na Alemanha a maior parcela dos entrevistados identificou um grupo essencialmente offline como o mais importante, conforme figura a seguir (Figura 1).

Figura 1

Tipos de grupos mais importantes de acordo com cada país. Imagem retirada do Documento "O poder das comunidades" (2021).

TIPO DE GRUPO MAIS IMPORTANTE

	Principalmente presencial	Principalmente online	Grupo misto
Argentina	18,33%	42,56%	39,11%
Austrália	23,60%	37,98%	38,42%
Brasil	13,44%	50,68%	35,88%
Alemanha	40,48%	30,47%	29,05%
Egito	24,27%	44,77%	30,96%
França	40,04%	34,00%	25,96%
Indonésia	18,15%	49,28%	32,57%
Índia	21,83%	42,26%	35,91%
Quênia	12,01%	41,81%	46,17%
Marrocos	16,86%	52,64%	30,50%
México	17,03%	50,00%	32,97%
Nigéria	12,41%	45,83%	41,75%
Reino Unido	35,25%	38,90%	25,85%
EUA	30,11%	46,11%	23,78%
África do Sul	18,72%	45,60%	35,68%

O documento assinala ainda que a rede social Facebook aborda o conceito de comunidade como um conjunto de pessoas que desenvolvem um sentimento de pertencimento e conexão e possuem uma sensação de proteção naquele ambiente. Essas pessoas depositam confiança e investem naquele local (digital) ao longo do tempo.

A interação social em meios sociais digitais pode ser o cume dos debates sobre comunidades online. Afinal, redes sociais são estruturas de agrupamento humano, permeadas por interações entre atores sociais que compartilham de algum tipo de interesse em comum. E a interação é base também de qualquer comunidade. Não obstante, em âmbito digital, Bauman (2014) diz que a maior diferença entre rede e comunidade é que em relação a essa, nós pertencemos a ela e em relação àquela, é que ela nos pertence. Ao ser membro de uma comunidade você não pode estabelecer relações de "aceite" ou "descarte" de amigos, como acontece com sua própria rede. As relações comunitárias tendem a ser mais complexas, pois não são construídas individualmente, mas de modo coletivo.

3.2 Comunidade Educacional Online

Em mais uma aproximação da educação com a comunicação, perpassando pelas tecnologias da informação, chegamos a um fenômeno educacional cujas denominações são tão amplas quanto suas definições: comunidade virtual de aprendizagem, comunidade de aprendizagem online, comunidade de aprendizagem digital, comunidade educacional online...

Buscando na literatura definições acerca do tema, vemos que há uma miríade de significados que poderíamos analisar aqui, tão logo, observamos que as comunidades de aprendizagem digitais figuram ainda como fenômenos que vem sendo observados, pesquisados e debatidos nas últimas décadas, face à evolução dos meios de comunicações digitais. Ou seja, estão ainda no ponto alto das discussões entre os pesquisadores que atuam na interface Educação e Comunicação. Mas, a base maior dessas discussões, não está associada às questões técnicas, mas sim às sociais, que envolvem interação, como manifestou Chen (2004). Para o autor, sem pormenorizar, a troca de informações é a função básica nas comunidades virtuais. O diálogo possui outro papel essencial também.

Nessas comunidades, há uma construção de amizades e um sentimento de pertencimento. E, em consequência, o compartilhamento de informações e a auto divulgação contribuem para a construção e fortalecimento de relacionamentos interpessoais (Id., p.120, 2004).

Chen expressa que as comunidades não podem ser construídas, mas sim desenvolvidas por suas práticas, principalmente, alicerçadas no apoio mútuo, que as faz ter sustentação. Apesar de não possuírem uma "autoridade" oficial, as comunidades possuem líderes atuantes, presentes e facilitadores, que auxiliam na formação de elos pessoais entre os membros das comunidades, seja por interligá-los em suas similaridades de narrativas pessoais, seja por expor suas próprias histórias, encorajando os demais a fazer o mesmo. A consequência desse feito é o crescimento das comunidades com base nos laços formados, afinal, "a troca de experiências ou opiniões pode fazer com que os membros se sintam mais próximos e proporcionem identidade" (Chen, 2004, p.122).

Downes (1999), revisitado por Chen (2004), discorre acerca da importância de se criar um senso de compromisso nas comunidades de aprendizagem, para que haja relação de confiança entre os membros. Tal feito pode potencializar o senso de pertencimento, refletindo no aumento de interesse nas atividades comunitárias. Nessas comunidades de aprendizagem, é essencial que haja gerenciamento do curso com o intuito de facilitar as tarefas dos alunos. O papel do facilitador/tutor é integrar o conteúdo e a comunicação e estimular a geração de conteúdos pelos

membros, além de fornecer o acesso aos recursos. Deve ser característica do facilitador/tutor manter o entusiasmo e envolvimento nas discussões com o grupo. As relações estabelecidas entre esse agente e os membros é vital para a construção de diálogos, tanto em quantidade como em qualidade.

Em decorrência da experiência isolada e solitária dos membros de comunidades online, comparando com as linguagens corporais e a atmosfera de interação de uma sala de aula tradicional, é fundamental que esses elementos sejam estimulas para que haja facilitação de aprendizado. Logo, uma comunidade educacional online deve ser construída sob o viés da interação social.

Nessa perspectiva, Carvalho (2008) apregoa que a expressão "comunidade virtual de aprendizagem" tem sido muito usada para designar grupos no ciberespaço que, por meio de interação online, desenvolvem aprendizagens.

Por certo, as comunidades designadas à aprendizagem em ambiente digital, possuem pilares de construção essenciais: senso de comunidade, foco no aprendizado, e utilização de tecnologia de rede.

Os sites de redes sociais são essenciais para a aprendizagem comunitária, pois ajudam a conectar os participantes e facilitar a comunicação entre eles. Essas redes podem ser formais ou informais, e podem ser baseadas em interesses comuns ou em relações sociais. É possível utilizar as tecnologias de rede com fins de aprendizagem comunitária de duas formas: a) síncronas, que permitem que os participantes interajam em tempo real, por exemplo, por meio de videoconferências ou chats; ou assíncronas, que possibilita que os participantes interajam sem restrições de tempo, por exemplo, por meio de fóruns ou e-mail. As aprendizagens comunitárias podem ser formadas desde um grupo de moradores de uma localidade que se reúne para discutir os problemas locais, quanto por estudantes que trabalham juntos em um projeto de pesquisa ou profissionais que compartilham conhecimentos e experiências em uma comunidade virtual (Tu & Corry, 2001).

A aprendizagem comunitária pode ser uma forma eficaz de promover o aprendizado e a participação social. Ela pode ainda ajudar as pessoas a desenvolver novas habilidades e a resolver problemas. Sublinhamos que os padrões de comunicação e relacionamentos construídos em uma rede podem ser essenciais para mobilizar os participantes da comunidade em torno de questões sociais locais

Tu e Corry (2001) aderem ao pensamento de que, no âmbito educacional, e para que haja êxito no processo de aprendizagem é necessário que tenham pessoas que almejam, de fato, aprender e o envolvimento nas redes faz parte desse processo.

Para eles, um dos parâmetros de êxito na aprendizagem online é a adesão e envolvimentos da comunidade, por meio de laços sociais em quantidade e qualidade de interações. No entanto, o não contato físico entre os membros das comunidades educacionais online pode gerar uma experiência solitária e não colaborativa e integrativa, tão logo, poderia enfraquecer o senso de comunidade de aprendizagem.

Não foi pensando em uma revolução educacional que a internet foi criada. Longe disso. No entanto, sua influência nos sistemas educacionais e nas formas de aprendizado é inegável. A principal responsável por essa transformação é a capacidade da internet de promover o aprendizado a distância, abrindo portas para um mundo de possibilidades educacionais antes inimagináveis.

No caso das comunidades de aprendizagem online (*Online Learning Communities - OLC*), notamos um movimento de "educação sob medida", pois há uma variedade de plataformas online que oferecem opções personalizadas para diferentes estilos de aprendizado, necessidades e interesses, permitindo que cada aluno trace seu próprio caminho de desenvolvimento, em seu próprio ritmo, podendo dedicar mais tempo aos tópicos que apresentam maior dificuldade e avançando mais rapidamente nas áreas em que já dominam.

No início dos anos 2000, Garrison et al. (2000) propuseram um modelo inovador, à época, para o aprendizado online: a Comunidade de Inquérito (COI) e que segue relevante até a atualidade para os estudos e práticas na área. Inspirado na visão de John Dewey da investigação como uma atividade social, a COI reconhece a importância da comunicação e da interação na construção do conhecimento. Podemos considerar como pilares da COI:

Presença Social (PS): A capacidade dos participantes de se conectarem e se sentirem parte da comunidade, expressando suas ideias, emoções e experiências.

Presença Cognitiva (PC): O engajamento dos alunos no processo de aprendizagem, através da construção de conhecimento, questionamento, debate e resolução de problemas.

Presença de Ensino (TP): O papel do professor como facilitador da aprendizagem, criando um ambiente propício para a interação e o desenvolvimento individual e coletivo.

Segundo Garrison (2009), é na sobreposição das três presenças que existe a essência de uma comunidade de investigação e ocorre uma colaboração significativa. No seu estudo de atualização acerca da *Communities of Inquiry in Online Learning*, o autor (Id., 2009) ressalta que das três presenças, a presença social foi a que mais evoluiu a partir da conceituação original.

Os estudos de Garrison (2009, p. 352) mostraram que a comunicação online, baseada apenas em texto e desprovida de sinais não verbais, como linguagem corporal ou presença física, não compromete significativamente a sensação de presença social.

A COI se destaca como uma abordagem sociocultural para o aprendizado online que valoriza a comunicação, a interação e a construção colaborativa do conhecimento. Ao integrar os elementos de presença social, cognitiva e de ensino, a comunidade de investigação na aprendizagem online oferece um ambiente propício para o desenvolvimento de habilidades críticas, pensamento reflexivo e senso de comunidade entre os alunos.

Khoo e Cowie (2010) projetaram uma estrutura prática que destaca as condições apropriadas para o desenvolvimento e condução de comunidades de aprendizagem online. Essa estrutura caracteriza a aprendizagem em uma comunidade de aprendizagem social como uma atividade fundamentada em cinco princípios principais: 1) mediada; 2) distribuída; 3) situada; 4) orientada para objetivos e; 5) participativa. No estudo, esses princípios foram traduzidos pelas autoras em práticas concretas por meio da identificação de ações específicas, ferramentas digitais e estratégias pedagógicas para apoiar cada um deles. Desse modo, a aprendizagem online eficaz é descrita como uma experiência social e culturalmente contextualizada, que ocorre dentro de uma comunidade onde os membros compartilham objetivos e se envolvem em atividades colaborativas.

As estratégias pedagógicas utilizadas no estudo de Khoo e Cowie (2010) incluíram cenários baseados em problemas projetados para incentivar deliberadamente a participação dos alunos em ambientes online e promover o engajamento com as ideias de outros membros da comunidade. Essa abordagem visava fortalecer o senso de comunidade e alcançar os objetivos de aprendizagem propostos.

Os métodos para avaliar a existência de uma comunidade de aprendizagem online incluíram: 1) a identificação e análise de características específicas das comunidades, determinando a presença de elementos essenciais como interação ativa, padrões assimétricos de participação e co-responsabilidade por atividades colaborativas; e 2) o exame da natureza das interações e da participação dos alunos no curso, abrangendo aspectos intelectuais, sociais e emocionais.

As conclusões de Khoo e Cowie (2010) indicam que um dos desafios centrais é apoiar os profissionais na melhoria de suas práticas e no design de ambientes de aprendizagem mais inclusivos e eficazes. As características observadas nos processos e resultados de aprendizagem confirmam a relevância de padrões de interação diversificados e ativos para promover entendimentos coletivos e distribuídos. Além disso, evidências de interações intelectuais, sociais e emocionais corroboram a existência de uma comunidade de aprendizagem online dentro do ambiente acadêmico.

3.3 Mas, o que está por trás dos algoritmos e diretrizes das comunidades online e como isso pode impactar a educação?

As dinâmicas arquitetadas no mundo digital e as ferramentas participativas associadas à internet têm conduzido à constituição de comunidades nessa esfera, evidenciando assim, uma característica muito presente na cultura digital: o relacionamento entre pessoas que leva a novas construções históricas, sociais, educacionais, culturais e políticas. Mas, será mesmo que a base de tudo isso é o relacionamento genuíno?

Havemos, pois, de nos recordar constantemente de que os mecanismos de funcionamento da internet, pouco transparentes para a sociedade como um todo, assentam-se em modelos de negócio. Em consonância com Lanier (2018), os algoritmos nos sobrecarregam de dados o tempo inteiro. "Os supostos anunciantes podem se apoderar do momento em que você está perfeitamente satisfeito e influenciá-lo com mensagens que funcionaram com outras pessoas cujas características e situações são iguais às suas" (Lanier, 2018, p.14).

Na visão do autor Lanier, há um conjunto de fatores que podem formar esse problema, é o *Behaviors of User Modified and Made into an Empire for Rent* (cujo acrônico é Bummer), que em português significa "Comportamentos de Usuário Modificados e Transformados em um Império para Alugar", ou seja, uma máquina estatística instalada na nuvem computacional.

Esse termo descreve o modelo de negócios das grandes empresas ligadas às tecnologias, como Facebook, Google e Twitter. Essas empresas lucram com a atenção dos usuários, e para isso, elas usam algoritmos para modificar o comportamento dos usuários.

Por exemplo, os algoritmos das redes sociais são projetados para mostrar aos usuários conteúdo que é mais provável de gerar engajamento, como notícias negativas, conteúdo polarizador ou memes. Isso pode levar os usuários a se tornarem mais negativos, mais polarizados e menos informados.

Na visão de Lanier o modelo *Bummer* é prejudicial para os usuários e para a sociedade. Ele argumenta que esse modelo nos torna mais propensos à desinformação, à polarização e à ansiedade.

Logo, a sociedade deveria lutar contra esse modo de se relacionar que, na visão do autor, baseia-se em um modelo comercial e acaba tornando a todos os usuários mais dependentes das empresas de tecnologia, já que elas controlam o que vemos, o que ouvimos e até mesmo o pensamos.

Segundo a perspectiva do autor, as empresas de tecnologia nos mostram conteúdos que confirmam nossas crenças, o que nos torna mais propensos a nos isolar de outras perspectivas. Assim, Lanier (2018) defende uma mudança no modelo de negócios das grandes empresas de tecnologia. Ele acredita que as empresas deveriam se concentrar em fornecer aos usuários um serviço de qualidade, em vez de lucrar com a atenção dos mesmos.

Essa manipulação algorítmica tem implicações diretas na educação, pois os conteúdos apresentados podem reduzir significativamente o pensamento crítico ao reforçar crenças pré-existentes, além de promover a desinformação, dificultando a análise de fontes confiáveis. Observamos ainda a possibilidade de substituição do aprendizado profundo por uma busca superficial de informações, tão logo, no contexto educacional, isso pode resultar em estudantes menos reflexivos e mais vulneráveis a narrativas polarizadas, comprometendo o desenvolvimento de habilidades críticas e analíticas.

Da mesma perspectiva, Tim Wu (2012) argumenta que a atenção humana se tornou uma mercadoria disputada, logo, valiosa do ponto de vista comercial. Quanto mais captura de atenção de usuários de redes sociais digitais, mais possíveis vendas de produtos e serviços por meio da publicidade implícita ou explícita. Essa busca descomedida das empresas pela atenção de seus consumidores não nasceu com o advento da internet, longe disso, mas se potencializou nesta era.

As empresas de mídia, como jornais, revistas e emissoras de televisão, passaram a competir pela atenção dos consumidores, usando técnicas como jornalismo sensacionalista, anúncios persuasivos e programação de horário nobre.

Na era digital, no entanto, as empresas de tecnologia, como Google, Facebook e Amazon, desenvolveram algoritmos sofisticados para capturar a atenção dos usuários. Segundo o relatório Digital 2023: Global Digital Overview, a média global de tempo de uso da internet por usuário é de 6 horas e 37 minutos por dia. O que daria, em tempo corrido, cerca de 100 dias por ano utilizando sem parar a internet. Um número estarrecedor para um ser humano que, teoricamente, tem uma vida à parte do digital.

Dentre os principais efeitos negativos estão: 1) consumo de conteúdos de baixa qualidade, que em nada agregam à vida da pessoa; 2) tendência a levar os usuários a se tornarem mais polarizados, já que os conteúdos tendem a confirmar crenças existentes, tirando o ser humano da perspectiva crítica; 3) as estratégias das empresas de tecnologia podem levar as pessoas a um estado de estresse e ansiedade constantes, já que nos inundam de informações a cada instante (Wu, 2012).

Em um cenário educacional, compreendemos que a constante busca por atenção e por engajamento nas redes sociais pode comprometer o desempenho acadêmico, além de criar um

ambiente digital que privilegia o entretenimento sobre o aprendizado e uma dificuldade de diálogo entre pares, devido os pensamentos polarizados fomentados em meios de comunicação sejam digitais ou tradicionais.

Pariser (2011), aborda o conceito de *filter bubble* ("bolha de filtro"), referindo-se ao fenômeno em que algoritmos personalizam as informações que os usuários recebem na internet, com base em seus interesses, comportamentos e histórico de navegação. Essa personalização cria um ambiente digital no qual os indivíduos são expostos predominantemente a conteúdos que confirmam suas crenças e preferências, enquanto ideias e perspectivas diferentes são sistematicamente excluídas.

Há pontos críticos a se analisar em relação às bolhas de filtro, especialmente no que se refere ao desvio de fonte de informação, restringindo o acesso às novas fontes e pontos de vista, limitando o contato com informações diversificadas e contraditórias. Logo, embora pareça que o usuário está realizando uma "pesquisa abrangente" devido à variedade aparente de resultados apresentados, não se passa de uma ilusão, pois os algoritmos filtram o conteúdo com base no que é mais "relevante" para o usuário, omitindo informações que poderiam ser fundamentais para uma visão mais completa e imparcial.

O impacto para o cidadão é sem precedentes na história, pois o mecanismo não só prejudica o processo de pesquisa e aprendizado, mas também compromete a formação de cidadãos bem informados. Uma cidadania informada requer acesso a uma ampla gama de perspectivas e fatos para que as pessoas possam tomar decisões conscientes, participar de debates públicos e exercer seu papel na sociedade de maneira crítica e responsável. A "bolha de filtro" fragiliza esses fundamentos ao restringir o campo de visão do indivíduo e ao reforçar preconceitos ou vieses preexistentes.

Portanto, Pariser (2011) alerta para o perigo de dependermos exclusivamente de plataformas digitais e seus algoritmos para acessar informações. Isso não apenas prejudica a qualidade da pesquisa, mas também enfraquece os pilares de uma democracia saudável, que depende de cidadãos informados e capazes de considerar múltiplas perspectivas.

O autor pontua ainda que há muitos desafios relacionados à privacidade, personalização e controle de dados na era digital, evidenciando um desequilíbrio de poder entre grandes corporações e os usuários. Há caminhos possíveis para gerar um equilíbrio, como regulamentação governamental, práticas justas de informação e maior transparência, mas o autor pontua que os usuários de internet podem ter perdido de vez o controle sobre seus dados. Contudo, ressalta que "o peso da lei adiciona atrito à transmissão de certos tipos de informação

— e, em muitos casos, um pouco de atrito faz uma grande diferença" (Pariser, 2011, p. 74, tradução nossa).

Compreendemos que para se auto proteger desses ataques invisíveis guiados pelos algoritmos, é necessário que as pessoas estejam conscientes sobre os mecanismos que estão por trás dos conteúdos que lhe são apresentados nas mídias e redes sociais. Além disso, também devem apoiar políticas públicas que regulem a maneira como as empresas de tecnologia coletam e usam nossos dados.

O Marco Civil da Internet (Lei n.º 12.965, de 23 de abril de 2014), por exemplo, é uma lei importante que estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Ele é um marco na história da internet no Brasil, pois estabelece um conjunto de regras básicas para a governança da internet brasileira.

Dentre alguns dos princípios básicos estabelecidos pela Lei estão:

1) Acesso à internet como direito fundamental: O acesso à internet é um direito fundamental de todos os brasileiros, independentemente de sua condição social, econômica ou cultural.
2) Neutralidade da rede: Todos os usuários têm direito de acesso à internet de forma igualitária, sem discriminação de conteúdo, origem ou destino.
3) Proteção de dados pessoais: Os dados pessoais dos usuários devem ser protegidos, sendo vedada a sua coleta, armazenamento e tratamento sem o consentimento do usuário.
4) Liberdade de expressão: A liberdade de expressão é garantida na internet, sendo vedada a censura prévia.
5) Responsabilidade compartilhada: Todos os envolvidos na cadeia de valor da internet são responsáveis pela garantia dos direitos e garantias estabelecidos no Marco Civil.

Na Europa foram aprovadas as Leis de Serviços Digitais (no acrônico em inglês, DSA) e de Mercados Digitais (no acrônico em inglês, DMA) no ano de 2022. Essa estabelece regras para o comportamento das grandes empresas tecnológicas, com o objetivo de promover a concorrência e a inovação. Já aquela, estabelece regras para a responsabilidade das plataformas digitais por conteúdos ilícitos e para a transparência das suas práticas. O macro objetivo de ambas é preencher lacunas e estabelecer um novo padrão para a governança digital, impondo obrigações que afetam tanto os usuários como as empresas.

Algumas das medidas trazidas pela DAS, por exemplo, estão o combate ao conteúdo ilegal, a exigência pela transparência algorítmica e a proteção ao usuário. A exclusão de conteúdos ilegais, que exige que as plataformas digitais implementem mecanismos próprios e robustos para

identificação e remoção. Porém, há brechas na Lei, como por exemplo, não definir o que é "ilegal". Cada país, nesse caso, determina a conformidade ou não, de acordo com a sua legislação local.

A DAS determina que os usuários poderão buscar indenizações dos provedores de serviços intermediários por qualquer dano ou perda sofrida devido a uma violação da legislação por parte do provedor.

No que se refere à Lei dos Mercados Digitais (DMA), há uma definição de um conjunto de objetivos para que todas as empresas online, independentemente do tamanho, sejam justas no momento de comercializar os produtos. A lei será aplicada em empresas que possuem grande relevância no bloco e possuem forte posição econômica. Entre as proibições referentes às plataformas, está o rastreio de usuários finais fora dos *gatekeepers*; serviço principal da plataforma para efeitos de publicidade direcionada, sem que tenha sido concedido consentimento efetivo.

O termo "gatekeeper" é um anglicismo que significa "porteiro" ou "guardião". No contexto da comunicação, gatekeepers são indivíduos ou organizações que controlam o fluxo de informações. Eles podem ser editores de jornais, produtores de televisão, *gatekeepers* de mídia social, ou qualquer outra pessoa ou instituição que tenha o poder de decidir o que é publicado ou divulgado.

Os *gatekeepers* desempenham um papel importante na sociedade, pois são responsáveis por determinar o que as pessoas veem e ouvem. Eles podem usar seu poder para promover ou reprimir certos pontos de vista, moldar a opinião pública e influenciar a cultura. No mundo digital, têm um papel ainda mais importante. Eles controlam o acesso a informações e plataformas online, o que pode ter um impacto significativo na liberdade de expressão e no acesso à informação.

Segundo a *European Comission* há regras mais específicas e rigorosas destinadas às plataformas consideradas com potencial de riscos sistêmicos, ou seja, aquelas que possuem mais de 45 milhões de utilizadores, já que esses sites têm papéis importantes no debate público e têm o poder de influenciar a economia. Entre as plataformas designadas como "*Very Large Online Plataforms*" (VLOP), estão: Alibaba Express, Facebook, Instagram, Tik Tok, Google Play, Linkedin, Twitter, Booking.com, Youtube, entre outros.

Levando em consideração a importância da Europa para o contexto mundial, o alcance dessas leis pode ser considerado universal. Para a sociedade em geral isso deve significar um maior controle democrático e supervisão sobre plataformas sistêmicas e mitigação de riscos sistêmicos, como manipulação ou desinformação.

No início do ano de 2025, Mark Zuckerberg, fundador e presidente da empresa Meta, responsável pelas redes sociais digitais Facebook, Instagram e Threads, revelou alterações significativas em suas diretrizes de moderação de conteúdo[10]. Entre as mudanças estão a descontinuação do programa de checagem de fatos, que verificava a veracidade de informações compartilhadas nas plataformas, o fim de restrições relacionadas a temas como migração e questões de gênero, a priorização de "conteúdo cívico" – definido como materiais com viés político-ideológico –, e a exclusão restrita apenas a conteúdos que configurem violações graves.

Haverá agora nas plataformas digitais da empresa Meta um sistema de avaliação comunitária, inspirado no modelo da rede social X, onde os próprios usuários podem corrigir o conteúdo das postagens. Essa mudança será inicialmente implementada nos Estados Unidos. A ideia, segundo declaração de Zuckerberg, é "restaurar a liberdade de expressão em suas plataformas". Justificando a decisão, Mark Zuckerberg, fundador da Meta, afirmou que os verificadores de fatos se tornaram excessivamente politizados e, em vez de aumentar a confiança, acabaram prejudicando-a, especialmente no contexto norte-americano.

No entanto, as consequências das novas diretrizes da Meta podem ser negativas tanto no digital quanto na sociedade. Os usuários podem, por exemplo, usar linguagem insultuosa no contexto de discussão de tópicos políticos ou religiosos, como ao discutir direitos transgêneros, imigração ou homossexualidade.

Ao pensarmos no ambiente de aprendizado online, diante dessas novas regras, podemos ter uma ampliação da desinformação, prejudicando a confiabilidade das fontes, o aumento da hostilidade em comunidades educacionais online, criando um ambiente tóxico que afeta a colaboração e o aprendizado, perda da confiança em plataformas digitais como locais seguros para acessar informações confiáveis, especialmente em temas educacionais e científicos. Além de amplificar discursos de ódio e crimes como racismo ou xenofobia, desmotivando grupos invisibilizados ou minoritários a participarem de ambientes educacionais online. Compreendemos que as mudanças na Meta desafiam o equilíbrio entre liberdade de expressão e a necessidade de um ambiente online seguro e construtivo.

Há um longo caminho pela frente no que se refere à batalha dos algoritmos, uso de dados pessoais na web, regulamentação de plataformas digitais de grande alcance, etc., mas certamente, devemos pensar com urgência a educação midiática da população, ou seja, incorporar o ensino sobre os mecanismos das redes sociais nos currículos escolares para capacitar os estudantes a

[10] Veja vídeo oficial aqui: https://www.instagram.com/p/DEhf2uTJUs0/

identificar desinformação e vieses algorítmicos, além de exigir políticas de regulação e fiscalização em relação ao uso de dados pessoais na internet.

Não há como nos furtamos aqui do debate sobre o uso consciente, crítico e equilibrado das redes sociais por parte de professores e estudantes, destacando a importância do tempo off-line.

4 LITERACIAS DIGITAIS, CAPITAL SOCIAL E INFLUÊNCIA NO CAMPO DA EDUCAÇÃO

4.1 Produção, circulação e consumo de sentidos e significados em meios sociais digitais

O processo de aprendizado da leitura envolve a compreensão de significados de palavras, em nível local, regional, nacional e internacional, por vezes, mas, também, exige a apreensão dos sentidos que as mesmas carregam consigo.

Sob o olhar de Vygotsky, em *A Construção do Pensamento e da Linguagem* (2000), não podemos omitir a importância das interações sociais e culturais na formação das funções psicológicas superiores, sendo esta uma base sólida para a compreensão moderna do desenvolvimento cognitivo e da aprendizagem.

Logo, conhecer palavras é, para uma criança, apenas o começo do seu processo de desenvolvimento. Vygotsky (2000) explica que a linguagem e o pensamento se desenvolvem inicialmente de forma independente, mas convergem-se à medida que a criança cresce, com a linguagem desempenhando um papel crucial na formação de conceitos e no desenvolvimento das funções psicológicas superiores. A abordagem dialética do autor, que vê a linguagem e o pensamento como processos interdependentes e em evolução, oferece uma perspectiva rica e multifacetada.

Nesse contexto, há a discussão entre sentido e significado. Endossado por Vygotsky, significado refere-se a aspectos mais estáveis e coletivos da linguagem, já o sentido, engloba questões mais individuais e contextuais. Esta diferenciação é crucial para entender como os indivíduos interagem com o texto durante a leitura (Costas & Ferreira, 2011), além de como interagem outras ferramentas de informação e comunicação.

A interação do indivíduo no mundo social acontece enquanto ele próprio busca se auto compreender e se integrar em seu próprio universo particular. A movimentação para que isso ocorra acontece por meio da linguagem. “Nesse sentido, a linguagem é o meio pelo qual o ser humano constitui-se sujeito, atribui significados aos eventos, aos objetos, aos seres, tornando-se, portanto, ser histórico e cultural” (Id., 2011, p. 213).

Vygotsky propõe a integração entre pensamento e linguagem, desafiando a visão tradicional de que esses processos são independentes. Inviável seria, segundo o autor, a comparação da criança como um adulto, em níveis de inteligência (o que é algo simples de se pensar, mas o mesmo tempo grandioso). Bebendo da fonte de Piaget, que, por sua vez, recorre a Rousseau, o psicólogo bielorrusso cita que "a criança nada tem de pequeno adulto e sua inteligência não é, de maneira nenhuma, a pequena inteligência do adulto" (Vygotsky, 2000, p. 21).

Porém, o autor reconhece que a inteligência adulta e infantil, embora qualitativamente diferentes, fazem parte de um desenvolvimento contínuo. As habilidades e competências que as crianças desenvolvem são fundações importantes para a inteligência adulta. Assim, é igualmente importante considerar as conexões e progressões entre os estágios de desenvolvimento.

Freire (2001) pontua que ao se relacionar com seu ambiente, o alfabetizando (aprendiz) se reconecta com os outros membros do seu pequeno "círculo de cultura". Todos se encontram e se reencontram no mesmo mundo comum. Da coincidência das intenções que o objetivam, surge a *comunicação, o diálogo que criticiza e promove os participantes do círculo*. Dessa forma, juntos, recriam criticamente seu mundo: aquilo que antes os absorvia, agora podem ver de uma nova perspectiva.

Assim, ênfase de Vygostky na mediação social e cultural do desenvolvimento cognitivo destaca a importância das interações sociais na formação do pensamento, uma perspectiva que continua a influenciar a pedagogia e a psicologia educacional até a atualidade.

Nas últimas décadas, vimos o mundo acelerar, em sentidos diversos. Acompanhamos as tecnologias digitais e sua linguagem específica, serem englobadas ao cotidiano de milhões de pessoas em todo o mundo e provocarem mudanças profundas na sociedade. Embora essas mudanças não alcancem a maioria da população mundial, experiências diversas e redes de conhecimentos variados se formam a partir da interação entre processos de comunicação, socioculturais e educativos.

Nesse novo ecossistema comunicacional, reconhece-se novos campos de experiências internas e pessoais, bem como experiências cognitivas, que envolvem a aquisição, processamento, armazenamento e utilização de informações, englobando como pensar, lembrar, resolver problemas, tomar decisões, prestar atenção, etc.

Esses novos campos "surgiram com o processo de reorganização dos saberes, dos fluxos de informação e a emergência das redes de intercâmbio criativo e lúdico, acompanhados de uma nova articulação entre as realidades em sua dimensão local e mundial" (Alvarenga et al., 2014, p.71). Com os novos meios de comunicação, surgiram também novas linguagens e padrões de

escrita, além da predominância do audiovisual e a integração da imagem no campo da produção de conhecimentos.

Alvarenga et al. (2014) defendem que alfabetização tradicional deve ser complementada por uma "segunda alfabetização", que inclui a compreensão e uso das diversas formas de escrita oferecidas pelo audiovisual e pelo texto eletrônico.

Assim, nesta era na qual estamos imersos na cultura digital (sob a percepção daqueles que não estão excluídos digitalmente), podemos analisar os pensamentos de Vygotsky sob o viés das nossas formas de literacias em especial, a literacia digital, no qual o indivíduo tem a capacidade de compreender e usar informações em múltiplos formatos a partir de uma ampla gama de fontes quando elas são apresentadas por meio de computadores. Posto isso, envolve habilidades como navegar pela internet, utilizar aplicativos e ferramentas digitais, criar e compartilhar conteúdo digital, e compreender e avaliar informações online, entre outros, e não meramente ter acesso à rede mundial de computadores.

Santos et al. (2015, p. 30) refletem que o enfoque da literacia digital é “o conhecimento técnico e uso de aplicações bem como de outras competências que destacam sobretudo a tendência para o uso de media sociais e participativos e da sua importância para novas formas de comunicação, expressão, viver, aprender e trabalhar”.

Retomando a Vygotsky (2000) temos uma base teórica robusta para entender o letramento digital também como um processo mediado social e culturalmente.

O autor analisa que o desenvolvimento cognitivo é mediado por ferramentas culturais e sociais, entre elas, a linguagem. Essas ferramentas são produtos da cultura e da sociedade que facilitam a comunicação, a aprendizagem e a interação social, moldando a maneira como as pessoas pensam, aprendem e se desenvolvem. A interação social e a mediação cultural são essenciais para a formação do pensamento.

Associando ao contexto digital, a mediação e interação ocorrem por meio de tecnologias e plataformas que facilitam a comunicação e a aprendizagem. Ferramentas digitais, como fóruns online, redes sociais e plataformas educacionais, podem atuar como mediadores culturais contemporâneos, promovendo a interação social e o aprendizado colaborativo.

A linguagem digital, incluindo *emojis*, abreviações e novos jargões, facilita a comunicação e a expressão de pensamentos e emoções de maneira rápida e eficaz. Essa forma de linguagem, aprendida e aprimorada através da interação em redes sociais e plataformas de mensagens, reflete a evolução contínua das funções psicológicas superiores no ambiente digital e promove a produção, circulação e consumo de sentidos e significados em meios sociais digitais.

Estamos todos conectados. Essa é a lógica máxima da era digital. Seria então a conectividade uma prática pedagógica em rede? Carmo (2022) aponta que sim. Essa prática pedagógica tem como base quatro princípios: 1) agregação; 2) remistura; 3) redefinição; e 4) redistribuição do conhecimento.

Downes (2007), discute a questão do conectivismo como a tese de que o conhecimento é distribuído por uma rede de conexões e, portanto, que o aprendizado consiste na capacidade de construir e atravessar essas redes. Associado por alguns com o construtivismo ou aprendizado ativo, tão logo como próximas à ideia de que o conhecimento e o aprendizado são baseados na linguagem e na lógica, Downes observa sob o viés próprio da conexão, cuja base é formada por ações e experiências. "Pode consistir em parte de estruturas linguísticas, mas não é essencialmente baseado em estruturas linguísticas, e as propriedades e restrições de estruturas linguísticas não são as propriedades e restrições do conectivismo" (Id., online, 2007).

O autor reflete que no conectivismo as conexões são formadas de modo genuíno, por um processo de associação e não apenas construídas por meio de algum tipo de ação proposital. Nesta teoria, não existe a transmissão de conhecimento, tal como conhecemos no ensino dito tradicional, mas sim, práticas que levam ao aprendizado com vistas ao crescimento e desenvolvimento do indivíduo e da sociedade, tendo em visto que todos estamos conectados.

Isso reverbera nas seguintes necessidades: 1) criar conexão seja com pessoas, seja com organizações, pois o conhecimento está distribuído através dessas redes; 2) diversificar as nossas conexões, pois assim, há uma maior a possibilidade de obter um conhecimento mais completo e robusto; 3) conectar a novas informações, pois conhecer o novo pode ser tão ou mais importante do que o que sabemos na atualidade; 4) ver a aprendizagem como processo contínuo, já que o aprendizado e o conhecimento não são adquiridos de forma linear, mas são processos contínuos que evoluem ao longo do tempo com a adição de novas conexões; 5) compreender a importância da aprendizagem formal e informal; 6) reconhecer o impacto das tecnologias digitais, tendo em vista que há um significativo impacto na forma como o conhecimento é criado, compartilhado e adquirido na era atual.

Para Downes (Id., 2007), esses princípios destacam a interconectividade e a dinâmica da aprendizagem na era da informação, enfatizando que o aprendizado não é apenas um produto acabado, mas um reflexo das conexões que fazemos externamente.

4.2 Literacias digitais para fins educacionais

Muito mais que acessar as plataformas de mídias sociais digitais, devemos hoje ser capazes de encontrar oportunidades a fim de gerar soluções criativas a partir desse acesso. A literacia digital emergente foi debatida, por exemplo, por Possa (2018). Ele trata sobre uma dimensão idealista da literacia digital no campo da educação, da sociedade e da cultura. Discorre que a literacia emergente necessita "dar acesso (aos conteúdos), promover a compreensão (do conhecimento), fomentar a capacidade de avaliação (das técnicas e tecnologia) e possibilitar a geração criativa (de solução em prol do desenvolvimento)" (Mora,2011; Passarelli, 2007; 2010; Eshet-Alkalai, 2004 apud Possa, 2018, p.53).

Possa (2018) apregoa ainda que é necessário que seja dada uma atenção especial ao estudo de literacias digitais voltadas às práticas de educação, sejam elas formais ou não-formais, tendo em vista que os resultados desses estudos podem apontar para uma urgência de políticas públicas educacionais, principalmente no que se refere às inovações metodológicas do processo de ensino-aprendizagem. O autor apresenta, a partir de Passarelli (2010), uma síntese de cinco modelos de literacia digital de Eshet-Alkalai (2004):

1) *Literacia fotovisual*, ligada à habilidade de compreender interfaces visuais;
2) *Literacia do pensamento hipermídia*, associada à capacidade de decifrar as estruturas não-lineares e hiperconectadas do ambiente online;
3) *Literacia da reprodução*, onde o sujeito sente a necessidade de reproduzir as estruturas do espaço digital;
4) *Literacia socioemocional*, associada à capacidade de se sociabilizar em rede e;
5) *Literacia da informação*, que abrange tanto a capacidade técnica acerca dos recursos informacionais quanto a habilidade de identificar, avaliar, organizar e avaliar os conhecimentos para, posteriormente, transformá-lo na resolução de problemas (Possa, 2018, p. 61).

Reconhecemos que há uma sinergia entre as literacias citadas acima e as *Cinco Leis da Competência da Mídia e da Informação* propagada pela Unesco (2019). Com a preocupação em desenvolver de maneira igualitária, o tratamento, uso e propagação crítica da informação, a Unesco desenvolveu essas leis, que podem ser enquadradas também como letramentos fundamentais para o ambiente digital. As normas criadas por essa instituição são essenciais para que a informação em meio midiático, utilizada de modo manipulado, em diversas vezes, seja

absorvida com mais criticidade pelos cidadãos, podendo contribuir para uma maior fluência cognitiva nos tempos atuais. São elas:

Figura 2

Cinco Leis da Competência em Mídia e Informação. Fonte: Unesco

Lei Um: Informação, comunicação, bibliotecas, mídia, tecnologia, Internet, bem como outras formas de provedores de informação são para uso em engajamento cívico crítico e desenvolvimento sustentável. Eles são iguais em estatura e nenhum é mais relevante que o outro ou deve ser tratado como tal.

Lei Dois: Todo cidadão é um criador de informação/conhecimento e tem uma mensagem. Eles devem ser capacitados para acessar novas informações/conhecimentos e se expressar. A AMI (Alfabetização Midiática e Informacional) é para todos – mulheres e homens igualmente – e um nexo de direitos humanos.

Lei Três: Informação, conhecimento e mensagens nem sempre são neutras em termos de valor, ou sempre independentes de preconceitos. Qualquer conceituação, uso e aplicação da AMI deve tornar essa verdade transparente e compreensível para todos os cidadãos.

Lei Quatro: Todo cidadão quer conhecer e compreender novas informações, conhecimentos e mensagens, bem como comunicar, mesmo que não tenha conhecimento, admita ou expresse que o faz. Seus direitos, no entanto, nunca devem ser comprometidos.

Lei Cinco: A alfabetização midiática e informacional não é adquirida de uma só vez. É uma experiência e um processo vivido e dinâmico. É completo quando inclui conhecimentos, habilidades e atitudes, quando abrange acesso, avaliação/avaliação, uso, produção e comunicação de conteúdos de informação, mídia e tecnologia.

Realçamos que o quarteto educação, comunicação, tecnologia e cultura digital são pilares essenciais para se pensar crítica e criativamente os processos educacionais da contemporaneidade, desde que não sejam inseridos em um processo liquidificatório de informações. A tecnologia deve estar à serviço das estratégias educacionais. Ela deve ser o meio. O movimento contrário pode causar aprofundamento de desigualdades com uma falsa visão positiva do processo de ensino-aprendizagem, tornando-o raso. Refletindo junto a Bauman (2013), na cultura líquido-moderna em que vivemos, não se prioriza mais a cultura da aprendizagem. Mas, foca-se na cultura do desengajamento, da descontinuidade e do esquecimento, fruto de uma fragmentação cultural (id., 2013, p.23), principalmente quando se observa que o diploma escolar ou acadêmico já não tem o peso de determinar as grandes oportunidades ou fortunas para os jovens. Uma única "grande ideia" ou "espetacular" aparição de segundos em alguma rede social digital podem levar pessoas no mundo inteiro ao status de celebridades, com um alto impacto inicial e rápido descarte posterior, dando vez a alguma outra novidade do dia.

A educação tem enfrentado grandes crises nos tempos atuais de consumo desenfreado, tornando a própria educação objeto de consumo. Por isso, as literacias digitais são tão fundamentais para os processos educacionais. Ter a compreensão dos signos e significados midiáticos e informacionais pode contribuir para uma visão mais inclusiva e crítica de todo o processo, seja do ponto de vista do estudante, seja do professor, despertando no indivíduo as competências necessárias para se relacionar de modo inteligente, principalmente com o mundo digital.

Sem a destreza das literacias digitais, a busca pelo conhecimento na era digital vai se tornando cada vez menos desejável, como quem olha o topo da montanha, o admira, mas acredita ser muito difícil chegar até lá, sem nem ao menos tentar. A construção do capital intelectual está

em risco com tanta fragmentação – e excesso – de informações, fazendo com que poucos cheguem no cume, do ponto de vista econômico, por não conseguirem ter ideias vendáveis no ecossistema pós-industrial.

> Os ´recursos escassos´ básicos de que é feito o capital (econômico) e cuja posse e gerenciamento fornecem a principal fonte de riqueza e poder são hoje, na era pós-industrial, o conhecimento, a inventividade, a imaginação, a capacidade de pensar e a coragem de pensar diferente – qualidades que as universidades foram convocadas a criar, disseminar e instilar. (Bauman, 2013, p.29)

Será mesmo que tais qualidades são tão escassas no ser humano? O ser humano é um ser criativo e curioso por natureza, pelo menos nos primeiros anos de sua existência. Mas, por que essas habilidades que têm o poder de serem bases de grandes ideias, experimentos e inovações são moldadas a ponto de fazer o pensamento humano se tornar tão linear e pouco disruptivo, mesmo em sociedades que evoluem e incentivam os processos inovadores como necessários para as atuais gerações? Eis um paradoxo educacional. Será realmente que "nós estamos matando o futuro de nossas crianças?" (Robinson, online, 2006).

Para Freire (1983), a alfabetização em comunicação implica na capacidade de ler o mundo em suas múltiplas linguagens, desde as palavras escritas até as imagens e sons presentes na sociedade. Tão logo, compreendemos que as literacias digitais são essenciais para a participação social e política. Ao dominar as ferramentas de comunicação, os indivíduos se tornam sujeitos ativos na construção da sociedade.

> Conhecer, na dimensão humana, que aqui nos interessa, qualquer que seja o nível em que se dê, não é o ato através do qual um sujeito, transformado em objeto, recebe, dócil e passivamente, os conteúdos que outro lhe dá ou impõe. O conhecimento, pelo contrário, exige uma presença curiosa do sujeito em face do mundo. Requer sua ação *transformadora* sobre a realidade. Demanda uma busca constante. Implica em invenção e em reinvenção. Reclama a reflexão crítica de cada um sobre o ato mesmo de conhecer, pelo qual se reconhece conhecendo e, ao reconhecer-se assim, percebe o "como" de seu conhecer e os condicionamentos a que está submetido seu ato. (Freire, 1983, p.16)

Pelo olhar de Freire (1893), compreendemos o quão o conhecimento é um processo ativo e transformador, isso ocorre em diferentes esferas, e no digital não se faz diferente. É fundamental para isso, valer-se de curiosidade, ação, invenção e reinvenção por parte do sujeito, não apenas absorção de informações, mas interação com a realidade, de modo a transformá-la e, simultaneamente, ser transformado por ela. O aprendizado demanda uma busca constante, marcada por reflexão crítica sobre o próprio ato de conhecer. Não é o estar "na internet" por estar. É emergir em um campo novo, efervescente em possibilidades educacionais, culturais,

comunicacionais, sociais, tão logo, um rico campo de atuação, podendo ser de resistência e transformação.

Para que isso ocorra, efetivamente, é necessário o estabelecimento do processo de aprendizagem acerca desse mundo digital, tão como as suas estruturas que podem influenciar a percepção do mundo de um sujeito. Assim, o ato de conhecer é profundamente libertador e transformador, porque permite que o indivíduo se reconheça como um agente ativo e consciente no processo de aprendizado e na transformação da realidade ao seu redor.

A *Iberian Digital Media Research and Fact-Checking Hub* (IBERIFIER) publicou o relatório "Análise das tendências e inovação do ecossistema mediático de Espanha e Portugal (2025-2030)" no qual aponta que a Inteligência Artificial reforçará a experiência do usuário ao personalizar o conteúdo e prever as necessidades, porém, alerta para o perigo que ela representará devido à sua capacidade de produzir estratégias de desinformação cada vez mais complexas e sofisticadas. Assim, 79% dos entrevistados defendem a promoção de programas para melhorar a alfabetização midiática dos usuários (IBERIFIER, 2023, p. 6).

O relatório frisa também a importância da inovação para a sobrevivência e o crescimento dos meios de comunicação social é cada vez mais evidente num ecossistema em constante mudança. É crucial a adaptação a um ambiente digital altamente competitivo, a fim de desenvolver estratégias de monetização sustentáveis, cativar audiências, verificar factos e combater a desinformação, criar narrativas jornalísticas, automatizar tarefas de rotina sem valor acrescentado humano, personalizar conteúdos e estimular a colaboração com os consumidores. Através da inovação, será possível que os meios de comunicação social continuem a desempenhar um papel vital na sociedade, fornecendo informações exatas e relevantes para a vida democrática.

Destarte, sob o olhar de Martín-Barbero (2014), no mundo de hoje, onde a informação se apresenta em diversas formas – livros, notícias, hipertextos, videoclipes, videogames – o desenvolvimento de um senso social e da compreensão da democracia se torna crucial. A educação, nesse contexto, enfrenta um grande desafio: formar indivíduos capazes de navegar nesse universo informacional com criticidade e responsabilidade, exercendo sua cidadania digital de forma consciente.

Logo, desenvolver a literacia mediática dos cidadãos no presente será vital para o desenvolvimento social dos próximos anos. A compreensão mais densa acerca do funcionamento dos meios de comunicação, em especial dos digitais, e da ciência poderá elevar o nível de consciência da população e modificar a forma como lidam com as informações não verídicas que

chegam em quantidades massivas em redes e mídias sociais digitais e até mesmo com o direcionamento de conteúdos que levam a um consumismo exacerbado.

4.3 Teia de valor educacional: Capital social e a força das relações online

O conceito de capital social enfatiza vários fatores que, embora não sejam novos, foram geralmente negligenciados durante a ascensão da economia neoclássica e das teorias da escolha racional, tais como: "confiança e normas de reciprocidade, redes e formas de participação civil e regras ou instituições formais e informais" (Ostrom e Ahn, 2003 – tradução nossa).

Ao contrário das teorias econômicas clássicas que veem o indivíduo como um ator isolado e perfeitamente racional, a teoria do capital social (Bourdieu, 1979; Coleman, 1988; Putnam, 2000), propõe uma visão mais complexa do comportamento humano. Nessa perspectiva, as ações individuais são moldadas por redes sociais, normas e instituições, e os indivíduos buscam alcançar objetivos tanto individuais quanto coletivos através da cooperação. O capital social, nesse sentido, representa um recurso social que facilita o acesso a informações, poder e outras vantagens, promovendo a ação conjunta e a construção de comunidades mais fortes (Ostrom e Ahn, 2003).

Desta forma, os laços sociais, como definidos por Bourdieu (2007), não têm caráter neutro. Ele argumenta que as relações que estabelecemos com outras pessoas não são indiferentes, mas sim carregadas de significado e poder. Essas relações, segundo o autor, influenciam as oportunidades e as trajetórias de vida dos indivíduos, podendo oferecer vantagens como informação, intimidade e reciprocidade, que são formas de capital social.

Este capital social, segundo Bourdieu (2007), permeado pelas relações humanas, pode fornecer apoios fundamentais, "assim como capital de honorabilidade e de respeitabilidade que, muitas vezes, é indispensável para atrair ou assegurar a confiança da alta sociedade e, por conseguinte, de sua clientela, além da possibilidade de servir de moeda de troca, por exemplo, em uma carreira política" (Id., 2007, p.112). Boudieu acentua um tom crítico em relação ao capital social, maneira tal que o acesso a informações e oportunidades dentro de um grupo é um exemplo claro de como o capital social funciona. Logo, a participação em uma rede social proporciona benefícios a um grupo de indivíduos, em detrimento do não benefício do outro, promovendo uma perpetuação de desigualdade social.

Compreende-se, por intermédio de Putnam (2000) que a construção do capital social exige um investimento em termos de interação e participação na rede social. Os benefícios do capital social são associados a normas, participação e conexões. Assim, o capital social desponta para muito além de uma rede de contatos. Ele representa um conjunto de recursos e benefícios que os indivíduos obtêm através de suas relações sociais. A qualidade e a quantidade dessas relações influenciam diretamente no capital social de um indivíduo, proporcionando vantagens como acesso a informações, oportunidades e apoio, sendo assim, um ativo valioso para os indivíduos. Este capital cria um ambiente propício para a cooperação e a resolução de problemas coletivos; para a geração de confiança mútua; e para o fortalecimento das comunidades (em geral, as comunidades com alto nível de capital social são mais coesas e resilientes). O capital social inclui aspectos como confiança, normas, redes e laços que facilitam a coordenação e cooperação para benefícios mútuos.

Para Coleman (1988), o conceito de capital social permite demonstrar como esses recursos podem ser combinados com outros para gerar comportamentos distintos em nível sistêmico ou, em outras situações, resultados variados para os indivíduos. O capital social indica ao analista e ao leitor que algum tipo de valor foi criado para os atores que possuem esse recurso, e que esse valor está diretamente ligado à organização social. A análise subsequente, então, deve se concentrar em decompor o conceito para identificar quais elementos da organização social contribuem para o valor gerado.

O autor compara em seu estudo três tipos de capital — físico, humano e social — e explica como cada um deles contribui para a produtividade e a eficácia em diferentes contextos. O capital físico é algo concreto, como máquinas e ferramentas, que aumenta a capacidade de produção. O capital humano, embora menos tangível, se refere às habilidades e conhecimentos que as pessoas adquirem e que lhes permitem realizar tarefas e inovar.

O capital social, por sua vez, é ainda mais intangível, pois está nas relações entre as pessoas. No entanto, esse capital é igualmente importante, pois a confiança e a cooperação entre os membros de um grupo podem aumentar significativamente o que o grupo pode alcançar, logo, esse capital desempenha um papel crucial no sucesso das atividades humanas.

Sob o olhar de Coleman (1988) há pontos importantes nas relações sociais que podem constituir recursos de capital úteis para os indivíduos, tais como:

a) *Obligations, Expectations, and Trustworthiness of Structures* (Obrigações, expectativas e confiabilidade das estruturas)*: As obrigações r*epresentam os deveres ou compromissos que os indivíduos têm uns com os outros dentro de uma rede social, podendo ser formais ou informais e com base nas interações passadas e presentes,

criando um senso de reciprocidade e dependência mútua; já as expectativas, referem-se às crenças que os indivíduos têm sobre o comportamento dos outros dentro da rede social; e a confiabilidade está alinhada sob a estabilidade e à previsibilidade das relações sociais dentro de uma rede, ou seja, estruturas confiáveis são aquelas em que as obrigações são cumpridas e as expectativas são confirmadas com regularidade.

b) *Information Channels* (Canais de Informações): "Uma forma importante de capital social é o potencial para informação que é inerente às relações sociais. A informação é importante para fornecer uma base para a ação. Mas a aquisição de informação é custosa. No mínimo, requer atenção, que é sempre escassa. Um meio pelo qual a informação pode ser adquirida é pelo uso de relações sociais que são mantidas para outros propósitos" (Coleman, 1988, p.104). Assim, as relações sociais não são apenas importantes para a construção de confiança e reciprocidade, mas também para a obtenção de informações valiosas que podem ser utilizadas para alcançar objetivos pessoais ou profissionais.

c) *Norms and Effective Sanctions* (Normas e Sanções Efetivas): Normas sociais são uma forma importante de capital social. As normas são regras implícitas ou explícitas que guiam o comportamento dos indivíduos em uma comunidade. Quando as normas são eficazes, elas podem ter um impacto significativo na vida social e na capacidade da comunidade de alcançar objetivos coletivos. "Normas em uma comunidade que apoiam e fornecem recompensas eficazes para alto desempenho na escola facilitam muito a tarefa da escola" (Coleman, 1988, p.105).

Coleman sublinha ainda que todas as relações sociais e estruturas sociais facilitam algumas formas de capital: "os atores estabelecem relações propositalmente e as continuam quando eles continuam a fornecer benefícios. Certos tipos de estrutura social, contudo, são especialmente importantes para facilitar algumas formas de capital social" (Coleman, 1988, p.105), são elas:

a) *Closure of Social Networks (Fechamento das Redes Sociais): com o sentido de quanto* mais os indivíduos dentro dela têm relacionamentos fortes e interconectados, mais cria-se um ambiente onde normas e valores são facilmente transmitidos e reforçados. Isso também permite uma maior vigilância social e controle, já que as ações dos indivíduos são mais visíveis e podem ser sancionadas pelo grupo.

b) *Appropriable Social Organization* (Organização Social Apropriada): essas organizações começam com um objetivo inicial, como resolver problemas específicos ou atender a necessidades comunitárias. No entanto, uma vez que o propósito inicial é alcançado, a estrutura e os recursos da organização podem ser reaproveitados para

> outros usos. Esse processo de reaproveitamento ou apropriação faz com que a organização continue a ter valor social, criando e mantendo capital social para seus membros, mesmo que o propósito original da organização tenha mudado ou sido concluído.

Apreendemos que o capital social tem um aspecto de bem público, o que significa que os benefícios são distribuídos de forma ampla, mesmo que apenas uma pequena parte seja capturada pelos indivíduos que o geram. As pessoas não são isoladas e suas ações são influenciadas pelas relações que estabelecem.

Tão logo, a compreensão do conceito de capital social nos faz entender que podemos desenvolver estratégias para fortalecer comunidades, promover a inclusão social e impulsionar o desenvolvimento social, tecnológico, inovador, educacional, cultural e econômico.

No âmbito das redes e mídias sociais online construídas com fins educacionais, o capital social promove a confiança e a reciprocidade entre os membros da comunidade, facilitando a colaboração em projetos e a troca de conhecimentos, além de ampliar o acesso a informações, podendo enriquecer o processo de aprendizagem.

No campo da rede mundial de computadores, consideramos que as redes sociais digitais são uma forma de obter e ampliar o capital social. No entanto, por mais que seja um potencial espaço de conexão entre pessoas, não há garantias de que elas usarão este ambiente para formar elos umas com as outras. “O potencial da Internet como capital social, ou como meio inovador de construção de capital social, depende da forma como os utilizadores constroem diversas “comunidades” de diferentes níveis” (Ostrom e Ahn, 2003).

De tal maneira, entendemos que dos ativos valiosas para que isso aconteça estão a sensação de pertencimento e o envolvimento em atividades coletivas. Tais ativos motivam os participantes a se engajarem ativamente na comunidade, muito embora, haja inúmeros desafios e oportunidades, tais como a desigualdade no acesso às tecnologias digitais, limitando a participação de alguns grupos na construção do capital social em ambientes online; mecanismos eficazes de moderação e gestão de conflitos; e os atributos relativos à proteção de dados e privacidade.

A relevância do conceito de capital social para a compreensão da dinâmica das comunidades educacionais online é inegável. Ao investir na construção de relações de confiança, promover a participação ativa e facilitar a colaboração, é possível criar ambientes de aprendizagem mais ricos e significativos. No entanto, é preciso considerar os desafios e as oportunidades que se apresentam nesse contexto, buscando soluções que promovam a inclusão e a equidade.

4.4 A influência digital como elo para conectar pessoas em torno de comunidades educacionais

Esta nova dinâmica de difusão e consumo educacional desenvolvida na era digital está sendo essencial para redirecionarmos nossas percepções para outro ponto de discussão: o papel do professor e do pesquisador nos meios sociais digitais. Com o cenário de pandemia da Covid 19, educadores tiveram que acelerar o processo de incorporação tecnologias da informação e da comunicação nos processos pedagógicos. O aprendizado acerca dos modelos de literacia digital tem sido vital neste momento. Muitos estão utilizando suas redes sociais como meio para divulgar suas pesquisas e aulas, o que motivou a criação de neologismos como "Edutubers[11]" (a junção de *educadores* com *youtubers*) e "Edufluencers" (junção de *educadores* com *influenciadores*). Observamos que esses educadores têm se apropriado de novos papéis no cenário que estamos vivendo. Isso nos faz fazer refletir sobre o poder da comunicação e da educação neste contexto.

Dialogando com Martín-Barbero (2014), refletimos que, em decorrência da era digital, nasceu um novo homem cujas características estão associadas às novas necessidades criadas, proporcionadas ou potencializadas pelo digital, como a influência, por exemplo.

O conhecimento tem se tornado ainda mais relevante para o progresso social. Com o avanço da competência digital, tanto entre os alunos quanto na sociedade em geral, as demandas direcionadas às escolas e, especialmente, aos professores cresceram significativamente. Esse panorama foi intensificado durante a pandemia, que acentuou tais expectativas. De acordo com Castells (2015), o processo de formação e exercício das relações de poder está sendo transformado de forma decisiva no contexto da cibercultura. Seria essa uma nova era de poder de influência dos profissionais da educação, com foco na disseminação e popularização do conhecimento científico?

Um influenciador digital é um agente social originado nos meios de comunicação, podendo assumir o papel de celebridade, especialista em um tema específico, formador de opinião ou até mesmo uma pessoa comum. O diferencial desse indivíduo é o uso de seus próprios canais de comunicação, por meio dos quais atrai um público interessado nos temas que ele faz a curadoria e compartilha predominantemente em suas redes.

[11] Esse termo se refere aos produtores de conteúdo do YouTube que se dedicam às práticas educativas "sejam aulas propriamente ditas, sejam textos de popularização de conhecimentos científicos" (Gonçalves-segundo; Isola-Lanzoni, 2020, p.87).

Dessa forma, o universo da "influência digital" pode ser visto como um 'lugar comum" aos docentes, tendo em vista que professores são genuinamente curadores, ou seja, aqueles que selecionam o que é relevante para os discentes e desenvolvem habilidades como: pesquisa, comparação, compreensão, análise crítica e conexão. Na visão de Lopes et al. (2014), o curador tem como propósito fornecer informações sobre uma arte, uma obra, um estudo, a fim de criar um sentido para esse conteúdo e despertar o desejo do estudante para a pesquisa e compreensão do assunto abordado, tendo função pedagógica em prol da apreensão ou aprendizagem sobre uma obra.

Esse movimento favorece autoria docente e a socialização dos saberes, considerando o contexto. Porém, ao contrário de um ambiente único e limitado geograficamente, tal como na "sala de aula", um professor *influencer* pode atuar em múltiplos canais, com potencial de alcance de amplo público. No que refere aos meios de comunicação online, as redes sociais, tais como Tik Tok, Twitter, Instagram e Facebook podem ser essenciais para auxiliar na consolidação da influência, desde que o influenciador tenha conteúdos relevantes em todos eles. Nesse contexto, é vital respeitar as características de cada rede social online na qual o influenciador está presente.

A influência social acompanha narrativas pessoais e profissionais e a evolução dos meios de comunicação. Do rádio às mídias digitais, o interesse em ouvir e contar histórias por meios de aparatos tecnológicos sempre foi base para formação de comunidades, legiões de fãs, tão logo, alicerce para a influência. E o elo conectivo dessa influência são as pessoas e a forma como elas se comunicam com seus respectivos públicos (Pissarra, 2022).

O fenômeno das redes sociais digitais é uma força social evidente e diretamente associado ao poder da influência. A própria construção de sentido da rede perpassa pela afiliação entre pares. Cialdini e Goldstein (2004) observam que os seres humanos são fundamentalmente motivados a criar e manter relacionamentos sociais significativos com os outros. Uma das formas de manutenção prática desses relacionamentos nas redes online se dá por meio dos "likes", podendo contribuir também para a medição da intimidade das trocas, principalmente se seguidas de comentários e compartilhamentos. Logo, há uma espécie de afiliação, uma troca social com o outro, uma permissão para o diálogo, uma reciprocidade que gera familiaridade.

O ato de gostar de uma pessoa, segundo os autores (Id., 2004), é uma das implicações mais evidentes de nosso interesse em nos aproximarmos dela e fornecer-lhe o poder de influência. Para Cialdini e Goldstein (2004) quanto mais gostamos das pessoas e as aprovamos, mais provável é que tomemos medidas para cultivar relacionamentos íntimos com elas. Mas, para isso, é necessário conhecer a outra pessoa e seus principais interesses. E a internet é a vitrine perfeita para tal finalidade.

A manutenção de um autoconceito positivo, ou seja, a percepção que a pessoa tem de si, é outra base para que os alvos sejam impactos pela influência online. Assim, Cialdini e Goldstein (2004) refletem que, no ambiente de exercício de influência, as pessoas se predispõem de modo intenso a melhorar seus autoconceitos, comportando-se de modo consistente com suas ações, declarações, compromissos, crenças e traços auto atribuídos.

E, em um contexto de influência digital, deixam de protagonizar sob os holofotes online somente jornalistas, atores ou celebridades e entram em cena também aqueles que se restringiam, há pouco, somente às salas de aula e/ou laboratórios de ensino/pesquisa: os professores e cientistas.

Compreendendo o contexto da Pandemia da Covid-19, sabemos que a comunicação científica ganhou destaque pela seriedade dos dados e urgente necessidade de informação acerca da nova doença por parte da população. Assim, o universo científico conseguiu conquistar um patamar que outrora era de menos destaque e agora, na atualidade, consegue trazer consigo outros domínios que se entrelaçam como o meio a saúde, a educação de modo geral, o meio ambiente, etc.

Porém, segundo os analistas do *Iberian Digital Media Research and Fact-Checking Hub* (IBERFIER, 2023) "o desafio é chegar aos públicos que, a priori, não se interessam pela ciência *ou pela educação*; para isso, será necessário recorrer à tecnologia, às narrativas e à criatividade" (Id., 2023, p. 63, grifo nosso).

Diante da pluralidade de temas que circundam os meios sociais digitais, professores e cientistas têm compreendido essas dinâmicas e se apropriado de seus temas e áreas educativas de interesse próprio, além da perceptível busca de melhorias de autoconceitos para fazer o elo conectivo com outras pessoas. A forma interativa de comunicar tal feito é um dos pontos altos desse processo de influência.

Ser um especialista em assuntos de mercado ou educacionais traz prestígio ao interlocutor, aumenta a sua capacidade de influência, amplia as oportunidades de se associar a outras marcas (Backes, 2019), e de formar comunidades em torno de si. Ao fazer associações com empresas, a figura do professor influenciador pode ser associada a de um profissional da influência, que é um novo modelo de negócio da era atual. Através de seu blog, redes sociais ou canais de vídeo, o influenciador vai além da mera divulgação de produtos ou serviços de marcas parceiras. Ele transforma sua própria imagem em um ativo valioso, monetizando sua personalidade, estilo de vida e opiniões.

Essa prática levanta um debate crucial sobre a comoditização do Eu na sociedade contemporânea, conforme preconiza Karhawi (2016). A autora aponta que há inúmeras

abordagens para relacionar o Eu como mercadoria. “Uma delas poderia estar apoiada na noção de commodity ligada aos estudos marxistas. Nessa perspectiva, a comoditização é o ato de transformar diferentes processos sociais (não apenas bens e serviços clássico) em mercadorias” (Id., 2016, p.42). Isso incluiria também tempo, conhecimento e a própria identidade.

O tempo dedicado à criação de conteúdo, a expertise acumulada e a imagem pessoal do influenciador se convertem em capital, podendo gerar renda através de parcerias, publicidade e outros mecanismos de monetização.

Essa lógica mercadológica aplicada à identidade individual levanta questionamentos éticos e sociais. Até que ponto a exploração comercial da imagem pessoal seja do cientista, do professor ou de qualquer outra pessoa é saudável e sustentável? Como essa prática impacta a autenticidade, a confiança atribuída e a liberdade de expressão dos influenciadores educacionais e científicos? Quais são os efeitos psicológicos e sociais da constante necessidade de se adequar às expectativas do mercado e tendências que surgem nas plataformas digitais de relacionamento online?

No entanto, os influenciadores, de modo geral, só chegam a esse patamar em um ambiente tão múltiplo e horizontal, pois, segundo Karhawi (2016), eles passam a ser necessários para filtrar a quantidade grandiosa de informações que chega aos usuários da internet e por reunirem características relacionadas ao capital social como credibilidade, reputação e prestígio (como dissemos acima, um lugar comum aos docentes e cientistas)

Por isso, é fundamental analisar criticamente esse fenômeno e buscar um equilíbrio entre a valorização do trabalho criativo dos influenciadores cientistas e professores e a preservação da autonomia, da capacidade crítica e da identidade individual em um mundo cada vez mais permeado pela lógica do consumo.

Já no que se refere ao formato dos conteúdos, o relatório “Análise das tendências e inovação do ecossistema mediático de Espanha e Portugal (2025-2030)” sugere que será crucial criar narrativas simples e visuais adaptadas ao consumo das redes sociais. Em particular, destacam a popularidade dos formatos de vídeo curtos, explicativos e verticais (83%) e os de tom mais natural, transparente e acessível (66%) (IBERIFIER, 2023, p.6).

O campo da educação e da comunicação na atualidade entrelaça-se com o da Inteligência Artificial, seja ela analítica ou generativa. No caso dessa, os profissionais da educação ou cientistas que atuam ou pretendem atuar no digital poderão valer-se da mesma para produzir conteúdo com mais rapidez e em maior quantidade. Novas práticas com base na IA já estão sustentando diferentes formatos em diferentes mídias, ampliando as possibilidades de alcance da informação por meio das redes e mídias sociais digitais.

Observamos que, para os educandos e cientistas que almejam propagar conteúdos e informações de qualidade educacional e científica em rede, já não basta ter domínio do assunto e a didática que a sala de aula exige, há também um percurso midiático e criativo bem desafiador pela frente.

Notamos ainda que há uma espécie de “aura democrática” nas redes sociais digitais que nos leva falsamente a crer que podemos nos comunicar com todos. No entanto, sabemos que o nosso público ouvinte, por vezes, é, em sua maioria, formado por pessoas “semelhantes a nós” do ponto de vista dos algoritmos. Ou seja, a tecnologia embrenhada nas redes constrói uma espécie de "caixa de ressonância" porque, ao comunicar através desses canais, é difícil chegar a um público que não está previamente interessado no assunto que queremos disseminar, no caso, a ciência e a educação.

Logo, o relatório aponta que a estratégia de conteúdo em redes e mídias sociais digitais deve dar prioridade à “qualidade da informação e à capacidade de estabelecer ligações. Trabalhar boas competências retóricas e uma argumentação de qualidade é decisivo” (IBERIFIER, 2023, p.62). Tão logo, já não são suficientes rigor científico e qualidades dos dados apurados, é interessante agora que os cientistas e professores se importem em como essas informações serão levadas ao público, qual a narrativa mais adequada eles terão que usar.

É notório que caminhamos para concretização de um novo profissional da educação: o 100% focado no digital. Afinal, como planejar e preparar aulas, ministrar conteúdos, elaborar e corrigir provas, lançar notas, prestar atendimento educacional, orientar concluintes do ensino superior, ter disponibilidade para reuniões pedagógicas e de formação continuada e ainda pensar em popularizar a educação em meio digital? Há um ditado brasileiro que harmoniza bem com esse questionamento: “a conta não fecha”.

5 REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA (RSL) BRASILEIRA

A revisão de literatura é parte integrante do processo de formulação de um problema de pesquisa e da construção de uma produção científica. De acordo com Sampaio e Mancini (2007), esse é um tipo de pesquisa que utiliza como fonte de dados a literatura sobre determinado tema. Com grande uso na área das ciências da saúde, esse tipo de pesquisa tem ganhado destaque também em outros campos dos saberes, como pontua Bottentuit Junior e Santos (2014, p. 13): 'nas áreas das ciências sociais e da educação, essa técnica vem ganhando espaço e despontando em dissertações de mestrado, doutoramento e artigos científicos em atas de congresso e revistas como opção metodológica".

Luna (2013) analisa que é nesse tipo de estudo que podemos ainda encontrar as principais lacunas de uma determinada área de pesquisa e onde se encontram os principais entraves teóricos e metodológicos. Esse tipo de trabalho se torna uma primorosa fonte de atualização para os demais pesquisadores da área na qual o estudo se realiza, pois, é capaz de agrupar pontos importantes do problema pesquisado.

Do ponto de vista metodológico, essas revisões podem nos ajudar a responder questões como: "quais os procedimentos normalmente empregados no estudo desse problema"; "que procedimentos vêm sendo empregados para analisar os resultados"; "que fatores vêm afetando os resultados" (Luna, 20113, p. 91), etc.

Assim, nesta pesquisa de revisão sistemática, nosso objetivo geral foi analisar os estudos atuais acerca das práticas educacionais em ambientes digitais, com vistas à formação de comunidades e propagabilidade de conteúdo. Os objetivos específicos foram: analisar as áreas dos programas de pós-graduação que mais estudaram o tema; quais metodologias foram adotadas; autores mais pesquisados e principais conclusões obtidas. Esta pesquisa possibilitou um importante contato com outros trabalhos produzidos neste contemporâneo campo de pesquisa.

5.1 Metodologia do estudo de revisão sistemática de literatura

Sabemos que na busca pelo conhecimento e com o intuito de procurar a verdade nas ciências, é necessário nos valermos de um conjunto de métodos ou caminhos específicos. Só conseguimos chegar à certeza por intermédio da razão e por meio de cadeias de raciocínio. Assim, é necessário que o assunto seja pesquisado em partes, das premissas mais básicas e evidentes até conseguir alcançar, pela lógica dedutiva, a conclusão (Descartes, 2001).

Para essa etapa do estudo, levantamos um conjunto de critérios avaliativos para filtrar os trabalhos científicos relacionados ao tema. Adotamos as etapas metodológicas sugeridas por Loureiro (2012), que compreende fases para se alcançar uma seleção e análise ideais de Revisão Sistemática de Literatura, conforme Figura 3:

Figura *3*
Etapas do método de revisão sistemática, segundo Loureiro, 2012. Fonte: Elaborado pela autora

Na etapa 1, identificamos a necessidade de realização deste estudo por observar que novos fenômenos comunicacionais, educacionais, sociais e culturais, estão permeando nosso cotidiano, principalmente após o desenvolvimento da internet comercial, o surgimento do ciberespaço e a

inserção de novas práticas culturais e educacionais por intermédio de tecnologias digitais. Assim, há um terreno fértil para a pesquisa em educação, comunicação e cibercultura.

Tão logo, elaboramos uma proposta de revisão com a finalidade de identificar o estado da arte das pesquisas nesse campo interdisciplinar de saberes, que envolve as práticas educacionais em ambientes digitais, com vistas à formação de comunidades e propagabilidade de conteúdo.

Na etapa 2, identificamos as fontes de pesquisas, que foram: Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e Repositório da Universidade Lusófona-Portugal. A primeira escolha se deu pelo BDTD integrar e disseminar, em um só portal de busca, os textos completos das teses e dissertações defendidas nas instituições brasileiras de ensino e pesquisa. Já a escolha pelo Repositório da Universidade Lusófona, que é um serviço digital que congrega os trabalhos científicos produzidos no Grupo Lusófona, disponibilizando de forma pública e universal a produção científica do Grupo, ocorreu devido a autora do estudo ser pesquisadora dessa Instituição. Em ambas as bases de dados, realizamos a pesquisa inserindo um conjunto de 5 descritores (palavras-chave), como procedimento de seleção dos estudos. Foram eles: 1) redes sociais educativas; comunidades educativas online; plataformas educativas; 2) mídias sociais educativas; redes sociais educativas; comunidades educativas online; plataformas educativas; 3) Comunidades educativas online; plataformas educativas; 4) comunidades Virtuais de Aprendizagem. Essa diversidade de descritores foi intencional, com o objetivo de chegarmos ao maior número de estudos possíveis.

Nessa perspectiva, chegamos aos seguintes levantamentos de dados (Tabela 1):

Tabela 1
Repositórios onde os trabalhos foram encontrados

Base de dados: Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações https://bdtd.ibict.br/vufind/	
Descritores	Número de documentos identificados
Redes sociais educativas; comunidades educativas online; plataformas educativas	3
Mídias sociais educativas; redes sociais educativas; comunidades educativas online; plataformas educativas	1
Comunidades educativas online; plataformas educativas	21
Comunidades Virtuais de Aprendizagem	71

Base de dados: Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações https://bdtd.ibict.br/vufind/	
Repositório Universidade Lusófona https://recil.ensinolusofona.pt/	
Descritores	Número de documentos identificados
Redes sociais educativas; comunidades educativas online; plataformas educativas	0
Mídias sociais educativas; redes sociais educativas; comunidades educativas online; plataformas educativas	0
Comunidades educativas online; plataformas educativas	0
Comunidades Virtuais de Aprendizagem	5

Para a seleção posterior dos trabalhos, elencamos critérios de inclusão e exclusão. Para compor a amostra desta pesquisa, foi definido primeiramente o tipo de estudo a ser analisado. Nosso critério foi selecionar estudos *stricto sensu* do campo interdisciplinar de estudo "educação e comunicação". O período de publicação desses trabalhos também estava entre os critérios de inclusão. Nossa revisão contemplou as publicações realizadas no quinquênio de 2015 a 2020.

Dessa forma foram definidos os seguintes critérios de inclusão: i) estudos de teses e dissertações; ii) ter como foco pesquisas com objetivos semelhantes ao do nosso estudo; iii) ter o texto completo disponibilizado online; iv) leitura do resumo, no intuito de confirmar a proximidade do tema a esta pesquisa.

Já os fatores de exclusão versaram sobre: i) idiomas em línguas que não fossem a portuguesa; ii) palavras-chave; iii) resumos não pertinentes à temática da pesquisa.

Após a criteriosa etapa de seleção dos trabalhos, iniciamos a fase de avaliação da qualidade dos estudos, seguida da extração de dados, que foi concebida por meio da síntese da análise da concepção teórica do estudo, metodologia, participantes e resultados, conforme pode ser visto do item 3.3 ao 3.12.

5.2 Síntese global dos trabalhos analisados

Faremos agora uma síntese global dos trabalhos analisados nesta Revisão Sistemática de Literatura.

Para chegar até aqui, verificamos o conjunto de pesquisas selecionadas e analisamos minuciosamente os trabalhos a partir dos critérios de inclusão e exclusão. Dez trabalhos que se enquadravam no objeto desta pesquisa foram selecionados.

Os trabalhos excluídos não se adequavam aos critérios de inclusão desta pesquisa, principalmente devido aos resumos não pertinentes com nosso objetivo. Logo, a maioria dos trabalhos foi eliminada de nossa análise na etapa da leitura do resumo.

Com a finalidade de identificar o estado da arte das pesquisas nesse campo interdisciplinar de saberes, que envolve as práticas educacionais em ambientes digitais, com vistas à formação de comunidades e propagabilidade de conteúdo, selecionamos nas bases de dados Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e Repositório da Universidade Lusófona-Portugal um total de dez trabalhos que possuíam abordagens com a finalidade semelhante ao do nosso estudo de Revisão.

5.3 Estudo 1: *Aprendizagem de Astronomia em Redes Sociais*

Zapparoli, F. (2017). *Aprendizagem de Astronomia em Redes Sociais*. Tese (doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Ensino de Ciências e Educação Matemática (PECEM). Universidade Estadual de Londrina.

Fundamentação teórica

A tese *Aprendizagem de Astronomia em Redes Sociais*, de Fernando Zapparoli, tem como finalidade compreender como ocorre a aprendizagem científica referente à Astronomia, em redes sociais digitais. Para embasamento teórico, o autor selecionou quatro campos de estudo: aprendizado nas redes sociais; astronomia e sua aprendizagem; comunidade de prática; e focos de aprendizagem científica.

Para compreensão da cultura digital, comunicação e educação online e mídias e redes sociais digitais, Zapparoli recorreu a Levy (1999, 2010), Lemos (2010) e Setton (2010).

Ao tratar sobre a aprendizagem da Astronomia e de outros conteúdos científicos, analisou conceitos como educação formal, informal e não formal baseando-se em Marandino (2001), Langhi e Nardi (2009).

Na abordagem sobre comunidade de prática, Zapparoli faz uma análise a partir do olhar de Wenger (2002) e Moser (2010). Já para compreender os aspectos referentes ao aprendizado

científico, o autor discorre sobre os conceitos analisados por Arruda et al. (2013), com foco para o desenvolvimento do interesse pela ciência, compreensão do conhecimento científico, engajamento com o raciocínio científico, reflexão sobre a ciência, engajamento na prática científica e identificação com a ciência.

Metodologia

O estudo de Zapparoli se enquadra como qualitativo. Ao planejar sua entrada no campo de pesquisa online, o autor selecionou três comunidades na rede social Facebook, dedicadas à temática fim do seu estudo, analisou os diálogos e entrevistou os responsáveis pelos grupos.

O autor endossa o paradigma qualitativo do estudo, segundo Lüdke e André (1986), devido às seguintes características: possui ambiente natural, com fonte direta de dados, sendo o pesquisador o principal instrumento; dados descritivos; foco no processo de análise; atenção genuína às práticas e significados sociais; e análise dos dados como um processo indutivo.

Participantes

A coleta de dados foi realizada em três comunidades relacionadas com a área de Astronomia do Facebook, usando os diálogos entre os membros.

Conclusões

O estudo conclui que as comunidades sobre Astronomia analisadas na rede social Facebook são um exemplo de aprendizagem informal, constituindo comunidades de prática. Assim os membros têm esses espaços como meios apropriados para discutir conceitos científicos associados à Astronomia possibilitando um aprendizado de acordo com o desejo pessoal dos participantes da comunidade.

Para Zapparoli, as comunidades online estudadas são um importante espaço de aprendizagem, pois possibilitam a participação, interação e colaboração no processo educativo dos seus membros bem como propiciam uma construção compartilhada do conhecimento, envolvida em críticas e reflexões.

5.4 Estudo 2: As presenças social, cognitiva e de ensino e a formação de uma comunidade virtual de aprendizagem na disciplina Língua Espanhola de um curso de Letras

Tripani, G. (2017). *As presenças social, cognitiva e de ensino e a formação de uma comunidade virtual de aprendizagem na disciplina Língua Espanhola de um curso de Letras*. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo.

Fundamentação teórica

Glória Tripani investigou como diferentes participantes de fóruns digitais desenvolvidos em uma sala de aula virtual da plataforma Moodle, marcam sua presença social, cognitiva e de ensino nesse contexto, favorecendo a formação de uma comunidade de aprendizagem.

A fundamentação teórica conta com debates acerca das tecnologias e ensino; tecnologias e mudanças nos modos de ensinar e aprender; formação crítico-reflexiva de professores para o uso de TIC; comunidade de aprendizagem; presenças social, cognitiva e de ensino e a formação de comunidades virtuais de aprendizagem; além de discussões sobre a presença de ensino, a presença social e a presença cognitiva.

Para embasar os debates acerca das tecnologias e ensino, bem como a relação das tecnologias e as transformações nos modos de ensinar e aprender a autora recorreu às análises de Coll (2010), Castells (2003; 2013), Braga (2013), Levy (2014 [1999]), Moran (2003; 2015), entre outros. No que se refere à formação crítico-reflexiva de professores para o uso de tecnologias no ensino, a autora dialoga com Dewey (1938) e seus desdobramentos nos estudos de Schön (2000 [1998]), Freire (1987), Liberali (2010), entre outros. Para imergir na temática da aprendizagem colaborativa por meio da interação com o outro, Tripani recorre ao entendimento de Vygotsky (1984). Já os autores Garrison e Anderson (2005), substanciam as discussões em torna da importância das presenças social, cognitiva e de ensino como base para a formação de comunidades de aprendizagem em contextos de interação online.

Metodologia

A pesquisa, de cunho etnográfico, seguiu a abordagem qualitativa-interpretativista. Tripani embasa o método aplicado em seus estudos nos conceitos apresentados por alguns autores entre os quais destaca Angrosino (2009), Borboni-Ricardo (2013) e Lüdke e André (2013).

Com base em Lüdke e André (2013) a autora seguiu, primordialmente, três etapas pelas quais o pesquisador passa ao desenvolver uma investigação etnográfica, mesmo em ambiente online. São elas: 1) seleção e definição de problemas, escolha do local dos estudos e o contato para a entrada em campo; 2) busca sistemática dos dados relevantes para compreender e interpretar o fenómeno estudado; e 3) explicação da realidade (confrontar evidências tanto positivas quanto negativas).

Por conseguinte, a autora analisou o discurso dos participantes produzidos em três fóruns desenvolvidos na plataforma Moodle (um fórum de notícias e dois fóruns de discussão). E aplicou dois questionários aplicados no início e no fim do curso; houve ainda a análise de relatórios de participação dos alunos gerados pela plataforma estudada.

Participantes

Participaram do estudo, um total de 14 alunos de um curso Letras, na disciplina Língua Espanhola II, nas modalidades presenciais e atividades virtuais, via plataforma Moodle. 50% da turma tinha entre 19 e 28 anos, 38% com idade entre 29 a 38 anos e 14% e acima de 39 anos 14%.

Conclusões

Embora tenha realizado análises em aulas presenciais, o foco principal da pesquisa foi o fórum digital, pois, segundo a autora, é um espaço profícuo para uma observação da interação entre os participantes. Neste ambiente, ela visou à busca de evidências dos indicadores das presenças de ensino, social e cognitiva propostos por Garrison e Anderson (2005).

Após coleta, análise e discussão dos dados, concluiu-se que a quantidade e qualidade da participação dos interagentes nos fóruns e da forma como eles marcaram, discursivamente, sua presença social, cognitiva e de ensino, o grupo caminhou em direção à formação de uma comunidade de aprendizagem.

5.5 Estudo 3: Comunidades Virtuais na Formação Continuada de Educadores Ambientais

Guedes Junior, V. (2019). *Comunidades Virtuais na Formação Continuada de Educadores Ambientais*. Tese (doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Educação da Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo.

Fundamentação teórica

A tese *Comunidades Virtuais na Formação Continuada de Educadores Ambientais* de Valdir Lamin Guedes Junior (2019), tem como concepção teórica, os preceitos acerca da educação ambiental, em associação aos debates acerca da educação a distância, mídias sociais e constituição de comunidades aprendentes. Dentre os principais objetivos do estudo estão: a) desenvolvimento e análise de experiências formais e não-formais de formação continuada em Educação Ambiental via EaD; e b) análise de ferramentas usadas nos cursos estudados que favoreçam o diálogo entre os participantes, sendo este um aspecto essencial na Educação Ambiental.

Para tratar sobre questões referentes à Educação Ambiental, como limites planetários, Antropoceno e a crise ambiental/civilizatória, Guedes Junior recorreu a autores como: Crutzen e Stoermer (2000), Veiga (2019), entre outros, além de documentos de órgãos internacionais como o *Stockholm Resilience Centre* (2015).

Posteriormente, o autor inicia o diálogo sobre princípios e práticas de educação ambiental, se baseando em: Reigota (2008), Silva e Marcondes (2010), bem como em documentos de instituições internacionais como Organização das Nações Unidas para a educação, a ciência e a cultura (Unesco) e Organização das Nações Unidas (ONU).

Para refletir sobre as possibilidades educativas a partir da web 2.0, Guedes Junior bebeu da fonte de autores como: Schneider (2007), Anderson e Dron (2012), Lévy (1999, 2002, 2003), Nóvoa (1992, 1995), Kenski (2015 a e b), etc.

Metodologia

Para desenvolvimento da tese, foram adotados três estudos de caso, com estratégias pedagógicas ou métodos distintos, em uma perspectiva comparativa, as particularidades

metodológicas de cada estudo de caso e a triangulação de métodos, envolvendo (auto) biografias, questionários (formulários online), análise de conteúdo e revisão bibliográfica.

Conforme Guedes Junior (2019), foram analisadas cinco ações formais e não-formais de formação continuada de educadores ambientais online, sendo três cursos livres, um grupo de estudos em uma rede social e um curso de pós-graduação lato sensu. A metodologia de ensino dos cursos envolveu: adoção de diferentes Ambientes Virtuais de Aprendizagem (AVAs) para constituição das comunidades virtuais de aprendizagem; ações para promover a interação via debates (via fórum e postagens), webconferências e redação de (auto)biografias; adoção de materiais didáticos em formatos variados (texto, imagens e vídeo); e a proposição de atividades reflexivas e/ou práticas (como a confecção de biomapas).

Participantes

Alunos dos cursos livres, dos grupos de estudos em uma rede social e do curso de pós-graduação lato sensu desenvolvidos para este estudo.

Conclusões

Ao final da pesquisa, o autor considerou que as Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação podem ampliar as ações de formação de educadores ambientais, bem como a ação deles, ao promoves práticas educativas com ferramentas digitais e/ou online. A tese demonstra que ações exequíveis, de modo geral, podem proporcionar a possibilidade de educadores ambientais ampliarem as suas possibilidades formativas, como usos mais produtivos das tecnologias.

5.6 Estudo 4: Convergência na educação: políticas, tecnologias digitais e relações pedagógicas

Campos, F. (2017). *Convergência na educação: políticas, tecnologias digitais e relações pedagógicas*. Tese (doutorado) - programa de Pós-Graduação em Educação da Faculdade de Educação, Universidade Federal de Minas Gerais.

Fundamentação teórica do estudo do estudo 4

A tese *Convergência na educação: políticas, tecnologias digitais e relações pedagógicas*, de Fernanda Campos, teve como objetivo geral compreender a convergência na educação como uma possibilidade para o ensino superior. Por objetivos específicos, o estudou buscou problematizar as atuais políticas de educação no contexto do ensino superior, relacionando a oferta de disciplinas a distância no ensino presencial; caracterizar conceitualmente a convergência na educação; identificar os elementos da convergência na educação; problematizar sobre as noções de presença e de distância

Para tal fim, Campos (2017) traçou um percurso teórico a partir da escrita de cinco capítulo, são eles: 1) Circunstâncias e pressupostos para a ocorrência da convergência; 2) A convergência no ensino superior: análise documental no Brasil e em Portugal; 3) Dimensões da Convergência: arte, comunicação e tecnologias; 4) Elementos da convergência na educação; e 5) Presença e distância: apontamentos filosóficos e pedagógicos.

No que se refere à concepção teórica, esses capítulos, foram englobados em quatro sub eixos analíticos: 1) políticas públicas para o ensino superior: recortes para a convergência; 2) Dimensões da convergência; 3) Elementos da convergência; e 4) Presença e distância.

No sub eixo 1, Campos (2017), fez um resgate histórico, por meio de análise documental, referente à convergência no ensino superior, com base nos países Brasil e Portugal. O limite temporal foi definido entre 1996 a 2014; Campos também analisou documentalmente a educação a distância desde as primeiras experiências no século XIX até a atualidade.

A pesquisa tem base em ordenamentos jurídicos e documentos complementares para identificar de que modo a convergência estava compreendida nesses materiais.

No segundo sub eixo a autora analisou os pressupostos relativos à convergência com base nos autores Santaella (2005), Castells (2003; 2013), Jenkins (2009), entre outros.

No terceiro sub eixo, ela tomou como base uma série de autores e estudiosos, que estudaram o tema das TDIC na educação, podendo assim contribuir para a constituição dos elementos da convergência.

Por fim, no sub eixo 4 (Presença e distância), Campos (2017) se apoiou em autores como Valle (2014), Gumbrecht (2010), Lefebvre (2006), Garrisson, Anderson e Archer (2000; 2001), Garrison e Arbaugh (2007), entre outros.

Metodologia do estudo 4

O estudo é de cunho qualitativo, tendo a metodologia dividida em dois eixos: (1) analítico, em que se destacam as políticas públicas, os sentidos da convergência, os elementos da convergência, a presença e a distância; e, (2) operacional, na qual a pesquisa se desenvolveu por meio da metodologia filosófica, da análise documental e do Estágio Sanduíche (realizado entre agosto de 2014 a setembro de 2015 na Universidade Aberta de Portugal-UAb).

Participantes do estudo 4

Não se aplica.

Conclusões do estudo 4

A autora, por fim, verificou que a convergência, antes de mais nada, é social. Campos (2017) aponta que o processo de convergência se faz nas relações criadas em rede e mediadas por Tecnologias Digitais da Informação e da Comunicação (TDIC) e ampliam os paradigmas educacionais, os locais de ensinar e aprender, as relações entre os sujeitos — professores e estudantes. Fernanda Campos aponta ainda que a convergência se verifica como uma tendência do presente com os olhos para o futuro.

5.7 Estudo 5: Educação superior a distância na perspectiva da cultura da convergência

Silva, W. (2017). *Educação superior a distância na perspectiva da cultura da convergência.* Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Educação (FE), Universidade de Brasília (UnB).

Fundamentação teórica do estudo

Welinton Baxtos Silva, autor da tese *Educação superior a distância na perspectiva da cultura da convergência*, se propôs a identificar e analisar se as licenciaturas a distância ofertadas pela Universidade de Brasília (UnB) alteraram o modelo de transferência da informação com aproximação da perspectiva da cultura da convergência. Os objetivos específicos versão sobre: a) identificar se o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e Projeto Pedagógico de Curso (PPC) das licenciaturas a distância apresentam aspectos voltados à cultura da convergência; b)

analisar a aplicação das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) na perspectiva da convergência dos meios de comunicação nas licenciaturas a distância; c) analisar o acesso à tecnologia, aos fóruns e formação de redes entre os professores, tutores a distância e estudantes na perspectiva da formação da inteligência coletiva nas licenciaturas a distância; d) analisar a interação/participação dos professores, tutores a distância e estudantes na perspectiva da cultura participativa nas licenciaturas a distância.

Para tal fim, ele fez uma retrospectiva da educação a distância no Brasil: tendências e integração das tecnologias de informação e comunicação, por meio de revisão sistemática de literatura.

No segundo capítulo teórico, o autor abordou conceitualmente a temática cultura da convergência e outros conceitos fundamentais como, os meios de comunicação, a inteligência coletiva e a cultura participativa, recorrendo a autores como: Jenkins (2009), Santaella (2003), Lévy (2000), McLuhan (1979), Moore e Kearsley (2010), entre outros.

Metodologia do estudo 5

De acordo com o autor, o estudo tem como método o estudo de caso, exploratório e descritivo apoiada nos instrumentos de coletas das evidências por documentos públicos, registros em arquivos no AVA, observação direta e artefato físico (AVA), tratados no computador com software livre: GEPHI, NODEXL e StArt. As análises foram por triangulação de fonte e teórica.

Participantes do estudo 5

Professores, tutores a distância e estudantes de cursos de licenciaturas a distância da IES analisada.

Conclusões do estudo 5

Entre as principais análises, o autor evidencia que a IES possui larga experiência na oferta de EaD; forte indução do poder público na implantação e execução do modelo organizacional EaD; o meio de comunicação do tipo mídia texto foi aplicado em detrimento de outras mídias; a cultura participativa no AVA teve a maior incidência de interações silenciosas e introspectivas; as interações nos fóruns temáticos formaram baixas conexões, densidade e modularidade; os docentes não mediaram e, no geral, os tutores a distância não potencializaram as interações no processo ensino-aprendizagens.

Diante disso, concluiu-se que a indução do modelo organizacional para EaD não potencializou o modelo organizacional da IES quanto à mera transferência de informação nas

licenciaturas a distância. Neste contexto, Silva (2017) aponta que buscou contribuir para o poder público, à sociedade e à comunidade acadêmica-cientifica quanto à identificação dos modos das aplicações das TIC, bem como, sugeriu ações, a fim de potencializar ou inovar o modelo organizacional de EaD nas instituições educacionais em três categorias: macro - política pública; meso - organização, gerenciamento e tecnologia; micro - processo de ensino-aprendizagem.

5.8 Estudo 6: Curtir, interagir e aprender no Facebook

Silva, B. V. A. Da (2017). *Curtir, interagir e aprender no Facebook.* Dissertação (Mestrado) do Programa de Educação, Contextos Contemporâneos e Demandas Populares -Instituto de Educação / Instituto Multidisciplinar, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

Fundamentação teórica do estudo

Bruno Silva desenvolveu sua dissertação de título "Curtir e aprender no Facebook", com a finalidade de refletir sobre como o site de rede social Facebook pode ser usufruído como um espaço de aprendizado e de interação social em grupos específicos. Para tal fim, ele teve como base alguns dos seguintes temas: cibercultura, ciberespaço, facebook como espaço de ensino e aprendizagem, relações de privacidade e comportamento humano, mobilidade ubíqua, prática docente e formação continuada em rede social digital, entre outros.

Para a sustentação teórica, Silva (2014) recorreu a autores como Bauman (2001), Castells (2006, 2013), Couto (2014), Fernandes (2011), Freire (1996), Jenkins (2008), Lévy (1993, 1998, 1999, 2004), Santos, Carvalho e Pimentel (2016), Thompson (2012), entre outros.

Metodologia do estudo 6

Para compreender o fenômeno estudado, o autor utilizou como método a pesquisa online, de cunho qualitativo. Silva (2017) desenvolveu o estudo tendo como base um grupo fechado no Facebook, oriundo de uma disciplina optativa de Pós-Graduação em Educação do PPGEduc/UFRRJ.

Segundo o autor, a decisão de escolher uma rede social como espaço de interação de uma disciplina de mestrado, foi uma questão política de trabalhar com ênfase na contemporaneidade. Para efetivação da disciplina, houve gestão e planejamento semanal, que orientou os estudantes durante o período de aulas. Toda a interação necessária para o curso em questão foi realizado

nessa plataforma. Uma das questões levantadas na etapa de ingresso no campo de pesquisa foi: "será um Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) ou Rede Social?".

A rede social Facebook foi a escolhida por ser uma espécie de extensão da vida das pessoas, pela familiaridade e facilidade de acesso, diferente de um ambiente de aprendizado virtual, no qual as pessoas têm que fazer *login* para ingressar, buscar informações em abas específicas e nem sempre de total conhecimento de todos. Além disso, o AVA está mais ligado, na mente das pessoas, ao acesso via computador (até mesmo pelos conteúdos que são depositados nela, como apresentações de Power Point, arquivos em PDF, etc.), em detrimento do Facebook em que as pessoas já têm o hábito de acessar diariamente e pelo celular e possui arquivos mais leves e fáceis de serem consumidos pelo *smartphone*.

Como instrumento de pesquisa, foi utilizada a técnica da observação participante que contou com o levantamento e análise dos dados produzidos após o término da disciplina.

O software Nodelx foi utilizado para analisar a não linearidade e a hipertextualidade presentes no processo interativo nesta rede

Participantes do estudo 6

O universo da pesquisa foi composto por dez pós-graduandos com diferentes formações.

Conclusões do estudo 6

A referida pesquisa conduzida por Silva (2017), esteve orientada pelo seguinte interrogante: Que ruídos e silêncios podem ser observados e que desafios à análise de interações neste espaço trazem para a pesquisa educacional?

Entre os ruídos, constatou-se que professores que trabalham com uma perspectiva de ensino mais tradicional não acreditavam na validade de uma disciplina em uma rede social, além disso, houve surpresas e estranhamentos devido ao fato de aulas em nível *stricto sensu* estarem sendo ministradas tendo como base um site de rede social. Outro ruído que se destaca, foi o questionamento de uma parte da turma no que tange a perplexidade diante da autorização da coordenação para que uma disciplina ocorresse numa rede social que não foi criada para essa finalidade.

Os silêncios observados dizem respeito a não participação com mais com frequência entre os meados da disciplina, ou seja, os membros ficavam sem postar, comentar ou curtir nada durante alguns dias, por motivos não descobertos na pesquisa. Porém, o autor considera que o silêncio mais ruidoso foi o institucional durante o processo de implementação e validação do uso da rede,

como plataforma de aprendizado. Silva (2017) acredita que o novo, muitas vezes, causa estranhamento. E com esse projeto não foi diferente.

5.9 Estudo 7: Dinâmicas de criação e compartilhamento de conhecimento em comunidades virtuais de desenvolvimento de software livre sob a ótica da teoria ator-rede

Murasse, C.M (2018). *Dinâmicas de criação e compartilhamento de conhecimento em comunidades virtuais de desenvolvimento de software livre sob a ótica da teoria ator-rede*. Tese (Doutorado) do Programa de Pós-Graduação em Tecnologia, Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Fundamentação teórica do estudo

Carlos Mitusuru Murasse, desenvolveu a tese de título *Dinâmicas de criação e compartilhamento de conhecimento em comunidades virtuais de desenvolvimento de software livre sob a ótica da teoria ator-rede*, com a finalidade de analisar as dinâmicas de criação e de compartilhamento de conhecimento em uma comunidade de desenvolvimento de software livre com vistas a identificação de um modelo referencial de redes de criação e compartilhamento deste conhecimento, que permitisse a expansão do espaço compartilhado, à luz da Teoria Ator-Rede.

Murasse (2018) construiu seu arcabouço teórico sob a ótica das comunidades de prática, teoria de criação de conhecimento organizacional, conceito de *ba* (espaço compartilhado para surgimento de relacionamentos) ou contexto capacitante, privilegiando a metodologia da teoria ator-rede. Para discorrer sobre conceitos de conhecimento, processos de compartilhamento de conhecimento organizacional, conceito de ba e contexto capacitante, comunidades de prática e comunidades de prática virtuais, Murasse recorreu às teorias e análises de autores como: Anderson (2008), Wenger, McDermott e Snyder (2002), Wenger e Trayner, 2015; Santos (2010); Amin e Roberts (2008), entre outros.

Para os debates acerca de redes sociais – dos conceitos à cartografia, plataformas sociais e o interesse das organizações pelo desenvolvimento social de software, o autor incita discussões com Castells (1999, 2005), Recuero (2014), Venturini (2010), Leonardi, Huysman e Stanfield (2013), Zhang et al. (2015), Vuori e Okkonen (2012), entre outros.

Metodologia do estudo 7

Esse estudo trata-se de uma pesquisa qualitativa, utilizando, entre outros métodos, da análise de conteúdo e da abordagem netnográfica.

Participantes do estudo 7

Membros do framework Demoiselle, comunidade que é o objeto de estudo da referente pesquisa. A Demoiselle é uma empresa pública que objetiva padronizar o desenvolvimento de software para o governo federal, o que afetaria, portanto, todo o mercado de fornecimento de software para a administração pública federal, incluindo tecnologias e processos e a comunidade em questão permitiria que diferentes entidades e instituições contribuíssem e fossem beneficiadas pelo reuso de código.

Conclusões do estudo 7

De acordo com Murasse (2018), os resultados demonstraram a aplicabilidade dos modelos teóricos para o estudo de redes de compartilhamento de conhecimento em comunidades virtuais e sugerem um modelo referencial de evolução da comunidade, contribuindo para a compreensão das dinâmicas de formação, de dissolução e de funcionamento de redes de compartilhamento de conhecimento, que pode auxiliar na manutenção destes tipos de coletivos.

5.10 Estudo 8: *Formação docente em um site de rede social para professores de PLE*: da organização e dos indícios de identidades

Santos, D. (2019). *Formação docente em um site de rede social para professores de PLE: da organização e dos indícios de identidades*. Dissertação (Mestrado) do Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas.

Fundamentação teórica do estudo

Santos (2019), desenvolveu a dissertação "Formação docente em um site de rede social para professores de PLE: da organização e dos indícios de identidades", com o objetivo de investigar e analisar, a partir da epistemologia da emergência pós-moderna, como um grupo

aberto no Facebook, voltado ao ensino de PLE/PL2 (Português Língua Estrangeira/ Português como segunda língua ou L2) se evidencia e se (re)constrói como um espaço formativo, mediante interações e relações produzidas por meio desse agrupamento — aqui compreendido como uma comunidade virtual de aprendizagem, e, portanto, elemento propulsor de construção de saberes em ambientes online.

Para discorrer sobre tais fins, o autor recorreu a autores das áreas da educação, sociologia e comunicação como Aragão, R.; Dias (2016), Bakhtin (2014), Barros (2018), Morgan (2004, 2017), Nóvoa (2002), Recuero (2014, 2016, 2017), Santaella (2007, 2010, 2013), entre outros.

Metodologia do estudo 8

Todo o caminhar metodologia deste estudo partiu de duas perguntas de pesquisa: (i) Como se constitui e se organiza o grupo "Ensinar português como segunda língua" enquanto experiência formativa de professores de Português Língua Estrangeira? e (ii) Como os membros dessa comunidade se posicionam e (re)constituem suas identidades discursivamente em meio aos temas mobilizados de forma mais recorrente nas interações do grupo? Para responder a esses questionamentos, o autor adotou uma abordagem metodológica-ontológica epistemológica que, imbricada à ideia de emergência e vinculada ao panorama da Linguística Aplicada Crítica e Indisciplinar, se utiliza de variados recursos de pesquisa: observação-participação e diários de campo, análise de redes sociais, grupos focais e questionários, a fim de produzir dados, de forma ativa e processual.

Participantes do estudo 8

Membros do grupo "Ensinar português como segunda língua, na rede social Facebook.

Conclusões do estudo 8

Santos (2019) analisou que um paradigma de formação docente que se matiza em meio ao percurso e ao plano da experiência de professores de PLE, resultado do intercâmbio dos membros do EPSL e do encontro com aqueles que escolhemos como docentes em nossos percursos profissionais (Carvalho, 2016); além de se tratar de um processo sempre em devir, inacabado (Freire, 2004). Por fim, também foi possível identificar a indissociabilidade da identidade docente dos ambientes formativos, uma vez que esta se realiza com base nas visões mobilizadas acerca das visões de lingua(gem), dos contextos de ensino-aprendizagem, entre outros aspectos do ser e do fazer do professor (Morgan, 2017) — resgatando o caráter de

continuidade da educação online, que permeia comunidades de aprendizagem em sites de redes sociais (Santos, 2006).

5.11 Estudo 9: *Pedagogia online*: um estudo da ação docente em larga escala

Bermudéz, A.(2017). *Pedagogia online: um estudo da ação docente em larga escala*. Dissertação (Mestrado) do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Educação, Universidade Católica de Brasília.

Fundamentação teórica do estudo

A autora da dissertação "Pedagogia online: um estudo da ação docente em larga escala", Alenka Bermudéz objetivou analisar a pedagogia online mediante a ação docente representada na interação dos tutores com os alunos, em cursos livres curtos e gratuitos, oferecidos em larga escala, a um público plural. Como aporte teórico, Bermudéz (2017) cotejou ideias de Castells (2001), Levy (1999, 1996), Santaella (2004, 2007), Bauman (2001), Heidegger (1959), entre outros.

Metodologia do estudo 9

A unidade base para análise do estudo foi situada na ação pedagógica, num contexto específico, de um projeto de educação empreendedora em larga escala, realizado inteiramente a distância.

O estudo proposto se insere na linha da abordagem qualitativa, e a partir de uma pesquisa exploratória. Segundo a autora, para efeitos do estudo, foram selecionados até 14 tutores/docentes, sendo estes de diferentes cursos, de maneira a identificar variantes significativas. Usou-se a análise de verificação, tendo em vista que se traçaram objetivos prévios; entretanto, não se descartou a possibilidade do uso de outras estratégias destinadas a buscar informações emergentes.

Para a analisar os dados, Bermudéz (2017), adotou como instrumento a análise de conteúdo, baseada nas proposições explanadas por Bardin (2006).

Participantes do estudo 9

Os sujeitos da pesquisa são os tutores/docentes que interagem com seus alunos nas ferramentas Fórum e Fale com o Tutor do AVA institucional, em cujos ambientes se fez uma observação seletiva dos trechos das participações dos mediadores.

Conclusões do estudo 9

A autora evidencia, entre os resultados da pesquisa, que a capacitação de empreendedores, no atual contexto do país, representa desafios para a mediação pedagógica a distância, entendida como possibilidade de aporte à mudança social, assim como para os modelos gestionários de programas educativos no campo do empreendedorismo.

Bermudéz (2017) discorre que as formas de produzir e mediar conteúdos mudaram, logo, "a ação pedagógica na virtualidade também está sujeita a encarar novos problemas e problemáticas. Contemporaneamente, não podemos depender apenas da presença física para construir o diálogo, o conhecimento, a relação pedagógica" (p. 81).

Assim, dentre os desafios observamos, a autora destaca: a falta da ênfase sobre a função social da atividade empreendedora, a insuficiência na abordagem do mediador a respeito da formação cidadã e solidária do sujeito empreendedor em sua relação com o coletivo, principalmente, no marco do projeto de humanidade construído até hoje, no qual o individualismo se sobrepõe a qualquer tentativa que favoreça o bem-estar e a estabilidade econômica da coletividade. De modo derradeiro, Bermudéz reflete que o estudo possibilitou "momentos de reflexão crítica sobre a formação empreendedora e suas possibilidades para minorar as acentuadas diferenças, no que se refere às oportunidades de inserção no mercado de trabalho e melhoria da qualidade de vida da população do Brasil em crise" (p. 83).

5.12 Estudo 10: Produção e consumo de vídeos online: análise de práticas e técnicas para o desenvolvimento de influenciadores digitais profissionais a partir do Youtube

Backes, S. (2019). Produção e consumo de vídeos online: análise de práticas e técnicas para o desenvolvimento de influenciadores digitais profissionais a partir do Youtube. Dissertação (Mestrado) do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Fundamentação teórica do estudo 10

A autora Suellen Backes, objetivou em sua dissertação "Produção e consumo de vídeos online: análise de práticas e técnicas para o desenvolvimento de influenciadores digitais profissionais a partir do Youtube" investigar os youtubers profissionais, diante do contexto atual de consumo e vídeos online. Para tal fim, a autora fez um resgate histórico da plataforma de entretenimento online, do comportamento e do interesse de quem consome os vídeos. Foi analisada a motivação dos criadores de conteúdo no YouTube e as reflexões a partir dos conceitos da hipermodernidade e do hiperconsumo.

Para percorrer a trilha teórica, Backes recorreu a autores como: Jenkins (2009), Lipovetsky (2016), Burgess e Green (2009), Lévy (2016), Recuero (2014), França (2014), Siliba (2016), entre outros.

Metodologia do estudo 10

O estudo de Backes (2019), usa o método exploratório associado ao exame de estudo de casos múltiplos, ou seja, pesquisa com os quatro youtubers que tenham mais de um milhão de inscritos em seus canais. Os parâmetros foram definidos a partir de mercados simbólicos e de consumo no contexto da sociedade contemporânea e amplamente abordados no YouTube, como: finanças pessoais, maquiagem/beleza, educação infantil/família e gastronomia.

Na sequência, a autora aponta que diversos canais foram analisados a partir do site Social Blade (socialblade.com). Por fim, ainda foi levado em consideração os vencedores, nas categorias citadas do Prêmio Influenciadores Digitais 2018, realizado no Brasil, que por meio de métricas de audiência, influência e relevância nas redes sociais digitais, são indicados os seis

melhores em 22 categorias. Desses, três são indicados pelo júri técnico – profissionais de comunicação de todo o país – e três pelo voto popular.

Utilizando-se desse método, a autora definiu os canais a serem analisados: finanças pessoais, com Nathalia Arcuri (Me Poupe!); maquiagem/beleza, com Bianca Andrade (Boca Rosa); educação infantil/família, com Flavia Calina (Flavia Calina); e gastronomia, com Danielle Noce (Danielle Noce).

Participantes do estudo 10

Não se aplica.

Conclusões do estudo 10

De acordo com a Backes (2019, p.209), a partir de quatro canais no YouTube, com mais de um milhão de inscritos e que representam mercados simbólicos e de consumo no contexto da sociedade contemporânea foi realizada a análise da pesquisa com ênfase em quatro categorias: 1) Relação da youtuber com a ferramenta; 2) Estilo dos vídeos; 3) Outras plataformas; e 4) Postura comercial. Foi procurado identificar as características que definem os youtubers profissionais e compreender de que forma elas estão vinculadas com as publicações realizadas.

Como principais conclusões, as análises de Backers (2019), revelam que os criadores de conteúdo observam questões de estilo e encantamento na sua produção regular e constante. Assim, ao longo do tempo, conseguem a identificação do público, a audiência, os inscritos, o engajamento, a influência e, portanto, tornam-se profissionais nesta plataforma.

5.13 Análise de dados da Revisão Sistemática de Literatura Brasileira

Metodologias mais utilizadas

As metodologias mais utilizadas na RSL Brasileira refletem a predominância de abordagens qualitativas, com foco em estudos exploratórios e etnográficos. Tal feito demonstra uma preocupação em aprofundar-se nas práticas e dinâmicas educacionais no ambiente digital. Há casos de triangulação de metodologias (Tabela 2).

Tabela 2

Tipos de metodologias utilizadas na RSL Brasileiras

Metodologia	Quantidade de Trabalhos Utilizando
Pesquisa Qualitativa	6
Estudo de Caso	3
Pesquisa Exploratória	2
Pesquisa Online	1
Netnografia	1
Etnografia	1
Pesquisa Etnográfica	1

Destacamos que o uso da netnografia e etnografia refletem a necessidade de compreender os fenômenos educacionais online como manifestações culturais e sociais específicas. Analisamos também os instrumentos de pesquisa aplicados nos estudos. O questionário foi utilizado em 6 dos 12 estudos analisados, seguido de notas de campo, entrevistas semiestruturadas e observação. Conforme podemos analisar na tabela a seguir (Tabela 3).

Tabela 3

Instrumentos de pesquisa utilizados na RSL Brasileira

Instrumentos de Pesquisa	Número de documentos identificados
Questionário	6
Notas de Campo	4
Entrevistas semi-estruturada	3
Observação	3
Observação participante	2
Observação direta	1
Documentação	1
Análise de redes sociais	1
Grupos focais	1
Print Scream	1
Entrevista informal	1

Um instrumento que nos despertou interesse nessa análise, devido a sua terminologia, foi o *print screan* (captura de tela). Esse tipo de recurso é comumente utilizado como meio de arquivamento de dados produzidos em pesquisas que utilizam o meio social digital como campo de investigação, porém, a formalização do termo como instrumento de pesquisa não é recorrente.

Participantes dos estudos

Outra análise desta Revisão Sistemática de Literatura foi referente aos participantes dos estudos selecionados. A maioria da população estudada foi de membros de comunidades educacionais em sites de redes sociais como o Facebook. Outro grupo analisado foi de professores e tutores em ambiente virtual de aprendizagem.

Tabela 4
Participantes dos estudos selecionados

Participantes	Número de documentos identificados
Membros de comunidades educacionais em redes sociais online	4
Professores e tutores em ambiente virtual de aprendizagem	2
Alunos do curso de graduação em ambiente virtual de aprendizagem	1
Alunos de cursos livres em ambiente virtual de aprendizagem	1
Alunos de pós-graduação em ambiente virtual de aprendizagem	1
Não se aplica	1

Autores mais referenciados

Os autores Pierre Lévy e Henry Jenkins são os mais citados na RSL Brasileira, sendo esse em 4 trabalhos e aquele em 7. Lévy é amplamente citado devido ao seu conceito de inteligência coletiva e cibercultura, fundamentais para compreender as dinâmicas das comunidades educacionais online e o impacto das tecnologias digitais no conhecimento compartilhado. Já Jenkins contribui com o conceito de cultura da convergência e participação ativa em redes digitais. Ele explora como mídias digitais transformam práticas educativas e culturais. Compreendemos que suas ideias auxiliam na compreensão do papel das tecnologias e plataformas digitais na aprendizagem colaborativa e na formação de comunidades virtuais.

Veja (Tabela 5) os autores mais referenciados e frequência nesta RSL Brasileira:

Tabela 5

Autores mais citados na RSL Brasileira

Autor	Quantidade de Trabalhos Citados
Pierre Lévy	7
Henry Jenkins	4
Lucia Santaella	4
Manuel Castells	4
Zygmunt Bauman	3
Raquel Recuero	3
Paulo Freire	3
Terry Anderson	2
António Nóvoa	2
Étienne Wenger	2
Randy Garrison	2

Os autores mais citados na RSL Brasileira refletem a interdisciplinaridade do campo de estudo, integrando teorias de comunicação, educação e tecnologia. O predomínio de Pierre Lévy, Jenkins, Santaella e Castells destaca a importância de compreender as interseções entre redes sociais digitais, inteligência coletiva e práticas educacionais. Já os autores como Freire e Wenger contribuem para contextualizar esses fenômenos em abordagens pedagógicas centradas no diálogo e na colaboração.

Pela própria interdisciplinaridade da temática abordada nesta Revisão de Literatura, os autores pertencem a campos de pesquisas distintos, como educação, sociologia, cultura e comunicação (Tabela 5).

Para proporcionar uma visão organizada e sistemática dos trabalhos analisados na Revisão Sistemática de Literatura Brasileira, desenvolvemos uma tabela (Tabela 6), contendo título, autor e ano; questão central do etsudo; natureza e método de pesquisa e síntese das conclusões.

A estrutura tabular ainda facilita a comparação entre os trabalhos, identificando padrões, lacunas e tendências metodológicas e teóricas e fornece um recurso valioso para outros pesquisadores, permitindo que consultem rapidamente trabalhos relacionados ao tema.

Tabela 6

Quadro/resumo dos estudos da RSL Brasileira

Título/Autor/Ano	Questão Central da Pesquisa	Natureza e Método de Pesquisa	Síntese das Conclusões
1. Aprendizagem de Astronomia em Redes Sociais (Zapparoli, 2017)	Como ocorre a aprendizagem científica de Astronomia em redes sociais digitais?	Pesquisa qualitativa; análise de comunidades no Facebook e entrevistas com responsáveis pelos grupos.	Comunidades analisadas são exemplos de aprendizagem informal, constituindo espaços de prática colaborativa e construção coletiva do conhecimento.
2. As presenças social, cognitiva e de ensino na formação de uma comunidade virtual (Tripani, 2017)	Como as presenças social, cognitiva e de ensino se manifestam em fóruns online e favorecem a formação de uma comunidade de aprendizagem?	Pesquisa qualitativa-interpretativista; análise de interações em fóruns do Moodle e aplicação de questionários.	As presenças de ensino, social e cognitiva foram marcadas e favoreceram a construção de uma comunidade de aprendizagem em fóruns virtuais.
3. Comunidades Virtuais na Formação Continuada de Educadores Ambientais(Guedes Júnior, 2019)	Quais ferramentas e práticas em EaD promovem a formação continuada de educadores ambientais?	Estudo de caso; triangulação de métodos (análise de conteúdo, questionários, e biografias).	A integração de ferramentas digitais ampliou as possibilidades de formação contínua, promovendo práticas reflexivas e colaborativas entre educadores ambientais.
4. Convergência na Educação: Políticas, Tecnologias Digitais e Relações Pedagógicas (Campos, 2017)	Como a convergência educacional se manifesta no ensino superior, considerando políticas públicas e práticas pedagógicas?	Pesquisa qualitativa; análise documental e estágio em universidade internacional.	A convergência educacional é um fenômeno social que amplia paradigmas educacionais, criando novas dinâmicas entre ensino presencial e a distância.

Título/Autor/Ano	Questão Central da Pesquisa	Natureza e Método de Pesquisa	Síntese das Conclusões
5. Educação Superior a Distância na Perspectiva da Cultura da Convergência (Silva, 2017)	Como a cultura da convergência influencia as licenciaturas a distância na Universidade de Brasília?	Estudo de caso exploratório; análise de documentos e registros em ambientes virtuais.	O modelo organizacional EaD analisado apresenta baixa interação entre participantes, mas potencial para maior colaboração e inovação com ajustes nas práticas pedagógicas.
6. Curtir, Interagir e Aprender no Facebook (Silva, 2017)	Como o Facebook pode ser usado como espaço de aprendizado e interação em grupos específicos?	Pesquisa qualitativa; análise de grupo fechado no Facebook utilizando observação participante.	O Facebook mostrou-se um ambiente propício para aprendizado informal, mas enfrentou resistências de professores que preferiam métodos tradicionais.
7. Dinâmicas de Criação e Compartilhamento de Conhecimento em Comunidades Virtuais (Murasse, 2018)	Quais são as dinâmicas de criação e compartilhamento de conhecimento em comunidades virtuais de desenvolvimento de software livre?	Pesquisa qualitativa; análise netnográfica e de conteúdo.	O estudo sugeriu um modelo referencial de evolução de comunidades de compartilhamento de conhecimento, evidenciando sua aplicabilidade em contextos organizacionais e sociais.
8. Formação Docente em um Site de Rede Social (Santos, 2019)	Como um grupo no Facebook voltado ao ensino de PLE constitui-se como espaço formativo para professores?	Pesquisa qualitativa; uso de observação-participação, diários de campo, e análise de redes sociais.	O grupo estudado foi identificado como espaço de formação continuada e (re)construção de identidade docente, com práticas colaborativas emergentes.

Título/Autor/Ano	Questão Central da Pesquisa	Natureza e Método de Pesquisa	Síntese das Conclusões
9. Pedagogia Online: Um Estudo da Ação Docente em Larga Escala (Bermudéz, 2017)	Como a mediação pedagógica ocorre em cursos livres a distância voltados para o empreendedorismo?	Pesquisa qualitativa exploratória; análise de conteúdo com base em observação de interações em AVAs.	A mediação pedagógica enfrentou desafios para incorporar aspectos de formação cidadã e coletiva, destacando a predominância do individualismo nos cursos analisados.
10. Produção e Consumo de Vídeos Online (Backes, 2019)	Quais práticas e técnicas definem os influenciadores digitais profissionais no YouTube?	Estudo de caso exploratório; análise de canais com mais de 1 milhão de inscritos.	Influenciadores digitais desenvolvem conteúdos que equilibram estilo, engajamento e narrativa comercial, demonstrando alta capacidade de mobilização e profissionalização.

5.14 Análise e interpretação geral da Revisão Sistemática de Literatura Brasileira

Em nosso estudo de Revisão Sistemática de Literatura, analisamos que as comunidades de aprendizagens online podem ser desenvolvidas em diversas redes e meios, como sites de redes sociais e plataformas educativas online, desde que haja participação ativa dos membros e a finalidade de ser um ambiente de aprendizado. Esses espaços se configuram como importantes meios educacionais pois possibilitam a participação, interação e colaboração no processo educativo dos seus membros bem como propiciam uma construção compartilhada do conhecimento, envolvida em críticas e reflexões (Zapparoli, 2017)

Os estudos apontam que nessas comunidades há evidências dos indicadores das presenças de ensino, social e cognitiva. A quantidade e a qualidade da participação dos interagentes nos fóruns online, sua presença social, cognitiva e de ensino marcada por discursos, são marcadores de uma comunidade de aprendizagem.

As teses de doutoramento e dissertações de mestrado analisadas nesta revisão apontam também que as tecnologias da informação e comunicação ampliam os paradigmas educacionais, os locais de ensinar e aprender, as relações entre os sujeitos — professores e estudantes. Sendo essa uma tendência do presente (Campos, 2017). É evidenciado ainda neste estudo de Revisão de Literatura o caráter de continuidade da educação online, que permeia comunidades de aprendizagem em sites de redes sociais (Santos, 2006).

Entre os ruídos observados, constatou-se que professores que trabalham com uma perspectiva de ensino mais tradicional não acreditavam na validade de uma disciplina em uma rede social (Silva, 2017), tampouco na formação de comunidade de aprendizagem nessa rede. Bermudéz (2017) discorre que as formas de produzir e mediar conteúdos mudaram, logo, a ação pedagógica na virtualidade também está sujeita a encarar novos desafios. A pesquisa aponta que já não podemos depender apenas da presença física para construir o diálogo, o conhecimento, a relação pedagógica.

5.15 Considerações Finais da Revisão Sistemática de Literatura Brasileira

Ao final dessa trajetória de Revisão Sistemática de Literatura Brasileira é necessário que façamos reflexões que visem ao entendimento global dos trabalhos selecionados, além de propor novas abordagens para pesquisas nesta área do saber, que se mostra tão emergente e tão essencial para compreensão do que está acontecendo à interface homem-tecnologia e quais impactos estão sendo causados para as áreas da educação e da comunicação neste século.

Com recorte de "práticas educacionais em ambientes digitais, com vistas à formação de comunidades e propagabilidade de conteúdo", este estudo nos fez perceber o quanto esse campo de pesquisa é relevante, porém com poucos trabalhos – mas muito representativos – já desenvolvidos, em nível *strictu sensu*. Avaliamos que há uma real necessidade dessas pesquisas para a sociedade como um todo, principalmente em função da prática da educação para a cidadania.

Com uma abordagem qualitativa predominante, a maioria dos estudos utilizou métodos qualitativos, como estudo de caso, pesquisa netnográfica e análise de conteúdo. Os pesquisadores tiveram interesse em explorar profundamente as interações humanas e os processos educacionais em contextos digitais. Muitos estudos adotaram perspectivas adaptadas ao contexto brasileiro,

enfatizando as particularidades culturais, sociais e econômicas que influenciam o uso de tecnologias educacionais no país.

Alguns estudos destacaram a resistência de professores e instituições ao uso de redes sociais digitais como ambientes educacionais, muitas vezes motivadas por preferências por métodos tradicionais e pelo desconhecimento do potencial pedagógico dessas ferramentas. Observamos que embora as plataformas digitais ofereçam recursos interativos, muitos estudos relataram baixa adesão e engajamento em ambientes virtuais de aprendizagem, destacando a necessidade de estratégias para aumentar a participação dos usuários.

Constamos, por meio dos trabalhos analisados nesta revisão sistemática de literatura que as redes sociais digitais ganharam um *status* de campo educacional, desde que sejam usadas com essa finalidade. E, quando o são, têm potencial para formada de comunidades de aprendizado. As redes sociais digitais, como Facebook e plataformas como Moodle, são espaços que oferecem oportunidades para colaboração, interação e construção coletiva do conhecimento, mesmo fora do ambiente formal de ensino. Consideramos que os estudos analisados identificaram que a presença social, cognitiva e de ensino desempenha um papel fundamental na consolidação dessas comunidades.

Há, no entanto, desafios sistêmicos, que os professores têm que enfrentar em ambientes online de aprendizagem, como falta de infraestrutura e preparo técnico. Essas são barreiras significativas para a plena adoção das tecnologias no ensino.

É imprescindível para os campos da educação e da comunicação compreender as novas formas de apropriação dos espaços comunicacionais em rede e as novas estratégias de propagação da educação na atualidade, bem como, de formação de coletivos que almejam disseminar conteúdos educacionais, mesmo que de modo não formal ou informal.

Concluímos que é necessário investir em formação docente, infraestrutura tecnológica e políticas públicas que favoreçam a integração das tecnologias digitais ao processo educacional. A pesquisa aponta um caminho para o futuro da educação digital no Brasil, evidenciando a necessidade de equilíbrio entre inovação tecnológica e adequação ao contexto e desafios locais.

REFERÊNCIAS DA REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA BRASILEIRA

Amin, A.; Roberts, J. (2008). Knowing in action: Beyond communities of practice. *Research Policy*, *37*, (2), 353–369.

Anderson, R. (2008). Implications of the Information and Knowledge Society for Education. In: Voogt, J.; Knezek, G. (eds.). *International Handbook of Information Technology in Primary and Secondary Education*. Springer.

Anderson, T. & Dron, J. (2012). Três gerações de pedagogia de educação a distância. *EaD em Foco*, *2* (1), 119-134.

Aragão, R.; Dias, I. A. Facebook e emoções de estudantes no uso de Inglês. In: Araújo, J.; Leffa, V. (orgs.). *Redes sociais e ensino de línguas: o que temos de aprender?* Parábola Editorial, 111-122, 2016.

Arruda, S. M.; Passos, M. M.; Piza C. A.; M.; Feliz, R. A. B. (2013) O aprendizado científico no cotidiano. *Ciência & Educação*, *19* (2), 481-498.

Backes, S. (2019). *Produção e consumo de vídeos online: análise de práticas e técnicas para o desenvolvimento de influenciadores digitais profissionais a partir do Youtube*. Dissertação (Mestrado) do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Bakhtin, M. (2014). *Marxismo e filosofia da linguagem*. Hucitec.

Bardin, Laurence. (2006). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Barros, N. (2018). *Curadorias digitais de si: o auto/biográfico liminar das linhas do tempo do Facebook.* Tese (Doutorado) -Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas.

Bauman, Z. (2001). *Modernidade Líquida*. Zahar..

Bermudéz, A.(2017). *Pedagogia online*: um estudo da ação docente em larga escala. Dissertação (Mestrado) do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Educação, Universidade Católica de Brasília.

Braga, D. (2013). *Ambientes digitais. Reflexões teóricas e práticas*. Cortez.

Brügger, P. (1999). *Educação ou adestramento ambiental?* 2. Ed. Letras Contemporâneas.

Burges, J; Green, J. (2009). *YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade*. Aleph.

Campos, F. (2017). *Convergência na educação: políticas, tecnologias digitais e relações pedagógicas.* Tese (doutorado) - programa de Pós-Graduação em Educação da Faculdade de Educação, Universidade Federal de Minas Gerais.

Castells, M. (199). A sociedade em rede. Paz e Terra, 1999.

Castells, M. (2005). The network society:from knowledge to policy. In: *The network society: From knowledge to policy*. Johns Hopkins Center for Transatlantic Relations.

Castells, M. *(2013). Sociedade em Rede*. Paz e Terra.

Castells, M. *A. (2003). A Galáxia da Internet. Reflexões sobre a Internet, os Negócios e a Sociedade.* Zahar.

Castells, M. A. (2006). sociedade em rede: Do conhecimento à política. In: Catells, M.; Cardoso, G.; (orgs.) *A sociedade em rede: Do conhecimento à acção política*. Casa da moeda, 17-30.

Coll, C. (2010). *Psicologia da Educação Virtual: Aprender e Ensinar com as Tecnologias da informação e da Comunicação.* Artmed.

Couto, E. S. (2014). Pedagogia das conexões: compartilhar conhecimentos e construir subjetividades nas redes sociais digitais. In: Porto, C. & Santos, E.; (orgs.) *Facebook e Educação: publicar, curtir, compartilhar*. Eduepb, p. 47-66.

Crutzen, P. & Stoermer, E. (2000). *O Antropoceno.* Piseagrama.

Fernandes, L. (2011). *Redes sociais online e educação: contributo do facebook no contexto das comunidades virtuais aprendentes*. Universidade de Nova Lisboa.

França, V. (2014). Celebridades: identificação, idealização ou consumo?. In: França, Vera et al. (orgs.) *Celebridades do Século XXI: transformações no estatuto da fama*. Sulina,15-36.

Freire, P. & Papert, S. (1996). *O futuro da escola*. TV PUC.

Freire, P. (1987). Pedagogia do Oprimido. Paz e Terra.

Garrison, R., Anderson, T., Archer, W. (2015). Critical Thinking, Cognitive Presence, and Computer Conferencing in Distance Education. *American Journal of Distance Education, 15* (1), p.7-23

Garrison, R., Anderson, T., Archer. (2000). Critical Inquiry in a Text-Based Environment: Computer Conferencing in Higher Education. *The Internet and Higher Education, 2* (2-3), p, 81-105.

Garrison, R; Anderson, T. (2005). *El e-learning en el siglo XXI: Investigación y práctica.* Ed. Octaedro.

Guedes Junior, V. (2019). *Comunidades Virtuais na Formação Continuada de Educadores Ambientais*. Tese (doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Educação da Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo.

Gumbrecht, H. U. (2010). Produção de presença: o que o sentido não conseguiu transmitir. Contraponto e PUC-Rio.

Heidegger, M. (1959). *Serenidade*. Instituto Piaget.

Jenkins, H. (2008). *Cultura da Convergência*. Aleph.

Kenski, V (2015b). Introdução: Por que design instrucional? In: Kenski, V (Org.). *Design instrucional para cursos on-line*. Editora Senac, 15-19.

Kenski, V. (2015a). Design instrucional: conceitos e competências. In: Kenski, V (Org.). *Design instrucional para cursos on-line.* Editora Senac São Paulo, 21-57.

Langhi, R. & Nardi, R. (2010). Formação de professores e seus saberes disciplinares em Astronomia Essencial nos anos iniciais do Ensino Fundamental. *Ensaio: Pesquisa em Educação em Ciências, 12* (2), 205-224.

Lefebvre, H. (2006). *La presencia y la ausência: contribuición a la teoria de las representaciones*. FCE.

Leffa, V; Heemann, C. (2013). *Educação a Distância: A Formação de Comunidades*

Lemos, A. & Lévy, P. (2010). *O futuro da internet.* Paulos

Leonardi, P. M.; Huysman, M.; Steinfield, C. (2013). Enterprise social media: Definition, history, and prospects for the study of social technologies in organizations. *Journal of Computer-Mediated Communication, 19* (1), 1–19.

Levy, P (2010). *Cibercultura*. Editora 34.

Lévy, P. (1993). As tecnologias da inteligência. Editora 34.

Lévy, P. (1998). A inteligência coletiva: por um antropologia do ciberespaço. Loyola.

Lévy, P. (1999). *Cibercultura.* Editora 34

Lévy, P. (2003). *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. 4. ed. Loyola.

Lévy, P. (2004). *Inteligencia Colectiva: por una antropología del ciberespaço*. Bvsalud.

Lévy, P.(2002). *Cyberdemocratie*. Odile Jacob.

Lipovetsky, G. (2016). *Da leveza: rumo a uma civilização sem peso*. Manole.

Marandino, M. (2001). Interface na relação museu-escola. *Cadernos Catarinenses de Ensino de Física*, *18* (1), 85-100.

Moran, J. (2003). Contribuições para uma pedagogia da educação online In: Silva Marcos (org.). *Educação online*.Loyola, 41-52.

Moran, J. (2015). Educação híbrida. Um conceito-chave para a educação, hoje. In: Bacich, L.; Tanzi, A. & Melo, F. (org.) *Ensino híbrido. Personalização e tecnologia na educação.* Penso, 27-45.

Morgan, B. (2017). Language teacher identity as critical social practice. In: Barkhuizen, G. (ed.). *Reflections on language teacher identity research*. Routledge, 203-209.

Moser, A. (2010). Formação docente em comunidades de prática. *Revista Intersaberes*, *5* (10), 210-244.

Murasse, C.M (2018). *Dinâmicas de criação e compartilhamento de conhecimento em comunidades virtuais de desenvolvimento de software livre sob a ótica da teoria ator-rede.* Tese (Doutorado) do Programa de Pós-Graduação em Tecnologia, Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Nóvoa, A. (1992). Formação de professores e profissão docente. In: Nóvoa, A. (Org.). *Os Professores e sua formação*. Dom Quixote.

Nóvoa, A. (1995). *Vida de Professores*. Porto Editora.

Nóvoa, A. (2002). *Formação de professores e trabalho pedagógico*. Educa.

Recuero, R. (2009). Mapeando redes sociais na internet através da conversação mediada pelo computador. In: Nascimento, A. D.; Hetkowski, T. M. (orgs). *Educação e contemporaneidade: pesquisas científicas e tecnológicas*. EDUFBA.

Recuero, R. (2014). Contribuições da Análise de Redes Sociais para o estudo das redes sociais na Internet: o caso da hashtag #tamojuntodilma e #calabocadilma. *Fronteiras – estudos midiáticos*. *16* (2), 60–77.

Recuero, R. (2014). Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. *Verso e Reverso (Unisinos)*, *28*, 114-124.

Recuero, R. (2016). Discurso mediado por computador nas redes sociais. In: Araújo, J.; Leffa, V. (orgs.). Redes sociais e ensino de línguas: o que temos de aprender? Parábola Editorial, 17-32.

Recuero, R. Introdução à análise de redes sociais. Salvador: EDUFBA, 2017.

Recuero, R.; Bastos, M.; Zago, G. (2015). *Análise de redes para mídia social*. Editora Sulina.

Reigota, M. (2012). *O que é Educação Ambiental*. 2 ed. Brasiliense, 2012.

Santaella, L. (2003). Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. *Revista FAMECOS, 22*, 22-33.

Santaella, L. (2005). *Porque as comunicações e as artes estão convergindo*? Paulus.

Santaella, L. (2007). *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. Paulus.

Santaella, L. (2010). *A ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade, ubiquidade*. Paulus.

Santaella, L. (2013). *Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação*. Paulus.

Santos, D. (2019). *Formação docente em um site de rede social para professores de PLE: da organização e dos indícios de identidades.* Dissertação (Mestrado) do Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas.

Santos, E. (2014). *Pesquisa-Formação na cibercultura*. Wh!tebooks.

Santos, F. (2010). *Modelo de gestão para promover a criação e o compartilhamento de conhecimento em comunidade virtual de prática*. 2010. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, UFSC.

Schön, D. (1992). Formar professores como profissionais reflexivos. In: Nóvoa, A. (org.). *Os professores e a sua formação*. Dom Quixote, 77-91.

Setton, M.G. (2010). Mídia e educação. Contexto.

Sibilia, Paula. (2016). *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Contraponto.

Silva, B. V. A. Da (2017). *Curtir, interagir e aprender no Facebook*. Dissertação (Mestrado) do Programa de Educação, Contextos Contemporâneos e Demandas Populares -Instituto de Educação / Instituto Multidisciplinar, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

Silva, E.& Marcondes, M. (2010).Visões de contextualização de professores de química na elaboração de seus próprios materiais didáticos. *Ensaio: Pesquisa em Educação em Ciências*, *12* (1),101-118.

Silva, W. (2017). *Educação superior a distância na perspectiva da cultura da convergência.* Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Educação (FE), Universidade de Brasília (UnB).

Thompson, J. B. (2012). *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 13ª. ed. Vozes.

Tripani, G. (2017). *As presenças social, cognitiva e de ensino e a formação de uma comunidade virtual de aprendizagem na disciplina Língua Espanhola de um curso de Letras*. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo.

Valle, L. (2013). Ainda sobre espaço, tempo, presença e distância: questões para a Ead online. In: Fidalgo, F. S. R et al. (Org.). *Educação a distância: meios, atores e processos*. CAED-UFMG: Belo Horizonte, 71-93.

Valle, V. (2014). Espaço e tempo, distância e presença: conceitos para pensar a formação humana. In: Reali, A. M. R.; Mill, D. (Org.) *Educação a distância e tecnologias digitais: reflexões sobre sujeitos, saberes, contextos e processos*. EDUSCAR, 103-114.

Veiga, J (2013). *A Desgovernança Mundial da Sustentabilidade*. Editora 34.

Veiga, J. (2019). *O Antropoceno e a Ciência do Sistema Terra*. Editora 34.

Venturini, T.; Munk, A.; Jacomy, M. (2018). *Ator-rede versus Análise de Redes versus Redes Digitais: falamos das mesmas redes?* Galáxia, 38, 5–27.

Virtuais de Aprendizagem. EDUCAT: Editora da Universidade Católica de Pelotas.

Vuori, V.; Okkonen, J. (2012). Knowledge sharing motivational factors of using an intra-organizational social media platform. *Journal of Knowledge Management, 16* (4), 592–603.

Vygotsky, L. (2007). *A formação social da mente*. Martins Fontes.

Vygotsky, L. (2009). *A construção do pensamento e da linguagem*. WMF Martins Fontes.

Wenger, E. (2002). *Communities of practice: learning, meaning, and identity*. Cambridge University Press.

Wenger, E. et al. (2005). Technology for Communities. In: *Guide de mise en place et d'animation de communautés de pratique intentionelle.* CEFRIO.

Wenger, E.; MC Dermott, R.; Snyder, W. (2002). *Cultivating communities of practice: a guide to managing knowledge*. Harvard Business School.

Zapparoli, F. (2017). *Aprendizagem de Astronomia em Redes Sociais*. Tese (doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Ensino de Ciências e Educação Matemática (PECEM), Universidade Estadual de Londrina.

Zhang, X. (2015). et al. From e-learning to social-learning: Mapping development of studies on social media-supported knowledge management. *Computers in Human Behavior, Amsterdam, 51*, 803–811.

6 REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA INTERNACIONAL

Esta é a segunda etapa da nossa revisão sistemática de literatura, agora com enfoque internacional. O intuito foi analisar os estudos atuais acerca das práticas educacionais online, com ênfase para os métodos que levam à formação de comunidades educacionais online Questionamo-nos, ao iniciar esta pesquisa, qual a concepção teórica dos estudos internacionais no que se refere a comunidades educacionais online e redes sociais digitais, quais metodologias mais utilizadas, quais plataformas online mais requisitadas pelos pesquisadores e quais os participantes envolvidos em cada estudo e quais as principais descobertas e conclusões dos mesmos.

6.1 Metodologia do estudo de revisão sistemática de literatura internacional

Adentramos o campo internacional de pesquisa para compreender as atuais dinâmicas que regem as práticas educacionais online, com o direcionamento para formação de comunidades de aprendizagem online (*Online Learning Communities - OLC*).

Gusenbauer e Haddaway (2020) relatam em um estudo recente que há um grande volume de pesquisas, em todas as áreas do conhecimento, na atualidade. No entanto, apesar de ser benéfica a ampliação do conhecimento, desenvolve-se uma barreira de dificuldade para os pesquisadores no que se refere ao acompanhamento de descobertas em um campo de estudo específico. Devido a uma acumulação de conhecimento, cria-se um isolamento científico. Posto isso, é indispensável a conexão de análises empíricas ou teóricas de cada pesquisador ou grupo de pesquisadores com conhecimentos ascendentes.

Os estudos das sínteses de evidências podem propalar os desenvolvimentos importantes em um determinado campo de pesquisa e orientar e/ou reconduzir os pesquisadores em relação a determinado estudo ou hipótese de pesquisa, desde que essa revisão seja feita com três requisitos de qualidade recorrentes que são críticos para pesquisas na literatura: 1) o objetivo deve ser identificar todos os registros relevantes (ou quantos os recursos do revisor permitirem);

2) a pesquisa deve ser transparente; 3) a busca deve ser reprodutível/confiável (Gusenbauer & Haddaway, 2020).

Em *How to carry out a literature search for a systematic review: a practical guide*, Atkinson e Cipriani (2018), fornecem recomendações sobre como desenvolver o protocolo de busca e a estratégia para identificar a evidência mais relevante para uma determinada pesquisa. Logo, as autoras sugerem que sejam seguidas etapas ao desenvolver uma RSL, entre elas:

1) Definição da questão de pesquisa: essa pergunta orientará não apenas a estratégia de busca, mas também as conclusões que podem ser tiradas da revisão, pois estas dependerão de quais estudos ou outras formas de evidência serão incluídos e excluídos da revisão de literatura.
2) Pesquisa de escopo: antes de realizar uma busca bibliográfica abrangente, uma busca de escopo da literatura usando apenas uma ou duas bases de dados pode fornecer informações valiosas sobre quanta literatura para uma determinada questão de revisão já existe.
3) Definição da estratégia de busca: o primeiro passo na realização de uma busca na literatura deve ser o desenvolvimento de uma estratégia de busca. Essa etapa deve definir como a literatura relevante será identificada. Deve identificar fontes a serem pesquisadas (lista de bases de dados e registros de ensaios) e palavras-chave utilizadas (lista de palavras-chave). A estratégia de busca deve ser documentada como parte integrante do protocolo de revisão sistemática.
4) Fontes para pesquisa: existem várias bases de dados que podem ser pesquisadas na literatura, mas a identificação de fontes relevantes, a depender das questões de pesquisa, é fundamental nessa etapa, pois diferentes bases de dados têm diferentes enfoques, desde mais biológicos até mais voltados para as ciências sociais.
5) Obtenção de literatura inédita por meio de comunicação com os autores

Siddaway, Madeira & Hedges (2019) aprofundam-se em visões e refletem a produção científica é crescente e diversificada, o que pode levar a resultados conflitantes ou inconclusivos. Logo, as revisões de literatura ajudam a organizar e sintetizar esse conhecimento, fornecendo uma visão geral mais abrangente e confiável do estado da arte.

As RSL são um tipo de revisão de literatura que segue um processo rigoroso e transparente para identificar, selecionar, avaliar e sintetizar os estudos relevantes. Esse processo ajuda a garantir que a revisão seja abrangente e imparcial, e que as conclusões sejam baseadas em evidências sólidas.

Os autores apontam que as revisões de literatura podem ser usadas para diferentes propósitos, incluindo: a) fornecer uma visão geral de um tópico de pesquisa, b) identificar lacunas na literatura, c) elaborar teorias ou modelos, d) orientar novas pesquisas, e) influenciar políticas públicas.

Por meio dessas revisões sistemáticas há uma maior garantia para pesquisadores e políticos que as decisões sejam tomadas com base em evidências sólidas, e que o conhecimento científico seja progressivamente acumulado e disseminado, promovendo assim o avanço da ciência e da sociedade.

Siddaway et al. (2019, p. 756) consideram como fundamentais as seguintes etapas para a RSL:

1) Escopo;
2) Formulação de uma ou mais perguntas de pesquisa;
3) Consideração acerca da amplitude da revisão;
4) Esclarecimento se já foi feita uma revisão nesta área (caso sim, pode ser feita uma atualização de uma revisão sistemática existente)
5) Familiarização com a literatura;
6) Planeamento da RSL;
7) Formule termos de pesquisa inequívocos que operacionalizem suas perguntas de pesquisa;
8) Consideração de terminologias diferentes (sinônimos, grafias diferentes, formas singulares e plurais, etc.)
9) Formulação de critérios preliminares de inclusão e exclusão;
10) Justificativa para os critérios de inclusão e exclusão;
11) Revisitar e refletir sobre os critérios de inclusão e exclusão;
12) Criação de sistemas claros de manutenção de registros e manutenção de registros consistentes e meticulosos trabalhando sistematicamente;
13) Adesão aos padrões de relatórios recomendados;
14) Pesquisa em pelo menos duas bases de dados eletrônicas diferentes;
15) Confiabilidade entre os examinadores (quando dois ou mais pesquisadores realizam a revisão);
16) Inspeção cuidadosa dos resultados da pesquisa;
17) Realização de pesquisas adicionais para garantir que todos os trabalhos publicados e não publicados potencialmente relevantes tenham sido localizados;

18) Análise do viés de publicação (também chamado de "problema da gaveta de arquivos" ou "viés contra a hipótese nula" descreve a tendência de publicar apenas pesquisas que demonstrem resultados estatisticamente significativos - $p < 0,05$).
19) Localização de trabalhos inéditos (essa abordagem envolve entrar em contato com pesquisadores com uma ou mais publicações sobre o tema para solicitar dados futuros e mais detalhes dos dados existentes).
20) Busca por literatura cinzenta (a depender da pergunta de pesquisa e do tópico, talvez seja necessário pesquisar por literatura cinza, que é qualquer literatura produzida em formato eletrônico ou impresso que não tenha sido controlada por editoras comerciais);
21) Peneiramento;
22) Exportação das referências para um gerenciador de citações para agrupar os resultados da pesquisa;
23) Leitura do título e/ou resumo do trabalho identificado;
24) Elegibilidade (leitura do texto completo dos artigos para determinar sua elegibilidade para inclusão);
25) Peneira da versão completa dos artigos potencialmente elegíveis;
26) Extração de todas as informações potencialmente relevantes;
27) Consideração acerca da qualidade de cada estudo;
28) Seleção de um instrumento para avaliar a qualidade do estudo.

No percurso metodológico desta RSL, consideramos as recomendações dos estudos de Siddaway, Madeira e Hedges (2019) e Atkinson e Cipriani (2018), excluindo apenas os tópicos referentes à comunicação com autores em busca de trabalhos inéditos e à seleção de um instrumento para avaliar a qualidade do estudo, dada o caráter das pesquisas que selecionamos, todas de âmbito qualitativo.

O início deu-se após inquietações a respeito dessa temática tão emergente, que associa educação, comunicação e cultura online. Tão logo, o escopo designou-se aos questionamentos seguintes: “No contexto internacional, as práticas educacionais em ambientes digitais demonstram eficácia na promoção do aprendizado e na constituição de comunidades com objetivos educacionais específicos?”; “Quais são as abordagens teóricas e metodológicas predominantes nos estudos contemporâneos sobre práticas educacionais online, com especial destaque para os métodos que favorecem a formação de comunidades em ambientes digitais?”;

Em seguida, ampliamos a revisão para questões como “qual a concepção teórica dos estudos internacionais no que se refere a comunidades online de aprendizagem e redes sociais digitais, quais metodologias mais utilizadas, quais plataformas online mais requisitadas pelos

pesquisadores e quais os participantes envolvidos em cada estudo e quais as principais descobertas e conclusões dos mesmos? ”.

Antes de ingressarmos em campo de pesquisa, delimitamos nossos critérios de inclusão e exclusão. Sendo eles:

1) Inclusão: Tipos de trabalhos (neste estudo, selecionamos somente artigos científicos); período de publicação (esta revisão contemplou as publicações realizadas no quinquênio de 2017 a 2022); ter como foco pesquisas acerca da educação e formação de *OLC*; ter o texto completo disponibilizado online; leitura do resumo, no intuito de confirmar a proximidade do tema a esta pesquisa.
2) Já os fatores de exclusão versaram sobre: palavras-chave não condizentes; resumos não pertinentes à temática da pesquisa.

Entraram nos critérios estabelecidos de filtragens 136 trabalhos, porém, somente 36 foram selecionados de acordo com os critérios de inclusão e exclusão, já mencionados anteriormente. Após nova avaliação, dessa vez com base na reanálise de resumos, publicações abertas e/ou formato (artigo), somente 11 foram estudados para fins dessa RSL.

Os trabalhos excluídos não se adequavam aos critérios de inclusão desta pesquisa, principalmente devido aos resumos não pertinentes com nosso objetivo. Logo, a maioria dos trabalhos foi eliminada de nossa análise na etapa da leitura do resumo.

No que se refere à escolha da base de dados, segundo Siddaway, Madeira e Hedges (2019, p. 760), a melhor maneira de encontrar trabalhos publicados relevantes é pesquisar cuidadosamente pelo menos duas bases de dados eletrônicas diferentes. Tão logo, selecionamos duas bases de dados Repositórios Científicos de Acesso Aberto de Portugal (RCAAP) e *Scielo, Research Gate*, conforme dissertamos no item 5.12.1.

Utilizamos somente o descritor “*online learning community*” *and “social media”*, e com filtragem para os anos de 2019 a 2022. Ao tentar utilizar o operador de pesquisa booleano “OR”, houve um aumento significativo de trabalhos, porém, os estudos fugiam da finalidade deste estudo devido ao caráter muito abrangente do termo *“social media.*

O nosso percurso de busca ocorreu entre os meses de maio a agosto de 2023. Por volta do mês de julho, a familiarização com a temática já estava estabelecida. E já compreendemos, à altura, que termos semelhantes eram utilizados com a mesma finalidade. Tais como “comunidade de prática online”; “comunidade de prática virtual”; “comunidade de aprendizagem baseado em redes sociais”; “comunidade de aprendizagem online”.

Assim, para cumprir com a rigorosidade científica de uma Revisão Sistemática de Literatura, fomos à campo de pesquisa novamente com os descritores acima mencionados na

língua inglesa. Dessa forma, os nossos termos de pesquisa passaram a ser: “online community of practice” and “social media”; “virtual community of practice” and “social media”; “learning community based on social networks” and “social media”; e “online learning community” and “social media”. Três novos trabalhos passaram a ser incluídos novamente, porém, dois foram descartados por títulos e resumos não serem condizentes com nossos objetivos e um já havia sido incluído na primeira busca dessa RSL.

Após essa etapa, seguimos no peneiramento com a leitura do texto completo dos artigos para determinar sua elegibilidade para inclusão. Passamos então a extrair todas as informações potencialmente relevantes, sempre com base nas nossas perguntas de pesquisa.

Como não há uma maneira correta ou única de apresentar uma RSL (Siddaway et al., 2019, p.765), optamos por expor uma síntese global dos trabalhos analisados contendo: título, autor(es), concepção teórica; metodologia; participantes e resultados. O objetivo é ampliar as informações acerca dos mesmos para que os demais leitores e/ou pesquisadores possam ter mais clareza das pesquisas selecionadas. Destarte, diminuímos a apresentação de números e passamos a explorar com mais qualidade os dados relevantes, especialmente concepção teórica e resultados.

Faremos a seguir uma síntese global dos trabalhos analisados nesta Revisão Sistemática de Literatura Internacional.

6.2 Estudo 1: A Proposed Framework for the Growth of Online Learning Communities

El Souefi, Nevine. (2021). *A Proposed Framework for the Growth of Online Learning Communities*. 7th International Conference on Higher Education Advances (HEAd’21) Universitat Politecnica de Valéncia. 16(11) 1239 - 1248. DOI: http://dx.doi.org/10.4995/HEAd21.2021.13010

Fundamentação teórica do estudo 1

Nevine (2021) propõe em seu artigo um quadro teórico para orientar o crescimento e desenvolvimento de comunidades de aprendizagem online. O estudo discute a importância da colaboração e do compartilhamento de conhecimento em ambientes de aprendizagem online, e

propõe um conjunto de princípios orientadores e práticas recomendadas para promover o crescimento sustentável de comunidades de aprendizagem online.

O quadro proposto pelo artigo é baseado em três componentes principais: engajamento, comunicação e colaboração. O engajamento envolve a criação de um ambiente de aprendizagem online que seja atraente e motivador para os participantes. A comunicação envolve o estabelecimento de canais de comunicação eficazes entre os membros da comunidade, enquanto a colaboração envolve a promoção da cooperação e do compartilhamento de conhecimento entre os participantes.

Para endossar a pesquisa, Nevine (2021) recorreu a autores como: Garrison et. al. (2000); Blayone et. al. (2017); Khoo e Cowie (2010); Barab, Kling, & Gray (2004); Beldarrin (2006).

Metodologia do estudo 1

Para o desenvolvimento do estudo foi realizado levantamento de literatura cujo objetivo foi compreender primeiramente os desafios e oportunidades para a construção de comunidades online. Em seguida, El Souefi (2021) revisou alguns exemplos de frameworks de comunidades de aprendizagem online na literatura. A pesquisa fez amplo levantamento de autores que abordassem a temática "comunidades online", entre os anos de 1986 a 2013.

Participantes do estudo 1

Não se aplica.

Conclusões do estudo 1

A autora El Souefi (2021) concluiu em seu estudo *A Proposed Framework for the Growth of Online Learning Communities* que o estabelecimento de comunidades de aprendizagem em cursos online pode ser um dos vieses de solução para o engajamento de alunos, ampliando a possibilidade de sucesso no aprendizado. No entanto, esse senso de comunidade deve ser desenvolvido por professores e instrutores ao estabelecerem consistência no uso das ferramentas de comunicação online, envolvendo alunos em atividades autênticas e voltadas para apoiar o crescimento de uma comunidade. O estudo propõe, a partir da revisão de literatura, uma estrutura para promover o crescimento de uma comunidade online.

Os três elementos chave para o desenvolvimento de uma comunidade educativa em meio digital são: 1) a presença de ensino, 2) a presença social, em que professores e instrutores podem compartilhar elementos pessoais e profissionais engajando a comunidade no ato de aprender e,

em consequência, 3) a presença cognitiva, associada ao envolvimento emocional necessário para formação de uma comunidade.

A autora estabelece também um quadro de ações e atividades ao longo do curso que potencializam a construção de *OLC*, tais como planejamento de aprendizagem, planejamento virtual, desenvolvimento de atividade, monitoramento, reuniões, avaliações e reflexões sobre o processo.

6.3 Estudo 2: Community-based learning in higher education: A portal for knowledge production in the time of Covid-19

Thabethe, N., & Reddy, S. (2021). Community-based learning in higher education: A portal for knowledge production in the time of Covid-19. *Journal of Education*, 84, 186-203. http://dx.doi.org/10.17159/2520-9868/i84a10

Fundamentação teórica do estudo 2

Thabethe e Reddy (2021) examinaram as experiências epistemológicas de acadêmicos do terceiro ano da University of KwaZulu-Natal que se matricularam em um curso de aprendizagem baseada em comunidade online. Consideraram como a lente teórica adequada para o estudo estabelecer o nexo entre social (comunidade), ensino (sala de aula), e elementos cognitivos (pensamento crítico) na experiência online de ensino. Para tal finalidade, adotaram o conceito de Comunidade de Investigação (CoI) de Garrison et al. (2000) e Garrisson (2009) como ferramenta teórica e analítica. O CoI promove um processo construtivista colaborativo baseado nos três princípios sobrepostos de *presença cognitiva*, *presença social* e *presença de ensino*.

No artigo, utiliza-se ainda os conceitos de *envolvimento da comunidade* sob a luz de Lazarus et al. (2008) e Preece et al. (2011, 2016).

Metodologia do estudo 2

O estudo em questão é qualitativo, situado no paradigma interpretativista. Os autores buscaram compreender as experiências epistemológicas dos acadêmicos durante o módulo de Aprendizagem Baseada na Comunidade (CBL) com vistas a determinar o valor epistêmico que os alunos não tradicionais trouxeram para os espaços universitários em tempos de Covid-19.

Participantes do estudo 2

Participaram do estudo 10 alunos e respectivo coordenador acadêmico da CBL da University of KwaZulu-Natal a concluir o módulo sob os regulamentos de bloqueio, no ano de 2020.

Conclusões do estudo 2

Os autores concluem os estudos considerando que o CBL no contexto do engajamento comunitário apresenta a noção de dois mundos, a universidade e a comunidade, como dois poderosos espaços de conhecimento que estão em tensão dialética. Thabethe e Reddy (2021) apontam que há uma luta contínua para equilibrar as tensões e contradições entre a universidade e a comunidade, ilustrando assim uma desconexão entre o sistema universitário atual e suas experiências epistemológicas durante o CBL. Os autores reconhecem que tanto as universidades quanto as comunidades podem desempenhar um papel vital no avanço dos objetivos do envolvimento da comunidade. Dessa maneira, uma abordagem CoI para CBL é uma das ferramentas que podem ser usadas para promover uma mudança no conhecimento produzido nas IES sul-africanas. Para os estudiosos, o CoI pode facilitar a compreensão do curso CBL como um portal, pois seus três elementos permitem que os pesquisadores façam conexões entre a comunidade, a universidade e o currículo em um espaço de aprendizagem mediado por tecnologia.

Para tanto, Thabethe e Reddy (2021, p.14), sublinham que é fundamental que os currículos baseados no aprendizado da comunidade, em ambiente online, devem ser usados como uma plataforma para a produção de conhecimento, podendo assim criar ricas oportunidades de aprendizagem, bem como tornarem-se um antídoto sociocultural para as desigualdades existentes no ensino superior na pandemia do Covid-19.

6.4 Estudo 3: Connectedness, Engagement, and Learning through Social Work Communities on LinkedIn

Mesa, J.; & Gómez-Jacinto, L.(2020). Connectedness, Engagement, and Learning through Social Work Communities on LinkedIn. *Psychosocial Intervention*. 29(2) 103-112. https://doi.org/10.5093/pi2020a4

Fundamentação teórica do estudo 3

Para embasamento teórico do estudo, os autores abordam conceitos como "identidade digital", "interação e engajamento", "conexão", "comunidades de práticas", "capital social" e "aprendizado por meio de comunidade de trabalho social" e recorrem a autores como: Boyd e Ellison (2017), Edunov et al. (2016), Basak e Calisir (2014), Burke e Kraut (2016), Fresno-García et al. (2016), Wenger et al (1998, 2002, 2006), Arora et al. (2012)

Metodologia do estudo 3

Trata-se de uma pesquisa netnográfica e da análise de sites de redes sociais.

Participantes do estudo 3

Participaram da pesquisa um total de 170 assistentes sociais (em Málaga, Espanha) que trabalharam em 41 organizações de contextos específicos e possuem perfis na rede social Linkedin. Os participantes foram encontrados por meio da técnica de "rastreamento de dados".

Conclusões do estudo 3

Os resultados são vinculados aos três principais pilares do estudo: (i) identidade digital e análise de conteúdo de interações, (ii) redes de conectividade, (iii) redes de interação e detecção de comunidades.

Concluiu-se que as comunidades de aprendizagem implícita são criadas em sites de redes sociais com base em padrões de conexão e interação. Esses padrões são influenciados por semelhanças e interesses comuns em domínios e práticas profissionais que os usuários compartilham com outros profissionais. Os autores apontam que plataformas digitais como o LinkedIn "estão tentando ser menos vitrines de autopromoção e se tornar ferramentas para profissionais compartilharem recursos e aplicá-los a domínios e práticas específicas" (Mesa & Gómez-Jacinto, 2020, p. 8). Os pesquisadores refletem ainda que sites de redes sociais são comumente usados para compartilhar informações entre profissionais, mas não deve ser subjugado o papel importante de meio de comunicação dessas ferramentas no sentido de melhorar as relações e comunidades dos usuários, em detrimento do excesso de autopromoção que não leva necessariamente à conquista do conhecimento coletivo.

6.5 Estudo 4: Info graphic-based instagram learning media development in essay writing study English education study program as-syafi'iyah Islamic university.

Mujahidah, U., & Yasin, M. (2022). Info graphic-based instagram learning media development in essay writing study english education study program as-syafi'iyah islamic university. *Lingua: Jurnal Pendidikan Bahasa, 18(2),* 191-207. https://doi.org/10.34005/lingua.v18i2.2223

Fundamentação teórica do estudo 5

Para desenvolver o estudo, os autores Mujahidah e Yasni (2022) abordaram conceitos e temas que versavam sobre as redes sociais digitais como mídias de aprendizagem, formas de aprendizagem e habilidades de escrita. Para estes assuntos, recorreram aos seguintes autores: Alhabash, S. e Ma (2017), Anggraeni (2017), Tofanao (2018), entre outros.

Metodologia do estudo 5

O estudo tratou-se de projeto de pesquisa e desenvolvimento (P&D) que objetivou criar uma mídia de aprendizagem, na plataforma de rede social Instagram, baseado em infográfico por escrito usando o método de desenvolvimento de modelo ADDIE (*Assume, Design, Development, Implementation, Evaluation/ Suposições, Design, Desenvolvimento, Implementação, Avaliação*). A pesquisa foi realizada na Universidade Islâmica As-Syafi'iyah, na Faculdade de Estudos de Educação em Língua Inglesa de Professores e Educação.

Os dados foram analisados por meio da técnica descritiva qualitativa.

Participantes do estudo 5

A pesquisa foi desenvolvida por dois professores de Educação Inglesa que fizeram o mestrado no Estudo de Educação Inglesa e um professor do departamento de Tecnologia Educacional que tinha experiência no ensino de Tecnologia Educacional. As amostras do ensaio foram testadas em estudantes de Educação Inglesa, Faculdade de Formação de Professores e Educação, Universidade Islâmica As-Syafi'iyah.

Resultados do estudo 4

Os principais resultados desse estudo são: a mídia de aprendizado é viável de usar, de acordo com especialistas em mídia, com uma pontuação de 78%. Este meio de aprendizagem é 100% viável de usar, de acordo com o especialista em materiais. Com base nas respostas do sujeito da pesquisa, esta mídia de aprendizagem é utilizável com uma pontuação de 80%. As questões foram 94% adequadas para os especialistas, segundo o validador do instrumento.

Logo, os pesquisadores concluíram que a mídia de aprendizado do Instagram baseada em infográficos e desenvolvida de acordo com as etapas de desenvolvimento do modelo ADDIE pode funcionar e ser útil como um complemento para aprendizagem, além de auxiliar professores ou educadores na entrega de material.

Os produtos de desenvolvimento de mídia de aprendizagem provaram ser viáveis para ajudar no aprendizado de redação e melhorar as ideias de redação dos alunos, de modo que essa mídia de aprendizagem possa ser utilizada por professores ou educadores como fonte de aprendizado.

Mujahidah e Yasni (2022, p.204) apontam que essa forma de aprendizagem, com mídia em uma rede social, não deve ser usada como fonte única ou mesmo como um substituto para o papel de educadores ou professores. Para os autores, a presença e o papel desses nunca serão substituídos ao longo do tempo.

6.6 Estudo 5: WhatsApp: Creating a virtual teacher community for supporting and monitoring after a professional development programme

Moodley, M. (2019). WhatsApp: Creating a virtual teacher community for supporting and monitoring after a professional development programme. *South African Journal of Education, 39* (2). https://doi.org/10.15700/saje.v39n2a1323

Fundamentação teórica do estudo 6

Maglin Moodley construiu seu estudo com base em conceitos como: comunidade de prática online, aprendizagem virtual, mídias e redes sociais digitais e inteligência coletiva. Para tanto, recorreu autores, em uma revisão de literatura, tais como: Mamba e Isabirye (2015); Gülbahar

(2014); Susilo (2014); Aburezeq e Ishtaiwa (2013), Wenger (2011); Jita e Mokhele (2014), entre outros.

Metodologia do estudo 6

Para explorar como professores e funcionários de um distrito rural na África do Sul utilizaram a plataforma WhatsApp como uma comunidade virtual de prática para ajudar na monitorização e apoio após frequentarem um programa de desenvolvimento profissional, a pesquisadora valeu-se de um método qualitativo, com dados coletados a partir de conversas no WhatsApp realizadas entre professores e funcionários. Os dados foram analisados dentro da estrutura conceitual de aprendizagem social e redes sociais.

Participantes do estudo 6

Participaram do estudo "WhatsApp: Creating a virtual teacher community for supporting and monitoring after a professional development programme" 20 escolas primárias e três professores voluntários da Fase Básica por escola. No enttando, dos 60 professores que formaram o grupo de estudos, apenas 18 optaram por ingressar na Comunidade Virtual de Aprendizagem (VCoP); dois funcionários distritais também aderiram. Ressalta-se que a formação do VCoP não fazia parte do desenho do estudo e, portanto, os professores aderiram à comunidade por sua própria vontade. Dessa forma, o número de professores não foi constante, mas variou ao longo do estudo. Ao final, havia apenas 11 professores no VCoP.

Conclusões do estudo 6

A autora Moodley (2019) concluiu que professores e funcionários utilizaram eficazmente a plataforma WhatsApp para abordar e resolver problemas e mal-entendidos em torno do software, bem como questões relacionadas com o currículo e a avaliação. O que as conclusões enfatizaram é que, para que a plataforma pudesse sustentar e promover a monitorização e o apoio numa VCoP, era essencial que os membros da VCoP compreendessem e apreciassem a importância do contexto da comunidade, bem como os diversos pontos de vista e opiniões da comunidade.

6.7 Estudo 6: Online Knowledge Construction for Teachers on Social Media: A Community Perspective for Practice

Erdoğdu, F. (2022). Online Knowledge Construction for Teachers on Social Media: A Community Perspective for Practice. *Asian Journal Distance Education*. 17(1). 17-33. https://doi.org/10.5281/zenodo.5979705

Concepção teórica do estudo 7

Para desenvolver seu estudo, o autor Erdoğdu (2022) abordou teorias relacionados às comunidades de práticas virtuais e à aprendizagem de adultos. Recorreu a estudos de McCray (2016); Cherrstrom et al. (2017); Wang et al., (2019); Wenger (1998); Yu et al. (2010); Gau (2016); Novakovich et al. (2017); Glaze-Crampes (2020); Campbell (2021), entre outros.

Metodologia do estudo 7

Para analisar experiências e perspectivas de adultos para explorar o trabalho colaborativo online de adultos no Facebook, o estudo fincou-se como qualitativo com abordagem exploratória. Erdoğdu (2022) aponta que, como foi desenvolvido um estudo exploratório, foi oferecido a um grupo de alunos adultos (n=10) um curso online sobre segurança e ética na Internet durante oito semanas, onde a maioria dos participantes utilizou software para criar ou editar vídeos

Participantes do estudo 7

Participaram da pesquisa 10 professores do ensino médio matriculados no programa de pós-graduação (desenvolvimento profissional) em tecnologia educacional.

Conclusões do estudo 7

A partir do estudo observou-se que os alunos puderam interagir facilmente entre si utilizando as ferramentas do Facebook, mesmo sendo pequenos grupos. A criação de uma CoP surgiu da partilha de textos num quadro de envolvimento, sentido de responsabilidade e ajuda mútua. Outro resultado importante é que os alunos adultos proporcionaram a construção de conhecimento através da troca de conhecimentos no grupo. Os alunos adultos utilizaram ferramentas de criação de conhecimento nas redes sociais para se ajudarem mutuamente, e descobriu-se que tentavam alcançar um entendimento coletivo através da discussão do desenvolvimento de produtos e de informações falsas. Houve ainda reações emocionais à partilha

uns dos outros, pressionando botões semelhantes, inspirando-os a trabalhar mais durante o processo de produção de vídeo, mostrando, assim, o efeito das emoções na criação de uma comunidade de prática.

6.8 Estudo 7: Examining the Importance of Community & Connections in Online Learning

Gerard, T., Brathwaite S., Lawrence, J., & Barber, W. (2021). Examining the Importance of Community & Connections in Online Learning. *Journal of Educational Informatics*, 2(2), 3-16. https://doi.org/10.51357/jei.v2i2.131

Fundamentação teórica do estudo 8

Os autores Gerard et al.(2021) endossam seu estudo com base em conceitos e teorias relacionados à aprendizagem online, formação colaborativa de conhecimento, ambientes de aprendizagem colaborativos, comunidade de aprendizagem totalmente online, entre outros, bebendo na fonte de autores como: Blayone et al. (2017); Garrison et al.(1999); Kilis & Yildirim (2018); Tan et al. (2020); Ryle e Cumming (2007); entre outros.

Metodologia do estudo 8

Os autores utilizam-se de estudo bibliográfico para desenvolver a pesquisa.

Participantes do estudo 8

Não se aplica.

Conclusões do estudo 7

Os autores descobriram que os benefícios das comunidades online influenciam a criação de conhecimento, a satisfação geral e as experiências educacionais dos alunos.

Eles apontam que há diversas ferramentas de medição para senso de comunidade na aprendizagem online, alguns exemplos são: Questionário de Presença Social de Aprendizagem Colaborativa Online e a Pesquisa Online de Conectividade de Estudantes. Citam ainda exemplos de ferramentas de medição para ambientes de aprendizagem presenciais e/ou online: Escala de Comunidade de Inquérito e a Escala de Comunidade em Sala de Aula.

Concluem seus estudos afirmando que é necessário o desenvolvimento de mais pesquisas sobre modelos de comunidades online e como elas podem ser usadas para encorajar, promover e manter conexões entre os alunos podem ser uma característica significativa na concepção de ambientes de aprendizagem online bem-sucedidos. Frisam ainda que a rápida evolução da aprendizagem online devido ao início da pandemia de Covid-19 exige que os educadores estejam empenhados na criação de espaços de aprendizagem online diversificados e ricos.

6.9 Estudo 8: Social media and teacher professional learning communities

Goodyear, V., Parker, M., & Casey A. (2019). Social media and teacher professional learning communities, *Physical Education and Sport Pedagogy*, 24(5), 421-433, DOI: 10.1080/17408989.2019.1617263

Fundamentação teórica do estudo 8

Os autores Goodyear et al. (2019) abordaram conceitos teóricos como aprendizagem dos alunos, práticas em sala de aula, redes sociais com fins de aprendizado, mídias sociais e desenvolvimento profissional de professores, arquitetura de ambientes de aprendizagem em contextos de grupo ou comunitários, aprendizagem profissional, entre outros. Recorreu a autores como: Sato e Haegele (2017); Greenhow et al.(2018); Harvey e Hyndman (2018); Krutka e Carpenter (2016); Britt e Paulus (2016); MacPhail et al. (2014); entre outros.

Metodologia do estudo 8

O estudo dos autores Goodyear et al. (2019) utilizou como metodologia o estudo de caso. Essa metodologia foi adotada para que eles obtivessem insights ricos e aprofundados sobre o envolvimento dos professores no chat baseado no Twitter.

.

Participantes do estudo 8

Participantes da rede social Twitter (cujo nome atualmente é X), que utilizaram a hashtag #pechat em suas comunicações.

Resultados do estudo 8

Os autores compreenderam nesse estudo que o acesso e o envolvimento dos professores com DP (desenvolvimento profissional) de alta qualidade tem sido um problema persistente. Porém, eles observaram que as redes sociais podem superar algumas das barreiras ao desenvolvimento profissional de docentes. As conclusões relatadas provêm de uma amostra diversificada e internacional e fornecem evidências sobre como a aprendizagem dos professores ocorre através das redes sociais e sobre as características dos grupos ou comunidades baseadas nas redes sociais que influenciam o conhecimento e a mudança de comportamento. Assim, segundos os autores (2019, p.432) as conclusões indicam que as redes sociais são uma forma contemporânea de desenvolvimento profissional que pode enfrentar os desafios claros associados à aprendizagem dos professores e, por sua vez, melhorar a qualidade do ensino e melhorar os resultados de aprendizagem dos alunos.

6.10 Estudo 9: Using Social Media as a Platform for a Virtual Professional Learning Community

Bedford, L. (2019). Using social media as a platform for a virtual professional learning community. *Online Learning, 23(3),* 120-136. doi:10.24059/olj.v23i3.1538

Fundamentação teórica do estudo 9

O autor engloba temas, conceitos e teorias referentes à qualidade instrucional e o sucesso dos alunos, desenvolvimento profissional, construção de conhecimento por meio de diálogo, relacionamentos e aprendizagem auto dirigida, melhoria da aprendizagem, uso de mídias sociais digitais, aprendizagem no ambiente das redes sociais, mídias sociais como um espaço de "afinidade" para aprendizagem, entre outros, recorrendo à autores como Thurlings, & den Brok (2017), Pesce (2015), Cartner & Hallas (2017), Atkins, Koroluk e Stranach (2017), Peruta & Shields, (2017), Robson (2016); Veletsianos (2017), Donelan (2016), Trust, Carpenter e Krutka (2017), Smith & Anderson (2018), etc.

Metodologia do estudo 9

Abordagem qualitativa interpretativa ou genérica.

Participantes do estudo 9

Vinte e dois professores orientadores de doutorado concordaram em participar da *virtual professional learning community* (VPLC), bem como em entrevistas de acompanhamento. Era um grupo de professores de um programa que atende candidatos profissionais ao doutorado.

Desses, 19 participantes estavam ativamente envolvidos na conclusão do projeto, e somente 17 concordaram em completar a entrevista. Não foi possível recuperar a transcrição de uma entrevista; assim, 16 transcrições de entrevistas com participantes ficaram disponíveis para análise.

Conclusões do estudo 9

Bedford (2019) averigua em seu estudo que a mídia social pode ser uma ferramenta de apoio ao ambiente em que existe um VPLC. Dessa maneira, o uso da plataforma estruturada de mídia social provou ser um ambiente de aprendizagem favorável para um VPLC, na medida em que resultou no desenvolvimento de redes profissionais, bem como de habilidades interpessoais, como colaboração e auto aperfeiçoamento. A plataforma de mídia social escolhida para o estudo, especialmente o feed de discussão e a capacidade de personalizar o ambiente, foi responsável por desenvolver uma atmosfera que incentivou contribuições de todos os participantes. No entanto, a análise dos dados não forneceu uma visão clara das nuances da construção de relacionamentos.

6.11 Análise de dados da Revisão Sistemática de Literatura (RSL) Internacional

Esta seção faz menção às descobertas da RSL, no âmbito internacional. Resultados e discussões foram trabalhados de forma categorizadas, conforme veremos a seguir.

Base de dados da RSL Internacional

O nosso percurso de busca ocorreu entre os meses de maio a agosto de 2023, nas seguintes bases de dados: Repositórios Científicos de Acesso Aberto de Portugal (RCAAP) e *Scielo*, *Research Gate*, utilizando o descritor "*online learning community*" *and "social media"* com filtragem para os anos de 2019 a 2022. Entraram nos critérios estabelecidos de filtragens 136 trabalhos, porém, somente 36 foram selecionados de acordo com os critérios de inclusão e

exclusão, já mencionados anteriormente, no tópico 6.1. Após nova avaliação, dessa vez com base na reanálise de resumos, publicações abertas e/ou formato (artigo), somente 11 foram estudados para fins dessa RSL.

Observamos que houve um equilíbrio em relação ao número de pesquisas relacionadas à "online learning community" and "social media" nos anos de 2019, 2021 e 2022. No ano de 2020, apenas uma pesquisa foi encontrada neste estudo.

Países e Instituições de origem dos trabalhos

Há 27,27% de estudos sobre "*online learning community*" *and "social media"* oriundos dos Estados Unidos da América; mesmo percentual de trabalhos advindos da África do Sul. Dessa forma, consideramos que os Estados Unidos e a África do Sul são os principais centros de pesquisa para o tema em questão. Os demais trabalhos dessa Revisão de Literatura têm origens diversas como: Irlanda, Canadá, Espanha, Indonésia, Turquia e Inglaterra. Nenhum estudo em língua portuguesa foi encontrado nessas buscas.

O resultado possivelmente reflete que as nações Estados Unidos e África, principais centros de pesquisa no tema, têm uma robustez em suas comunidades acadêmicas e priorizam investimentos em pesquisa na interseção entre educação digital e mídias sociais. Os demais trabalhos analisados possuem origens mais dispersas, provenientes de países como Irlanda, Canadá, Espanha, Indonésia, Turquia e Inglaterra, o que demonstra um interesse global no tema, embora com menor intensidade ou representatividade em termos de produção acadêmica.

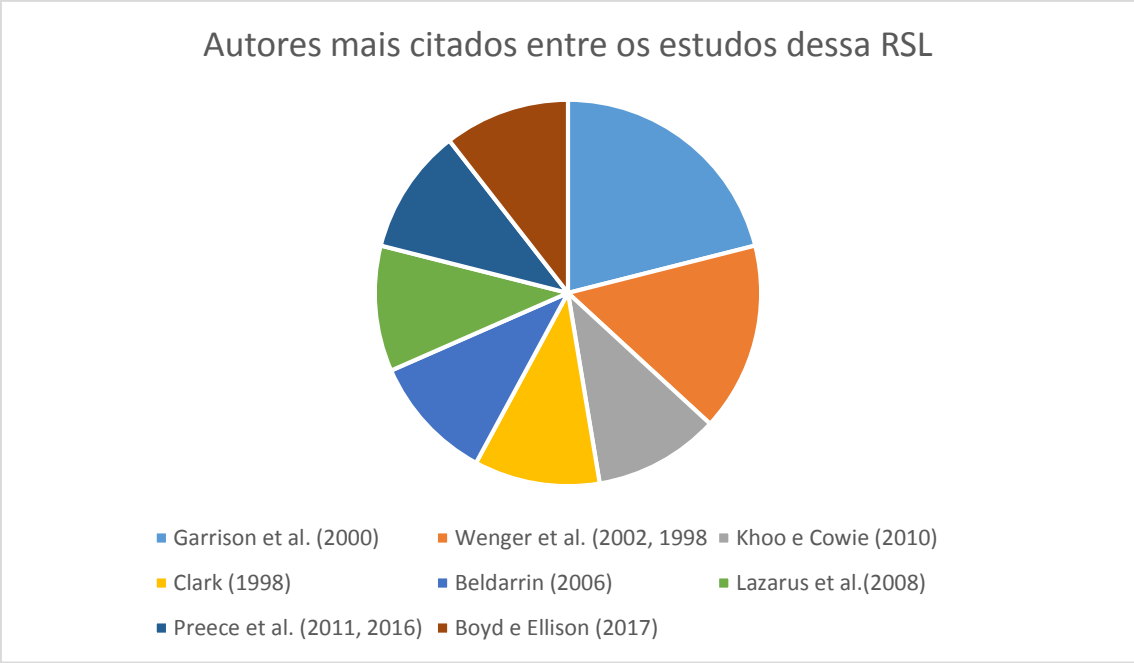
Outro dado relevante é a ausência de estudos em língua portuguesa identificados nas buscas. Esse aspecto pode indicar uma lacuna na produção científica relacionada ao tema em países lusófonos, como Brasil e Portugal, ou ainda possíveis limitações no acesso ou indexação de publicações em português nas bases de dados utilizadas. Isso sugere uma oportunidade para pesquisadores lusófonos ampliarem sua contribuição nesse campo emergente.

Autores mais referenciados

Os autores Garrison et al. (2000) e Wenger et al. (2002, 1998) são os mais citados, entre os trabalhos internacionais (Figura 4):

Figura 4

Autores mais citados na RSL Internacional



Esses autores são referências no campo da aprendizagem online e comunitária. Garrison et al. (2000) desenvolveram o Modelo de Comunidades de Prática de Aprendizagem (CoP), que é um framework para compreender e apoiar a aprendizagem online. Wenger e outros (2002, 1998) desenvolveram o conceito de Comunidades de Prática, que são grupos de pessoas que compartilham um interesse comum e aprendem uns com os outros.

Os autores Khoo e Cowie (2010) e Clark (1998) são citados duas vezes cada. Khoo e Cowie (2010) investigaram a aprendizagem online em comunidades virtuais. Clark (1998) discutiu a importância da comunidade para a aprendizagem.

Os autores Barab, Kling, & Gray (2004), Beldarrin (2006), Lazarus et al.(2008), Preece et al. (2011, 2016), Boyd e Ellison (2017) são citados duas vezes nos estudos analisados. Esses autores contribuem para diferentes aspectos da aprendizagem online e comunitária, incluindo design, desenvolvimento, pesquisa e avaliação.

Metodologias utilizadas

A compreensão acerca das metodologias utilizadas em uma revisão sistemática de literatura permite-nos avaliar a qualidade dos estudos já publicadas. Dessa maneira, trazemos à luz estudos bem conduzidos e que possam fornecer evidências confiáveis sobre o tema de

interesse, além de contribuir para o avanço da ciência, com base em estudos que seguiram critérios rigorosos e confiáveis.

Os métodos utilizados pelos pesquisadores dos nove estudos dessa revisão de literatura foram: levantamento de literatura, paradigma interpretativista (estudo de caso), pesquisa netnográfica e da análise de sites de redes sociais, projeto de pesquisa e desenvolvimento, método qualitativo, método qualitativo com abordagem exploratória, estudo bibliográfico, estudo de caso, abordagem qualitativa interpretativa ou genérica. Logo, 100% dos estudos foram de paradigma qualitativo.

Ao tratar sobre os instrumentos de coleta de dados, analisamos que quatro dos nove estudos utilizou entrevistas. Percentualmente o número aproximado é de 44,44%. Somente 2 estudos utilização a observação como técnica, porém, não especificaram qual tipo de método observacional. Em números percentuais a relação é de 22%.

Três estudos não aplicaram instrumento de coleta e um utilizou o modelo de desenvolvimento ADDIE (Análise, Projeto, Desenvolvimento, Implementação e Avaliação).

Quadro/resumo da RSL Internacional

Para fornecer uma visão concisa e organizada das informações essenciais dos estudo revisados, cuja finalidade foi responder aos questionamentos seguintes: “no campo internacional as práticas educacionais em ambientes digitais são prósperas no sentido de aprendizado e formação de comunidades voltadas a essa finalidade?”; “quais são os estudos atuais acerca das práticas educacionais online, com ênfase para os métodos que levam à formação de comunidades em ambiente digital?”, listamos abaixo (Tabela 7) o título, autor e ano dos artigos selecionados nesta RSL, permitindo uma rápida identificação das fontes utilizadas. A questão central da pesquisa destacada no quadro fornece o contexto imediato sobre o tema abordado. Descrevemos ainda a natureza e o método da pesquisa e, na última coluna, incluímos breves conclusões para um entendimento rápido das descobertas e implicações do estudo, facilitando a avaliação da relevância do mesmo.

Tabela 7 *Quadro/resumo da RSL Internacional*

Título/autor/Ano	Questão central da pesquisa	Natureza/ Método de Pesquisa	Conclusões
Estudo: A Proposed Framework for the Growth of Online Learning Communities (El Souefi & Nevine, 2021)	Compreensão e discussão da importância da colaboração e do compartilhamento de conhecimento em ambientes de aprendizagem online, e estabelecimento de proposta de um conjunto de princípios orientadores e práticas recomendadas para promover o crescimento sustentável de comunidades de aprendizagem online.	Revisão de Literatura	O estabelecimento de comunidades de aprendizagem em cursos online pode melhorar o engajamento dos alunos e aumentar o sucesso no aprendizado. É necessário, porém, que docentes devam garantir consistência no uso de ferramentas de comunicação, além de engajar os alunos em atividades autênticas e apoiar o crescimento da comunidade para promover essa abordagem.

Título/autor/Ano	Questão central da pesquisa	Natureza/ Método de Pesquisa	Conclusões
Estudo: Community-based learning in higher education: A portal for knowledge production in the time of Covid-19. (Thabethe & Reddy, 2021)	Analisar as experiências epistemológicas de acadêmicos do terceiro ano da University of KwaZulu-Natal que se matricularam em um curso de aprendizagem baseada na comunidade (CBL) online.	Pesquisa qualitativa, situada no paradigma interpretativista.	Há uma luta contínua para equilibrar as tensões e contradições entre a universidade e a comunidade. Existe uma desconexão entre o sistema universitário atual e suas experiências epistemológicas durante o CBL. Tanto as universidades quanto as comunidades podem desempenhar um papel vital no avanço dos objetivos do envolvimento da comunidade. A abordagem de Comunidade de Inquérito (CoI) para CBL é uma das ferramentas que podem ser usadas para promover uma mudança no conhecimento produzido nas IES sul-africanas.

Título/autor/Ano	Questão central da pesquisa	Natureza/ Método de Pesquisa	Conclusões
Estudo: Connectedness, Engagement, and Learning through Social Work Communities on LinkedIn. (Mesa & Gómez-Jacinto, 2020)	Estudar assistentes sociais que prestam serviços relacionados à inclusão socioprofissional de usuários na cidade de Málaga, Espanha.	Pesquisa netnográfica e da análise de sites de redes sociais.	As comunidades de aprendizagem implícita são criadas em sites de redes sociais com base em padrões de conexão e interação. Esses padrões são influenciados por semelhanças e interesses comuns em domínios e práticas profissionais que os usuários compartilham com outros profissionais. As plataformas digitais como o LinkedIn estão caminhando para a diminuição do status de vitrine de autopromoção para se tornarem ferramentas para profissionais compartilharem recursos e aplicá-los a domínios e práticas específicas.

Título/autor/Ano	Questão central da pesquisa	Natureza/ Método de Pesquisa	Conclusões
Estudo: Info graphic-based instagram learning media development in essay writing study English education study program as-syafi'iyah Islamic university. (Mujahidah & Yasin, 2022)	Explicar o processo de estágios de desenvolvimento de mídia, o nível de viabilidade e eficácia do produto desenvolvido por meio de um processo de teste de validação de especialistas em mídia dos EUA e especialistas em materiais bem como teste de produto e implementação em usuários-alvo, ou seja, alunos do terceiro semestre do. Estudos de Inglês FKIP UIA. Utilizaram o método de desenvolvimento de modelo ADDIE (Assume, Design, Development, Implementation, Evaluation/ Suposições, Design, Desenvolvimento, Implementação, Avaliação).	Projeto de pesquisa e desenvolvimento (P&D)	A mídia de aprendizado no Instagram é viável de usar, de acordo com especialistas em mídia, com uma pontuação de 78%. Este meio de aprendizagem é 100% viável de usar, de acordo com o especialista em materiais. Concluiu-se que a mídia de aprendizado do Instagram baseada em infográficos e desenvolvida de acordo com as etapas de desenvolvimento do modelo ADDIE pode funcionar e ser útil como um complemento para aprendizagem, além de auxiliar professores ou educadores na entrega de material.

Título/autor/Ano	Questão central da pesquisa	Natureza/ Método de Pesquisa	Conclusões
Estudo: WhatsApp: Creating a virtual teacher community for supporting and monitoring after a professional development programme. (Moodley, 2019)	Explorar como professores e funcionários de um distrito rural do Noroeste usaram o WhatsApp como plataforma para criar uma comunidade virtual de prática para servir como plataforma de monitoramento e apoio após participarem de um programa de desenvolvimento profissional.	Método qualitativo, com dados coletados a partir de conversas no WhatsApp realizadas entre professores e funcionários. Os dados foram analisados dentro da estrutura conceitual de aprendizagem social e redes sociais	Professores e funcionários utilizaram eficazmente a plataforma WhatsApp para abordar e resolver problemas e mal-entendidos em torno do software, bem como questões relacionadas com o currículo e a avaliação. No entanto, para sustentar e promover a monitorização e o apoio numa Comunidade Virtual de Aprendizagem (VCoP), era essencial que os membros da VCoP compreendessem e apreciassem a importância do contexto da comunidade, bem como os diversos pontos de vista e opiniões da comunidade.

Título/autor/Ano	Questão central da pesquisa	Natureza/ Método de Pesquisa	Conclusões
Estudo: Online Knowledge Construction for Teachers on Social Media: A Community Perspective for Practice. (Erdoğdu, 2022)	Analisar experiências e perspectivas de adultos para explorar o trabalho colaborativo online de adultos no Facebook,	Estudo qualitativo com abordagem exploratória.	A criação de uma Comunidade de Aprendizagem (CoP) surgiu da partilha de textos num quadro de envolvimento, do sentido de responsabilidade e da ajuda mútua. Os alunos adultos proporcionaram a construção de conhecimento através da troca de informações no grupo.

Título/autor/Ano	Questão central da pesquisa	Natureza/ Método de Pesquisa	Conclusões
Estudo: Examining the Importance of Community & Connections in Online Learning. (Gerard et al., 2021)	O estudou objetivou compreender acerca da importância da comunidade/conexões para a aprendizagem online, quais ferramentas estão disponíveis para avaliar o nível de comunidade/conexões nas salas de aula online, bem como analisar o papel que a tecnologia desempenha no estabelecimento e manutenção de comunidades/conexões para a aprendizagem online.	Estudo bibliográfico	Os benefícios das comunidades online influenciam a criação de conhecimento, a satisfação geral e as experiências educacionais dos alunos. Há diversas ferramentas de medição para senso de comunidade na aprendizagem online, alguns exemplos são: Questionário de Presença Social de Aprendizagem Colaborativa Online e a Pesquisa Online de Conectividade de Estudantes. Há exemplos de ferramentas de medição para ambientes de aprendizagem presenciais e/ou online: Escala de Comunidade de Inquérito e a Escala de Comunidade em Sala de Aula.

Título/autor/Ano	Questão central da pesquisa	Natureza/ Método de Pesquisa	Conclusões
Estudo: Social media and teacher professional learning communities. (Goodyear et al., 2019)	Examinar as mídias sociais como uma forma contemporânea de desenvolvimento profissional de professores. O foco específico é desenvolver uma melhor compreensão de como o envolvimento dos professores com as redes sociais alarga a sua aprendizagem e prática(s).	Estudo de caso	O acesso e o envolvimento dos professores com DP (desenvolvimento profissional) de alta qualidade tem sido um problema persistente. Mas, as redes sociais podem superar algumas das barreiras ao desenvolvimento profissional de docentes. As conclusões relatadas provêm de uma amostra diversificada e internacional e fornecem evidências sobre como a aprendizagem dos professores ocorre através das redes sociais e sobre as características dos grupos ou comunidades baseadas nas redes sociais que influenciam o conhecimento e a mudança de comportamento

Título/autor/Ano	Questão central da pesquisa	Natureza/ Método de Pesquisa	Conclusões
Estudo: Using Social Media as a Platform for a Virtual Professional Learning Community (Bedford, 2019).	Fornecer informações sobre as percepções e experiências online dos membros do corpo docente de uma instituição de ensino superior interagindo em uma Comunidade de Aprendizagem Profissional Virtual (VPLC), dentro de um ambiente de mídia social propositalmente projetado para fins de networking e aprendizagem.	Abordagem qualitativa interpretativa ou genérica.	O uso da plataforma estruturada de mídia social provou ser um ambiente de aprendizagem favorável para uma Comunidade de Aprendizagem Profissional Virtual (VPLC), resultando no desenvolvimento de redes profissionais, bem como de habilidades interpessoais, como colaboração e auto aperfeiçoamento. A plataforma de mídia social escolhida para o estudo, especialmente o feed de discussão e a capacidade de personalizar o ambiente, foi responsável por desenvolver uma atmosfera que incentivou contribuições de todos os participantes.

6.12 Análise e interpretação geral da Revisão Sistemática de Literatura Internacional

El Souefi, N. (2021), Thabethe, N., & Reddy, S. (2021), Mesa, J.; & Gómez-Jacinto, L.(2020), Gerard, T., Brathwaite S., Lawrence, J., & Barber, W. (2021), Goodyear, V., Parker, M., & Casey A. (2019), assinalam que as comunidades de aprendizagem online (CoL) são uma ferramenta eficaz para o aprendizado, a criação de conhecimento e o desenvolvimento profissional. Os autores dos estudos apontam que as CoL podem ser usadas com as finalidades de 1) facilitar o engajamento dos alunos e, por consequência, podem levar à êxitos acadêmicos; 2) Promover a colaboração e o aprendizado cooperativo, o que pode levar a uma melhor compreensão do conteúdo e à resolução de problemas mais criativa; 3) facilitar a construção de conhecimento, pois, por ser um espaço de compartilhamento de ideias e conhecimentos, as CoL podem gerar no indivíduo o desenvolvimento de novas ideias e perspectivas; 4) apoiar o desenvolvimento profissional. As CoL podem fornecer um espaço para os professores e outros profissionais compartilharem conhecimento e experiências, o que pode levar a uma melhor prática profissional.

No que refere às plataformas digitais que podem ser utilizadas com fins de formação de comunidades de aprendizado, Mujahidah e Yasni (2022) relatam, após estudo, a aprendizagem com mídia em uma rede social (no caso, utilizaram o formato infográfico na plataforma de site de rede social Instagram) não deve ser usada como fonte única ou mesmo como um substituto para o papel de educadores ou professores e reforçam que a presença e o papel desses nunca serão substituídos ao longo do tempo.

Outra plataforma digital que pode ser eficaz para monitoramento e o apoio em comunidades de aprendizagem online, é o What´s App (Moodley, 2019), principalmente pela sua usabilidade e facilidade na comunicação entre os membros de uma CoL.

Bedford, L. (2019) examinou, em sua pesquisa, que as redes sociais digitais podem ser usadas para criar comunidades de prática (CoP) entre alunos adultos. O autor apontou que as redes sociais fornecem um espaço para os alunos compartilharem conhecimentos e experiências, o que pode levar à construção de conhecimento e ao desenvolvimento de habilidades profissionais. Logo, essa estrutura de mídia social provou ser um ambiente de aprendizagem favorável aos alunos.

6.13 Considerações Finais da Revisão Sistemática de Literatura Internacional

Esta RSL pretendeu contribuir para a compreensão da utilização de comunidades de aprendizagem online tanto no desenvolvimento profissional de professores, quanto de atores sociais de modo geral, em um domínio de aprendizagens formais e não-formais. O aprofundar investigativo foi feito por meio de revisão sistemática.

Nossa metodologia contou com a verificação de um conjunto de pesquisas selecionadas e analisadas minuciosamente a partir dos critérios de inclusão e exclusão, como já descrito anteriormente.

Os estudos apresentados fornecem evidências de que as *learning community* (CoL), sejam elas presenciais ou online, são uma ferramenta eficaz para o aprendizado, a criação de conhecimento e o desenvolvimento profissional. Conforme os estudos analisados, as CoL podem ser usadas em uma variedade de contextos, incluindo educação, desenvolvimento profissional e comunidades de prática.

Destarte, com base nos resultados dos estudos apresentados, as seguintes recomendações podem ser feitas para o desenvolvimento e implementação de uma *learning community:* 1) definir claramente os objetivos da CoL antes de implementá-la. Isso ajudará a garantir que a CoL seja bem-sucedida em atingir seus objetivos; 2) selecionar a plataforma de CoL conforme o contexto que será dado a ela; 3) promover a participação dos membros da CoL, por meio de atividades e recursos que incentivem a interação e o compartilhamento; 4) avaliar a CoL regularmente para garantir que ela esteja cumprindo seus objetivos.

Acreditamos que as *learning community* têm o potencial de ser uma ferramenta influente para o aprendizado, a criação de conhecimento e o desenvolvimento profissional.

Evidenciamos, por fim, que essa revisão sistemática foi basal para a continuação da pesquisa de doutoramento realizada por esta pesquisadora, dando um norte para compreender sobre as principais concepções teóricas, metodologias aplicadas, participantes e conclusões obtidas em âmbito internacional. É imperativo compreender como a interface educação e comunicação online está sendo trabalhada para fins de propagabilidade de conteúdos e formação de comunidades de aprendizagem. Assim, temos a real dimensão das mudanças de paradigmas acerca dos processos educacionais formais, não formais e informais em virtude da cultura digital.

Referências da Revisão Sistemática de Literatura Internacional

Aburezeq IM & Ishtaiwa FF (2013). The impact of WhatsApp on interaction in an Arabic language teaching course. *International Journal of Arts & Sciences, 6* (3), 165–180.

Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students? *Social Media and Society*. https://doi.org/10.1177/2056305117691544

Anggraeni, CW (2017). Students' Perspectives Toward The Use of Instagram in Writing Class. *English Language and Literature International Conference* (ELLiC), (1), 68–74.

Arora, S., Ge, R., Sachdeva, S., & Schoenebeck, G. (2012). Finding overlapping communities in social networks: Toward a rigorous approach.*In Proceedings of the 13th ACM Conference on Electronic Commerce* (pp. 37-54). https://doi.org/10.1145/2229012.2229020

Atkins, B., Koroluk, J., & Stranach, M. (2017). Canadian teaching and learning centres on Facebook and Twitter: An exploration through social media. TechTrends: Linking *Research & Practice to Improve Learning*, *61*(3), 253–262. doi:10.1007/s11528-016-0144-2

Atkinson, L., & Cipriani, A. (2018). How to carry out a literature search for a systematic review: *A practical guide. BJPsych Advances*, *24* (2), 74–82. https://doi.org/10.1192/bja.2017.3

Barab, S., Kling, R., & Gray, J. H. (2004). *Designing for virtual communities in the service of learning*. Cambridge University Press.

Basak, E., & Calisir, F. (2014). Uses and gratifications of LinkedIn: An exploratory study. *World Congress on Engineering* 2014 (Vol. II, pp. 1153-1156). https://doi.org/10.1111/j.00117315.20 04.02524.x

Bedford, L. (2019). Using social media as a platform for a virtual professional learning community. *Online Learning*, *23* (3), 120-136. doi:10.24059/olj.v23i3.1538

Beldarrain, Y. (2006). Distance Education Trends: Integrating new technologies to foster student interaction and collaboration. *Distance Education*, *27* (2), 139–153.

Blayone, T., van Oostveen, R., Barber, W., DiGiuseppe, M., & Childs, E. (2017). Democratizing digital learning: theorizing the fully online learning community model. International. *Journal of Educational Technology in Higher Education*, *14* (1), 1–16. https://doi.org/10.1186/s41239-017-0051-4

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-mediated Communication*, *13* (1), 210-230. https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x

Britt, V. G., and T. Paulus. 2016. Beyond the Four Walls of my Building: A Case Study of #Edchat as a Community of Practice. *American Journal of Distance Education*, *30* (1): 48–59.

Campbell, A. L., Craig, T. S., Mofolo-Mbokane, B., & Padayachee, P. (2021). The unexpected consequences of replacing corridor chats with an online community of practice. *International Journal of Mathematical Education in Science and Technology, Ahead-of-print*, 1-7. https://doi.org/10.1080/0020739X.2021.1985179

Cartner, H. C., & Hallas, J. L. (2017). Challenging teachers: pedagogic practice and Assumptions about social media. *Online Learning*, *21*(2). doi:10.24059/olj.v21i2.1009

Cherrstrom, C. A., Zarestky, J., & Deer, S. (2018). This group is vital: Adult peers in community for support and learning. *Adult Learning*, *29* (2), 43-52. https://doi.org/10.1177/1045159517739701

doi:10.1080/00131911.2017.1281226

Donelan, H. (2016). Social media for professional development and networking opportunities in academia. *Journal of Further and Higher Education*, *40* (5), 706–729. doi:10.1080/0309877X.2015.1014321

Edunov, S., Diuk, C., Filiz, I. O., Bhagat, S., & Burke, M. (2016). Three and a half degrees of separation. *Research at Facebook*. https://research.fb.com

El Souefi, N. (2021). A Proposed Framework for the Growth of Online Learning Communities. 7th International Conference on Higher Education Advances (HEAd'21) Universitat Politecnica de Valéncia. 16 (11) 1239 - 1248. DOI: http://dx.doi.org/10.4995/HEAd21.2021.13010

Erdoğdu, F. (2022). Online Knowledge Construction for Teachers on Social Media: A Community Perspective for Practice. Asian Journal Distance Education. *17* (1). 17-33. https://doi.org/10.5281/zenodo.5979705

Fresno García, M. D., Daly, A. J., & Segado Sánchez-Cabezudo, S. (2016). Identificando a los nuevos influyentes en tiempos de Internet: medios sociales y análisis de redes sociales. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 153, 23-42. https://doi.org/10.5477/cis/reis.153.23

Garrison, D. R. (2009). Communities of inquiry in online learning. In P. Rogers, G. Berg, J. Boettcher, C. Howard, L. Justice & K. Schenk (Eds.), *Encyclopedia of Distance Learning*, 2nd ed. (pp. 352–355). IGI Global.http://doi:10.4018/978-1-60566-198-

Garrison, D. R., Anderson, T., & Archer, W. (2000). Critical inquiry in a text-based environment: Computer conferencing in higher education. *The Internet and Higher Education, 2 (2-3)*, 87-105.jrsm.1378

Gau, W. B. (2016). How to construct shared repertoire in older adults: communities of practice. *Journal of Adult Development, 23* (3), 129-139. https://doi.org/10.1007/s10804-016-9229-6

Gerard, T., Brathwaite S., Lawrence, J., & Barber, W. (2021). Examining the Importance of Community & Connections in Online Learning. Journal of Educational Informatics, 2 (2), 3-16. https://doi.org/10.51357/jei.v2i2.131

Glaze-Crampes, A. L. (2020). Leveraging communities of practice as professional learning communities in science, technology, engineering, math (STEM) education. Education Sciences, 10 (8), 1-8. https://doi.org/10.3390/educsci10080190

Goodyear, V., Parker, M., & Casey A. (2019). Social media and teacher professional learning communities. *Physical Education and Sport Pedagogy*, *24* (5), 421-433, DOI: 10.1080/17408989.2019.1617263

Greenhow, C., and C. Lewin. 2016. Social Media and Education: Reconceptualising the Boundaries of Formal and Informal Learning. *Learning, Media and Technology*, *41* (1), 6–30.

Greenhow, C., D. Campbell, S. Galvin, and E. Askari. 2018. *Social Media in Teacher Professional Development: A Literature Review.*

Gülbahar Y 2014. Current state of usage of social media for education: Case of Turkey. *Journal of Social Media Studies*, *1*(1), 53–69. https://doi.org/10.15340/2147336611763

Gusenbauer, M. e Haddaway, NR (2020). Which academic search systems are suitable for systematic reviews or meta-analyses? Evaluating retrieval qualities of Google Scholar, *PubMed, and 26 other resources*. *11*(2), 181–217. https://doi.org/10.1002/

Harvey, S., & Hyndman, B. (2018). An Investigation Into the Reasons Physical Education Professionals Use Twitter. *Journal of Teaching in Physical Education*, *37* (4), 383–396.

Jita LC & Mokhele ML 2014. When teacher clusters work: Selected experiences of South African teachers with the cluster approach to professional development. *South African Journal of Education*, *34* (2), Art.790. https://doi.org/10.15700/201412071132

Khoo, E., & Cowie, B. (2010). A framework for developing and implementing an online learning community. *Journal of Open, Flexible and Distance Learning*, *15* (1), 47–59

Kilis, S., & Yıldırım, Z. (2018). Investigation of community of inquiry framework in regard to self-regulation, metacognition and motivation. *Computers and Education*, 126, 53–64. https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.06.032

Krutka, D., Carpenter, J., & Trust, T. (2017). Enriching professional learning networks: A framework for identification, reflection, and intention. *Techtrends: Linking Research & Practice to Improve Learning*, *61* (3), 246–252. doi:10.1007/s11528-016-0141-5

Lazarus, J., Erasmus, M., Hendricks, D., Nduna, J., & Slamat, J. (2008). Embedding community engagement in South African higher education. *Education, Citizenship and Social Justice*, *3* (1), 57–83.

MacPhail, A., Patton, K., Parker, M & Tannehill, D. (2014). Leading by Example: Teacher Educators' Professional Learning Through Communities of Practice. *Quest (grand Rapids, Mich* , *66* (1), 39–56.

Mamba MSN. & Isabirye N. (2015). A framework to guide development through ICTs in rural areas in South Africa. *Information Technology for Development*, *21* (1), 135–150. https://doi.org/10.1080/02681102.2013.874321

McCray, K. H. (2016). Gallery educators as adult learners: the active application of adult learning theory. *Journal of Museum Education*, *41* (1), 10-21. https://doi.org/10.1080/10598650.2015.1126058

Mesa, J.; & Gómez-Jacinto, L.(2020). Connectedness, Engagement, and Learning through Social Work Communities on LinkedIn. *Psychosocial Intervention. 29 (2)* 103-112. https://doi.org/10.5093/pi2020a4

Moodley, M. (2019). WhatsApp: Creating a virtual teacher community for supporting and monitoring after a professional development programme. *South African Journal of Education, 39 (2)*. https://doi.org/10.15700/saje.v39n2a1323

Mujahidah, U., & Yasin, M. (2022). Info graphic-based instagram learning media development in essay writing study english education study program as-syafi'iyah islamic university. *Lingua: Jurnal Pendidikan Bahasa, 18 (2),* 191-207. https://doi.org/10.34005/lingua.v18i2.2223

Novakovich, J., Miah, S., & Shaw, S. (2017). Designing curriculum to shape professional social media skills and identity in virtual communities of practice. *Computers & Education*, 104, 65-90. https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.11.002

Peruta, A., & Shields, A. B. (2017). Social media in higher education: Understanding how colleges and universities use Facebook. *Journal of Marketing for Higher Education, 27* (1), 131–143. doi:10.1080/08841241.2016.1212451

Pesce, R. (2015). *Professional development for teaching in higher education: Faculty perceptions and attitudes*. Thesis, Boston College.

Preece, J. (2016). Mediating power through a pedagogy of dialogue and listening in community engagement. In M. A. Samuel, R. Dhunpath & N. Amin (Eds.), *Disrupting higher education curriculum: Undoing cognitive damage* (pp. 153–174). Sense Publishers.

Preece, J., Croome, D., Ntene, M., &Ngozwana, N. (2011). Nurturing lifelong learning in communities through the National University of Lesotho: Prospects and challenges. *International Journal of Lifelong Education, 30* (6), 713–732.

Robson, J. (2016). Engagement in structured social space: An investigation of teachers' online peerto-peer interaction. *Learning, Media and Technology, 41* (1), 119–139. doi:10.1080/17439884.2015.1102743

Ryle, A., & Cumming, K. (2007). Reflections on engagement in online learning communities. *International Journal of Pedagogies & Learning, 3* (3), 35–46. https://doi.org/10.5172/ijpl.3.3.35

Siddaway, P. Wood, A., Hedges, L. (2019). How to Do a Systematic Review: A Best Practice Guide for Conducting and Reporting Narrative Reviews, Meta-Analyses, and Meta-Syntheses. *Annual Review of Psychology*. 70:747-770. https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010418-102803

Silva, B. V. A. Da (2017). *Curtir, interagir e aprender no Facebook*. Dissertação (Mestrado) do Programa de Educação, Contextos Contemporâneos e Demandas Populares - Instituto de Educação / Instituto Multidisciplinar, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

Smith, A., & Anderson, M. (2018). *Social media use in 2018: A majority of Americans use Facebook and YouTube, but young adults are especially heavy users of Snapchat and Instagram*. Pew Research Center.

Susilo, A. (2014). Using Facebook and WhatsApp to leverage learner participation and transform pedagogy at the Open University of Indonesia. *Journal Pendidikan Terbuka dan Jarak Jauh*, *15* (2), 63–80

Tan, S. C., Lee, A. V. Y. (2018). Online learning communities in K-12 settings. In J. Voogt, G. Knezek, R. Christensen, & K. W. Lai (Eds.) Second Handbook of Information Technology in Primary and Secondary Education (pp. 1-21). *Springer International Handbooks of Education.* https://doi.org/10.1007/978-3-319-53803-7_48-2

Thabethe, N., & Reddy, S. (2021). Community-based learning in higher education: A portal for knowledge production in the time of COVID-19. *Journal of Education, 84,* 186-203. http://dx.doi.org/10.17159/2520-9868/i84a10

Thurlings, M., & den Brok, P. (2017). Learning outcomes of teacher professional development activities: *A meta-study. Educational Review*, *69* (5), 554–576.

Todd J. B. Blayone , Roland vanOostveen , Wendy Barber , Maurice DiGiuseppe and Elizabeth Childs (2017). Democratizing digital learning: theorizing the fully online learning community model. *International Journal of Educational Technology in Higher Education* (2017) 14:13 DOI 10.1186/s41239-017-0051-4

Tofanao. (2018). Peranan Media Pembelajaran Dalam Meningkatkan Minat Belajar Mahasiswa. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, *2* (2), 104. https://doi.org/P-ISSN 2549-1725 E-ISSN 2549-4163

Trust, T., Carpenter, J. P., & Krutka, D. G. (2017). Moving beyond silos: Professional learning networks in higher education. *Internet & Higher Education*, 35, 1–11. doi:10.1016/j.iheduc.2017.06.001

Veletsianos, G. (2017). Three cases of hashtags used as learning and professional development environments. *Techtrends: Linking Research & Practice to Improve Learning*, *61* (3), 284–292. doi:10.1007/s11528-016-0143-3

Wang, L., Yang, A., & Thorson, K. (2019). Serial participants of social media climate discussion as a community of practice: a longitudinal network analysis. *Information, Communication & Society, 24* (7), 1-19. https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1668457

Wenger E. (2011). *Communities of practice: A brief introduction*. National Science Foundation (U.S.)

Wenger, E. (1998). *Communities of practice. Learning, meaning, and identity*. Cambridge University Press.

Wenger, E. (2006). *Comunità di pratica. Apprendimento, significato e identità*. Raffaello Cortina.

Wenger, E., McDermott, R., & Snyder, W. M. (2002). *Cultivating communities of practice. A guide to managing knowledge.* Harvard Business School Press.

Wenger, E., White, N., & Smith, J. D. (2009). *Digital habitats: Stewarding technology for communities.* CPsquare.

Yu, A. Y., Tian, S. W., Vogel, D., & Chi-Wai Kwok, R. (2010). Can learning be virtually boosted? An investigation of online social networking impacts. *Computers & Education, 55* (4), 1494-1503. https://doi.org/10.1016/j.compedu.2010.06.015

6.14 Análise comparativas entre as RSL Brasileira e Internacional

Consideramos o estudo comparado entre revisões sistemáticas de literatura brasileira e internacional como uma abordagem relevante para compreender as especificidades, convergências e lacunas no campo das comunidades de aprendizagem online. Com a crescente influência das tecnologias digitais no ensino formal, informal e não formal, é imperativo investigar como diferentes contextos culturais e metodológicos moldam as práticas e percepções sobre a utilização de plataformas digitais no aprendizado colaborativo e no desenvolvimento profissional (Anderson & Dron, 2011).

No Brasil, o cenário educacional encontra-se em constante transformação, impulsionado pela ampliação do acesso às tecnologias e pela popularização de redes sociais como espaços educativos. Contudo, desafios como desigualdade digital e resistências culturais ainda representam barreiras significativas à consolidação das *OLC* (Silva, 2017). Em contraste, estudos internacionais frequentemente apresentam uma perspectiva mais estruturada, voltada para o impacto prático das *CoL* no engajamento dos alunos e no desenvolvimento profissional de professores, explorando plataformas variadas como WhatsApp e Instagram (Moodley, 2019; Mujahidah & Yasni, 2022).

Diante da necessidade de articular essas diferentes perspectivas, desenvolvemos a análise comparada dos estudos de Revisão Sistemática de Literatura Brasileiro e Internacional, permitindo não apenas identificar boas práticas para as *OLC*, em contexto geral, mas também problematizar as generalizações globais que podem desconsiderar particularidades locais. Além disso, a abordagem comparativa contribui para expandir a compreensão sobre as potencialidades das CoL como instrumentos de inovação pedagógica e formação cidadã, (Goodyear, Parker & Casey, 2019).

Assim, com essa análise comparativa, objetivamos evidenciar os pontos de convergência e divergência entre as revisões sistemáticas, destacando como a interface entre educação, tecnologia e cultura digital está sendo trabalhada em âmbitos brasileiro e internacional. Por meio dessa análise, buscamos não apenas enriquecer o debate acadêmico, mas também oferecer subsídios teóricos e práticos para a implementação de comunidades de aprendizagem online mais inclusivas e efetivas.

Considerando que 1) nosso objetivo geral da Revisão Sistemática de Literatura Brasileira foi analisar os estudos atuais acerca das práticas educacionais em ambientes digitais, com vistas à formação de comunidades e propagabilidade de conteúdo e da Internacional foi compreender as atuais dinâmicas que regem as práticas educacionais online, com o direcionamento para formação de comunidades de aprendizagem online (*Online Learning Communities - OLC*); 2) compreendendo que o foco e a abordagem de ambas têm diferenças, sendo a Brasileira de escopo mais amplo, envolvendo tanto a criação de comunidades quanto a disseminação de informações nesses espaços e a Internacional com maior ênfase nas dinâmicas específicas de construção e funcionamento dessas comunidades; 3) tendo conhecimento de que a RSL Brasileira fundamentou-se em estudos de Mestrado e Doutorado e a Internacional em artigos científicos; 4) e frisando que ambas foram realizadas em momentos distintos, sendo a Internacional uma consequência do estudo da Brasileira, temos algumas conclusões abaixo:

Em uma abordagem geral, analisamos que os estudos brasileiros focam em como as comunidades de aprendizagem online podem ser utilizadas em redes sociais e plataformas educacionais, normalmente vinculadas a instituições de ensino. Os trabalhos analisados apontam que a interação ativa, presença social, cognitiva e de ensino são essenciais para formar comunidades de aprendizado e destacam o potencial educacional das redes sociais e os desafios associados ao ensino tradicional, especialmente em relação à adaptação às novas práticas. Os estudos identificam o potencial das redes sociais como espaços educacionais desde que intencionalmente usadas para aprendizagem, evidenciando a continuidade e eficácia da educação online no fomento de comunidades de aprendizagem.

Os estudos internacionais, por sua vez, têm uma abordagem mais ampla e destacam-se por apresentar benefícios como engajamento, colaboração, construção de conhecimento e desenvolvimento profissional em comunidade de aprendizagem online. Os trabalhos analisados apresentam a necessidade de expor objetivos claros, seleção de plataformas adequadas e avaliações regulares das CoL, considerando essas como ferramentas estratégicas tanto em contextos formais quanto informais. Esses estudos evidenciam que a relevância da pandemia da Covid-19 como um catalisador para práticas inovadoras e para a integração da comunidade na aprendizagem.

No que se refere às perspectivas sobre tecnologias e plataformas, os estudos brasileiros veem as tecnologias como ampliadoras de paradigmas educacionais e destacam as redes sociais como espaços potencialmente educacionais. No entanto, apontam resistências de professores à adoção dessas ferramentas. Já os estudos internacionais exploram diversas plataformas detalhando suas funcionalidades no apoio às CoL, mas reforçam que essas plataformas não

substituem o papel do professor, tendo como função complementar o aprendizado, oferecendo espaços de troca e construção coletiva.

Observamos ainda que ambas tratam de benefícios e impactos em relação à construção de comunidades de aprendizagem online, no entanto, os estudos brasileiros trazem uma visão mais reflexiva sobre a educação para a cidadania e os impactos da interface homem-tecnologia., já os artigos internacionais conectam as CoL a transformações práticas na educação e à criação de ambientes favoráveis para o aprendizado colaborativo.

Há ainda convergência no uso de abordagens qualitativas e análise de casos para explorar o tema. As duas revisões reconhecem também a importância da interação social e do uso intencional de plataformas para promover aprendizado significativo.

Entre as principais diferenças, analisamos que o escopo da RSL brasileira é mais restrito ao contexto local e estudos de pós-graduação, enquanto a internacional explora perspectivas globais e práticas em maior variedade de contextos. A RSL internacional investiu mais na formulação de *framework*[12]*s* teóricos e recomendações práticas baseadas nos resultados. Observamos ainda que os estudos brasileiros recorrem mais a autores clássicos para desenvolvimento de suas pesquisas bibliográficas, tais como Pierre Lévy, Henry Jenkins, Manuel Castells, Zygmunt Bauman e Paulo Freire. Esses autores pertencem a campos diversos, como educação, sociologia, cultura e comunicação. A presença marcante de teóricos brasileiros, como Lúcia Santaella e clássicos globais reflete a preocupação em contextualizar os estudos no cenário local, mas também dialogar com paradigmas internacionais.

Já as pesquisas internacionais buscam uma literatura mais emergente, baseado em pesquisa empírica, especialmente artigos científicos de especialistas em metodologias digitais e educação online, mas também recorrem aos autores clássicos como Terry Anderson, Garrison e Étienne Wenger.

Consideramos, por fim, que os estudos brasileiros ressaltam a necessidade de mais pesquisas locais para compreender os impactos da educação mediada por tecnologias e formação de comunidades e reconhecem o caráter emergente e estratégico dessas práticas no cenário educacional brasileiro. Na RSL Internacional, as conclusões apontam o papel transformador das comunidades de aprendizado em diversos contextos. Os resultados são fundamentais para nortear futuras pesquisas e compreender mudanças nos paradigmas

[12] *Framework* é uma estrutura pré-definida que fornece ferramentas, práticas e diretrizes para facilitar a execução de tarefas ou a gestão de processos.

educacionais globais. Ambas reforçam a relevância das CoL na educação contemporânea, mas diferem no nível de especificidade e contexto abordado.

7 METODOLOGIA

Toda pesquisa científica exige certas características intelectuais e sociais dos pesquisadores, dentre elas: conhecimento do assunto a ser pesquisado; curiosidade; criatividade; atitude autoconectiva; sensibilidade social e confiança na experiência. E a partir desses atributos, elencados por Gil (2008), iniciamos o percurso metodológico desse estudo.

Para realização desta pesquisa de paradigma predominantemente qualitativo em relação a abordagem e de caráter explicativo em relação aos objetivos, utilizamos primeiramente o método bibliográfico, que nos norteou para o conhecimento e compreensão do que já foi estudado sobre as temáticas comunicação, educação, educomunicação, cultura digital, mídias e redes sociais digitais, comunidades de aprendizagem online e literacias digitais. Esse método é comumente utilizado em estudos exploratórios. Nos dedicamos à análise criteriosa de fontes primárias de leituras, em detrimento das secundárias, para que erros de compreensão não sejam passados adiante.

Posteriormente, desenvolvemos duas Revisões Sistemáticas de Literatura - Gusenbauer e Haddaway (2020); Atkinson e Cipriani (2018); Siddaway, Madeira & Hedges (2019); Siddaway et al. (2019); Sampaio e Mancini (2007); Bottentuit Junior e Santos (2014, p.13); Luna (2013); Loureiro (2012) - sendo uma voltada para estudos brasileiros e outra para estudos internacionais. Esse método rigoroso e estruturado de analisar e sintetizar estudos publicados sobre um tema específico, foi fundamental para identificarmos, avaliarmos e resumirmos todas as evidências relevantes disponíveis, permitindo-nos obter uma visão abrangente, confiável e imparcial sobre práticas educacionais online, com ênfase para os métodos que levam à formação de comunidades em ambiente digital.

Em relação aos procedimentos da pesquisa, a natureza deste estudo é netnográfico. Esse modelo de pesquisa é projetado especificamente para estudar culturas e comunidades digitais; este método visa investigar e interpretar o comportamento cultural de comunidades online (Kozinets, 2014).

Na pesquisa empírica, a abordagem quantitativa foi integrada ao estudo de forma complementar para aprofundar a análise netnográfica e proporcionar maior robustez ao estudo. Os métodos quantitativos foram empregados na etapa de análise de redes sociais digitais, permitindo a mensuração de interações, frequências e padrões de comportamento dentro das comunidades educacionais online estudadas. Essa combinação de métodos qualitativos e quantitativos reflete uma abordagem mista, que, segundo Creswell e Plano Clark (2018),

permite uma compreensão mais rica e detalhada de fenômenos complexos, ao unir o aprofundamento interpretativo da abordagem qualitativa com a objetividade das métricas quantitativas. Essa integração metodológica ampliou a nossa compreensão acerca dos fenômenos investigados, gerando uma compreensão mais ampla e fundamentada sobre os elementos e estratégias que favorecem a construção de comunidades educacionais online.

Paranhos et al. (2016) aponta que na perspectiva de complementariedade de abordagas abordagens qualitativa e quantitativa, o intuito é ponderar as vantagens e limitações de cada técnica específica e/ou tipo de dado.

> Ao analisar uma grande base de dados, não é possível identificar os valores/sentimentos dos respondentes. Cada tipo de dado e/ou técnica de pesquisa vai contribuir com uma parcela específica de conhecimento a respeito de um determinado objeto de estudo. A vantagem fundamental da integração é maximizar a quantidade de informações incorporadas ao desenho de pesquisa, favorecendo o seu aprimoramento e elevando a qualidade das conclusões do trabalho. (Paranhos et al., 2016, p. 390)

No que tange a coleta de dados, utilizamos as quatro possibilidades pressupostas na pesquisa etnográfica online: dados arquivais (copiados diretamente de comunicações mediadas por computador), dados extraídos (são dados que o pesquisador extrai a partir da sua observação participante na comunidade online, como por exemplo: curtidas, comentários, compartilhamentos etc.) e dados de notas de campo (registros feitos pelo pesquisador no que se refere aos membros, interação entre eles, práticas cultivadas etc.).

As entrevistas também foram utilizadas nesta etapa. Utilizamos meios de entrevista face a face, mesmo estando online, por meio do Google Meet. Mas, a entrevista face a face presencial também teve lugar cativo nesta pesquisa. A população do estudo foi composta por professores e cientistas que objetivam inovar nas formas de transmissão do conhecimento e popularizar o saber científico, por meio das mídias sociais digitais. O método de pesquisa foi escolhido levando em consideração o foco e os questionamentos da pesquisa.

7.1 A pesquisa qualitativa

A pesquisa qualitativa teve seus antecedentes muito antes da sua sistematização enquanto método. Darwin passou anos caçando, observando, coletando dados, analisando e fazendo anotações da natureza, em um processo de cunho qualitativo. Sua sapiência adquirida no processo observacional o tornou um dos mais célebres pesquisadores da história.

Malinowski (1978) por sua vez, foi pioneiro no método da observação participante e do paradigma funcionalista. No seu método de observação participante, compreendeu que ao captar a visão do outro, alargamos a nossa própria visão. Ele enriqueceu a produção científica do mundo ao fornecer mais que uma simples descrição de uma comunidade, propondo-se a compreender o cenário estudado com base em sentidos e motivações múltiplas.

O autor propõe que os princípios do método podem ser agrupados da seguinte maneira: o investigador deve guiar-se por objetivos verdadeiramente científicos; deve providenciar boas condições para o seu trabalho, o que significa, em termos gerais, viver efetivamente entre os nativos; por fim, deve recorrer a um certo número de métodos especiais de recolha, manipulando e registrando os seus dados.

Dessa forma, compreendemos que a imersão no contexto e a interpretação da pesquisa são elementos fundamentais para a pesquisa qualitativa. Somente dessa maneira, poderemos olhar a realidade de uma outra forma, a fim de entendê-la e transformá-la. O pesquisador precisa ter a consciência de que é ele o responsável pelas observações, por isso, a subjetividade, inerente ao método qualitativo, deve ser racional e controlada (Marques, 2016).

Na netnografia, esse envolvimento imersivo envolve frequentemente conversas com outras pessoas, mas não exclusivamente. Segundo Hanell & Severson (2022), há dois caminhos principais formando a base da netnografia: primeiro, que quase todos os aspectos de nossas interações sociais hoje são, até certo ponto, digitais e, segundo, que as interações digitais devem ser estudadas usando métodos apropriados para estudar interações digitais.

Laville e Dionne (1999) alertam para o cuidado de o pesquisador não reduzir ou deformar o objeto do estudo qualitativo, sendo necessário a tomada de consciência sobre a relatividade da compreensão dos resultados. Por isso, a combinação de métodos empregados na resolutividade dos problemas pode ampliar a solução de fatos complexos do campo humano.

Nessa conjuntura, o pesquisador precisa ser multiculturalmente situado para que possa construir acerca de si mesmo e da sociedade um conjunto de ideias, que pese o domínio ontológico, a fim de se construir um conjunto de questões-problemas para conhecer uma realidade, sob à luz do conhecimento científico (domínio epistemológico), de forma sistematizada (domínio metodológico) (Aires, 2015).

Diante desses elementos, compreendemos que o método qualitativo não pode ser pensado de forma descontextualizada, porém, é vital que tenha como base a confiabilidade e o rigor do campo científico.

Adentrando no principal campo deste estudo, interface entre comunicação, educação e cultura digital, questionamo-nos sobre a fidelidade e validade da pesquisa que foi empreendida nesta tese de doutoramento.

Sabemos que na busca pelo conhecimento, é necessário nos valermos de um conjunto de métodos ou caminhos específicos. Descartes (2001), em *Discurso do Método*, frisa que só conseguimos chegar à certeza por intermédio da razão e por meio de cadeias de raciocínio. Assim, é necessário que o assunto seja pesquisado em partes, das premissas mais básicas e evidentes até conseguir alcançar, pela lógica dedutiva, a conclusão.

O autor expõe as quatro regras principais que orientam seu método: 1) a evidência, aceitando apenas o que é claramente verdadeiro; 2) a análise, dividindo cada problema em partes menores; 3) a síntese, conduzindo os pensamentos do simples ao complexo; e 4) a enumeração, realizando revisões completas para garantir que nada seja omitido. Essas regras são fundamentais para evitar erros e alcançar conhecimentos sólidos (Descartes, 2001).

Ainda que haja áreas onde a evidência clara e distinta, como exigido pelo método cartesiano, não são facilmente alcançáveis, especialmente nas ciências humanas e sociais, tendo em vista que as variáveis são complexas e muitas vezes subjetivas, tornando difícil alcançar evidências que sejam claras e inquestionáveis.

No que tange ao nosso campo de pesquisa, observamos novos fenômenos comunicacionais, educacionais, sociais e culturais, permeando nosso cotidiano principalmente após o desenvolvimento da internet comercial, o surgimento do ciberespaço e da cultura digital. Assim, há um terreno fértil para a pesquisa em comunicação, educação e cultura digital.

Reconhecendo a necessidade de desenvolver novos conhecimentos para uma análise mais aprofundada dos fenômenos que impactam nossa vida em sociedade hoje, e tendo a interface entre comunicação, educação e cultura digital como nosso foco de pesquisa, iniciamos a busca da pesquisa empírica pelo entendimento da netnografia, ou etnografia online. No próximo tópico, exploraremos a pesquisa netnográfica com mais detalhes.

7.2 Tipo de Estudo: Netnografia

Este estudo de paradigma qualitativo, tivemos como aporte metodológico para a pesquisa empírica a etnografia online, ou netnografia: modelo de pesquisa etnográfica projetado

especificamente para estudar culturas e comunidades digitais; este método visa investigar e interpretar o comportamento cultural e de comunidades online (Kozinets, 2014).

Recorremos a esse método nesta pesquisa, pois ele se utiliza de conjunto de protocolos e procedimentos específicos e "usa as comunicações mediadas por computador como fonte de dados para chegar à compreensão e à representação etnográfica de um fenômeno cultural ou comunal" (Kozinets, 2014, p.62). Assim, a pesquisa netnográfica sugere seis etapas de execução: planejamento da pesquisa, entrada, coleta de dados, interpretação, garantia de padrões éticos e representação da pesquisa (Kozinets, 2010). Sendo esse um excelente recurso para o pesquisador qualitativo experiente e um ponto de entrada útil para o recém-chegado à pesquisa qualitativa (Bowler, 2010).

As etapas processuais da netnografia fornecem rigor e podem ser adaptadas e combinadas com outras metodologias de pesquisa. Mas, sua eficácia como metodologia qualitativa depende da necessidade de presença humana e conexões pessoais online.

Uma das características mais marcantes desse tipo de estudo é o uso da observação participante, pois, tendo como base o trabalho de campo online, a etnografia online é baseada no contexto, ou seja, a pesquisa é diretamente relacionada aos conhecimentos locais do particular e específico, por isso não são utilizadas para generalizações universais (Kozinets, 2014).

Em um estudo sobre variedade de práticas, percepções errôneas e oportunidades perdidas, os autores Costello, McDermott e Wallace (2017) examinam que as netnografias podem ser curtas e focadas em uma única comunidade ou envolver anos de pesquisa em várias comunidades. Esse tipo de pesquisa utiliza vídeos, imagens e sons, bem como dados textuais e podem ser independentes ou combinadas com outros métodos de pesquisa em comunidades online, incluindo interações de membros offline.

O estudo aponta ainda que há supostos estudos netnográficos passivos, ou seja, que não obtiveram atuação ativa nas comunidades pesquisadas (engajamento, contato, comunhão, relação, colaboração com os membros da comunidade online). Logo, deveriam ser melhor classificados como pesquisa de dados arquivísticos qualitativos de comunidades online e não netnografia.

Hanell & Severson (2022) sugerem dois enfoques para a pesquisa netnográfica, tendo em vista sua crítica sobre a formação de comunidades online (ver Capítulo 3.1): a netnografia baseada na comunidade, focada em interações duradouras, e a netnografia baseada na consocialidade, focada em conexões contextuais e fugazes.

Além disso, os autores debatem as abordagens ativas e passivas na netnografia. Abordagens ativas envolvem interação direta com os participantes, enquanto as passivas se concentram na observação e coleta de dados online. A escolha entre essas abordagens depende do tipo de estudo, sendo que, para comunidades online, uma abordagem ativa é recomendada, enquanto para consocialidade, abordagens passivas podem ser suficientes, embora abordagens ativas também sejam consideradas.

Sendo que as abordagens ativas incluem processos para gerar material através de interações (como entrevistas) entre o pesquisador e os participantes e a redação de notas de campo. Já as abordagens passivas são úteis para ajudar o pesquisador a estudar grandes quantidades de dados digitais e sites sociais e, possivelmente, obter uma maior representatividade, reduzindo possíveis erros. Tão logo, Hanell e Severson (2022) propõem que, para a netnografia baseada na comunidade, é aconselhável envolver-se principalmente em abordagens ativas para interagir com os participantes de uma comunidade ao longo do tempo. Já na netnografia baseada na consocialidade, abordagens passivas, como selecionar e arquivar informações online, podem ser suficientes para conduzir um estudo netnográfico. Porém, nesse tipo de abordagem, devem ser consideradas abordagens ativas, como a realização de notas de campo.

A seguir, especificaremos mais sobre como será a aplicabilidade do método netnográfico em nossa pesquisa.

7.3 Técnica de Recolha de Dados, Procedimentos e Participantes da Investigação

Fase 1

Neste estudo, o planejamento netnográfico teve início a partir do seguinte problema de investigação, já citado anteriormente: Quais são os elementos e as estratégias de comunicação e de sociabilidade de educadores e cientistas influenciadores em redes sociais e de plataformas de educação online que favorecem a formação de comunidades educativas digitais, produzindo inovação nas formas de transmissão do conhecimento e popularização do saber científico?

Em seguida, fizemos um levantamento em sites, redes sociais digitais e plataformas de buscas sobre os principais educadores e cientistas atuantes e influentes nas redes e mídias

sociais online, além de uma amostragem não probabilística, e chegamos a dez professores, sendo sete Brasileiros e três Europeus, tendo, especialmente, como base o Prêmio Influenciadores Digitais[13] na categoria Educação (Brasil) e a Medalha IMA - LMS Christopher Zeeman (Europa), para serem os participantes da investigação na etapa 1 desta pesquisa.

Após a seleção dos educadores previamente selecionados pela pesquisadora, já foi dado início aos estudos em suas redes e mídias sociais digitais. No entanto, quatro professores e/ou cientistas não deram retorno sobre a autorização para estudo de suas redes e mídias, logo, sendo descartados do estudo. Dos seis restantes, um optou por não participar da entrevista síncrona por meio do computador, alegando falta de tempo e outro não deu retorno sobre o agendamento da entrevista, mesmo após três meses de insistentes tentativas, via e-mail e *directs* do Instagram, tão logo, as comunidades educacionais online desses pesquisadores ficaram limitadas às análises de redes e mídias sociais digitais com base no capital social. Nesses casos, também recorrermos à dados secundários, oriundos de entrevistas já realizadas em sites jornalísticos ou portais educacionais para obtermos mais informações e dados necessários.

Quatro professores participaram das entrevistas. Essas foram analisadas por meio de análise de conteúdo, além de contribuírem ricamente para as análises de redes e mídias sociais digitais com base no capital social. Por questões éticas, os envolvidos não terão seus nomes revelados ao longo do estudo.

Os seis educadores selecionados como população deste estudo possuem contas em diversas redes e mídias sociais digitais, entre as principais estão: Instagram, Youtube, Tik Tok e Linkedin. Porém, como campo de pesquisa online para desenvolvimento da observação participante de cada membro selecionado, escolhemos o site de rede social Instagram e, secundariamente, a mídia Youtube. Esses tipos de sítios eletrônicos possuem híbridas formas de se comunicar, de interagir e de formar grupos e comunidades de interesses, por meio de concatenações seletivas (Kozinets, 2014, p. 85). A escolha sobre qual comunidade virtual o pesquisador se debruçara em seu estudo é uma das principais decisões a serem tomadas em uma netnografia.

Logo, escolhemos o Instagram como a rede social digital central do nosso estudo por ser a principal plataforma de atuação dos nossos objetos de análise, caracterizada por forte apelo

[13] Na metodologia desse prêmio são considerados todos os perfis dos influenciadores: página no Facebook, perfil no Twitter, perfil no Instagram e canal no Youtube. Popularidade: Base de fãs nas redes sociais avaliadas. Engajamento: Soma de interações nos posts publicados. A classificação é determinada pelo ranking de perfil mais popular associado ao ranking de perfil mais engajado, gerando a classificação final.

visual, alta taxa de engajamento e presença de comunidades ativas. Segundo a pesquisa: "Instagram no Brasil: Dados sobre a rede social com maior engajamento entre os usuários no mundo", [14], da Opinion Box (2025), essa rede social possui mais de 2 milhares de milhões[15] de usuários ativos e segue crescendo. Com aquisição contínua de ferramentas de interação e comunicação, essa rede já é uma das mais populares em números de usuários no mundo.

De acordo com dados da *Stacy Jo Dixon* [16], o Brasil é o 3º país em número de usuários no Instagram em 2025. Foram totalizadas cerca de 140 milhões de contas em janeiro de 2024. Em número de usuários, o país fica atrás somente da índia, que dispara a liderança com 413 milhões de usuários, e dos Estados Unidos, com mais de 171 milhões de usuários.

No estudo que foi realizado com mais de 2.000 usuários brasileiros, a Opinion Box [17]analisou que a popularidade da rede segure crescendo, saltando de 17% para 19% o percentual de usuários que entram no Instagram pelo menos uma vez por dia. Destes, 57% entram várias vezes por dia. Um total de 31% aponta que vê conteúdos educativos na rede. A categoria educação figura em 9º lugar na lista de interesse do público. Em Portugal, de acordo com o Relatório Digital 2024 – Portugal, compilado pela Datareportal[18], o Instagram também lidera a corrida das plataformas com o maior número de utilizadores ativos mensais. Números publicados pela empresa Meta indicam que o Instagram tinha 5,80 milhões de utilizadores em Portugal no início de 2024., consolidando-se como a plataforma de rede social eleita pelos portugueses.

Dessa forma, consideramos o Instagram como um campo de estudo relevante para esta pesquisa.

Seguindo para a etapa de coleta de dados, Kozinets aponta algumas técnicas que podem ser utilizadas para examinar aspectos distintos das comunidades e cultura online, são elas: "levantamentos, entrevistas, diários, grupos de foco, análise estrutural de redes e etnografia (...). Diretrizes centradas em perguntas ajudam o pesquisador a integrar essas abordagens umas com as outras e com a netnografia" (Kozinets, 2014, p. 45).

Logo, o caminho para a recolha de dados em nossa pesquisa deverá seguir a sistematização dos métodos netnográficos, o que nos dará maior segurança para analisar nosso objeto do estudo.

---

[14] Veja os dados completos da Pesquisa da Opinion Box, de 2025: https://content.app-us1.com/JY8yY/2025/01/30/ef966be9-3c6a-469d-b8e3-f443897ee507.pdf

[15] Em tradução para o português do Brasil: 2 bilhões

[16] Veja dados completos aqui: https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/

[17] Veja os dados completos da pesquisa da Opinion Box: https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/

[18] Confira os dados completos aqui: https://datareportal.com/reports/digital-2024-portugal

Na netnografia, a coleta de dados se entrelaça com a observação participante, em uma simbiose em constante movimento. Assim, ao mergulharmos no mundo virtual, a coleta e a análise se tornam faces da mesma moeda, pois a pesquisa se alimenta da interação e da cocriação com os participantes.

A observação participante consiste na inserção do pesquisador no interior do grupo observado, sendo parte dele, interagindo por longos períodos com os membros, buscando dividir o seu cotidiano para sentir e compreender o que significa estar naquela situação (Queiroz, et al., 2007).

Para Gil (2008), esse tipo de observação, a participante, também conhecida como observação ativa, envolve a participação direta na vida da comunidade, do grupo ou em uma situação específica. Nessa abordagem, o observador adota, ao menos em certa medida, o papel de um membro do grupo. Por isso, a observação participante pode ser descrita como uma técnica que permite obter conhecimento sobre a vida de um grupo a partir de uma perspectiva interna.

Destarte, em nossa coleta de dados, que envolve a participação ativa, seguiremos critérios sugeridos por Kozinets (2014), como: engajamento, contato, comunhão, relação, colaboração com os membros da comunidade online. Ou seja, iremos seguir e classificar links indicados, comentar as postagens, interagir com os membros, e curtir os posts das redes e comunidades estudadas. Segundo o autor, todos estes critérios tornam esse tipo de pesquisa diferente de outras técnicas, "como análise de conteúdo ou análise de redes sociais. Um analista de conteúdo examinaria os arquivos de comunidades eletrônicas, mas ele não as interpretaria com profundidade em busca de informações culturais" (Kozinets, 2014, p. 93).

Como a observação participante auxilia o pesquisador a analisar a realidade social que o circunda, tentando captar os conflitos e tensões existentes e identificar grupos sociais que têm em si a sensibilidade e motivação para as mudanças necessária (Queiroz, etc.al., 2007), iremos elaborar nessa fase, um plano de observação sistemática, em que o observador sabe o que procura e o que carece de importância.

Hanell e Severson (2022) ressaltam que as abordagens ativas frequentemente demandam mais tempo em comparação com as passivas. No caso deste presente estudo, frequentamos virtualmente as comunidades estudadas por cerca de três anos, como veremos mais detalhadamente a seguir.

Ao adentrar em um campo de comunidades online, os autores orientam a refletir sobre questões como: a natureza do interesse comum que une os membros da comunidade, como a comunidade é moldada por esse interesse compartilhado, o que poderia ser estranho para um

observador externo, e como as interações sociais são influenciadas pela plataforma digital utilizada. Essas reflexões devem ser registradas em notas de campo, que servem como ferramentas de reflexão e guias analíticos na condução de pesquisas netnográficas, que por sua natureza são indutivas e exploratórias.

É salutar, segundo Hanell e Severson (2022), que as notas de campo devam documentar as experiências do pesquisador, interações com os participantes e observações de vestígios online, como postagens em grupos de Facebook, contextualizando a situação observada. Também é recomendado que o pesquisador inclua reflexões sobre como seus próprios antecedentes influenciam sua compreensão e interações com a comunidade estudada, o que pode agregar profundidade reflexiva ao estudo e aumentar sua validade. Eles apontam sobre a importância de preparar um guia de entrevista baseado em sua compreensão da comunidade digital, cujas perguntas devem ser informadas pelas reflexões anotadas nas notas de campo.

Por fim, Hanell e Severson (2022), pontuam que mesmo que uma abordagem inicialmente pareça passiva, como a simples observação de interações online, uma compreensão mais profunda exige algum grau de envolvimento ativo. Esse tipo de engajamento ativa as capacidades intelectuais e emocionais do pesquisador, o que, por sua vez, ajuda a criar um sentido de comunidade. Portanto, ao discutir e desenvolver metodologias netnográficas, é útil considerar a tipologia dos procedimentos netnográficos ativos e passivos e suas diferentes abordagens.

Considerando nosso papel de observador participativo e relacionado aos nossos objetivos de estudo quanto aos procedimentos, compreendemos ser necessária também a observação sistemática, que, segundo Gil (2008), são comumente utilizadas em estudos que têm como escopo a descrição precisa dos fenômenos ou o teste de hipóteses. “Nas pesquisas deste tipo, o pesquisador sabe quais os aspectos da comunidade ou grupo que são significativos para alcançar os objetivos pretendidos. Por essa razão, elabora previamente um plano de observação” (Gil, 2008, p. 104).

Neste estudo, faremos um plano de observação a partir de categorias propostas por Lofland (1971) apud Gil (2008, p. 105). São elas: 1) atos: que versam sobre ações numa situação breve; 2) atividades: em que observamos ações de maior duração e que constituem elementos significativos de envolvimento das pessoas; 3) relacionamentos: principalmente a conversação ocorrida entre educadores e o público; 4) situações: que dizem respeito à completa situação do que está sendo estudado. Nos valeremos também da técnica “dramatismo”, desenvolvida por Kenneth Burke (1969), e que contribui para a definição das categorias de observação (Gil, 2008, p. 105).

Com esta técnica, é possível analisar o comportamento social por meio de cinco questões: 1) Ato, em que temos que responder às seguintes questões: “O que está acontecendo? Qual é a ação?”; 2) Cena: “Onde está ocorrendo? Qual o cenário da situação?”; 3) Agente: "Quem está envolvido na ação? Quais são seus papéis?”; 4) Agência: Onde obtemos as respostas para: “Como os agentes agem? Quais os meios utilizados?”; 5) Propósitos. Resposta às questões: “Por que as pessoas agem dessa forma? O que eles querem?”.

Dentro do plano de coleta e análise de dados e tendo como escopo as diretrizes de pesquisa netnográfica propostas por Kozinets (2010), incluiremos ainda outros tipos de coletas de dados, que nos permitiram avaliar com mais precisão o cenário que estamos estudando. São eles:

Tabela 8
Coletas de dados utilizadas nesta Pesquisa Netnográfica

Dados arquivais	Os dados de arquivos foram extraídos diretamente de comunicações online oriundas das redes sociais analisadas. Em decorrência do grande volume de dados utilizamos critérios de filtragem de relevância com base nos objetivos da pesquisa.
Notas de Campo	Os dados de notas de campo tiveram como base o que observaremos das comunidades, como suas interações, seus membros, os significados das mensagens e, até mesmo, da nossa própria participação nas comunidades ou culturas estudadas. Essas notas nos ajudaram a decifrar as razões por trás de ações culturais, em vez de oferecer o registro ou a descrição mais rasa delas. Fizemos anotações em cadernos físicos de pesquisa, além de arquivos digitais, no computador.
Dados de redes sociais	Os dados de redes sociais foram retirados a partir de conexões e comentários em sites de redes sociais, nos quais observaremos características estruturais e dinâmicas das redes. O objetivo foi analisar as características de laços e capitais sociais construídos por meio da comunicação mediada por computador nas comunidades estudadas.
Entrevistas	Os dados coletados nas entrevistas com os líderes educacionais formaram uma base fidedigna para nossas análises sobre as atuais dinâmicas educacionais e comunicacionais em comunidades educacionais online, por estarmos tratando de informações dadas por pessoas que têm sapiência para ser fontes do que almejávamos descobrir (Gil, 2008, p. 109). Fizemos uso da entrevista semiestruturada online, face a face e síncrona, bem como presencial. O roteiro da entrevista foi validado por quatro juízes independentes das áreas de Ciências Humanas e Sociais.

Com os dados desta etapa em mãos, fizemos inúmeras análises e avaliação de elementos, conteúdos educacionais, literacias digitais e estratégias de comunicação e de sociabilidade ofertados nos meios sociais digitais selecionados, considerando os aspectos teórico-metodológicos que o norteiam.

Nos estudos netnográficos devemos levar em consideração três opções para a realização das entrevistas: online, face a face ou pela combinação de ambas em proporções variadas (Kozinets, 2014, p. 106). Nesta pesquisa, fizemos uso da entrevista online em formato síncrono, utilizando a ferramenta *Google Meet*.

O procedimento para chegar até a entrevista ao vivo, mediada por um computador, se deu após um contato inicial por meio de mensagem na rede social Instagram dos professores estudados. Posteriormente, a formalização se deu pelo e-mail, com assinatura do Termo do Consentimento Livre e Esclarecido.

No momento das entrevistas, a Pesquisadora encontrava-se na cidade de São Luís-Ma, o professor A em Curitiba-PR (Brasil), a professora C estava na cidade de Lisboa, Portugal, o Professor E, na cidade de Lisboa, Portugal e o Professor F, em São Luís-Ma.

A entrevista ocorreu após quatro anos de pesquisa nas redes e mídias sociais dos educadores. Como já estávamos em campo online, pesquisando por meio de observação participante, pudemos elaborar o roteiro da entrevista de forma mais específica e direcionada. Utilizamos blocos temáticos para tal fim. Toda esta preparação foi essencial para o bom caminhamento da entrevista e das análises de capital social dos líderes das comunidades educacionais.

A validação do guia de entrevista foi feita por quatro juízes independentes portugueses e brasileiros das áreas de Ciências Humanas e Sociais. Enviamos-lhe uma explanação inicial acerca dos objetivos da pesquisa e um roteiro prévio da mesma. A pesquisadora ficou à disposição (por e-mail) para responder possíveis dúvidas que os juízes pudessem ter ao longo do processo de avaliação.

Ao submeter nosso roteiro de entrevistas a uma avaliação rigorosa por juízes independentes, pudemos constatar a importância de uma pergunta bem elaborada para obter respostas satisfatórias, bem como a gestão do tempo, os entrevistados, pudessem se sentir confortáveis em responder a tudo no prazo médio de 1h15, como fora acordado previamente por e-mail. Esse processo foi fundamental para garantir a qualidade da nossa pesquisa.

Nossa entrevista semiestruturada teve 36 perguntas abertas. Para facilitar a coleta de dados, o roteiro de entrevistas foi dividido em quatro blocos: 1) Diálogos iniciais, configurando-se como um momento importante para captação de dados geográficos, formação

acadêmica, gênero, idade e informações iniciais sobre trajetória docente; 2) Construção de Comunidades Educacionais Online, no qual exploramos com profundidade pensamentos a respeito da comunidade estudada, bem como práticas educacionais existentes e estratégias para manutenção das mesmas; 3) Literacias Digitais e a Influência Pessoal como Elo Fortificador da Comunidade, aqui exploramos questões associadas à percepção dos educadores sobre influência social, o que foi fundamental para analisarmos o capital social, bem como questões relacionadas às literacias digitais necessárias para desenvolvimento de uma rede educacional e questões éticas; 4) Mercado Educacional Online, em que abordamos, de forma mais breve, questão acerca de carreira docente em ambiente online, marketing digital associado à ampliação das comunidades e relação entre formação de comunidades educacionais e mercado educacional.

A seguir (Tabela 9) está o guião de perguntas utilizadas em nossa entrevista semi-estruturada:

Tabela 9

Guião de Perguntas da Entrevista Semi-Estruturada

PARTE 1
DIÁLOGOS INICIAIS
1. Qual é a sua cidade e/ou país de origem?
2. Qual é o seu gênero e idade?
3. Qual é a sua formação acadêmica?
4. Já lecionou em algum nível de educação?
5. Quando surgiu o interesse em utilizar as redes (Ex: Instagram) e mídias sociais digitais (Ex: Youtube) na sua prática educativa? Nos conte um pouco por que surgiu esse interesse e como concretiza o uso na sua prática educativa?
6. Você está presente em quais redes e mídias sociais digitais?
7. Em que medida a sua presença nas mídias sociais tem objetivo de influenciar outras pessoas?
8. No total, quando seguidores/membros, aproximadamente, você possui em sua conta?
9. A sua carreira docente, na atualidade, está associada às mídias sociais digitais ou também há atuação na esfera presencial?
PARTE 2
CONSTRUÇÃO DE COMUNIDADES EDUCACIONAIS ONLINE
10. Você utiliza estratégias educacionais tradicionais (Ex: provas múltiplas escolhas) em ambiente online? Caso sim, cite algumas

11. Você considera seus seguidores (Instagram, TikTok) ou membros de mídias sociais (como o Youtube) como comunidade (ex: estão ali em prol de um objetivo comum: aprender português, inglês, espanhol, etc.)? Caso não, por quê? Caso sim, por quê?
12. Na sua experiência em ambiente online, quais estratégias educacionais têm se mostrado mais eficazes para fomentar a colaboração e interação (ex: responder, sugerir, comentar, compartilhar, etc.) entre os participantes da sua comunidades online?
13. É possível construir um ambiente de aprendizado online por meio de comunicação assíncrona? Como pensar a colaboração e interação nesse cenário?
14. Quais são os principais desafios enfrentados ao tentar estabelecer uma comunidade de aprendizado online eficaz, e como você os supera?
15. Na sua percepção e por meio da sua vivência, qual é o papel do facilitador ou professor na promoção da construção de uma comunidade de aprendizado online engajada, participativa, colaborativa...?
16. Como a diversidade cultural dos participantes, especialmente nas redes sociais digitais, influencia a dinâmica e a eficácia da sua comunicação nas comunidades as quais lidera?
17. Em sua opinião, quais são os elementos-chave para manter a motivação e o envolvimento dos membros em comunidades de aprendizado online ao longo do tempo?
18. Você possui estratégias de avaliação da sua comunidade de aprendizado? Caso sim, em quais meios? E como essas estratégias de avaliação podem ser adaptadas para medir o sucesso da construção de comunidades de aprendizado online?
19. Na sua experiência internacional, existem diferenças significativas na construção e manutenção de comunidades de aprendizado online em comparação com contextos nacionais?
20. Como as estratégias de engajamento digital contribuem para fortalecer os laços sociais dentro de comunidades educacionais online?
21. Qual é a importância da personalização e adaptação de conteúdos digitais para atender às necessidades específicas dos membros de uma comunidade educacional online?
22. Você observa ou mensura o grau de participação ou colaboração entre os membros da sua comunidades online? Eles fazem comentários relacionados à sua área de atuação, ajudam os demais, trocam experiências...?
PARTE 3
LITERACIAS DIGITAIS E A INFLUÊNCIA PESSOAL COMO ELO FORTIFICADOR DA COMUNIDADE
23. Como você se vê no ambiente digital: um líder educacional? Um influenciador da área da educação? Um criador de conteúdo educacional?
24. Na sua visão, de que maneira a influência digital pode ser usada para superar barreiras geográficas e promover a colaboração em comunidades educacionais globais?
25. Quais as literacias digitais que você considera como fundamentais para um professor/cientista que almeja ingressar em redes educacionais online, sejam elas formais, não-formais ou informais?

26. Quais são os desafios éticos relacionados à influência digital na formação de comunidades educacionais, e como eles podem ser mitigados?
27. Qual o papel do Youtube no contexto digital geral no qual você atua? Qual o papel do Instagram/Tik Tok?
28. Quais são os impactos positivos e negativos das redes sociais na construção e sustentação de comunidades educacionais online?
29. Quais são os seus indicadores-chave de sucesso ao avaliar a eficácia da influência digital na construção das suas comunidades educacionais online?
30. Como a influência digital pode ser utilizada para promover a diversidade e inclusão dentro das comunidades educacionais online?
31. Quais são os desafios éticos relacionados à influência digital na formação de comunidades educacionais, e como eles podem ser mitigados?
PARTE 4
MERCADO EDUCACIONAL ONLINE
32. Na sua visão, a construção de comunidades de aprendizado online tem relação direta com o mercado educacional online?
33. Na sua visão, quais são os fatores essenciais para que um professor possa ter uma carreira estável e gratificante lecionando exclusivamente em ambientes digitais?
34. Você utiliza de estratégias de marketing digital para ampliar o alcance e a adesão da sua comunidade online?
35. Você considera que houve um aumento da demanda por educação em ambiente online, seja formal, não formal ou informal?
36. Podemos considerar este como um novo modelo de negócio para educadores?

Dados Arquivais e notas de campo

Estabelecemos para o arquivamos de dados e criação de notas, que posteriormente foram analisadas neste estudo, as publicações que se englobassem nas categorias pré-estabelecidas, por meio de observação, tais como: conteúdos educacionais; oferta de produtos e/ou serviços educacionais feitos pelo(a) professor(a); publicações como gancho para vídeos no canal do Youtube do professor(a); publicidade sobre produtos e/ou serviços educacionais feito para empresas parceiras; divulgação sobre o professor(a) e/ou comunidade educacional relacionada a ele(a) e; divulgação de palestras, eventos, lives, cursos ou outros, associados à educação, em redes sociais digitais.

No total, analisamos 2.448 publicações para desenvolver esta pesquisa, com ênfase para a comunicação propagada pelo(a) líder educacional das comunidades, bem como para as

conversações geradas, e tivemos 69 páginas no *software Word* de notas de campo relacionadas a essas publicações.

Fase 2

Aqui os objetivos específicos são:

Tabela 10
Objetivos da Fase 2 da Pesquisa

Criação de um quadro conceitual para análise, compreensão e implementação de comunidades educativas online, que será disponibilizado na plataforma e redes sociais do projeto.
Levantamento de professores e cientistas do Maranhão, e suas respectivas áreas de ensino e pesquisa com fins de suporte de conhecimento para a mídia e público interessado. O levantamento terá como base as seguintes informações: quem são; quais as suas áreas de atuação; quais os tipos de conteúdo ofertam, quais redes sociais atuam e, posteriormente, fazer a divulgação para grande mídia. O intuito é que haja maior possibilidade de esses educadores serem vozes importantes de suas áreas, ampliando a propagação de conteúdos educacionais nos meios de comunicação digitais e tradicionais e aumentando, por consequência, a possibilidade de formação de comunidades em torno de temáticas educacionais específicas.

7.4 Técnicas e Análises de Interpretação de Dados

Ao analisar os fundamentos da pesquisa em comunicação, a autora Lopes (1990) chama a atenção para a importância de ser ter presente as matrizes de pensamento, denominados paradigmas, ou seja, um modelo a ser seguido por uma comunidade científica. Por meio do trabalho teórico, são definidos quais os problemas são investigados, quais dados são considerados conexos, quais técnicas de investigação são utilizadas e que tipos de solução admitem os problemas.

Na organização destes elementos, a autora nota que é importante perceber que o paradigma resolve de uma certa maneira questões relativas ao ajustamento entre sujeito e objeto (valores, objetividade, ideologia) e ao próprio processo de produção de conhecimento. Remetendo assim a uma teoria do conhecimento ou a uma epistemologia, já que se dispõe a responder sobre possibilidades do conhecimento, seus limites, validade, prova, etc. (Lopes, 1990)

Na pesquisa netnográfica, a coleta e análise dos dados estão intimamente associados. Tão logo, nas etapas anteriores a essa já mencionamos técnicas e análises que utilizaremos para a interpretação dos dados.

Reforçamos, no entanto, que nos apropriaremos da análise de entrevista apresentado por Bardin (2011), na qual fizemos em nível de decifração estrutural centrado em cada entrevista. Essa análise será basilar para a compreensão da motivação da nossa amostra não-probabilística em relação a sua atuação docente e formação de comunidade no universo digital. Tendo em vista que a análise de entrevistas de inquérito é uma parte crucial dentro da análise de conteúdo proposta por Bardin, especialmente no contexto de pesquisas qualitativa, as etapas relacionadas à análise de entrevista de inquérito foram:

1) Planejamento da entrevista; validação com 4 juízes independentes das áreas das Ciências Humanas e Sociais; e condução da entrevista (ocorrida nos meses de agosto e setembro de 2024). Consideramos ainda nesta etapa os estudos de Witzel (1982, 1985 apud Mayring, 2002) sobre "Entrevista Centrada no Problema". Nesse formato, o entrevistador permite que o entrevistado se expresse com a maior liberdade possível, criando um ambiente semelhante a uma conversa espontânea. No entanto, a entrevista é focada em uma questão específica, que o entrevistador introduz e para a qual retorna repetidamente. Essa questão foi previamente analisada pelo entrevistador, que desenvolveu certos aspectos específicos, organizados em um roteiro, e os aborda ao longo da conversa. A entrevista centrada no problema pode ser vista, segundo Mayring (2022) como uma combinação metodológica que integra a entrevista qualitativa, a análise de caso, o método biográfico, a discussão em grupo e a análise de conteúdo. Relembrando os estudos de Witzel (1982), Mayring (2022) destaca um princípio fundamental para esse tipo de entrevista: a centralidade no problema, que significa que a pesquisa se inicia a partir de problemas sociais, cujos aspectos essenciais são explorados pelo pesquisador antes da fase de condução da entrevista.

2) Transcrição e codificação. Levando em consideração que a transcrição foi feita de maneira fiel, capturando não apenas as palavras, mas também as nuances como pausas, entonações e emoções; considerando ainda que a codificação foi feita no sentido de identificar e categorizar os temas recorrentes nas entrevistas, utilizamos a plataforma de produtividade com energia na nuvem, Microsoft 365, que realizou a transcrição e auxiliou na criação de categorias que representem os principais temas emergentes dos dados;

3) Análise de Entrevista, por meio de temas baseados nas respostas dos entrevistados. Bardin (1977) sugere que as categorias sejam exaustivas e exclusivas, garantindo que todas as partes relevantes do conteúdo sejam analisadas. Aqui, buscamos interpretar os dados, buscando compreender as percepções, crenças e atitudes dos entrevistados, além de termos considerado o contexto social e cultural dos entrevistados. Reforçada por Bardin(1977), a nossa análise foi temática, frequencial e quantitativa e transversal;

4) Por fim, fizemos a reflexão sobre os resultados em relação à literatura existente.

Além disso, no processo de análise de redes e mídias sociais digitais com base no Capital Social, desenvolvemos também a análise da conversação em rede nas redes sociais da nossa população desta pesquisa, fundamentada por Recuero (2014), para que pudéssemos chegar à interpretação final de nossa pesquisa com a devida garantia de fidelidade e validade científica. A partir de uma amostra de conversas online, podemos observar e apreciar fenômenos, mapear processos de influência em diferentes campos e em larga escala, refletir sobre tendências sociais, culturais, políticos, educacionais, tecnológicos, entre outros. Isso porque, os diálogos mediados por computador são "fundamentalmente conversações amplificadas, emergentes e complexas, nascidas da interconexão entre atores" (Recuero, 2014, p.122).

Um aspecto importante do desenvolvimento da comunidade de aprendizagem online é avaliar se uma determinada comunidade de aprendizagem online é bem-sucedida ou não e porquê (Alem & Kravis, 2004), logo, com todos os dados analisados, almejamos compreender quais as principais bases organizacionais e estratégias de comunicação das comunidades online de aprendizado, formadas a partir ou com o apoio das redes sociais digitais, para que possamos desenhar, validar e mensurar uma comunidade de aprendizado digital que, por conseguinte, possa servir de base professores e cientistas que objetivem inovar nas formas de transmissão do conhecimento e popularizar o saber científico.

Por fim, realizamos a análise geral dos dados por meio da teoria indutiva, como sugere Kozinets (2014), para analisar dados de pesquisa netnográfica. O método indutivo ou indução considera que, após ponderar sobre um número suficiente de casos particulares, conclui-se uma verdade geral. Ao contrário da dedução, a indução parte de dados particulares, da experiência sensível.

Logo, categorizamos, comparamos, verificamos, generalizamos e teorizamos os esclarecimentos obtidos nas entrevistas face a face e/ou online, bem como as notas de campos, observação participante, dados arquivais e dados de redes sociais extraídos das redes sociais estudadas. Frisamos que a categorização dos dados foi fundamental para a interpretação dos

mesmos, por isso, utilizamos nessa etapa o programa MAXQDA, que é um software acadêmico para análise de dados qualitativos e métodos mistos de pesquisa.

7.5 A ética na pesquisa em redes e mídias sociais digitais

De acordo com a Stanford Encyclopedia of Philosophy (2021), a importância da ética na pesquisa é discutida, especialmente, em relação à proteção da privacidade e confidencialidade dos dados dos participantes. A Enciclopédia destaca que a violação da privacidade pode causar danos significativos aos indivíduos, como a exposição de informações pessoais ou constrangedoras. Com o avanço da tecnologia, especialmente na internet, essas preocupações aumentaram, exigindo que os pesquisadores adotem medidas rigorosas para proteger os dados, como a anonimização e restrições de acesso.

Além disso, a Stanford Encyclopedia of Philosophy (2021) aborda as complexidades envolvidas na coleta de dados online, onde informações aparentemente inofensivas podem ser usadas para identificar indivíduos. Mesmo com a legislação sobre proteção de dados, como o Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR) da União Europeia, por exemplo, estabelece diretrizes para a proteção desses dados, mas o documento alerta que a natureza fluida da internet e o comportamento dos usuários nas redes sociais complicam a aplicação dessas regras.

A enciclopédia pontua ainda a necessidade de se fazer o recrutamento de participantes e do consentimento informado em pesquisas online, destacando a necessidade de adaptar esses processos ao ambiente digital para garantir a proteção dos direitos dos participantes.

Neste estudo, seguimos não só as diretrizes da pesquisa netnográfica como também da Stanford Encyclopedia of Philosophy (2021).

As questões éticas devem estar presentes em uma pesquisa netnográfica, tendo em vista que os objetos dessa pesquisa são primordialmente os seres humanos. Por isso, adotamos postura ética ao longo da pesquisa, obtendo consentimento informado dos participantes do estudo. Todos os sujeitos envolvidos na pesquisa e participantes das entrevistas receberam e assinaram o termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE), onde demos a oportunidade de lerem e esclarecerem as dúvidas sobre o estudo de forma geral. Além disso, nenhum print revela nomes, rostos ou dá indícios diretos de qual pessoa estamos analisando no estudo.

8 ANÁLISE DE DADOS

8.1 Análise de Redes e Mídias Sociais Digitais com base no Capital Social

O presente tópico propõe uma análise das redes sociais digitais e mídias sociais digitais sob a ótica do capital social. Partindo dos conceitos abordados no capítulo 4, tópico 4.3, busca-se compreender de que maneira essas plataformas digitais influenciam a formação, a manutenção e o desenvolvimento do capital social entre os indivíduos investigados. Assim, o objetivo geral desta seção é identificar os tipos de capital social presentes nas comunidades de aprendizagem online (*Online Learning Communities - OLC*) estudadas. Especificamente, procuramos: investigar como as plataformas digitais facilitam a criação de *OLC*; analisar a relação entre o capital social e os resultados anunciados por membros do grupo em relação à aprendizagem; e identificar as barreiras e os facilitadores na construção de capital social em tais comunidades.

Como método de análise das redes e mídias sociais digitais com base no capital social, selecionamos a rede social digital central do nosso estudo, o Instagram, e incluímos também dados da mídia social YouTube, extraídos de amostras coletadas entre janeiro de 2020 e janeiro de 2024. A coleta de dados foi realizada por meio de uma abordagem qualitativa, baseada na análise de conteúdos publicados pelos professores e/ou cientistas das *OLC*. Foram examinados comentários e reações do público a partir de uma amostra não probabilística das postagens. Paralelamente, a análise quantitativa abrangeu a mensuração dos seguintes componentes: 1) quantidade de conteúdos exclusivamente educacionais relacionados ao tema central da rede social analisada; 2) quantidade de posts sobre ofertas de serviços e produtos relacionados ao tema central da rede, feitos pelo próprio gestor da plataforma; 3) quantidade de posts de publicidade paga por empresas do setor educacional; 4) quantidade de conteúdos voltados à divulgação da rede social analisada e/ou do professor na mídia; 5) divulgação de palestras, eventos, lives, cursos e outros, relacionados à educação, em redes sociais digitais. Foram examinados comentários e reações do público a partir de uma amostra não probabilística de 2.374 postagens

Além disso, foram analisadas as métricas das duas redes sociais utilizadas pelos professores e/ou cientistas, com ênfase na quantificação do número de usuários, tempo de uso, frequência de interação e engajamento.

As entrevistas também constituíram parte fundamental dos nossos instrumentos de pesquisa, fornecendo informações aprofundadas sobre as percepções e experiências a respeito do uso das redes e mídias sociais digitais como ferramentas para a construção e fortalecimento do capital social.

Na análise dos dados, nos empenhamos em identificar os tipos de capital social presentes nas plataformas. Para isso, é necessário construir categorias que incluam todas as diferentes formas observáveis. "Por terem valores heurísticos, devem ser exaustivas e mutuamente exclusivas. Para esse fim, as cinco categorias a seguir são identificadas entre as quais, pelo menos em um nível suficiente de aproximação, consideramos possível tornar visíveis os elementos observáveis que compõem os diferentes aspectos do Capital Social: (1) Relacional, (2) Normativo, (3) Cognitivo, (4) Confiabilidade do ambiente social, (5) Institucional." (Bertolini & Bravo, 2016, p.3)

Bertolini e Bravo (2016) relatam que podemos fazer uma distinção entre as três primeiras e as duas últimas categorias mencionadas acima. Os relacionamentos, as regras internalizadas e o conhecimento são elementos de capital social que estão "próximos" do indivíduo, pois tendem a mudar, pelo menos em parte, conforme a pessoa em questão muda. Por outro lado, a confiança no ambiente e as instituições afetam um grande número de pessoas de maneira similar. É importante destacar que esses últimos elementos – instituições e confiança no ambiente social – possuem características de bem público, beneficiando todo o grupo envolvido. Como resultado, sua criação e manutenção frequentemente envolvem desafios de ação coletiva para aqueles que usufruem desses benefícios.

"Definimos, portanto, a distinção entre capital social no primeiro nível (SC1) e capital social no segundo nível (SC2) com base no fato de que sua produção e sua manutenção respectivamente apresentam e não apresentam um ou mais problemas de ação coletiva" (Id., 2016, p.5). Assim sendo, o SC2 é um recurso do qual todos os atores interessados podem usufruir sem que ninguém seja excluído, o que significa que, pelo menos em teoria, esses atores têm poucos incentivos para contribuir para sua criação e manutenção, o que resulta nos desafios típicos da ação coletiva, conforme podemos observar na imagem abaixo, onde: níveis, diz respeito à divisão hierárquica do capital social; dimensões trata da separação entre o indivíduo e o coletivo; escala, indica se a abordagem é no nível micro (individual) ou macro

(coletivo/sistêmico) e; aspectos são os elementos-chave que compõem o capital social em cada dimensão.

Tabela 11

Dimensões e níveis de capital social nas conexões micro e macro. Fonte: Bertolini e Bravo, 2016. Feito pela autora

Níveis	Dimensões	Escala	Aspectos
Primeiro	Individual	Micro	- Relacional - Normativo - Cognitivo
	Coletivo	Macro	- Relacional - Normativo - Cognitivo
Segundo	Coletivo	Macro	-Confiabilidade de ambiente social - Instituições

Os autores exploram como as ações e interações no nível micro (individual) impactam o nível macro (coletivo), e vice-versa. A análise dessa relação ajuda a entender como fenômenos individuais e sociais estão interligados, mostrando que o capital social não pode ser totalmente compreendido sem considerar essa interação entre os dois níveis, cria-se, assim, um ciclo contínuo de influência entre os níveis micro e macro. Esses níveis coexistem e se complementam, sendo que as interações nas mídias sociais podem fortalecer tanto as conexões pessoais (micro) quanto as redes amplas de seguidores e influenciadores (macro), ampliando o capital social em ambos os níveis.

Consideramos, ainda, como o capital social influencia a colaboração entre os participantes em atividades de aprendizagem online, incluindo a realização de projetos em grupo e a interação nas postagens; investigamos como as relações sociais nas redes e mídias estudadas proporcionam suporte social aos estudantes, ajudando-os a superar desafios e a manter a motivação; avaliamos a contribuição da participação em redes sociais com fins educacionais para a construção da identidade social dos estudantes, fortalecendo o senso de pertencimento a uma comunidade de aprendizado, por meio de prática observacional na qual, a partir do comportamento dos usuários nas redes, é possível compreender o seu sentimento e sua percepção em relação à ela; e ponderamos como essas comunidades de aprendizagem

online podem contribuir para o desenvolvimento profissional dos educadores, facilitando a troca de experiências e a construção de redes de colaboração.

"Professor, o senhor trabalha ou só dá aula mesmo?"

Considerando as categorias históricas do processo docente, com base no tripé "salários, jornadas e contratos", Oliveira (2020) confirma a hipótese de que os professores brasileiros estão cada vez mais empobrecidos e explorados, com jornadas de trabalho intensificadas e condições contratuais extremamente instáveis. A autora afirma que se o professor é, como aqui se argumenta, um trabalhador, a compreensão de seu lugar social dentro do modo de produção e de seu poder transformador deve não apenas guiar a historiografia do trabalho para focar nos sujeitos, mas também inspirar os próprios professores a buscarem as mudanças necessárias para reverter e prevenir a degradação da educação e, por extensão, da sociedade.

Segundo o Censo Escolar de 2023[19], o Brasil tinha 2.354.194 professores na educação básica, com a maioria a trabalhar no ensino fundamental (60,3%). Porém, o número de professores concursados nas redes estaduais de educação está diminuindo. De acordo com o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep)[20] o número de professores concursados caiu de 505 mil em 2013 para 321 mil em 2023. Em contrapartida, o número de professores temporários aumentou, chegando aos 356 mil em 2023, o que representa 51,6% do total de contratações.

Um desestímulo imenso para aqueles que almejam ingressar ou prosseguir com a carreira docente no país, especialmente na educação básica.

Sob uma outra ótica e retomando os diálogos já iniciados no tópico 2.3 (Redes e mídias sociais digitais e seus reflexos na educação), a autora Carmo (2022) observa que na chamada sociedade do conhecimento, o conhecimento se tornou um bem central, assim como as mercadorias e serviços foram no passado. Logo, a maneira como o conhecimento é produzido, distribuído, bem como circula mudou profundamente, graças ao avanço digital. Emerge deste fato uma necessidade, tanto individual quanto social, de aprender, reciclar e atualizar conhecimentos em um ritmo acelerado, prevendo ainda novas oportunidades no meio no qual se insere, seja em âmbito pessoal ou profissional.

[19] Veja os dados completos aqui: https://www.gov.br/inep/pt-br/assuntos/noticias/censo-escolar/mec-e-inep-divulgam-resultados-do-censo-escolar-2023

[20] Veja os dados completos aqui: https://institutoconhecerbrasil.org.br/numero-de-docentes-concursados-cai-de-505-mil-para-321-mil-em-10-anos/

A partir deste cenário, iniciamos nossas observações nas redes sociais digitais dos Professores A, B, C, D e E no período de 01 de janeiro de 2020 a 01 de janeiro de 2024.

Professor A

Em quatro anos, monitoramos as redes sociais digitais de um professor brasileiro, de 45 anos, que lecionava, até então, de modo presencial, mas que dedicava uma parte do seu escasso tempo a ensinar as pessoas por meio de suas redes sociais, o denominaremos como Professor A. Sua forte e perene atuação em redes e mídias sociais digitais nos levou a um total de 868 publicações analisadas, nas quais categorizamos como: a) Conteúdos exclusivamente educacionais relacionado à temática da rede social digital A, com um total de 624 posts analisados; b) Conteúdos sobre ofertas de produtos ou serviços educacionais, especialmente cursos, do próprio Professor A e feitas por ele mesmo, com um total de 164 posts (inclui vídeos como ganchos para o Youtube ou para seu site próprio); c) Conteúdos relacionados à publicidade para empresas da área da educação, com um total de 66 publicações; d) Conteúdos relacionados à divulgação na imprensa da rede social A e/ou do Professor A, totalizando 14 publicações. Temas que fugissem a esses assuntos foram descartados da nossa análise, pois não condiziam com os objetivos da pesquisa. Trazemos os dados (Tabela 12) com os percentuais relacionados:

Tabela 12
Dados quantitativos da rede social digital do Professor A

Categorias	Percentuais relacionados a um total de 868 publicações analisadas entre janeiro de 2020 e janeiro de 2024
Conteúdos Educacionais	71,8% representando 624 publicações
Oferta de serviços e produtos educacionais do Professor A/ Direcionamento para o canal do Youtube	18,8% representando 164 publicações
Publicidade sobre produtos educacionais para terceiros	7,6% representando 66 publicações
Divulgação de matérias feitas pela imprensa sobre o professor a	1,6% representando 14 publicações

Diante desse quadro, nos quatro anos de análises, vimos uma evolução acontecer no que se refere ao capital social desse docente, que, há altura, já possuía dimensões e níveis de capitais sociais em coeficientes micro e macro.

Em sua caminhada de ensino em redes e mídias sociais digitais, observamos uma intensa necessidade de ensinar as pessoas de uma maneira simples, objetiva, criativa, com humor e estratégias de interação e de participação, bem como didáticas, com fins claros de promover a aprendizagem dos membros que ali se encontravam e que cresciam a cada dia.
Propostas de desafios de aprendizagem, aulas ao vivo com dia e hora previamente agendados, paródias para aproximar o membro da rede social dos temas ensinados, convite à conversação em postagens tanto no feed quanto nos stories, entre outros fizeram com a rede social do Professor A passasse a se tornar uma comunidade de aprendizado.

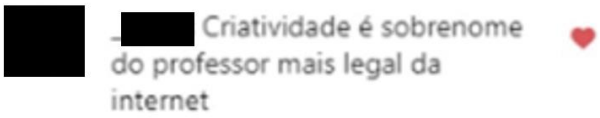
Nos aproximando novamente de Downes (1999) por meio de Chen (2004), compreendemos que o papel do facilitador em comunidades de aprendizagem vai além da mera gestão do curso. É ele quem, ao integrar conteúdos e estimular a comunicação, promove a construção de um senso de comunidade e o desenvolvimento de relações de confiança entre os membros. Ao manter o entusiasmo e o envolvimento nas discussões, o facilitador cria um ambiente propício para a geração de novos conhecimentos e a construção de significados compartilhados. O pensar no outro, no caso da comunidade de aprendizagem online, no aluno foi o motivo principal para a criação de uma rede voltada para o ensino da Língua Portuguesa, segundo o Professor A.

> O caminho para a rede social (...) não foi pensando em mim, sabe? Foi muito pensando no estudante, como todo professor faz. Professor, quando entra em sala de aula, (...) pensa muito no estudante. A gente quer ensinar para ele o conteúdo que nós sabemos para que eles possam ser melhores. E uma das alegrias nossa é quando a gente vê que o estudante está sabendo tanto quanto a gente, até mais. Então sempre foi o meu movimento, muito de doação pelo estudante (Professor A, informação verbal, Apêndice 1).

Observamos que a qualidade das relações estabelecidas entre o facilitador e os membros é fundamental para o sucesso da comunidade de aprendizagem, pois é através do diálogo que se constrói o conhecimento e se fortalecem os laços sociais, tão fundamentais para a formação do capital social.
Todo esse estímulo fez com o que o Professor A passasse a ser reconhecido e enaltecido pelos seus momentos por meio de comentários em posts, muitos desses, aliás, servido como base para criação de novos conteúdos na comunidade de aprendizagem que ali nascera a partir de

uma rede social com fins educacionais, no ano de 2017 (três anos antes da nossa análise ser iniciada).

Figura 5
Reconhecimento dos atributos criativos do Professor A em sua rede social digital



A participação da comunidade também tem um tom de agradecimento pelas benfeitorias no ensino feitas pelo Professor A, que levaram membros da comunidade a alcançar conquistas educacionais (Figura 6):

Figura 6
Agradecimento pelas conquistas alcançadas por meio das aulas do Professor A

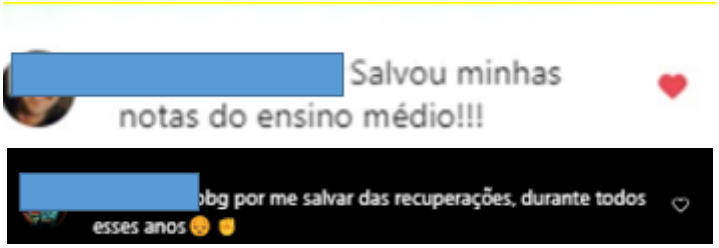


Figura 7
Agradecimento pelas conquistas alcançadas por meio das aulas do Professor A

Essa conquista por parte dos alunos sempre foi o desejo inicial do Professor A, como relatou em entrevista: “Eu acredito demais que o domínio da língua portuguesa pode fazer as pessoas terem uma ascensão social. Hoje, a ascensão social passa muito pela comunicação. Quem sabe se comunicar com todos os níveis de pessoas tem uma ascensão social, com certeza”.

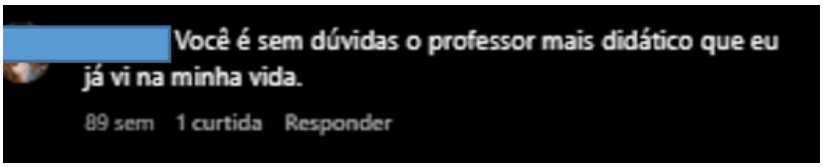
Observando essas e centenas de outras mensagens na COI do Professor A, printadas e arquivadas em computador na etapa de coleta de dados, entendemos que o seu capital social relacional é muito forte, tendo em vista a quantidade de conexões de relações e de troca -

variáveis em estabilidade, valor e conteúdo da troca - que unem os diferentes indivíduos no contexto referenciado (Bertolini e Bravo, 2016).

Compreendemos também que os comportamentos e valores internalizados pelos atores analisados seguem um padrão, especialmente no que se refere à necessidade de participação, seja por meio de curtidas, compartilhamentos e, principalmente de comentários, tão logo, encontramos presente o capital social normativo na COI do Professor A, que reverbera no seu próprio capital social.

O alcance comunicacional em rede online do docente, oriundo da educação básica, é tão extenso que chega também em estudantes em nível de graduação e pós-graduação. Em um caso, específico, uma aluna de um programa *latu sensu* criou um conteúdo exclusivo em sua própria rede social para enaltecer a importância do trabalho do Professor A nas redes e mídias sociais digitais. No vídeo, ela destaca que, mesmo na universidade, sua base para aprendizagem no assunto em específico vem dos ensinamentos do Professor A. No remix dessa postagem feito pelo Professor A, em sua rede social, um comentário chama a atenção:

Figura 8
Comentário enaltecendo a didática do Professor A ao lecionar em ambiente online



Tal comentário, encontrado de modo semelhante em diversas outras postagens, nos permite compreender que o capital social cognitivo é também fortemente presente no Professor A, tendo em vista que há um conjunto de recursos cognitivos, como conhecimentos, habilidades e informações, que são compartilhados e coconstruídos nesta rede social estudada do Professor A.

Sobre esse ponto, o olhar do Professor A reconhece que a sua didática, não baseada no tecnicismo, mas sim, numa linguagem mais clara e objetiva auxilia na construção e manutenção de laços com a sua comunidade. Segundo ele:

> (...) O tecnicismo afasta as pessoas, principalmente quando uso uma fala muito rebuscada, eu reduzo muito o grupo de pessoas. (...) Tem pessoas que falam assim na Internet, de forma proposital e está tudo bem. É o jeito deles ensinarem. Mas eu quero atingir todo mundo, qualquer pessoa. [Por exemplo], uma pessoa que terminou o ensino médio e uma pessoa que não conseguiu terminar o ensino médio, as duas com 25 anos, e as duas possam me assistir e me entender. Então acho a linguagem é uma coisa (...) que que conecta. (...) E quanto mais

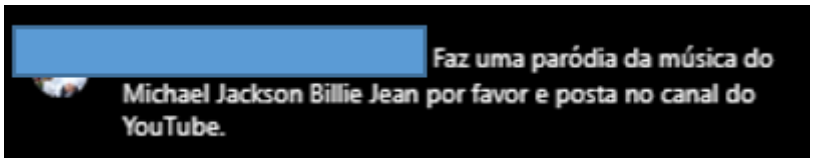
> pessoas estiverem aprendendo, melhor, quanto mais pessoas tiveram na internet melhor. Hoje as pessoas olham onde foi que a gente chegou (...). Querendo ou não, como um canal (no Youtube) que bateu 5 milhões de inscritos, caramba! Um Instagram com 1.000.001 de seguidores de um professor que fala de português...Esses números também impactam muito as pessoas. E querendo ou não, números que me atraem. "Quem é esse cara?", "Por que tem tanta gente seguindo ele?" (...) Essa conexão vem por aí. E, também, as pessoas olham, têm curiosidade... Aí vão lá, acabam sendo impactadas por algo. Tem pessoas que chegam também e não são impactadas. E está tudo bem faz parte do processo (Professor A, informação verbal, Apêndice I).

Em um contexto educacional, o capital social cognitivo é fundamental para o aprendizado colaborativo e a construção de conhecimento, como podemos observar por meio dos exemplos aqui expostos até o momento.

Ressaltamos que, nos quatro anos de análise da COI do Professor A, notamos uma frequência e profundidade das interações, bem como uma gama diversa de conteúdos educativos, com linguagem apropriada, publicados com frequência regular, quase diária, e uma co-construção de conhecimento. Relembramos que foram 624 posts totalmente dedicados à sua área de atuação educacional. Aqui, os membros da rede colaboram para construir novos conhecimentos, por meio de questionamentos, resolvem os problemas propostos pelo Professor A e elaboram ideias em conjunto, mesmo que de modo assíncrono (Figura 9). Esses são indicadores fundamentais para o capital cognitivo.

Figura 9

Proposta de um membro da COI de ideia de novo conteúdo para o canal do Youtube do Professor A



Assim, no que se refere à SC1 (Capital Social Individual), constatamos que o Professor A, por meio de sua COI, possui relacionamentos, regras internalizadas e conhecimento, que são elementos de capital social "próximos" ao indivíduo, no sentido de que variam pelo menos em parte com as variações do ator de referência (Bertolini & Bravo, 2016). Tal fato pode ser percebido na fala do Professor A, durante a entrevista: "eu vou continuar entregando cada vez mais, para atingir cada vez mais pessoas, para que eu possa levar a língua portuguesa do meu jeito, do jeito que acredito (...) de forma atrativa, descontraída, contextualizada com o cotidiano, para que as pessoas entendam o bom português de uma vez por todas".

Seguindo para a análise da SC2 (Capital Social Coletivo) que trata da confiabilidade no ambiente e nas instituições, incluindo e explicando de forma análoga seu efeito sobre um grande número de atores, notamos relações de confiança bem construídas em sua comunidade de aprendizagem online, ocorrendo trocas de favores e suporte entre os membros, que são sinais de obrigações e expectativas.

Notamos ainda que os membros, especialmente, o Professor A está investindo na criação de novas relações, assim como, está fortalecendo as já existentes seja por meio de respostas diretas ou de compartilhamento de comentários e vídeos dos membros da COI em seu feed do Instagram, desenvolvendo, desta maneira, um mecanismo de troca. Cria-se uma certa "obrigação" positiva, influenciando o nível de confiabilidade do ambiente social na forma como o Professor A e os membros agem.

Considerando ainda que essa confiança na COI estudada acontece também pelo fato de muitos membros já terem obtido êxito com os estudos por meio das aulas ministradas pelo Professor A, em algum momento da vida, e de forma eventual acabam voltando novamente aos ensinamentos do Professor A, como ele relata:

> E tem a galera que entrou lá atrás...Passou por mim em algum momento, fez faculdade, depois voltou para estudar para concurso, seguiu a vida. Depois no trabalho, lembram de quem os ajudou com o português e voltam de novo. (...) eu já recebi alguns comentários presencialmente que foram bem interessantes (...) de professores que me abordaram falando que estudaram comigo no ensino médio (...) e que já estão no mercado de trabalho. Posso dizer que já tem uma geração de professores que passaram mim (...). Há pessoas que também se sentiram motivados a virar professores depois de ver o que eu fazia na internet (Professor A, informação verbal, Apêndice I).

Como vimos no estudo de caso de Bertolini e Bravo (2016), o aumento da confiança leva os outros membros a se comportarem da mesma forma. "Em condições de alta confiabilidade do ambiente social é ainda mais provável que a obrigação seja recíproca, alimentando o círculo virtuoso" (Id., 2016, p.12).

Outros elementos presentes na COI do Professor A, que geram o aumento da confiança e, também, na instituição, são: a) alta frequência de participação e engajamento dos membros, indicando um maior nível de confiança no ambiente virtual, já que os membros têm a possibilidade de ter seus comentários vistos e suas ideias serem executadas, além disso, eles têm também confiança na frequência e qualidade dos conteúdos; b) o compartilhamento de informações pessoais do líder da COI, no caso, o professor A e dos próprios membros, contando histórias e situações que viveram, isso nos leva a compreender que há um alto nível

de confiança nas instituições que gerenciam a rede; c) o compromisso de ministrar aulas gratuitas toda semana, por meio do seu canal do Youtube, com datas e horários previamente compartilhados com a comunidade, em sua rede social Instagram; d) a qualidade das interações, por meio de discussões construtivas, respeitosas e colaborativas, o que nos faz entender que ali é um ambiente confiável e seguro. Sobre este ponto, o Professor A ressalta que a força da comunidade é tão grande, que mesmo quando há haters (odiadores da Internet), os próprios membros o defendem, sem ele precisar intervir:

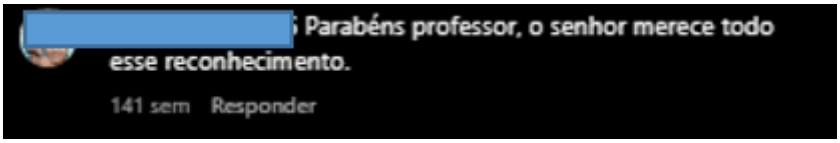
> (...) Se vem alguém fazer comentários ou fazer algum tipo de interação que não faça sentido algum com a educação, com o português, com a aprendizagem, as próprias pessoas já se encarregam de silenciar aquela pessoa no sentido de "olha, você está no lugar errado", "aqui é lugar de falar sobre Língua Portuguesa" (...). A própria comunidade faz esse movimento. Eu nunca precisei mediar de verdade(...). Eu nunca precisei entrar no meu canal do YouTube, por exemplo, e ficar deletando comentários de qualquer coisa. Já tive comentários de haters, nada muito absurdo (nada perto do que outros criadores passam), mas comentários que fosse um pouquinho mais pesados e a própria comunidade já silenciava aquela pessoa. De rebater mesmo, sabia? Aquela pessoa já se sentia "opa aqui não é o meu espaço" (Professor A, informação verbal, Apêndice I).

O elemento "confiança nas instituições", será exemplificado aqui, também, por meio da credibilidade do gestor da COI, o Professor A, diante de outras instituições, como universidades, imprensa e empresas públicas e privadas. Nos anos analisados (2020 a 2024), coletamos dados que se referem à quantidade de publicidades feitas por ele para empresas da área da educação. No total, foram 66 postagens, nas quais o Professor A se associou a grandes empresas nacionais para falar sobre serviços ou produtos associados de forma direta à educação. No que se refere à divulgação de entrevistas ou participações em meios de comunicação, somamos 14 publicações. No entanto, o universo de matérias jornalísticas e entrevistas para meios de comunicação concedidas por ele é bem maior nesse espaço de tempo. Em uma busca por notícias do Professor A no Google, chegamos a 21 publicações.

Tudo isso gera um aumento de reconhecimento e de confiança na COI do Professor A, conforme podemos ver a seguir (Figura 10), onde um membro do grupo lhe parabeniza por uma reportagem em um meio de comunicação de alcance nacional:

Figura 10

Membro da COI do professor A parabenizando ele pela matéria dedica ao seu trabalho



Em seu relato, o Professor A comenta que o fato de trazer a Língua Portuguesa para o cotidiano das pessoas as aproxima ainda mais dele:

> E uma coisa que tem agradado muitas pessoas, é quando eu consigo trazer o português para o cotidiano, então eu faço mais esquetizinhas (esquetes), brincando com a Língua Portuguesa. E com esse esquete humorístico, as pessoas se identificam bem, "eu vivencio isso também". "eu faço isso também". Ou "já vi coisas desse tipo" (...) E as pessoas se identificam demais (...) Assim desde ambiguidades da língua, como usei uma vez o verbo suar e a palavra sua. (...) As pessoas além de rirem se identificam com isso, gostam disso e comentam e compartilham. Enfim, então acho que a gente consegue colocar o português mais vivo no cotidiano. Isso engaja muito as pessoas. Elas compram muito essa ideia porque elas se sentem parte(...). "Pô, eu faço isso também", "eu falo assim também", "eu não sei falar dessa forma" e isso tem funcionado muito especialmente dentro do Instagram (Professor A, informação verbal, Apêndice I).

Consideramos que, por meio de uma abordagem didática, criativa e interativa, o Professor A conseguiu criar um espaço de aprendizado colaborativo, onde os membros da comunidade não apenas consomem conteúdo, mas também participam ativamente na co-construção de conhecimento. Esse engajamento reflete-se nos diferentes tipos de capital social observados: relacional, normativo e cognitivo, confiança no ambiente e institucional, todos fortemente presentes na comunidade online.

Há outros dados quantitativos que refletem no aumento de reconhecimento e de confiança na COI do Professor A, tais como: agrupamento de cerca de 7 milhões de membros/seguidores nas três principais redes e mídias sociais digitais do docente, sendo elas, Instagram, Youtube e Tik Tok e mais de 322 milhões de visualizações em uma única mídia social digital (entre os anos de 2015 a 2014). Todo esse percurso o levou a ofertar conteúdos educacionais pagos nos quais aprofunda mais os conhecimentos na área em que leciona.

> (...) Eu trabalho ali também (nas redes e mídias sociais digitais). E 80% das minhas vendas do curso são pelas minhas redes, (tudo é) 100% orgânico. (...) Aquela pessoa que quer aprofundar o conteúdo, ela sabe que tem um produto de aprofundamento. Ela sabe o que eu entrego (nas redes sociais) o conteúdo básico. (...) se ela quiser um conteúdo mais *premium*, digamos assim, ela vai encontrar o meu curso, que é o que eu faço lá (no site próprio), um acompanhamento mais próximo, correção de redação, um monte de coisa que não tem na internet de modo geral. Querendo ou não, é preciso fazer isso também, porque eu preciso criar um produto a mais. Não posso depender somente da rede social. Para viver *só* disso? Não. A rede social precisa ser uma vitrine do meu trabalho em todos os aspectos, uma vitrine para as pessoas que querem aprender o básico, e uma vitrine para as pessoas que querem aprofundar o conteúdo. Então essa vitrine leva para o conteúdo mais aprofundado. É uma vitrine de referência para outras pessoas (Professor A, 2024, informação verbal, Apêndice I - grifo nosso).

Ele ressalta ainda que na era em que estamos, profissionais de diversas áreas têm a possibilidade de atuarem e ofertarem produtos na internet como forma de diversificarem suas ofertas de trabalho e obterem outras fontes de renda.

> Eu acho que todo mundo tem que ter algum tipo de produto digital. Todo mundo tem que ir além de ter a rede *social*. Tem que ter o produto digital, um e-book, *por exemplo*. Você *pode* empreender no digital para fazer, nem que seja uma renda extra. Pode não ser o seu principal recebimento, mas tem que ter, porque, primeiro, você tem muita possibilidade na internet para vender produtos, para se estabilizar com isso e melhorar a vida. Então acho que todo mundo tem que ter um produto digital, todo professor, todo profissional de qualquer área (Professor A, informação verbal, Apêndice I - grifo nosso).

Considerando as categorias de Coleman (1988) analisamos pontos importantes encontrados nas relações sociais do Professor A que podem constituir recursos de capital úteis para ele mesmo, são eles:

Tabela 13
Recursos úteis de capital social - Professor A

Obligations, Expectations, and Trustworthiness of Structures (Obrigações, expectativas e confiabilidade das estruturas)	*Presente*
Information Channels (Canais de informação)	*Presente*
Norms and Effective Sanctions (Normas e Sanções Efetivas)	*Presente*

Há também estruturas sociais que facilitam algumas formas de capital social (Coleman, 1988), as quais encontramos presentes na comunidade de aprendizagem online do Professor A

Tabela 14
Tipos de Estrutra Social que facilitam formas de Capital Social - Professor A

Closure of Social Networks (Conexões fortes nas Redes Sociais)	*Presente*
Appropriable Social Organization (Organização Social Apropriada):	*Presente*

Por meio desses resultados, ponderamos sobre a importância das redes sociais digitais como ferramenta de fortalecimento do capital social e de construção de comunidades de aprendizagem. O caso do Professor A ilustra como um educador pode, por meio de práticas

bem estruturadas e consistentes, transformar uma rede social em um ambiente propício para o aprendizado, o crescimento mútuo e o reconhecimento profissional. O sucesso de sua comunidade de aprendizagem reflete não apenas suas habilidades pedagógicas, mas também a capacidade de engajar e motivar indivíduos em busca de conhecimento, consolidando seu papel como facilitador e líder em um cenário digital em constante evolução.

Professora B

Agora faremos a análise de Redes e Mídias Sociais Digitais com base no Capital Social de uma professora de origem inglesa, de 40 anos, Doutorada em Matemática, que atua tanto no campo da educação superior quanto na comunicação social, a qual denominaremos de Professora B. No ano inicial de nossa análise, a Professora B já possuía dimensões e níveis de capitais sociais em coeficientes micro e macro, dada a sua atuação nas mídias e redes sociais, nas mídias tradicionais de comunicação e em uma importante universidade pública de Londres, o que fortalece continuamente seu capital social.

Diante disso, nossa consideração inicial é de que a Professora B possui o SC2, que é um recurso de Capital Social do qual todos os atores interessados podem usufruir sem que ninguém seja excluído, resultando em desafios típicos da ação coletiva em que cada pessoa é importante para o processo. Observamos, nesse sentido, que somente por fazer parte das redes e mídias sociais e ser telespectador da Professora A, já gera um benefício de usufruto individual, inclusive e mais fortemente, para a liderança educacional da qual estamos analisando.

Em quatro anos, fizemos a análise de um total de 63 publicações, nas quais categorizamos como: a) Conteúdos exclusivamente educacionais relacionado à temática da rede social digital A, com um total de 44 posts analisados; b) Conteúdos como ganchos para direcionar para vídeos do Youtube, totalizando 15 posts; c) Conteúdos relacionados à publicidade para empresas da área da educação, com um total de 4 publicações. Temas que fugissem a esses assuntos foram descartados da nossa análise, pois não condiziam com os objetivos da pesquisa. A tabela abaixo traz os dados com os percentuais relacionados:

Tabela 15

Dados Quantitativos da Rede Social Digital da Professora B

Categorias	Percentuais relacionados a um total de 63 publicações analisadas entre janeiro de 2020 e janeiro de 2024
Conteúdos Educacionais	69,8% representando 44 publicações
Oferta de serviços e produtos educacionais do Professor A/ Encaminhamento para o canal do Youtube ou outros meios de comunicação	23,8% representando 15 publicações
Publicidade sobre produtos educacionais para terceiros	6,3% representando 4 publicações

Inicialmente analisamos que a Professora B combina um tom acessível e informal de linguagem com a apresentação de temas científicos e complexos. As suas postagens Professora A, como o carrossel ilustrado e a divulgação de suas produções em mídias tradicionais, têm um forte viés educacional.

A trajetória de nossa análise, iniciada em 2020, nos revela um movimento de descontinuidade de conteúdos exclusivos de sua área temática (neste caso, a matemática) ao longo dos anos, ampliando o seu leque sobe conteúdos educacionais.

No ano de 2020, a Professora B empenhava-se em desenvolver assuntos focados na ciência matemática, seja em curiosidades ou resolução de problemas, por exemplo (Figura 11).

Figura 11

História e curiosidade sobre Émilie du Châtelet, uma importante figura na ciência que contribuiu para a física, em formato ilustrado e em carrossel

Os seguidores da Professora B, apresentavam sinais de que eram fãs de seu trabalho e interessados na temática abordada na página, inclusive contando a ela informações de suas vidas pessoais.

Figura 12

Manifestação de carinho de seguidores da Professora B

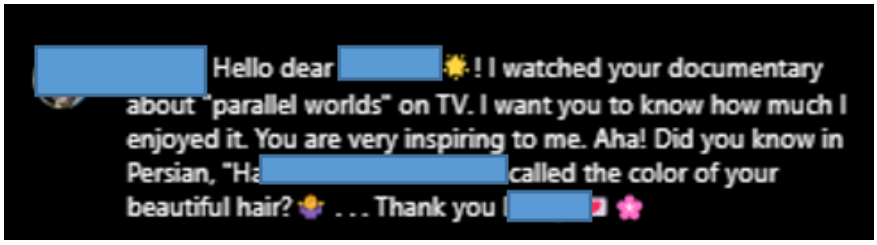


Figura 13

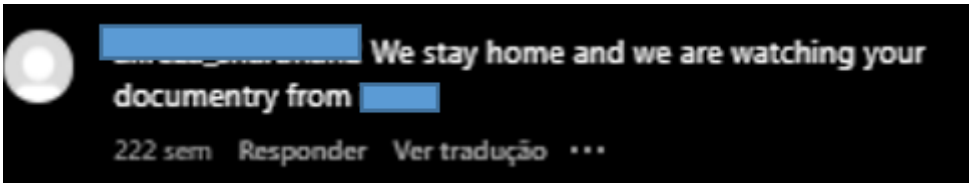
Manifestação de carinho de seguidores da Professora B

Os seguidores aparentam ter uma proximidade com a Professora B, pois em muitos casos, relatam situação cotidianas como se sentissem amigos próximos dela e expõem a todos os

demais membros da rede (Figura 14), onde um seguidor sente a necessidade de dizer que "ficou em casa e está assistindo um documentário X que ela participou", ao invés de apenas dizer "Eu assisti ao seu documentário".

Figura 14

Seguidor relata situações à Professora B de forma amigável, como se fossem próximos



Neste período de publicações, os seguidores destacavam que as informações educacionais transmitidas pela Professora B, mudavam suas percepções de mundo. Comentários como "Você acabou de mudar a minha vida"; "Isso é tão inteligente; "Amei a sua explicação. Obrigada" demonstram que os seguidores não apenas consomem o conteúdo passivamente, mas sentem que ele faz diferença em suas vidas.

Isso nos leva a compreender que a conexão da Professora B com seus seguidores se destaca no aspecto relacional do capital social, muito embora, essa relação não seja totalmente recíproca, pois há pouca ou quase nenhuma interação da Professora B em comentários de respostas ao seu público. Porém, os comentários afetuosos e pessoais dos seguidores indicam que ela construiu uma rede onde os membros se sentem próximos e parte de uma comunidade. Isso demonstra um capital social relacional robusto, no qual a confiança e o engajamento pessoal são fortalecidos pelas interações contínuas dos membros seja entre eles, seja para ela. O envolvimento emocional de seus seguidores demonstra que suas interações vão além do consumo de conteúdo, gerando um laço de reciprocidade entre a educadora e seu público.

Figura 15

Membro da COI da Professora B relata que seus conteúdos mudaram sua vida

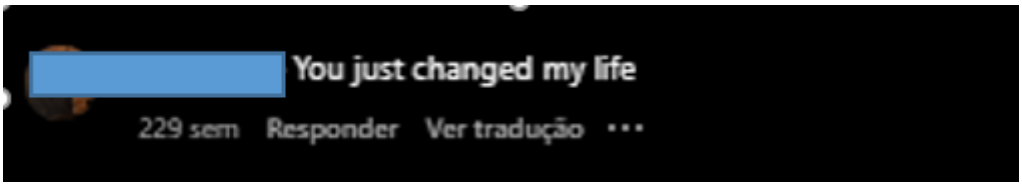


Figura 16

Agradecimento pela explicação didática da Professora A

O seu perfil, no entanto, ficou sem postagens por longos períodos, devido aos problemas de saúde que a professora A enfrentara à época. Justifica-se então, o motivo de haver um volume de postagem tão abaixo dos esperados por influenciadores educacionais como o Professor A, conforme analisamos acima. Em relação a isso, pontuamos, no entanto, que os professores de outros países não têm a frequência de postagem tão elevada quanto os docentes brasileiros.

Em seu retorno ao trabalho no universo digital, observamos que a Professora B começou a explorar temas diversos associados não só à matemática, como também à ciência, tecnologia e inovação, associando as suas postagens na rede social Instagram ao seu outro trabalho em mídias tradicionais (a considerar que o Instagram se configura como uma forma de trabalho também).

O foco nesta segunda fase passou a ser mais a divulgação de suas produções em mídias tradicionais da Inglaterra. Ressaltamos que há um diálogo contínuo em torno da presença feminina na ciência, principalmente nas áreas de matemática, física, ciência da computação e engenharia. A Professora B reflete em alguns de seus posts sobre a sub-representação de mulheres nesses campos, e sua audiência responde a essas provocações.

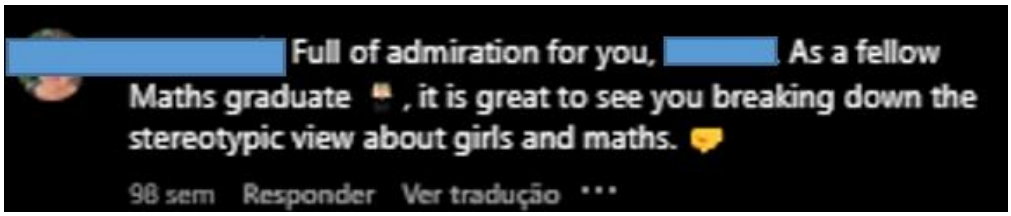
Ela pontua que essa disparidade de gênero não é causada por um único fator, mas sim por uma série de pequenos acontecimentos desmotivadores — o que ela chama em uma publicação de "morte por mil cortes". A Professora B menciona que esses "cortes" começam cedo, como a declaração polêmica de Katharine Birbalsingh, que sugeriu que as meninas evitam física porque não gostam de "matemática difícil", sendo amplamente criticada no Reino Unido. Além disso, há a falta de diversidade entre os vencedores da Medalha *Fields*, o equivalente ao Nobel em matemática, onde apenas duas mulheres ganharam o prêmio ao longo da história.

Esses pequenos desestímulos constantes reforçam a ideia de que as mulheres não pertencem a essas áreas. Para resistir a essa narrativa e seguir em frente, é necessário um grande nível de resiliência. A Professora B argumenta que é essa exposição contínua a fatores

aparentemente pequenos que faz com que as mulheres abandonem esses campos, criando uma barreira invisível que precisa ser superada. Notamos que o seu empenho em disseminar a ciência e a educação e suas reflexões são necessários para que mudanças sistêmicas ocorram, tanto em atitudes sociais quanto em práticas institucionais, para promover e valorizar o talento feminino nas áreas de STEM (ciência, tecnologia, engenharia e matemática). O apoio dos membros da sua rede é contínuo, especialmente nestes casos.

Figura 17

Membros da rede apoiam a quebra da visão estereotípica sobre mulheres e matemática

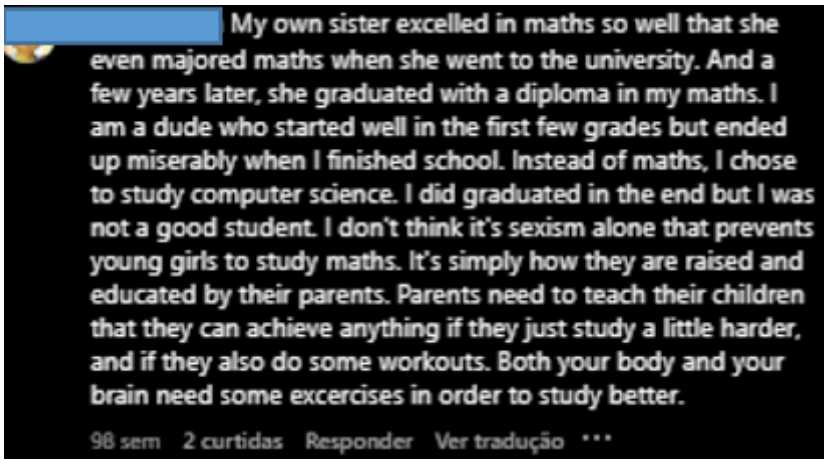


No que refere ao compartilhamento de normas e valores dentro de uma rede, do qual Bertolini e Bravo (2016) denominam como Normativo, analisamos que as postagens e discussões da Professora B sobre a representatividade feminina nas áreas de ciência e tecnologia exemplificam a maneira como normas sociais são debatidas e reforçadas na sua rede. Essa é uma causa dela. A adesão a um ideal de inclusão e a defesa da diversidade de gênero nas STEM (Ciência, Tecnologia, Engenharia e Matemática) são normas compartilhadas e perpetuadas dentro da comunidade educacional e acadêmica que ela construiu.

Há seguidores que apontam posicionamentos mais duros ou críticos, porém de modo respeitoso na maioria dos casos, especialmente nos debates sobre mulheres na ciência ser uma questão de sexismo. No relato abaixo (Figura 18), o seguidor aponta que deve haver um equilíbrio entre suporte familiar, educação inclusiva e abordagens que combatam o sexismo, para que mais meninas se sintam encorajadas a perseguir seus interesses em campos como a matemática.

Figura 18

Seguidor se manifesta com opinião divergente, mas de forma polida

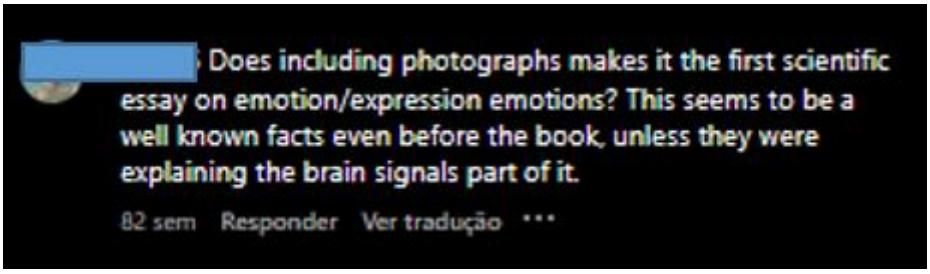


Os membros da rede social da Professora B também se interessam também em temas amplos, como inovações tecnológicas e seu impacto no cotidiano. Isso é exemplificado pelo foco da Professora B na filosofia da inovação e na maneira como a tecnologia influencia a sociedade de forma quase invisível.

Muitos seguem levantando contra argumentações às suas postagens, porém, de modo respeitoso, mantendo as normas da rede social da Professora B. Como exemplo, temos um seguidor que questionou sobre a possibilidade de que os conceitos de expressão de emoções (dos quais ela tratava em uma postagem) já fossem conhecidos antes, e se o ensaio exposto abordava algo novo, como, por exemplo, os sinais cerebrais relacionados às emoções.

Figura 19

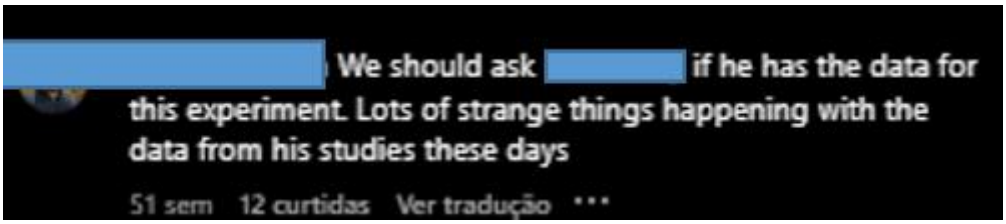
Seguidor da Professora B colocando pontos de debate em sua publicações



Os membros são tão engajados em ciência, educação e tecnologia que também trazem problemas ou controvérsias referentes à precisão ou confiabilidade dos dados nas pesquisas de um cientista que a Professora B entrevistou. Isso pode estar relacionado a discussões sobre transparência e reprodutibilidade em estudos científicos, que têm sido questões críticas em várias áreas de pesquisa ultimamente, em nível global.

Figura 20

Seguidor questionando transparência e reprodutibilidade em estudos científicos



O aspecto cognitivo do capital social, que diz respeito ao compartilhamento de conhecimento e à criação de uma base de entendimento comum, estão fortemente presentes nas redes e mídias sociais da Professora B. As suas postagens atuam como pontos centrais para a disseminação de conhecimentos científicos, tecnológicos e matemáticos. Os debates profundos e as reações informadas de seus seguidores sobre tópicos complexos demonstram uma base cognitiva sólida. A comunidade engaja-se ativamente em expandir seu entendimento sobre questões importantes, o que fortalece o capital social cognitivo, entrelaçando-o ao capital social de confiança no ambiente, pois a confiança mútua é um aspecto crítico do capital social.

A interação frequente e respeitosa, mesmo em momentos de discordância ou debate sugere que a rede da Professora B é composta por indivíduos que confiam no ambiente social em que estão inseridos. Não há apatia na recepção desses conteúdos. As discussões são abertas e colaborativas, sem ataques pessoais, o que reforça a confiabilidade desse espaço.

No ano de 2023, a Professora B não criou conteúdos educacionais exclusivos para a Plataforma Instagram, apenas fez recortes de seus conteúdos televisivos ou de *Podcas*ts gravados em audiovisual, o que nos levou a questionar sobre a manutenção da base dessa possível comunidade educacional, mas, compreendemos que a Professora B tem a presença marcante do Capital Social Institucional. E, por sua atuação em uma universidade de prestígio em Londres e por sua presença nas mídias tradicionais, já entrou nas redes e mídias sociais com um capital institucional elevado, não necessitando "depender" exaustivamente de postagens diárias, periódicas ou exclusivas para manter sua comunidade educacional na rede social Instagram, tendo em vista que ela possui muitos outros meios para fazê-lo. Em campo digital, damos o exemplo do seu canal do Youtube que chega a cerca de 1,5 milhões de visualizações. Em nosso processo de análise, notamos que o ano de 2024 foi marcado pelo crescimento da produção de conteúdo educacional no Instagram, porém, o período estava fora do nosso escopo de análise, que se encerrou em janeiro de 2024.

Logo, depreendemos que ela não só se apoia em sua posição acadêmica e profissional, mas também contribui ricamente para moldar discussões institucionais sobre educação e

ciência que impactam seu meio. Além disso, o fato de os seguidores verem valor nos conteúdos dela e relatarem que suas percepções de mundo mudaram a partir desse conhecimento é um sinal claro do poder do seu capital social institucional.

Considerando as categorias de Coleman (1988) observamos pontos relevantes encontrados nas relações sociais da Professora B que podem constituir recursos de capital úteis para ela:

Tabela 16
Recursos úteis de capital social – Professora B

Obligations, Expectations, and Trustworthiness of Structures (Obrigações, expectativas e confiabilidade das estruturas)	*Presente*
Information Channels (Canais de informação)	*Presente*
Norms and Effective Sanctions (Normas e Sanções Efetivas)	*Presente*

Abaixo estão as estruturas sociais que facilitam algumas formas de capital social que encontramos na comunidade educacional online online da Professora B:

Tabela 17
Tipos de Estruta Social que facilitam formas de Capital Social – Professora B

Closure of Social Networks (Conexões fortes nas Redes Sociais)	*Presente*
Appropriable Social Organization (Organização Social Apropriada):	*Presente*

Concluímos que a análise de 63 publicações da Professora A, com 69,8% de conteúdos educacionais, mostra um alto nível de engajamento focado na disseminação de conhecimento, popularização da ciência e interação com sua comunidade educacional. A influência de sua rede social vai além do simples consumo de conteúdo, promovendo debates sérios sobre educação, ciência, inovação e inclusão de gênero. O capital social da Professora B é multifacetado, englobando componentes relacionais, normativos, cognitivos, de confiabilidade social e institucionais, o que demonstra a robustez e relevância da sua presença tanto online quanto offline.

Professora C

O objeto de nosso estudo de Análise de Redes e Mídias Sociais com Base no Capital Social neste tópico será baseado nas redes e mídias sociais de uma Mestra em Matemática, de origem Portuguesa, de 26 anos, a qual denominaremos de Professora C. Ao longo de quatro anos, observamos e analisamos suas redes e mídias sociais digitais.

Ao adentramos em campo para análise, no ano de 2020, a Professora C, já possuía dimensões importantes de Capital Social em níveis micro e macro, especialmente pela sua atuação em seu canal do Youtube, o que lhe rendeu convites para estrelar uma série sobre Matemática em uma Plataforma de *Stream*, no entanto, algumas dimensões estavam fragilizadas, como poderemos observar logo mais.

Há muitos caminhos e interesses que podem levar uma pessoa a ingressar no campo de divulgação educacional e científica online, com fins ou não de formar uma rede educacional/científica. No caso da Professora C, foi explorar a matemática de uma maneira como ela própria via essa ciência: uma verdadeira diversão. Tudo isso associado às práticas criativas e inovadoras de ensinar que ela própria desenvolveu.

> Eu conseguia fazer esses vídeos no YouTube, porque eu achava que eu tinha aprendido muita coisa fora da escola, que era super fascinante, (coisas) que eu tinha aprendido através de livros, através de estudo autónoma, etc., que a maioria das pessoas não conhecia, porque as pessoas estão habituadas a aprender na escola aquilo e sabem muito pouco de matemática fora da escola. Então, então a minha intenção era realmente reunir toda a minha criatividade e fazer vídeos, expor alguns assuntos de matemática que eu achava interessantes e que não eram assim muito falados. Foi assim que eu comecei a divulgação matemática. Inicialmente, eu fazia mais para me divertir, porque eu gostava. Eu nunca pensei que alguém fosse ver os meus vídeos. Nunca foi com o objetivo de ter muitos seguidores ou criar uma comunidade, nem nada. Eu comecei mesmo por ser algo que me dava o prazer. Mas depois? Os anos foram passando e eu acabei (...) com está. (Professora C, informação verbal, Apêndice II)

No total, analisamos 74 publicações, das quais categorizamos como: a) Conteúdos exclusivamente educacionais relacionado à temática da rede social digital, com um total de 19 posts analisados; b) Conteúdos como ganchos para direcionar para vídeos educacionais do Youtube, totalizando 38 posts; c) Conteúdos relacionados à publicidade para empresas da área da educação, com um total de 17 publicações. Analisemos os dados em percentuais a seguir.

Tabela 18

Dados Quantitativos da Rede Social Digital da Professora C

Categorias	Percentuais relacionados a um total de 74 publicações analisadas entre janeiro de 2020 e janeiro de 2024
Conteúdos Educacionais	25,6% representando 19 publicações
Conteúdos como ganchos para direcionar para vídeos educacionais do Youtube	51,3% representando 38 publicações
Publicidade sobre produtos educacionais para terceiros	22,9% representando 17 publicações

Nossa análise inicia-se com um aspecto que nos chamou a atenção em grande parte das postagens analisadas: a insistência masculina em elogiar a beleza da Professora C em detrimento do conteúdo educacional proposto por ela. São centenas de comentários como os da sequência abaixo que não fazem o menor sentido diante daquilo que ela propunha como conteúdo.

Figura 21

Comentários sobre a beleza da Professora C

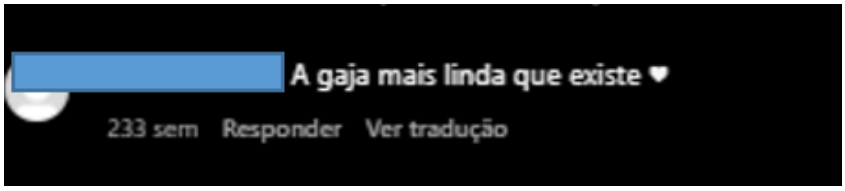


Figura 22

Comentários associando a Professora C a uma lista de belas mulheres

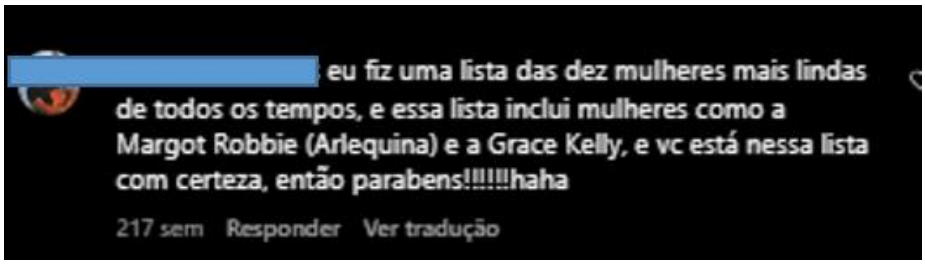
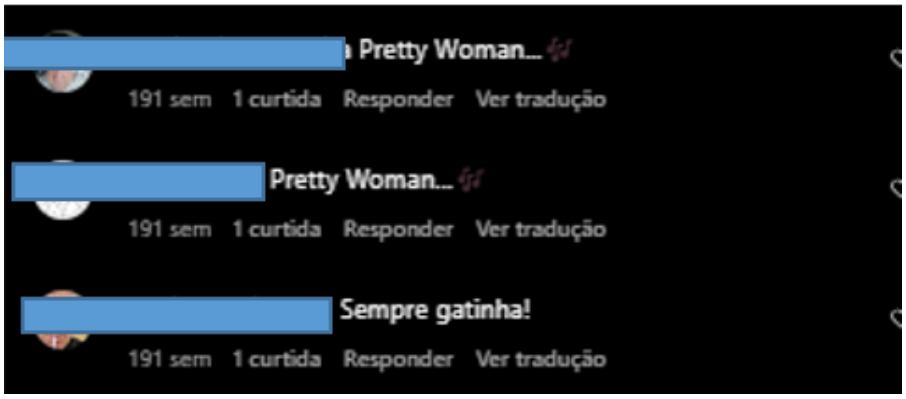


Figura 23

Sequência de comentários em um mesmo post sobre a beleza da Professora C



Questionada se tais comentários a incomodavam, a Professora C relatou que por um bom tempo sim, chegando ao ato radical de se afastar por dois anos das redes e mídias sociais digitais, mesmo sendo aquele um trabalho que fazia de tão bom grado.

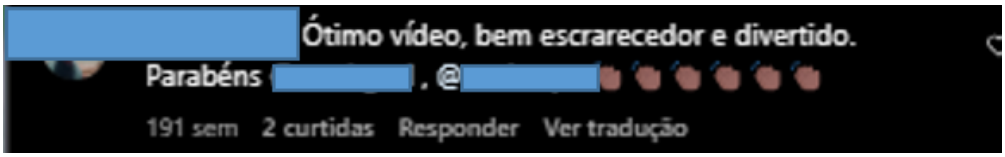
> Agora não (*me importo mais*) porque habituei-me a lidar com isso e a aceitar isso, mas no início incomodava-me muito e até foi um fator que me desencorajou muito. E fiz uma pausa de dois anos fora das redes. Foi um fator preponderante, porque eu pensava "é fogo". Estou aqui a deixar o meu tempo, estou a tentar falar de matemática e a tentar ensinar as pessoas. E elas só valorizam a aparência ou não querem saber do que eu estou a dizer. Então estou para aqui a falar e a gastar o meu tempo. "Estou a ser eficaz?", "Ninguém está a aprender nada", "Estão a apresentar atenção?" (...) Mas agora, não, não é algo que me incomode, não é algo que eu preste atenção, porque, enfim, eu sei que as pessoas também não dizem isso por mal e o facto de fazerem o comentário desse género não significa que a pessoa não tenha prestado atenção ao conteúdo, não é? Então...Era algo que me incomodava muito no passado, mas agora eu simplesmente ignoro. Não, não me faz muita diferença. (...) O facto de a pessoa fazer esse comentário não significa que ela não tenha prestado atenção ao conteúdo do vídeo. Então, acho que as duas coisas conseguem coexistir. Bom, é lidável. (Professora C, informação verbal, Apêndice II).

No entanto, não só de comentários desprovidos de noção sobre os objetivos educacionais da plataforma como estes, se baseia suas redes e mídias sociais digitais. Encontramos inúmeras manifestações de seguidores que apoiavam e colaboravam com a construção de uma comunidade educacional online voltada para os estudos da Matemática. Comunidade essa que tem como base o interesse pela boa aprendizagem da matemática, sob a visão da Professora C: "Sim, eu, eu considero que sim (que há uma comunidade), porque, no fundo, nós estamos todos unidos por um propósito, não é? Pela boa aprendizagem da matemática. E na seção dos comentários, por exemplo, temos seguidores a interagir com outros seguidores. Quer seja no YouTube, quer no Instagram. Então as pessoas interagem entre si e estão lá todas para o mesmo

propósito, que é aprender matemática. Então eu considero que tenho todos os elementos para ser considerado uma comunidade" (Professora C, informação verbal, Apêndice II).

Figura 24

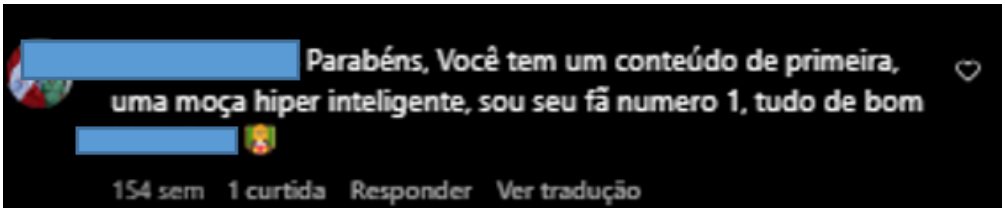
Apoio dos seguidores aos vídeos criados pela Professora C



Os seguidores da Professora C também se denominam fãs do seu trabalho e reforçam a qualidade dos conteúdos propostos por ela, como podemos ver no comentário abaixo:

Figura 25

Parte da comunidade se engaja para promover comentários relacionados aos conteúdos da Professora C



Entendemos, sob o olhar de Bertoli e Bravo (2016) que o capital social normativo refere-se às normas, valores e expectativas compartilhadas dentro de um grupo ou comunidade, que regulam e orientam as interações sociais e a cooperação entre seus membros. Esse tipo de capital social se baseia em regras e códigos não escritos que influenciam comportamentos, fortalecem a coesão social e facilitam o entendimento mútuo. Dessa maneira, analisamos que o comportamento intrusivo de alguns, por meio de comentários insistentes sobre a beleza da Professora C, que não produz conteúdos sobre tal contexto, pode ter sido uma norma negativa estabelecida por aqueles que ali estão há mais tempo. Criou-se um de identidade coletiva, nesse aspecto, permitindo que os indivíduos alinhem suas ações com as expectativas do grupo.

Mas, identificamos que há um movimento contrário nesta comunidade para a inclusão ao incentivo à colaboração, o respeito por diferentes perspectivas e o compromisso com a busca do conhecimento. Essas normas são vitais para manter um comportamento respeitoso e ético, mesmo em situações de discordância, como visto nas interações com a Professora B (tópico 8.1.2), em que seguidores compartilham opiniões divergentes de forma educada e construtiva.

Assim, o capital social normativo fortalece a confiança e a colaboração entre os membros de um grupo, promovendo um ambiente mais coeso e colaborativo. Do contrário, o capital social normativo pode desestruturar por completo a comunidade e os demais aspectos de capitais sociais associados à Professora C.

Para Mendes (2022), a liberdade humana não é uma característica isolada de cada indivíduo, mas um conceito que só pode ser plenamente compreendido em um contexto social, isto é, em relação com os outros e em função dos outros. Ela é o espaço onde construímos nossa identidade, mas essa construção só se realiza de forma coletiva. Ser livre não é apenas fazer o que se deseja, mas também reconhecer e cumprir responsabilidades. O autor aponta que o dilema surge quando aquilo que precisamos fazer não coincide com o que queremos. Assim, o livre-arbítrio pode ser visto como a capacidade de agir de acordo com o que é necessário (autonomia), mesmo que isso vá contra nossos desejos, ou de seguir nossos desejos, mesmo quando sabemos que não deveríamos. "Quando deixamos de fazer o que devemos caímos em uma armadilha, porque neste caso nosso livre-arbítrio pode nos conduzir a matar a nossa própria liberdade e até a liberdade alheia" (Mendes, 2022, p.5).

O autor pontua ainda que mesmo diante de todos os possíveis benefícios das redes sociais existem as deturpações oriundas dos próprios benefícios, tais como: "a) Os impactos diretos das redes sociais para os participantes, terceiros ou instituições; b) Os impactos indiretos das redes sociais para a sociedade a partir do conjunto do comportamento dos usuários ou a partir da administração das próprias plataformas digitais; c) Implicações estruturais das redes sociais como novas forças sociopolíticas e culturais" (Mendes, 2022, p.7). Destes, destacamos neste contexto de análise das redes sociais da Professora C, os comportamentos abusivos ou criminosos de parte de seus seguidores, que podem desencadear muitos outros problemas, impactando, especialmente a líder educacional. Frisamos ainda que a sua conta do Youtube sofreu diversos ataques de spamming (disseminação indiscriminada e abusiva de mensagens; geralmente utilizando-se de robôs), com conteúdo de cunho sexual.

Outro ponto a destacar-se é a xenofobia existente em sua comunidade. Por ter um grupo de alcance internacional, a Professora C já detectou comentários preconceituosos entre portugueses e brasileiros nas suas redes e mídias sociais digitais.

> Tentamos respeitar todos, a toda a gente. Enfim, tentamos realmente incluir toda a gente, não deixar ninguém de fora por motivos éticos ou o quer que seja. E nesta questão, de pronto, o facto de eu ter pessoas de pelo menos dois países (...), predominantemente, o Portugal e o Brasil. Eu sei que, às vezes, há xenofobia para ambas as partes e eu vejo muito isso nalguns vídeos na secção de comentários. Percebe-se que essa xenofobia existe. Não abordo esse tema porque não

> quero que as pessoas se foquem nisso. Eu gosto (...) muito do meu público brasileiro e tento que haja esta este respeito mútuo por parte dos portugueses, e de brasileiros e toda a gente tente se dar bem. Então eu não trago esse ódio e essa xenofobia para cima. Pelo contrário, tento promover respeito mútuo e eu acho que isso é o mínimo que que se pode exigir. (...) o meu principal desafio ético é tentar não deixar que a xenofobia tome de conta (da comunidade) e que as pessoas realmente prestem atenção ao que é importante e haja respeito em ambos os lados (Professora C, informação verbal, Apêndice II)

Salientamos que, entre 2017 e 2021, as denúncias de xenofobia contra brasileiros em Portugal cresceram 505%, segundo balanço da Comissão para a Igualdade e contra a Discriminação Racial do país[21]. Em uma reportagem na BBC Brasil, aponta-se que entre os estrangeiros que vivem em Portugal, são os brasileiros que mais registram casos em que são vítimas de manifestações de racismo e xenofobia[22]

O documento online do Facebook23 "Como escrever boas regras para um grupo" aponta diretrizes para estabelecer as regras de uma comunidade. São elas: a) Para novos grupos, é bom escrever regras para definir as expectativas da cultura deles desde o começo; b) Use o recurso de regras do grupo para adicionar até dez regras a ele (no caso de comunidades no Facebook); c) Boas regras informam aos membros como eles podem se envolver com o grupo; d) As regras podem ajudar a evitar conflitos à medida que o grupo cresce e proporcionar uma sensação de segurança aos membros.

Consideremos necessário um estabelecimento de regras às comunidades da Professora C, tanto no Instagram quanto no Youtube, para que o ambiente se torne mais seguro, acolhedor e gratificante para todos. Ainda no documento do Facebook, entre as regras mais comuns estão as associadas ao bullying: "Nenhum discurso de ódio ou bullying. Todos devem se sentir seguros. O bullying de qualquer tipo não é permitido, e comentários degradantes sobre raça, religião, cultura, orientação sexual, gênero ou identidade não serão tolerados" (Facebook, online, s/d).

No âmbito do capital cognitivo, notamos que entre os anos de 2020 a 2022, o maior foco da Professora C era dar "iscas de conhecimento" aos membros da sua rede para seguirem adiante nos conteúdos em seu canal do Youtube. Essa ação se dava devido à sua forte concentração de produção de conteúdo estar presente lá. São 192 vídeos, 122 mil inscritos e

[21] Dados disponíveis em: https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2024/02/22/professor-arrastou-aluna-pelos-cabelos-o-choque-de-brasileiros-em-portugal.htm

[22] Reportagem disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/internacional-61241139

[23] Documento on-line disponível em: https://www.facebook.com/community/establishing-membership-and-rules/how-to-write-great-group-rules/

mais de 6 milhões de visualizações. Vimos, ao longo dos anos analisados, um movimento tímido de aumento de frequência de conteúdos educacionais exclusivos para a rede social Instagram, a partir do ano de 2023. Assim como a Professora B, observamos que o ano de 2024 foi determinante para o crescimento da produção de conteúdo educacional no Instagram, porém, o período completo desse ano estava fora do nosso escopo de análise, que se encerrou em janeiro de 2024.

Uma das principais características de conteúdo da Professora C, que se engloba também como estratégia educacional, é a proposta de desafios matemáticos para a comunidade, como podemos ver nas publicações abaixo:

Figura 26
Informação sobre desafio no Canal do Youtube

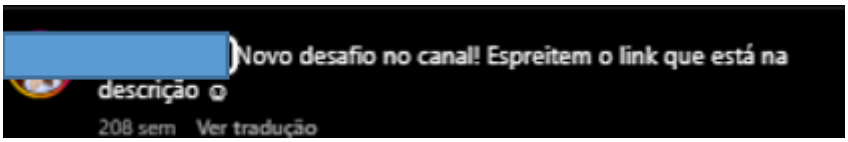
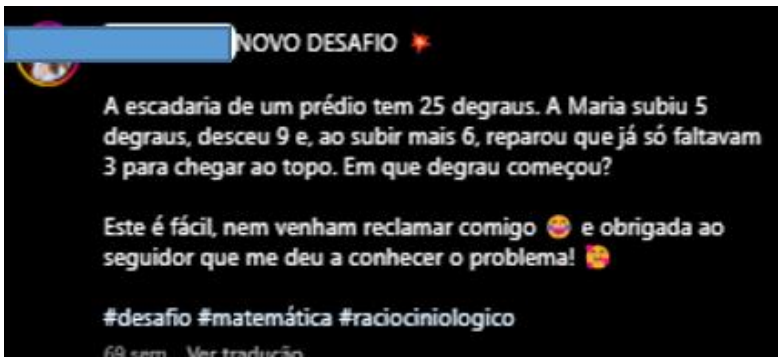


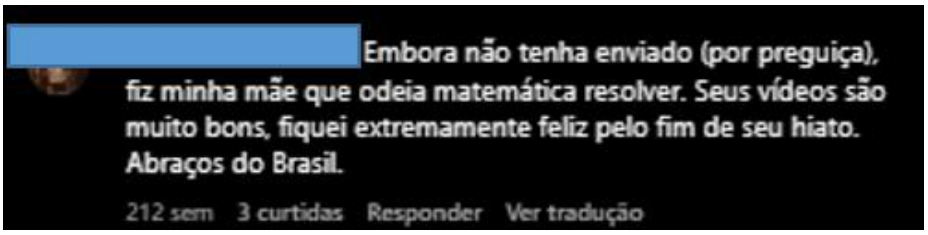
Figura 27
Proposta de desafio na rede social Instagram



Consideramos, portanto, a inclusão de desafios em comunidades educacionais online como uma estratégia valiosa para promover o desenvolvimento cognitivo, a interação e o relacionamento entre os membros da comunidade e de seus meios pessoais de convivência, como podemos ver no exemplo a seguir (Figura 28) em que um integrante da rede social da Professora C envolveu até um membro da família, em ambiente off-line, na proposta do desafio:

Figura 28

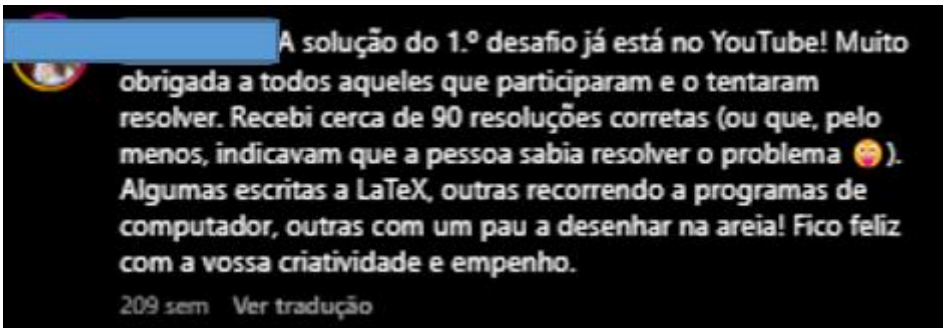
Pessoas envolvem a família na resolução dos problemas propostos pela Professora C



Um ponto interessante da Professora C é que primeiro lança o desafio e somente um tempo depois divulga o vídeo explicando sobre a resolução do mesmo e ainda dá retorno sobre a participação, de modo geral, dos participantes, destacando os casos mais interessantes:

Figura 29

Retorno da Professora C sobre os desafios lançados por ela



A Professora C ressalta que esses desafios são muito importantes para a interação em ambiente online, além de fomentarem a reflexão e o aprendizado.

> Os desafios fomentam muito a interação. Sempre que eu os publico, tenho logo imensas mensagens de pessoas a tentar resolver. Algumas mandam a sua solução, perguntam se está certo, outras dizem que não conseguiram e querem saber como é que se faz. Portanto, os desafios, que foi algo que eu comecei a fazer mais recentemente, (...) geram mais interação. Além disso, eu, nos vídeos, gosto sempre de colocar perguntas ou dizer algo mais provocador para também fomentar os comentários no vídeo ou até deixo na descrição para as pessoas explicarem o passo. Gosto realmente de lançar perguntas para fazer as pessoas refletir e também dar o seu feedback (Professora C, informação verbal, Apêndice II)

A proposta de desafios no campo da educação tem-se mostrado uma ferramenta pedagógica essencial, tanto no desenvolvimento cognitivo quanto no fortalecimento de habilidades sociais e emocionais dos alunos e temos vistos os líderes de comunidades educacionais desenvolveram essas estratégias também como forma de interação entre os membros das comunidades. Essa abordagem oferece uma aprendizagem mais ativa, interativa

e significativa, mesmo em ambientes online, além de desenvolver o pensamento crítico e criativo, que é um dos principais benefícios dos desafios educacionais.

Consideramos, portanto, a inclusão de desafios em comunidades educacionais online como uma estratégia valiosa para promover o desenvolvimento cognitivo, a interação e o relacionamento entre os membros da comunidade e de seus meios pessoais de convivência, como podemos ver no exemplo a seguir em que um integrante da rede social da Professora C envolveu até um membro da família, em ambiente off-line, na proposta do desafio:

Questionamo-nos ainda: para ser uma líder educacional online é necessário ter uma larga experiência em sala de aula presencial? A Professora C pontua que não. "Eu prefiro fazer divulgação (científica e educacional) do que estar num ambiente mais formal, de sala de aula, com alunos". Podemos pincelar um futuro de professores atuantes na internet que não, necessariamente, têm experiências docentes presenciais? É possível que sim.

A assincronicidade no âmbito educacional já vem sendo experimentada há algumas décadas. No Brasil, uma das pioneiras formas de educação a distância foi o Telecurso 2000, representando um marco importante na democratização da educação no país. O programa utilizava a televisão como uma ferramenta de educação ao transmitir conteúdos do ensino fundamental e médio, acompanhados por apostilas que permitiam aos alunos estudar em casa e em horários flexíveis.

> O fato de ser uma comunidade educacional com comunicação assíncrona, não é um grande problema. (...) Cada vez mais nós estamos mais acostumados a essa forma de comunicação. *A pandemia tem seu peso nisso*. Vamos supor que alguém tem uma dúvida. A pessoa coloca essa dúvida e não precisa obter uma resposta na hora. A mesma pode ser dada mais tarde. E isso (...) tem as suas vantagens, porque faz com que as pessoas (...) tenham até mais tempo de reflexão. Um exemplo concreto: eu coloco um desafio e uma pessoa manda me uma mensagem às 6h dizendo que não está a conseguir fazer ou que que não percebe o enunciado, porque aquilo não está certo ou não sei que... Passadas algumas horas, manda-me outra mensagem a dizer 'olha, afinal, já consegui'. Portanto, essa é a vantagen de ser assim assíncrono, porque faz com que as pessoas tenham mais tempo para refletir, para pensar melhor, pelo fato de não obterem logo uma resposta. E então (...) não é obstáculo (a assincronicidade). Pelo menos não um grande obstáculo para a aprendizagem. Mas, claro que é ótimo ter também uma interação síncrona. *No entanto, a comunicação assíncrona* não é um obstáculo tão grande na perspectiva educacional (Professora C, informação verbal, Apêndice II - grifo nosso).

A ampliação do foco para conteúdos mais exclusivos na rede social Instagram, a partir de 2023, também mostra uma evolução no compartilhamento de conhecimentos de forma mais diversificada e reforça um outro capital, o de confiabilidade do ambiente social. Apesar da presença de comentários inapropriados, a maioria dos seguidores demonstra confiança no

conteúdo por meio de feedbacks positivos e colaborações construtivas. Esse ambiente de apoio, especialmente visível na resolução de desafios, gera uma comunidade coesa, onde o conhecimento é transmitido de forma significativa e colaborativa, o que reforça o papel da Professora C como figura confiável no ambiente digital educacional.

Notamos ainda que a dimensão institucional do capital social que diz respeito ao impacto das instituições formais e informais que governam as interações sociais também estão presentes no capital social da Professora C. Sua presença em uma série sobre Matemática em uma plataforma de streaming, seu alcance em nível internacional e seus acordos com empresas educacionais mostram como as instituições reconhecem e fortalecem seu papel como influenciadora educacional em Portugal e no Brasil, onde possui grande número de seguidores e membros da sua comunidade educacional online. Ela relata que "(...)muita gente convida-me (*para eventos*) por eu ter a comunidade, porque tenho e a visibilidade que tenho. Portanto, eu recebo alguns convites precisamente por ter por ter essa visibilidade e mesmo parcerias com marcas e tudo acabam por surgir porque percebem que que eu consigo chegar às pessoas" (Professora C, informação verbal, Apêndice II). Denotando assim, que ela possui total consciência de que sua influência no campo educacional online reverbera para outras áreas.

Todos esses aspectos podem levar para um outro caminho: o de monetização da comunidade, porém, a Professora C ainda não iniciou esse processo em ambiente online.

> (...) A partir do momento em que uma pessoa consegue estabelecer uma comunidade educacional, há formas fáceis de monetizar, não é? Basta criar conteúdos exclusivos para quem pagar uma certa quantidade de dinheiro. E eu acho que é super comum fazer. (Mas), isso é o que eu, pessoalmente, ainda não fiz. Todos os conteúdos que que eu disponibilizo são gratuitos e de acesso livre a toda a gente. Mas eu acho que há uma ligação muito próxima entre comunidades online e o mercado educacional, porque, bom, apesar de tudo, por mais que eu goste de fazer vídeos, tenho de arranjar algo. Se é isso que eu quero fazer da minha vida e se é isso que eu quero dedicar o meu tempo, tenho de arranjar algo, uma forma de ter retorno (Professora C, informação verbal, Apêndice II).

Porém, essa não é uma possibilidade não prevista para ela em um futuro próximo. "O que eu acho que é importante para ter uma carreira estável (*no digital*) é realmente arranjar uma forma inteligente de monetizar os conteúdos e tentaram ofertar benefícios àquelas pessoas que compram determinados conteúdos e deixar sempre num fator diferenciador. Porque é que a pessoa vai escolher assistir às minhas aulas? (Por que) vai escolher consumir os meus conteúdos e não os outros? O que que eu posso oferecer? E acima de tudo, acho que é muito importante a pessoa gostar e estar motivada (Professora C, informação verbal, Apêndice II)

A criatividade, a inovação e a escuta ativa são também fatores que a Professora C considera ao desenvolver seus conteúdos na atualidade e quando os pensa em uma perspectiva futura de oferta de serviços educacionais pagos. "(Temos que) perceber que há sempre formas de crescer e de inovar. E também é importante ouvir o feedback da comunidade. O que é que a comunidade quer? O que é que a comunidade precisa? O que é que eu posso fazer para melhorar? Acho que essa constante reflexão, interação, além do prestar atenção à comunidade (...) é fundamental para oferecer ferramentas pagas" (Professora C, informação verbal, Apêndice II).

Notamos, por fim, uma complexa interação entre as diversas dimensões do capital social, com aspectos que vão desde a criação de uma comunidade colaborativa focada no aprendizado até a necessidade de gerenciar e neutralizar interações desrespeitosas que fragilizam o ambiente. No entanto, ao longo dos quatro anos analisados, é visível a evolução de sua influência educacional e o impacto positivo que ela exerce sobre seus seguidores. O capital social normativo, relacional e cognitivo estão particularmente presentes nas dinâmicas de interação proposta por ela que visam e estimulam o aprendizado ativo e a participação coletiva.

Um dos grandes desafios ao construir e manter uma rede educacional online, é o não conhecimento total acerca de quem é o seu público. Essa temática é fundamental de ser discutida, quando tratamos de redes e comunidades online, pois, se não conhecemos como poderemos dialogar com ele? Além disso, ainda há os perigos de se "aproximar", ainda que virtualmente, de pessoas desconhecidas.

> O maior obstáculo, pelo menos no meu caso, é que nós não sabemos bem para quem é que estamos a falar. Então eu não sei se a pessoa do outro lado sabe muito de matemática, se sabe pouco de matemática, se é nova ou se é velha. Eu tenho de estar preparada para comunicar para pessoas que são muito diferentes, que têm um *background* muito diferente, uma formação muito diferente. E então, às vezes é complicado escolher os tópicos a abordar ou a forma de abordagem. Porque eu sei que tenho pessoas que me seguem, que são da área da matemática, com pessoas que não têm nada a ver e não percebem nada de matemática. Então é preciso fazer estes um esforço e este equilíbrio para tentar agradar ambos os mundos e aquilo que eu tento fazer é, portanto, trazer vídeos um bocadinho mais avançados vídeos um bocadinho mais fáceis. Desafios um bocadinho mais avançados, desafios um bocadinho mais fáceis para tentar que todos possam participar de alguma forma. E mesmo que eu fale de um tópico um pouco mais avançado, tento dar primeiro uma visão mais simplificada do tema, para ninguém se sentir excluído (Professora C, informação verbal, Apêndice II).

Com base nas categorias de Coleman (1988), analisamos aspectos relevantes presentes nas relações sociais da Professora C que podem servir como recursos de capital valiosos para ela. Esses aspectos incluem:

Tabela 19
Recursos úteis de capital social - Professora C

Obligations, Expectations, and Trustworthiness of Structures (Obrigações, expectativas e confiabilidade das estruturas)	*Presente*
Information Channels (Canais de informação)	*Presente*
Norms and Effective Sanctions (Normas e Sanções Efetivas)	*Ausente*

Existem também estruturas sociais que favorecem certas formas de capital social, as quais identificamos na comunidade educacional online da Professora C:

Tabela 20
Tipos de Estrutra Social que facilitam formas de Capital Social - Professora C

Closure of Social Networks (Conexões fortes nas Redes Sociais)	*Presente*
Appropriable Social Organization (Organização Social Apropriada):	*Parcialmente presente*

Este estudo exemplifica como o uso estratégico de redes sociais pode não apenas facilitar a disseminação de conhecimento e popularização da ciência, mas também moldar comportamentos sejam elas de aspecto positivo ou negativo. A Professora C é um exemplo de como pode ser complexo o fortalecimento de capital social em ambientes digitais. Sublinhamos que mesmo que as normas acerca da comunidade não sejam inicialmente expostas, é necessário a intervenção da líder educacional no intuito de pontuar os objetivos daquela comunidade e exigir a promoção do respeito e colaboração entre os membros, mantendo o foco nos objetivos de divulgação da educação e popularização da ciência.

Professora D

Analisaremos agora as redes e mídias sociais digitais de uma professora brasileira, de 37 anos, Doutora em Linguística, que já atuou na educação básica, a qual denominaremos de Professora D. No início do nosso percurso de pesquisa, a Professora D já possuía diferentes formas de capital social em diversas escalas, sejam elas em nível micro, associadas nas interações pessoais e diretas, como as conexões próximas com amigos, colegas de trabalho, alunos e familiares e também macro, envolvendo redes mais amplas, como as interações com

públicos maiores em plataformas sociais, onde as conexões são menos diretas, mas ainda podem trazer benefícios, como visibilidade, alcance de novos públicos, reputação e influência no ambiente digital.

Analisamos um total de 848 publicações no período de 2020 a 2024. Nossa categorização na rede da Professora D ficou da seguinte forma: a) Conteúdos exclusivamente educacionais relacionado à temática da rede social digital D, com um total de 690 posts analisados; b) Conteúdos sobre ofertas de produtos ou serviços educacionais, especialmente cursos, incluindo vídeos como ganchos para o Youtube ou site da Professora D, com um total de 139 posts; c) Conteúdos relacionados à publicidade para empresas da área da educação, com um total de 17 publicações; d) Conteúdos relacionados à divulgação na imprensa da rede social D e/ou sobre a Professora D, totalizando 2 publicações. Temas que não estavam relacionados a esses tópicos foram excluídos da nossa análise, já que não estavam alinhados com os objetivos da pesquisa. A tabela a seguir traz os dados com os percentuais relacionados.

Tabela 21
Dados Quantitativos da Rede Social Digital da Professora D

Categorias	Percentuais relacionados a um total de 848 publicações analisadas entre janeiro de 2020 e janeiro de 2024
Conteúdos Educacionais	81,3% representando 690 publicações
Oferta de serviços e produtos educacionais da Professora D/ Direcionamento para o canal do Youtube	16,3 % representando 139 publicações
Publicidade sobre produtos educacionais para terceiros	2 % representando 17 publicações
Divulgação de matérias feitas pela imprensa sobre a Professora D	0,2 % representando 2 publicações

A Professora D sempre foi muito atenta aos movimentos de tendências de conteúdos nas redes e mídias sociais digitais. Nos primeiros posts analisadas percebemos a presença de uso de *trends* para chamar a atenção para seus conteúdos educacionais relacionados à língua inglesa, tais quais outros criadores de conteúdos faziam em suas comunicações online, o que a leva a uma aproximação forte com seu público, composto por pessoas que se interessam pela língua inglesa, como por professores de inglês, como podemos observar no depoimento abaixo (Figura 30) feito por um também docente da Língua Inglesa:

Figura 30

Comentários de membros da Rede Social da Professora D após ela publicar um conteúdo "trend"

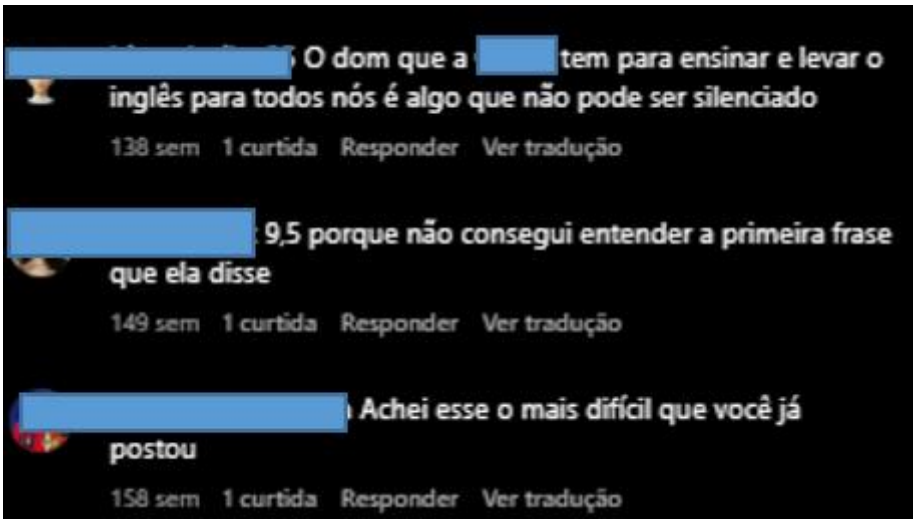
Outra característica bem marcante de conteúdos educacionais da Professora D em suas redes e mídias sociais digitais é a proposta de desafios. São centenas de propostas de resolução de problemas associados à Língua Inglesa lançados em suas plataformas online, o que gera um grande entusiasmo em relação aos membros presentes. Um dos desafios mais recorrentes é o de escutar e compreender algum trecho de entrevista de atores, cantores ou personalidades falando em inglês. Essa estratégia de usar pessoas conhecidas do amplo público é interessante, pois chama a atenção de imediato daqueles que compõem a sua rede digital.

Bebendo na fonte de Bear, Connors e Paradiso (2002) e Pessoa, Kastner e Ungerleider (2003), Lima (2005), aponta que a atenção pode ser entendida como a habilidade do indivíduo de focar predominantemente em estímulos que possuem relevância para ele, ignorando outros. Nesse processo, o sistema nervoso é capaz de estabelecer um filtro seletivo para as informações recebidas pelos órgãos sensoriais, direcionando a atenção para os estímulos que são importantes para o comportamento, garantindo uma interação eficiente com o ambiente. Assim, a atenção está relacionada ao processamento preferencial de certas informações sensoriais. O que percebemos está diretamente ligado ao foco da nossa atenção. O ato de prestar atenção, independentemente do sentido envolvido, aumenta a capacidade perceptiva para distinguir o alvo e minimiza a interferência de estímulos distratores.

Destarte, na era em que vivemos, a atenção é um dos recursos mais disputados em ambientes digitais. Os membros das redes sociais da Professora D manifestam-se sempre muito positivamente a respeito desses desafios que lhes chama muito a atenção, como podemos ver na sequência de comentários abaixo (Figura 31), onde, além de elogios, eles fazem observações sobre o nível dos desafios, e atribuem notas a si mesmos:

Figura 31

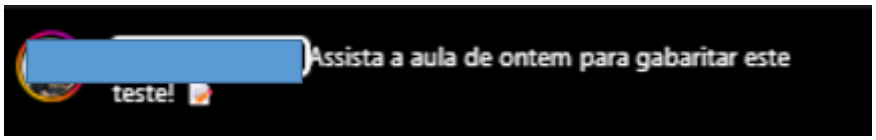
Comentários sobre os desafios propostos pela Professora D



Outro ponto relevante de observação é que a Professora D propõe também testes de conhecimento com base em aulas que ela deu no dia anterior, estimulando os alunos duplamente no processo de ensino-aprendizagem:

Figura 32

Professora D estimula os alunos no processo de ensino aprendizagem por meio de testes de conhecimento



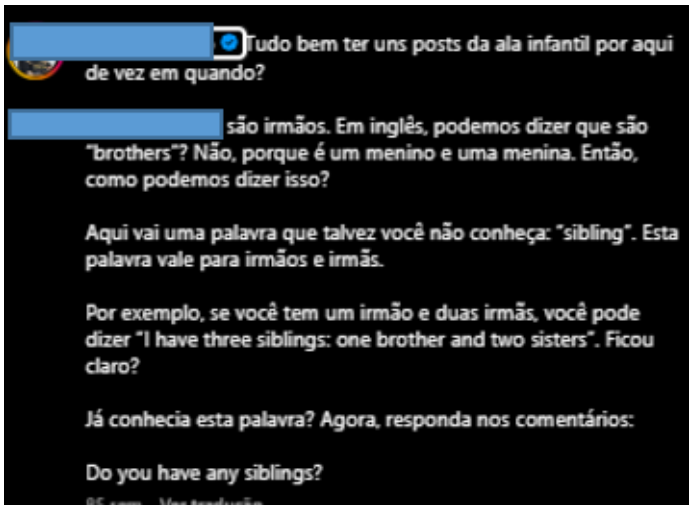
Todos os pontos acima mencionados impactam o campo do Capital Social Cognitivo da Professora D. A criação de desafios relacionados ao aprendizado de inglês e a sua metodologia de engajamento através de conteúdos interativos, como o uso de personalidades famosas para atrair a atenção dos seguidores, reforça o aspecto cognitivo. Sua habilidade de capturar a atenção e guiar seus alunos por meio de um processo de aprendizado focado em estímulos relevantes é fundamental. O retorno que ela oferece aos participantes dos desafios, mesmo que de forma geral, não individualizada, também promove um ciclo de aprendizado contínuo e participativo.

Ao longo dos anos analisados, a Professora D passou por momentos marcantes na vida pessoal, dentre eles, a maternidade. E, por mais que sua rede social seja perceptivelmente tratada como comunidade educacional online, ela pede “permissões” aos membros para abordar assuntos pessoais, denotando um claro respeito a todos que ali estão empenhados no

aprendizado da Língua Inglesa. Não obstante, nesses momentos, ela quase sempre introduz pontos nas legendas que levem à aprendizagem do inglês.

Figura 33

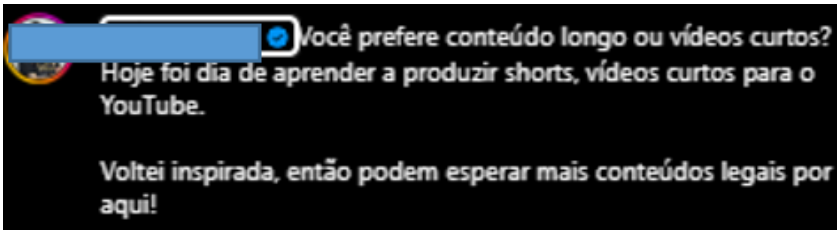
Mescla de assuntos pessoais com ensino de inglês



Após ser convidada para um evento da empresa Youtube, a Professora D voltou pedindo a opinião dos membros da sua comunidade sobre os formatos preferidos ao assistir aos conteúdos na mídia social mencionada.

Figura 34

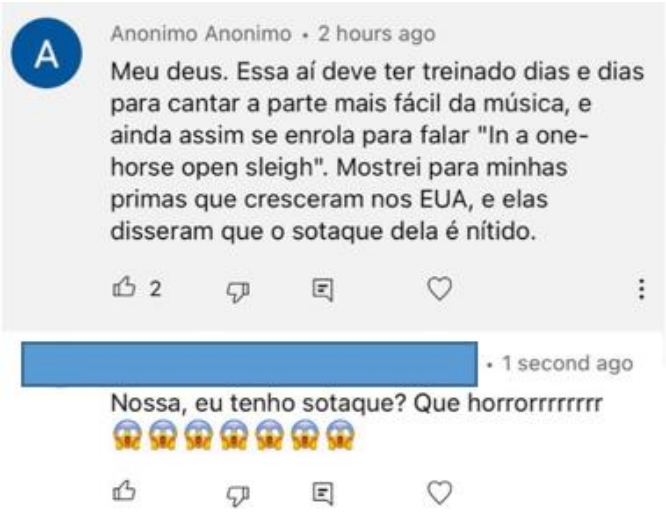
A Professora D pede a opinião do público sobre o formato de vídeo que mais lhe interessa



A Professora D também sofre críticas sobre a sua atuação em ambiente online. Recentemente fez uma postagem sobre uma pessoa anônima que fez um comentário em seu canal do Youtube sobre o seu sotaque brasileiro ao falar a Língua Inglesa. O conteúdo foi colocado em tom de ironia por ela (Figura 35).

Figura 35

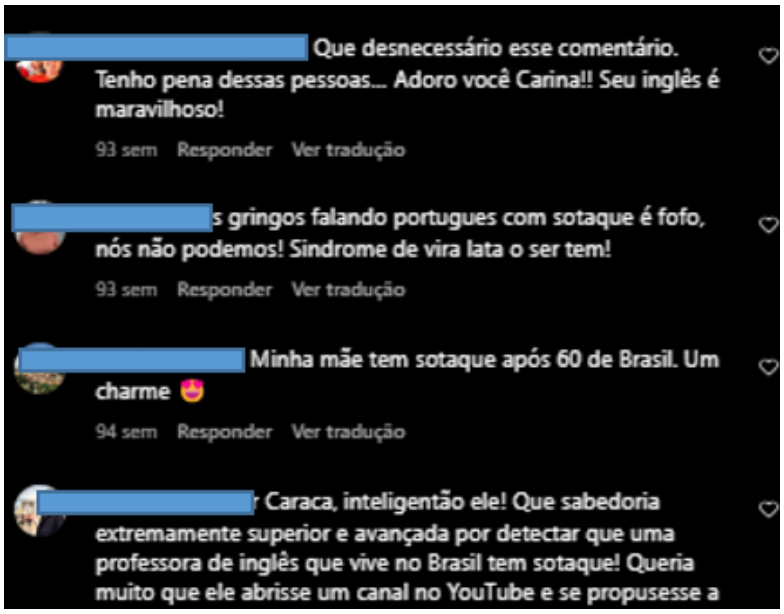
Professora D regae em tom de ironia para combater comentário de haters



Na rede social Instagram, os membros da sua comunidade tecerem comentários em tons de ironia, acompanhando o raciocínio da Professora D, mas também com revolta pelo o que o anônimo comentou.

Figura 36

Membros da Comunidade D se solidarizam com a professora após ela receber crítica



Assim, sob o olhar do Capital Social Relacional, compreendemos que sua comunicação em plataformas digitais estimula interações, como a participação em desafios educacionais e discussões pedagógicas, o que fortalece o senso de comunidade. Tudo isso a torna mais

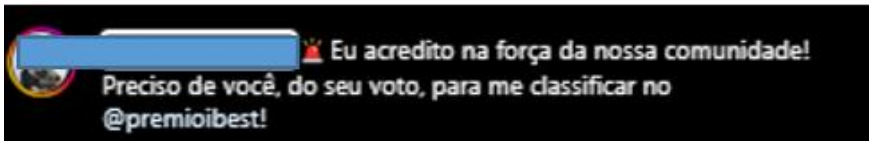
próxima de todos, refletindo no apoio emocional que ela recebe, como observado nas manifestações de solidariedade quando criticada por seu sotaque ao falar inglês. O relacionamento interpessoal se mostra forte e vital, tanto em interações educacionais quanto em questões mais pessoais, como a maternidade, o que cria um ambiente digital coeso e acolhedor.

Isso reflete também no Capital Social Normativo, relaciona-se às normas e valores que regem as interações dentro dessa comunidade digital. A Professora D construiu um espaço onde o respeito e a colaboração são valorizados, e isso é evidente na forma como seus seguidores se envolvem positivamente em discussões e desafios. Mesmo quando aborda temas pessoais, ela solicita permissão aos membros da comunidade, mostrando um respeito pelas normas implícitas de comportamento que ela mesma ajudou a estabelecer.

No âmbito na Confiança no Ambiente, temos um caso interessante no qual a Professora D foi convida a entrevistar, em inglês, uma autoridade da área da tecnologia vinda de fora do Brasil não só pela sua fluência na língua, mas também pelo seu papel enquanto líder educacional online no país. Nesse campo, a Professora D também já concorreu a prêmios na área da educação digital e pediu votos para a fase de classificação aos seus seguidores, como forma clara de envolve-los nesse contexto, afirmando acerca da força da comunidade. A confiança dentro da comunidade da Professora D é evidente tanto na maneira como ela interage diretamente com seus seguidores quanto na credibilidade que ela construiu ao longo dos anos.

Figura 37

Professora D pede votos aos seus membros da sua comunidade para uma premiação da área da educação



Apesar de ela ter citado somente duas vezes matérias jornalísticas nas quais ela foi destaque na imprensa, em sua rede social Instagram, recorremos ao Google para pesquisar matérias associada ao seu canal no Youtube, sua rede social ou a ela própria e encontramos 10 publicações no total. Tudo isso gera um aumento de reconhecimento e de confiança na COI da Professora D, reforçando sua relevância no ambiente educacional.

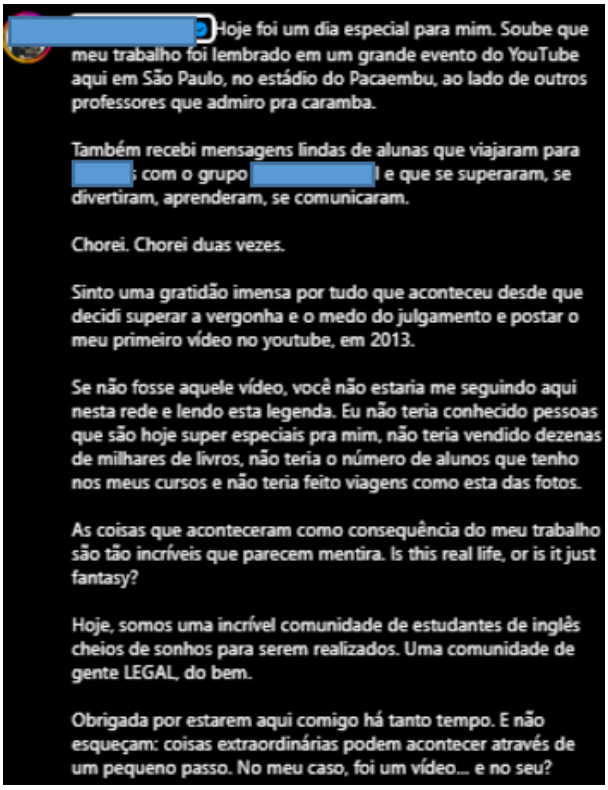
Essa confiança também pode ser vista por meio de um programa de intercâmbio para estudos no qual ela, associada a uma marca internacional, faz anualmente. Juntos, elas levam de 20 a 40 alunos para a Inglaterra para um intercâmbio breve de 20 dias. A própria Professora

D, juntamente com sua equipe, ministram as aulas de inglês e promovem passeios culturais com os intercambistas, que também fazem parte da comunidade da Professora D.

Todos os projetos desenvolvidos pelas Professora D, que também possui sua própria plataforma de educação e livros publicados, e o aceite por parte do público, que se tornou comunidade, fazem-na, por vezes, relatar sua profunda gratidão ao grupo, e incentiva a todos a irem em busca dos seus sonhos, como podemos ver no relato abaixo:

Figura 38

Professora D manifesta gratidão a sua comunidade



Logo, a dimensão institucional do capital social da Professora D é visível nas colaborações com empresas da área educacional e nas oportunidades que ela gera para sua comunidade, como o intercâmbio mencionado acima.

Das relações sociais da Professora D, encontramos pontos relevantes que podem constituir recursos de capital úteis para ela:

Tabela 22
Recursos úteis de capital social – Professora D

Obligations, Expectations, and Trustworthiness of Structures (Obrigações, expectativas e confiabilidade das estruturas)	*Presente*
Information Channels (Canais de informação)	*Presente*
Norms and Effective Sanctions (Normas e Sanções Efetivas)	*Presente*

Abaixo estão as estruturas sociais que facilitam algumas formas de capital social encontramos na comunidade educacional online da Professora B:

Tabela 23
Estrutura Social que facilitam formas de Capital Social – Professora D

Closure of Social Networks (Conexões fortes nas Redes Sociais)	*Presente*
Appropriable Social Organization (Organização Social Apropriada):	*Presente*

Os aspectos do capital social da Professora D, tanto em níveis micro quanto macro, demonstram uma rica rede digital que facilita não apenas a disseminação de conhecimento, mas também a construção de um ambiente de confiança, cooperação e crescimento mútuo, promovendo uma verdadeira comunidade educacional online. A integração de elementos pessoais e profissionais, bem como o respeito às normas estabelecidas pela comunidade, são fundamentais para o sucesso e a longevidade de sua atuação em redes sociais.

Professor E

Nosso caso estudado agora é de um professor de origem portuguesa, que atua há cerca de 8 anos na divulgação da ciência em meios tradicionais e digitais de comunicação, em Portugal. O Professor E, como o chamaremos a partir de agora, é Doutor em Matemática e leciona em uma universidade pública de Lisboa.

A análise de suas redes sociais digitais com fins educacionais foge o período das demais redes analisadas neste estudo, pois sua atuação no Instagram iniciou-se somente em março de

2022 e findou-se, em postagens, em junho de 2023. A rede social do projeto de divulgação científica de matemática continua no ar, porém, sem atualizações desde então.

Nestes 15 meses, analisamos 58 publicações, nas quais categorizamos como: a) Conteúdos exclusivamente educacionais relacionados à temática da rede social E, com um total de 14 postagens analisadas; Conteúdos como ganchos para direcionar para vídeos no Youtube e/ou para programas televisivos, totalizando 44 posts. Não encontramos as demais categorias analisadas nos casos anteriores desta pesquisa, tampouco surgiram novas categorias. A tabela abaixo traz os dados com os percentuais relacionados:

Tabela 24
Dados Quantitativos da Rede Social Digital do Professor E

Categorias	Percentuais relacionados a um total de 54 publicações analisadas março de 2022 e junho de 2023
Conteúdos Educacionais	25,9% representando 14 publicações
Conteúdos como ganchos para direcionar para vídeos no Youtube e/ou para programas televisivos	81,4% representando 44 publicações

Nossa análise inicia-se destacando a discrepância de membros entre as mídias e redes sociais do programa voltado para a divulgação científica. No Instagram, há pouco mais de 920 seguidores. Se fôssemos classificar essa rede de acordo com os critérios de número de seguidores, ela não alcançaria a classificação inicial de nano influenciador[24], muito embora, o número de seguidores não deva ser a métrica principal a se analisar ao tratar de influência em ambiente digital. Há muitos outros fatores envolvidos, como a análise de capital social, no qual estamos desenvolvendo neste estudo. Já no Youtube, o programa, liderado pelo Professor E, possui cerca de 23 mil membros. Este canal possui ainda um número expressivo de visualizações, porém, ainda inferior aos demais analisados neste estudo. São cerca de 900 mil visualizações desde 2012 quando o canal do programa foi lançado.

Não exatamente pelos números em redes e mídias sociais digitais, mas pelo poder de influenciar positivamente a comunidade, especialmente aos que se interessam pela área da matemática, o Professor E, galgou uma posição importante, por meio de um jornal nacional de

[24] De acordo com o site Influencer Marketing de Alta Performance, nano influenciadores são aqueles que possuem entre mil e 10 mil seguidores

Portugal, sendo considerado uma personalidade influente no país, fruto do seu trabalho de comunicar ciência.

> Não estou a vender roupas (...) ou marcas de carros ou qualquer coisa. Mas, no final, trata-se de influenciar pessoas. O que nós queremos é mudar (...) uma certa forma de ver a ciência, seja porque queremos contribuir com algo a mais para o conhecimento dessa pessoa, seja porque gostamos mesmo. No caso dos programas de massas, eu acho que se trata um pouco de mudar a percepção de que as pessoas têm da matemática e, portanto, desse ponto de vista, estamos a ser *influencers*. Há uns anos me foi atribuído um título influência em Portugal. Portanto, essa é a prova que, de facto, estamos a influenciar pessoas. Na prática, nós temos pessoas, fundações que nos financiam e essas fundações estão a financiar por alguma razão. Ela estão a nos a financiar porque nós estamos a influenciar. Eles sabem que eles estão a investir dinheiro para mudar uma certa percepção das pessoas em relação à matemática. Por quê? Porque acreditam que isso é bom para a sociedade; as pessoas valorizarem mais a ciência, beberem a ciência, entenderem melhor o que é o espírito de ser cientista por oposição a outros tipos de conhecimento e de intuição. E, no fundo, eles pagam nos para isso, para mudarmos mentalidade e para, na prática, influenciarmos pessoas (Professor E, informação verbal, Anexo IV).

Constatamos em nossa pesquisa que o perfil da rede social Instagram do programa liderado pelo Professor E, possuía, em 2022, sequências de postagens estruturadas nas redes sociais digitais. Elas seguiam a ordem: 1) Informação sobre novo episódio do Programa e horários de exibição na TV; após alguns dias, 2) informação sobre o episódio atual e link para Youtube; e posteriormente, 3) uma publicação de foto relacionada ao episódio e uma explicação mais longa sobre o tema proposto naquele episódio. Essa explicação normalmente era um texto longo, em formato de legenda, que facilmente poderia ser utilizada como um artigo de blog ou mesmo, como matéria jornalística, nesse caso, necessitaria de adaptações necessárias à linguagem jornalística. Um aspecto muito positivo para quem almeja obter conhecimento sobre aquele tema, tendo em vista, que havia uma explicação mais longa e de fácil entendimento para todos.

No ano de 2023, porém, a sequência foi reduzida e, até junho, eram publicados somente os conteúdos relacionados à divulgação do Programa liderado pelo Professor E na TV e no canal do Youtube. As explicações sobre as temáticas de cada episódio foram suprimidas nesse ano, podendo gerar, inclusive, uma considerável quebra no capital social cognitivo, já que este componente se refere à capacidade compartilhada de promover conhecimento, compreensão e ação coordenada, especialmente nas redes e mídias sociais digitais.

Porém, o fato pode terem suspendido as explicações sobre fatos e curiosidades associadas à matemática, no Instagram, pode ter acontecido devido à baixíssimo, quase nula, participação

e interação dos seguidores com os conteúdos da página do Instagram. Ou seja, não havia quase nenhuma troca dos seguidores com os conteúdos da página, isso pode ter levado ao enfraquecimento do capital social relacional do líder do Programa, o Professor E, na plataforma Instagram, o que influencia diretamente no capital social normativo, que está associado às normas e valores compartilhados dentro de um grupo.

A redução significativa nas explicações e interações educativas, pode indicar ainda uma ruptura com as normas de comunicação mais ricas estabelecidas anteriormente.

Tudo isso, no entanto, pode ser analisado sob a perspectiva de que o Professor E não vê, necessariamente, a rede social do programa em que lidera como um ambiente voltado exclusivamente para a aprendizagem da matemática, tampouco o programa televisivo em si, que é o carro-chefe do projeto.

> Eu, por exemplo, eu não vejo o meu programa como forma de ensinar matemática a alguém. Ou seja, não vejo isto como uma ferramenta de aprendizagem. Eu vejo como uma ferramenta que pode ser um auxiliar na aprendizagem, ou seja, eu vejo como uma ferramenta que pode funcionar muito bem para inspirar as pessoas, para ajudar as pessoas a relacionar temas que estejam a estudar e que algum dia tenham visto no sistema de aprendizagem mais tradicional. Pode ajudar a um professor a exemplificar uma certa matéria, pode ajudar o aluno. Um grande contributo que tem estes programas é mostrar a quem está a aprender uma matéria, que aquela matéria que está a aprender tem significado para além da escola. E tem todo um mundo para além da escola, onde aquela matéria interesse a tudo isso. Isso ajuda no processo de ensino. (...) no meu caso, que falo sobre a matemática, a aprendizagem, eu acho que é um processo mais sistemático. (...) exige muito mais da pessoa do que uma simples visualização de um vídeo. É algo que ali só aprendeu qualquer coisa interessante. Eventualmente vai contar a alguém e no final se achou que o mesmo muito interessante, talvez partilhe (...) é algo que será sempre um pouco superficial. Será bom para abrir horizontes. Seguramente que a pessoa aprendeu qualquer coisa, mas não é uma coisa muito estruturada sequer (Professor E, informação verbal, Anexo IV).

Ele desconsidera ainda, na sua percepção, de que haja uma comunidade de aprendizagem envolvida nesse processo.

> Não sei se chamaria comunidade, porque na prática trata-se de um grupo de pessoas que em algum momento clicou, deu *like* no canal YouTube ou numa rede social. Em certos momentos geram discussões, seja em comentários, num vídeo ou em ou post que nós fizemos e geram-se pequenas discussões em torno de qualquer coisa, mas não é propriamente uma discussão, talvez, de comunidades. Não se trata de comunidade, não existe, de facto, o conceito de comunidade. Neste caso, é simplesmente um grupo que tem um gosto em comum e gosta deste tipo de conteúdo. E, portanto, segue esse tipo de conteúdo (Professor E, informação verbal, Anexo IV).

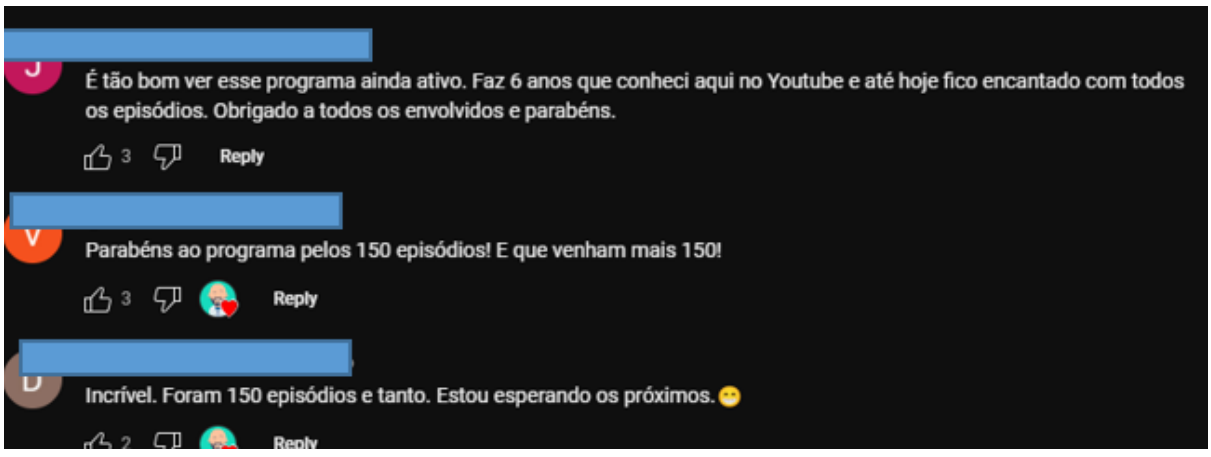
Relembrando nossas discussões do capítulo 3, e bebendo novamente da fonte de Rheingold (1996) compreendemos que as comunidades virtuais podem ser tanto comunidades reais quanto pseudo comunidades ou até mesmo algo completamente novo no âmbito dos contratos sociais, construído a partir da cultura digital. O autor destaca que há um desejo crescente por comunidades online, impulsionado pelo enfraquecimento das comunidades tradicionais em várias partes do mundo. Assim, os grupos online desempenham diferentes funções, desde oferecer apoio essencial até possibilitar a troca de informações. Podem ser locais ou globais, íntimos ou amplos. Esses grupos são gerenciados pelos próprios integrantes e pelas políticas das plataformas que os abrigam, buscando criar um ambiente seguro e confiável, onde os membros possam se conectar e se sentir parte de uma comunidade.

Assim, não pelo conteúdo em si, mas pela quase ausência de trocas conversacionais e de laços sociais inexistentes também não consideramos a plataforma de rede social do Programa do Professor E como uma comunidade nos termos estudados.

Em contrapartida, os seguidores do Programa liderado pelo Professor E no Youtube, manifestavam-se com mais recorrência, dando apoio, incentivo e fazendo comentários e análises acerca dos conteúdos dos programas, nos anos analisados, conforme imagem abaixo, no qual fora retirado do vídeo de celebração pelo episódio 150 da série de programas sobre matemática.

Figura 39

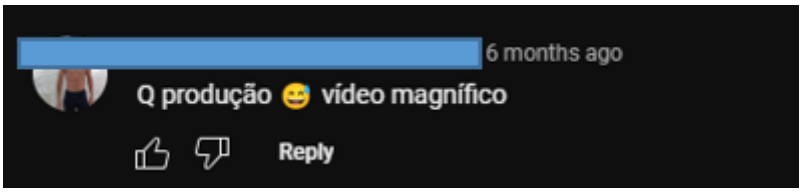
Comentários positivos de seguidores do Programa liderado pelo Professor E



Comentários como esses são recorrentes nas produções lideradas pelo Professor E nos anos analisados. Tudo isso pode indicar que no Youtube, as normas de boa comunicação e produção audiovisual foram mantidas e reconhecidas pelo público.

Outro aspecto interessante é que, a cada publicação de vídeo, os seguidores manifestam-se também pela qualidade da produção audiovisual, que, de fato, são dignas de cinema, com direção de fotografia, direção musical e direção de arte muito interessantes. Tudo isso também é observado pelos seguidores:

Figura 40
Membro do Youtube elogiando a produção do vídeo do Professor E



Sabemos que o Capital Social Relacional está diretamente ligado à capacidade de criar e manter relações de confiança, reciprocidade e trocas sociais. E, no Youtube, a plataforma ofereceu maior possibilidade de interação e engajamento genuíno, contribuindo para o fortalecimento dessa mídia social do programa.

Tal fato, torna positivo outros elementos observáveis que compõem os diferentes aspectos do Capital Social (Bertolini & Bravo, 2016), neste caso, o Cognitivo e a Confiabilidade do Ambiente Social.

A Confiabilidade do Ambiente Social pode ser claramente vista quando a comunidade deposita confiança no líder de um projeto ou rede social, por meio de comentários. A presença de elogios consistentes e de apoio constante nos comentários no YouTube evidencia uma alta confiabilidade no ambiente social que o Professor E construiu dentro e fora do ambiente digital. Isso reflete a percepção de sua expertise e comprometimento com a divulgação científica. No entanto, a falta de interação e o enfraquecimento do engajamento no Instagram sugerem uma possível falta de confiança ou relevância percebida naquela plataforma. O que contrasta com a percepção do Professor E, acerca da importância de ser percebido em ambientes online ou tradicionais.

> No meu caso, o que eu tento fazer é criar conteúdo ao qual as pessoas não fiquem indiferentes, ou seja, que surpreende, que choca um bocadinho, talvez. Eu, por exemplo, utilizo, no meu caso particular, muitos esquetes humorísticos, às vezes me visto de personagens e coisas, e isso choca um bocadinho as pessoas. E eu acho no bom sentido. No fundo, no fundo, o que nós lutamos é contra a indiferença, não é ? Nós queremos que as pessoas nos vejam, queremos chamar a atenção do nosso público. E, basicamente as nossas técnicas são utilizar seja, seja através da forma como eu estou vestido ou do sítio onde eu estou. Há sempre uma certa

> provocação no espectador. Ou seja, ele vai olhar e vai pensar, 'mas porque é que ele está dentro de um comboio?' 'Ou porque é que ele está a saltar exatamente no meio do Rio?' E isso, é uma é uma técnica, uma técnica de comunicação. Nós temos de ser saltar no meio do Rio muitas vezes...Mas, temos de provocar mais do que fazemos na nossa vida real. Eu, por exemplo, eu enquanto cidadão não sou exatamente aquilo que sou no programa de televisão. Por quê? Porque percebi que tenho de adotar uma certa personagem. (...) E isso é, mais uma vez, uma forma de incentivar, basicamente, a discussão dentro dessas redes sociais, embora cá está, este conteúdo não se usa produzir directamente para as redes e, claramente, sempre que há qualquer coisa mais polémica, no sentido de pode ser discutido em tudo isso... Claro que gera mais, mais interação, não tenho qualquer dúvida (Professor E, informação verbal, Anexo IV).

No que se refere aos elementos de Capital Institucional, podemos citar a classificação do Professor E como um dos portugueses mais influentes na comunicação científica de Portugal, como já citamos anteriormente, bem como as matérias jornalísticas publicadas acerca dele. Embora ele não faça menção dessas matérias em suas redes e mídias sociais, fomos buscar no Google reportagens associadas ao seu nome, tendo em vista que o Professor E tem presença recorrente na televisão portuguesa e na Internet.

Assim, encontramos 19 matérias relacionadas ao Professor E e/ou ao seu Programa. Em uma delas, foi descobrimos que o Programa liderado pelo Professor E foi premiado em uma Mostra Internacional de Ciência na TV. O Prêmio é atribuído pela excelência dos programas produzidos, apresentando tópicos da matemática de forma atraente e divertida.

Esses reconhecimentos fortalecem seu capital institucional, garantindo que o Professor E seja uma voz relevante na área da comunicação científica em níveis internacionais, especialmente Portugal, Brasil e África, mesmo que seu desempenho nas redes sociais digitais não esteja à altura da sua influência na sociedade. Acerca do Brasil, essa relação se torna ainda mais forte devido ao público "especial" que se conecta organicamente ao seu conteúdo nas mídias sociais digitais. Ele pondera que ainda há uma grande parcela de "Brasil" para alcançar e ampliar seu potencial comunicacional acerca da matemática.

> (...) Embora 2/3 dos nossos seguidores sejam brasileiros, eu estou convencido que não conseguimos entrar no Brasil profundo, no sentido em que "ah, estamos basicamente a captar pessoas muito especiais". *Tais como* professores, que já têm um certo interesse específico por este tipo de conteúdo. (...) também não estamos na televisão no Brasil. E isso faz com que em Portugal, muitos dos nossos seguidores *sejam* captados na televisão, são cá estas pessoas que não tinham interesses especial em matemática. Mas *embora seja matemática*, gostam. Porque gostam de comentários científicos e veem aquilo como um comentário científico. Ou gostam simplesmente da piada. Gostam porque acham intrigante os casos que nós trazemos. E *quem são essa pessoas*? São pessoas que acabam por nos seguir. No Brasil, nós não temos esse tipo de fenômeno. Ou seja, o nosso público no Brasil é muito mais orgânico, de certa forma, porque

> vem através de alguém que vê qualquer coisa *no canal*, que é interessante, e depois normalmente passa outro grupo de professores. Este tipo de conteúdo, portanto, é um conteúdo mais orgânico e que chega a uma população, que embora seja 2/3 (do nosso público) cá está. É uma população, uma franja muito mais restrita da população (Professor E, informação verbal, Anexo IV).

Consideramos ainda que a presença de prêmios e reconhecimento midiático reflete que, apesar da performance mais modesta em plataformas como o Instagram, o capital institucional do Professor E é significativo e consolidado em diversos países.

A partir de Coleman (1988), analisamos aspectos relevantes presentes nas relações sociais do Professor E que podem servir como recursos de capital valiosos para ele. São eles:

Tabela 25
Recursos úteis de capital social - Professor E

Obligations, Expectations, and Trustworthiness of Structures (Obrigações, expectativas e confiabilidade das estruturas)	*Parcialmente presente*
Information Channels (Canais de informação)	*Presente*
Norms and Effective Sanctions (Normas e Sanções Efetivas)	*Parcialmente presentes*

Identificamos ainda estruturas sociais que favorecem certas formas de capital social do Professor E:

Tabela 26
Tipos de Estrutura Social que facilitam formas de Capital Social - Professor E

Closure of Social Networks (Conexões fortes nas Redes Sociais)	*Parcialmente presentes*
Appropriable Social Organization (Organização Social Apropriada):	*Parcialmente presente*

Por fim, concluímos que a análise do Capital Social nos termos de Bertolini & Bravo (2016) mostra que o Professor E obteve êxito em algumas dimensões (cognitiva, institucional e confiabilidade no ambiente social), especialmente no YouTube, enquanto enfrentou desafios no Instagram. Os capitais relacionais e normativos parecem ter sido enfraquecidos nessa plataforma devido à falta de engajamento e à diminuição de conteúdo educativo mais aprofundado ao longo do tempo. No entanto, seu capital social mais forte, especialmente nas

esferas cognitiva e institucional, indica que ele continua sendo uma figura de destaque na comunicação da matemática, apesar de variações no desempenho em diferentes redes.

Professor F

O professor cuja rede social analisaremos agora, é brasileiro, tem 44 anos, é doutor em Educação e atua como docente do ensino superior em uma universidade pública e também como palestrante. O denominaremos como Professor F.

Ao adentramos na rede social digital do Professor F, em janeiro do ano de 2020, compreendemos que ali já havia um conjunto de fatores que nos levavam para o entendimento de um capital social estabelecido em nível micro e macro, ou seja, em níveis pessoais e sociais.

Nos quatro anos de análises, chegamos a um total de 537 publicações apreciadas, das quais categorizamos como: a) conteúdos educacionais, com 90 publicações analisadas; b) entrevistas em meios tradicionais de comunicação sobre educação ou ciência, com 46 posts apreciados; c) divulgação sobre palestras, eventos, *lives* e/ou cursos educacionais, com 401 publicações analisadas. Analisemos os dados em percentuais na tabela abaixo:

Tabela 27
Dados Quantitativos da Rede Social Digital do Professor F

Categorias	Percentuais relacionados a um total de 537 publicações analisadas entre janeiro de 2020 e janeiro de 2024
Conteúdos Educacionais	16,7% representando 90 publicações
Entrevistas sobre educação/ciência	8,5% representando 46 publicações
Divulgação de palestras, eventos acadêmicos, *lives* e/ou cursos educacionais	74,6% representando 401 publicações

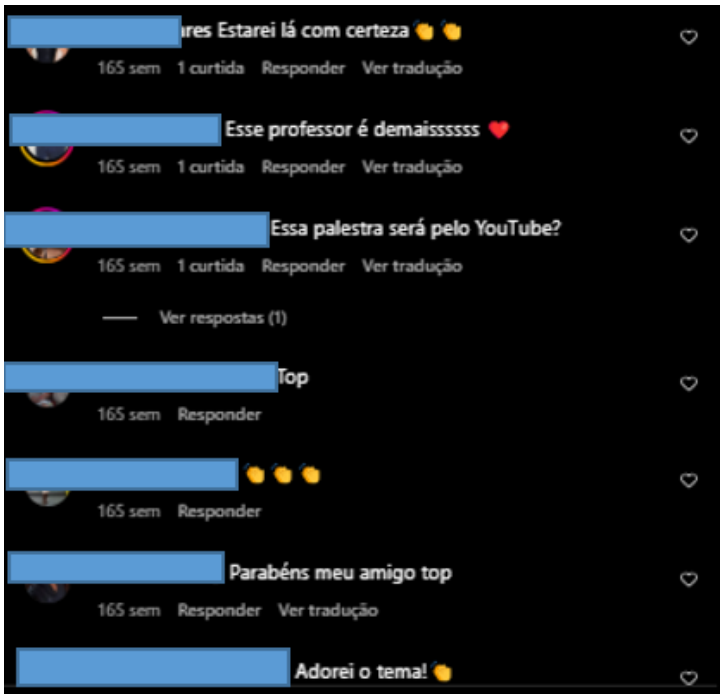
O Professor F desenvolveu e firmou sua comunidade educacional online por meio de diferentes frentes associadas ao ensino: conteúdos educacionais, entrevistas em meios de comunicação tradicionais, divulgação de palestras, eventos acadêmicos, lives e/ou cursos educacionais, além disso, ele possui grupos de pesquisa em mídias como What´s App, canal no Youtube, profere palestras presenciais e segue normalmente a ministração de suas aulas em níveis de graduação e pós-graduações *lato sensu* (especializações) e *stricto sensu* (mestrado e doutorado). Nas redes e mídias sociais digitais, soma-se cerca de 20 mil seguidores.

A atuação do Professor F nas redes sociais Instagram e Facebook, onde possui maior soma de número de seguidores, chegando a quase 16 mil seguidores chama a atenção pela amplitude da divulgação de palestras, eventos acadêmicos, lives e/ou cursos educacionais, o que demostra a grande atuação do docente em eventos associados ao meio acadêmicos e científico, seja em níveis local, regional, nacional ou internacional.

As interações entre o Professor F e sua comunidade por meio dessas postagens também foi fruto de nossa observação e análise. Parte do público que participa dos eventos citados quase sempre dispõe de um tempo para demonstrar a expectativa pela palestra que será realizada ou o contentamento por ter participado. Como podemos a seguir (Figura 41):

Figura 41

Membros da comunidade entusiasmados com o tema de uma palestra que foi proferida pelo Professor F



O Professor F, no entanto, ressalta, em entrevista, que não considera que essa interação vista no Instagram seja semelhante no Facebook: "(...) o que eu sinto é que o Facebook (...) está assim, praticamente morto. (...) a gente posta uma informação no Instagram, rapidamente, tem 100, 200, 500 curtidas. E no Facebook (...)20, 30... Então é uma rede que de fato está morrendo" (Professor F, 2024, informação verbal).

Um ponto de análise interessante das redes sociais do Professor F, é que, assim como outras redes e líderes educacionais online analisadas neste estudo, o período de isolamento social em decorrência da pandemia da Covid-19, foi um ponto chave para ascender uma

aproximação maior entre liderança e comunidade. Notamos que a ferramenta de comunicação ao vivo para os seguidores no Instagram, denominação "*live*", reforçou ainda mais a confiança do público no líder educacional online, Professor F. Foram dezenas de *lives* realizadas com temas que englobavam o campo da educação e da pesquisa científica. Algumas foram realizadas com parceria com outros educadores.

Muitas vezes, o Professor F ressaltava a quantidade de pessoas online assistindo as suas *lives* no período da pandemia, o que denota para ele próprio o prestígio de ter um público tão amplo conectado a sua apresentação ao vivo. Como podemos ver na figura abaixo extraído de suas publicações:

Figura 42

Post feito pelo Professor F para destacar a quantidade de pessoas presentes na sua live no Intagram

Os comentários positivos dos alunos não são esquecidos por ele. Muitas vezes, o Professor F faz um compilado para expor alguns desses comentários, o que, por sua vez, gera ainda mais comentários por parte da sua comunidade, como podemos ver nas sequências de figuras abaixo:

Figura 43

Publicação de feedbacks de membros da comunidade feitas pelo Professor F

Figura 44

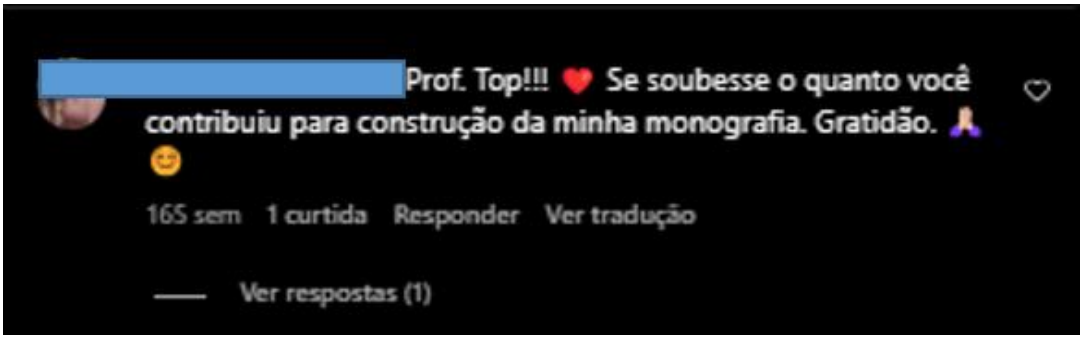
Efeito positivo de comunicação após publicação de feedbacks feitas pelo Professor F

Aproveitaremos o mesmo conteúdo acima para abordar o capital social relacional do Professor F. Observamos centenas de comentários com teor semelhante em suas redes sociais. Muitos membros dessa COI fazem questão de ressaltar o quanto o Professor F contribui para a

sua formação e para o seu aprendizado, bem como, o como sua didática os auxilia nesse processo. Uma pessoa chegou a comentar que o Professor F foi fundamental para a construção de sua monografia. Outros comentários semelhantes apontam para trabalhos em nível de mestrado e doutorado. Os comentários positivos e a valorização de seus conteúdos pelos membros da comunidade indicam relações de reciprocidade e reconhecimento.

Figura 45

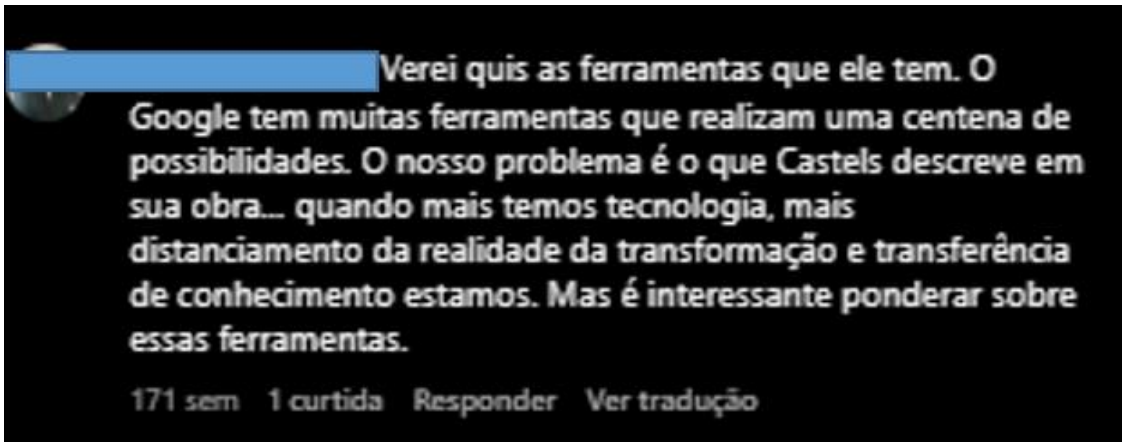
Reconhecimento por parte de um membro da comunidade em relação aos ensinamentos do Professor F



Dos poucos comentários mais críticos associados aos conteúdos postados pelo Professor F, destacamos um no qual um membro da COI aponta que o uso de tecnologias educacionais pode gerar um distanciamento da realidade educacional. No entanto, o próprio diz (Figura 46) que irá ponderar mais sobre as ferramentas educacionais apresentadas pelo Professor F.

Figura 46

Um membro da comunidade profere um comentário mais crítico sobre uma ferramenta educacional apresentada pelo Professor F



Pontuamos ainda que o Capital Social relacionado às normas e confiança no ambiente institucional podem exemplificadas por meio do exemplo acima. Por mais que o membro da

comunidade não concorde totalmente com o que foi proposto pelo Professor F, ele tem a confiança naquela indicação e propõe-se a conhecer melhor as ferramentas indicadas. Muito provavelmente, esse senso de confiança se dá pela exposição feita pelo Professor F, acerca dos eventos profissionais e entrevistas em meios tradicionais de comunicação que participa.

Essa responsabilidade de saber que suas indicações têm um peso na vida dos membros da comunidade é um ponto no qual o Professor F tem muito cuidado e usa de ética para lidar com a influência que possui. Logo, esse senso de responsabilidade ética do Professor F em recomendar apenas conteúdos e práticas com os quais está familiarizado reforça essa dimensão normativa, solidificando sua posição como um líder educacional confiável, como retratou neste trecho da entrevista concedida a esta pesquisadora:

> Recentemente eu fiz uma formação online. E, como eu sou associado da *Amazon*[25], eu coloquei mais ou menos uns 10 links de livros? Em dois meses, eu tive mais de 300 reais de retorno financeiro pela indicação dos materiais. Então, (...) olha que cuidado que nós devemos ter (...) em indicar coisas que realmente nós conhecemos. Porque, de fato, as pessoas, seguem aquilo que você diz, aquilo que você dita como uma tendência. Então é uma grande responsabilidade que você deve ter. Pois você termina sendo um exemplo para outras pessoas. Até a forma como você fala (...) pode também ser um exemplo. Às vezes eu acho que eu não estou influenciando em nada, mas só pelo fato de eu ter chegado cedo ou de eu ter aquele cuidado em fazer um design legal (nas apresentações de aulas ou palestras), a pessoa diz: "olha, eu também quero fazer igual, eu também quero ser assim". Então, coisas involuntárias também terminam sendo exemplos para outras pessoas seguirem (Professor F, informação verbal, Anexo III).

A influência exercia pelo Professor F também é fruto do desenvolvimento do seu capital social. Mas, será que o educador, que iniciou em meios tradicionais de ensino, considera-se, na atualidade, como um influenciador da área educacional?

> Eu me observo como criador de conteúdo, porém, (...) não tenho grandes habilidades com relação à design, (...) edição. Eu faço o que eu consigo. Eu não fiz um curso de design, eu não fiz um curso de edição de vídeos. Todo o conhecimento que eu sei relacionado à canvas, à edição de vídeos, (...) eu aprendi por conta própria. Eu entrei no YouTube, eu assisti vídeos, eu baixei as ferramentas, eu fui aprendendo e fazendo, e eu me considero um eterno aprendente. Hoje eu descubro uma coisa nova sobre o como editar uma imagem, como editar o vídeo (...) nós estamos sempre que aprender mais. É influenciador? Eu noto que sim, muitas pessoas, querem ser como eu sou ou fazer como eu faço (Professor F, informação verbal, Anexo III).

De acordo com a Karhawi et al (2024) há uma grande variedade de termos em uso para designar os protagonistas da produção de conteúdo nas plataformas digitais: "criadores de

[25] Um associado da Amazon é um indivíduo que promove produtos da Amazon através de links exclusivos e ganha comissões por vendas realizadas.

conteúdo, *creators*, influenciadores digitais, *youtubers* e, mais recentemente, tiktokers" (Id., 2024, p.166). Esses nomes, segundos as autoras refletem diferentes aspectos das atividades desses indivíduos, que buscam, por meio da produção de conteúdo, conquistar visibilidade midiática, construir ou reforçar sua reputação entre seus pares e obter ganhos financeiros.

Por mais que haja essa variedade de termos, no entanto, muitas pessoas ainda se intimidam ao tratar a si próprio como "influenciador", preferindo outras nomenclaturas, especialmente quando não são de áreas como a moda, por exemplo, e mesmo sabendo que suas ações realizadas em campo profissional sempre influenciaram outras pessoas, mesmo quando nem internet existia, como é o caso dos professores.

No que se refere aos conteúdos educacionais, intimamente associados ao Capital Cognitivo do Professor F, compreendemos que ele faz um esforço em prol do desenvolvimento desses conteúdos, porém, devido a quantidade de atividades que ele exerce enquanto docente e líder de uma comunidade educacional, os conteúdos ficam em um segundo plano, especialmente na rede social Instagram. Como mencionamos acima, apenas 16,7% de suas postagens nessa rede são voltadas para conteúdos educacionais. Esse movimento, no entanto, se faz contrário, especialmente a partir do ano de 2024, no seu canal do Youtube, quando ele retoma as atividades nessa mídia e tem uma frequência contínua de postagens com conteúdos educacionais e científicos. O canal possui 3,9 mil inscritos e cerca de 100 mil visualizações desde a sua criação, em 2006.

Apesar de todas as evidências coletadas ao longo de nossa análise de que o Professor F possui uma comunidade educacional online, ele próprio não considera que haja uma comunidade forte.

> Eu tenho uma pequena parcela desses indivíduos que são usuários frequentes, ou seja, toda vez que eu posto conteúdos, eles estão curtindo ou eles estão comentando, quer seja no YouTube ou nas redes sociais. Mas, eu também sinto que, por vezes, quando eu insiro conteúdos novos, materiais novos, ou quando eu ministro alguma palestra nova e que eu falo e passo o contato dessas redes sociais, ocorre uma adesão de novos usuários (...). Então, não considero que eu tenha uma forte comunidade, mas tem um determinado grupo que está ali presente, que está sempre, de fato, participando, colaborando, comentando nesses ambientes. (...) apesar de ter muitos seguidores, eu acredito que somente uma pequena parcela, é, de fato, aqueles que estão ali recorrentes, os outros são novos, que vão e vem, sendo agregados e que assistem e acompanham de maneira mais esporádica. E não estão frequentes. (Professor F, informação verbal, Anexo III)

No entanto, salientamos que pode ser provável que sua amplitude da sua atuação enquanto docente tanto no Brasil quanto no exterior, especialmente em Portugal, se dá, além

do seu currículo acadêmico extenso e impecável, pelo seu capital social relacional, muito fomentado pela sua estrutura de comunidade, que gera conexões que fortalecem o capital social ao atrair outros profissionais e instituições interessados em conteúdos educacionais e científicos, especialmente associados a temas alinhados com tendências contemporâneas como inteligência artificial e metodologias ativas. Tudo isso pode ampliar a relevância do Professor F no nicho acadêmico.

A dimensão institucional do capital social associada ao impacto das instituições formais e informais que governam as interações sociais também estão presentes no capital social do Professor F. Em quatro anos de análises, ele publicou 46 conteúdos relacionados às suas participações, por meio de entrevistas, em meios tradicionais de comunicação como rádio e televisão. Um número considerado muito relevante se comparado às participações dos demais professores desta pesquisa em relação à divulgação de suas redes e ou dos próprios professores na imprensa. Além disso, ressaltamos o grande número de participação do Professor F em palestras e eventos associados à instituições de ensino ou órgãos públicos e privados, sempre associado às temática: educação, pesquisa científica, metodologias ativas e tecnologias educacionais.

Ressalvamos que, em nossa análise, também encontramos sinais associados aos recursos úteis como obrigações e expectativas. Ao divulgar conteúdos educacionais nas duas redes e mídias sociais, sempre atento às novidades e tendências, o que gera sempre uma expectativa por parte dos seguidores, os mesmos podem sentir-se com obrigações indiretas em relações àquela comunidade, tais como: a de compartilhar conteúdos, indicar para instituições de ensino, convidar para bancas de TCC, dissertação, tese...Tais feitos reforçam a ideia de Coleman (1988) de que obrigações e expectativas são criadas e mantidas em redes bem estruturadas.

Analisamos aspectos relevantes presentes nas relações sociais do Professor E que podem servir como recursos de capital valiosos para ele. São eles:

Tabela 28
Recursos úteis de capital social - Professor E

Obligations, Expectations, and Trustworthiness of Structures (Obrigações, expectativas e confiabilidade das estruturas)	*Presente*
Information Channels (Canais de informação)	*Presente*
Norms and Effective Sanctions (Normas e Sanções Efetivas)	*Presentes*

As estruturas sociais que favorecem certas formas de capital social do Professor F também foram objetos de estudos:

Tabela 29
Tipos de Estrutura Social que facilitam formas de Capital Social - Professor F

Closure of Social Networks (Conexões fortes nas Redes Sociais)	*Presente*
Appropriable Social Organization (Organização Social Apropriada):	*Presente*

Destarte, analisamos que a rede social do Professor F é um espaço de troca onde ele é um nó central, facilitando relações entre profissionais, estudantes e interessados nos temas abordados. Compreendemos que ele utiliza as redes sociais para gerar, ampliar e reforçar capital social. Apesar de o Professor F não reconhecer que sua comunidade educacional online é forte, sendo composta por participantes frequentes e esporádicos, seu impacto em termos de influência acadêmica e educacional é inegável.

Sua trajetória demonstra como as relações sociais e institucionais podem ser transformadas em recursos valiosos, tanto para sua comunidade e alunos efetivos quanto para seu próprio desenvolvimento profissional. O caso do Professor F evidencia o papel fundamental de lideranças educacionais em promover o fortalecimento do capital social no ambiente digital, especialmente em tempos de tantas mudanças paradigmáticas nos campos da educação e da ciência e de avanço nos debates sobre a popularização de ambas. A presença de um professor faz e sempre fará a diferença positiva em qualquer ambiente. No digital, cercado de tantos conteúdos falsos, fúteis ou com informações com o objetivo de induzir o receptor ao erro, confundir ou omitir notícias, tal fato presença se torna ainda mais relevante.

8.2 Análise de Entrevistas

As nossas entrevistas ocorreram de forma ao vivo e também remota, por meio do Google Meet. Todos os encontros foram gravados em formato de vídeo e/ou áudio. Utilizamos o Microsoft 365 para auxiliar nas transcrições. As entrevistas foram ouvidas e analisadas diversas vezes e não meramente transcritas, como um ato bidimensional. Assim como Mendes e Miskulin (2017), “entendemos que a transcrição não deva ser uma mera reprodução das

gravações, mas uma busca por apresentar os tropeços, as frases interrompidas, as prolongadas, os suspiros, as exclamações, as contrariedades" (Id., 2017, p. 1049). Atentamo-nos ainda aos movimentos gestuais presentes na interação face a face online com nossos entrevistados.

Ao longo de nossas análises, recorremos a Bardin (1977), como já mencionado no Capítulo 7, tópico 7.4. Destarte, as etapas de desenvolvimento da pesquisa, de acordo com a autora foram divididas em três fases principais no método de análise de conteúdo. Essas etapas foram essenciais para a organização e interpretação dos dados qualitativos. São elas: 1) Pré-análise: esta foi a fase de organização da pesquisa. Consistiu em preparar o material de pesquisa, realizando uma leitura inicial do conteúdo. Aqui fizemos a leitura flutuante, que serviu para familiarização com os dados; seleção dos documentos: em nosso caso, as entrevistas transcritas; elaboração de indicadores, por meio de categorias que orientarão a codificação dos dados. Em seguida, ocorreu a 2) exploração do material, onde fizemos a codificação e categorização. Os dados foram analisados e divididos em unidades de registro (palavras, frases ou ideias), que, em seguida, foram agrupadas em categorias. Por fim, ocorreu o 3) tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Nesta fase, fizemos as interpretações com base nas categorias identificadas e nos padrões encontrados, relacionando-os com teorias e hipóteses formuladas na pré-análise. E, ao final do processo, desenvolvemos a síntese e conclusão sobre os principais achados da pesquisa e como eles responderam às nossas questões iniciais.

Tabela 30

Desenvolvimento da Pesquisa. Fonte: baseado em Bardin (1977), feito pela autora.

Etapas Principais	Subetapas	Detalhes
(a) Pré-Análise	- Leitura Flutuante	Preparação inicial do material.
- Escolha dos Documentos	Seleção do material a ser analisado.	
- Constituição do Corpus	Definição e organização dos dados.	
- Preparação do Material	Classificação de registros e criação de categorias iniciais.	
(b) Exploração do Material	- Unidades de Registro	Identificação de elementos principais para análise.
- Unidades de Contexto	Verificação dos contextos para interpretação.	
- Eixos Temáticos	Agrupamento de dados em temas principais.	
(c) Tratamento dos Resultados, Inferência e Interpretação	- Categorização	Organização dos dados em categorias específicas.
- Descrição dos Dados	Relato detalhado dos resultados obtidos.	
- Análise dos Dados	Processo de inferência sobre as informações coletadas.	
- Interpretação	Reflexão sobre os significados e implicações dos dados.	

Para cada modelo de análise mencionado nas tabelas que seguem nos tópicos a seguir, realizamos a decifração estrutural composta por: análise temática, características associadas ao tema central, análise da enunciação, sequências (Bardin, 2011, p. 100), além de indicadores, os quais foram recolhidos a partir de fragmentos dos discursos dos entrevistados.

Na Análise Temática, classificamos as respostas dos entrevistados em temas principais. Na verdade, segundo a autora, o tema é "a unidade de significação que se liberta naturalmente de um texto analisado segundo certos critérios relativos à teoria que serve de guia à leitura" (Bardin, 1977, p.105). Logo, o texto pode ser dividido em ideias constituintes, enunciados e

proposições que carregam significados que podem ser isolados. Realizar uma análise temática envolve identificar os núcleos de sentido que formam a comunicação, e cuja presença, frequência e surgimento podem ter relevância para o objeto de análise escolhido.

Na Análise da Enunciação, examinamos os discursos com base nos objetivos do estudo. Conforme Bardin (2011, p. 105), "uma leitura da 'forma de falar', separada da leitura temática, pode complementar e aprofundar a análise". Assim, a nossa análise da enunciação consistiu em observar os professores constroem seus discursos e posições, levando em consideração os elementos que revelam suas intenções, relações de poder, contextos e modos de fala. Também utilizamos indicadores e sequências (a entrevista é dividida em etapas) para facilitar a compreensão das análises.

Dividimos as entrevistas em quatro categorias: Diálogos Iniciais; Construção de Comunidades Educacionais Online; Literacias Digitais e a Influência Pessoal como Elo Fortificador da Comunidade; e Mercado Educacional Online. Cada modelo de análise gerará resultados específicos para cada uma dessas categorias.

Atribuímos ainda codnome para cada entrevistado e/ou para cada líder de comunidade educacional online analisada, ficando os seguintes atores: Professor A; Professora B; Professora C; Professora D; Professor E; Professor F. No total, realizamos seis análises de redes sociais digitais com base no capital social e quatro entrevistas, tendo cada uma oito análises estruturais, somando 32 análises ao todo.

Modelo de Análise: Experiência Profissional

Na fase inicial da nossa análise, buscamos explorar as informações essenciais sobre os professores, com o objetivo de entender o contexto sociocultural ao qual pertencem, bem como suas experiências docente. As análises são referentes aos professores A, C, E e F.

Análise temática sobre Diálogos Iniciais relacionados à Profissão – Professor A (A1):

Tema 1: Experiência profissional
Unidades de registro: 20 anos de profissão; ensino médio; ensino fundamental; cursinho preparatório; auxiliar de sala. Categorias: - Larga experiência docente em diferentes níveis de ensino Ideias principais:

“Então eu fiz 20 anos de profissão. Ano passado, então são 18 anos de sala de aula presencial, trabalhando basicamente com o ensino médio. É também trabalhei com o fundamental, por 2 anos.”
Tema 2: Inserção das Tecnologias nas Práticas Educativas
Unidades de registro: smartphones; tecnologia; celular na sala de aula; instrumento de educação. Categorias: - Smartphone como ferramenta educativa - Uso do celular na educação Ideias principais: “E quando chegou lá, 2015, eu percebi que estava todo mundo com celular na mão e as escolas não sabem muito o que fazer com isso. Ah, então “*vamos* proibir o aluno de usar na sala, botar o aluno para fora de sala” e sempre enxerguei na tecnologia um elemento a mais, um instrumento a mais de ensino. Essa tecnologia chegou na vida de todo mundo, chegou para ficar. Ela é também é um instrumento de educação”
Tema 3: Produção de Conteúdo Digital
Unidades de Registro: YouTube; canal; vídeos; celular; estudante. Categorias: - Criação de Canal no Youtube com fins didáticos - Expansão do alcance de conteúdos - Bom acolhimento do público online Ideias principais: “*Se um* estudante, está na internet, eu preciso levar educação para lá também, preciso levar língua portuguesa para lá também. Então o meu caminho vai ser esse. E aí eu criei o canal pensando nisso. Eu simplesmente vou ao estudante, né? Eu costumo parafrasear, Milton Nascimento, *ele* diz “o artista, tem de ir aonde o povo está”. Eu falo que o professor tem de ir aonde estudante está. Se esse estudante está na internet, eu preciso estar lá também. Então esse foi o meu mote de vida naquele momento e se tornou o mote de vida até hoje.”
Tema 4: Influência e Impacto Social

Unidades de Registro: influenciar; língua portuguesa; ascensão social; comunicação. Categorias: - Influência no digital por meio da educação - Bom uso da Língua como ascensão pessoal e profissional - A boa comunicação é chave para o sucesso Ideias principais: "*Uso* 100% da medida para influenciar pessoas. Esse foi um dos motivos também de eu de eu ter investido cada vez mais nas redes sociais."; "Porque na verdade, as redes sociais, as mídias sociais, elas são uma sala de aulas sem paredes. (...) Eu podia atingir muito mais pessoas... Então eu falei, 'poxa, eu vou continuar entregando cada vez mais para atingir cada vez mais pessoas para que eu possa levar a língua portuguesa do meu jeito, do jeito que acredito, de forma atrativa, descontraída, contextualizada com o cotidiano, para que as pessoas entendam o bom português de uma vez por todas'"
Tema 5: Presença Digital e Atuação Presencial
Unidades de registro: 100% digital; presencial; palestras; aulões. Categorias: - Carreira docente totalmente digital - Produção de conteúdos online - Negócios educacionais online Ideias principais: "O meu processo é 100% digital, por mais que eu tenha ainda coisas que eu faço no presencial, como palestras, aulões. Sou chamado muito para eventos".
Tema 6. Desafios com Novas Plataformas
Unidade de registro: TikTok; público diferente. Categorias: - Tiktok como uma incógnica - Públicos com comportamentos diferentes em diferentes plataformas Ideias principais: "Eu não consegui ainda achar a mão do TikTok. O que que eles querem aqui? O povo é muito diferente, não é o mesmo público das outras redes. Então o que que eles querem aqui mesmo? Sabe, às vezes tem coisa que a gente acerta a mão, mas tem coisa que não. Então o que que eu faço? Eu continuo entregando como eu sempre fiz. Eles vão gostar ou não... Mas é diferente o TikTok, é uma rede diferente".

Análise da enunciação sobre Diálogos Iniciais relacionados à Profissão – Professor A (A2):

O Professor A ocupa uma posição de autoridade, não apenas pelo seu título e pela experiência profissional, mas também pela maneira como se apropria do discurso. Ele responde de forma elaborada, com reflexões sobre sua trajetória e justificativas para suas escolhas pedagógicas e de vida.

Sua fala é muitas vezes marcada pela segurança ao narrar suas experiências, mas também revela momentos de reflexão e incerteza, como quando ele discute as dificuldades que ainda enfrenta em plataformas como o TikTok ("Eu não consegui ainda achar a mão do TikTok, sabe?").

O Professor A é muito assertivo em seu discurso. Ele frequentemente faz afirmações sobre seu trabalho e suas práticas pedagógicas, como: "Sempre enxerguei na tecnologia um instrumento a mais de ensino". Essa assertividade reflete seu domínio sobre o assunto e seu papel enquanto formador de opinião e educador.

Notamos que o Professor A usa pronomes pessoais em primeira pessoa do singular e plural (eu, nós), o que enfatiza tanto seu papel individual como professor e produtor de conteúdo digital quanto a coletividade da prática educativa. Ele menciona "a gente" diversas vezes, ao se referir ao coletivo de professores e suas práticas: "A gente quer ensinar para ele o conteúdo que nós sabemos". Esse uso do "a gente" aproxima seu discurso do ouvinte, deixando claro que ele faz parte de uma comunidade maior, a dos educadores, o que se torna muito relevante do ponto de vista da construção de uma comunidade educacional online.

O Professor A utiliza diversas figuras de linguagem e expressões que revelam uma dimensão afetiva e engajada em seu discurso. Como por exemplo: "ter uma vaga no céu" para brincar com a ideia de ter lidado com muitas crianças ao longo da carreira. Isso humaniza seu discurso e cria um tom de leveza, mostrando que ele valoriza o aspecto emocional e relacional de sua prática pedagógica, como pudemos observar ao longo da nossa pesquisa em suas mídias e redes sociais

Outra metáfora interessante nessa construção inicial de diálogo é quando ele cita o cantor e autor Milton Nascimento: "O artista tem de ir aonde o povo está", adaptando-a para o seu contexto educacional: "O professor tem de ir aonde o estudante está". Com essa citação, ele reforça a importância de os educadores se adaptarem às novas tecnologias e às demandas dos alunos, enfatizando sua visão progressista sobre o uso de mídias sociais na educação.

O discurso do Professor A revela ainda uma forte percepção das transformações na educação ao longo dos anos, especialmente no que diz respeito ao uso da tecnologia. Ele não apenas narra essas mudanças, mas também se coloca como protagonista de uma transição pedagógica, ao adotar as redes sociais como extensão de sua sala de aula. Uma fala que retrata esse contexto é "não foi pensando em mim, sabe? Foi muito pensando no estudante". Aqui ele sublinha o aspecto altruísta de seu envolvimento com as redes sociais, reforçando a imagem do professor que se adapta às novas realidades para o benefício do aluno.

Vemos ainda que a entrada do Professor A no universo digital é retratada como um passo necessário para manter-se relevante e continuar impactando os alunos, o que está alinhado com seu compromisso de promover o ensino da língua portuguesa de forma acessível e moderna. Ele também expressa seu desejo de ser uma influência positiva, não apenas educacionalmente, mas socialmente. Sua crença no poder da língua portuguesa como ferramenta de ascensão social demonstra um discurso imbuído de responsabilidade e propósito, o que se configura como essencial para quem lidera uma comunidade educacional. Notamos também nos diálogos iniciais uma humildade e vulnerabilidade do Professor A ao admitir as dificuldades e incertezas que ainda encontra ao lidar com plataformas digitais, o que nos levou a refletir sobre as instabilidades existentes na prática docente no universo digital.

Análise temática sobre Diálogos Iniciais relacionados à Profissão – Professora C (C1)

Tema 1: Resistência à Carreira Acadêmica Tradicional
Unidades de Registro: docência tradicional; divulgação científica; formas alternativas. Categorias: - Opção por não seguir a carreira tradicional - Divulgação científica Ideias principais: "De fato não quero (ser professora). Pelo menos não da forma convencional".
Tema 2: Experiência Prévia em Sala de Aula
Unidade de registro: ensino da computação; redes sociais para educação; Categorias: - Experiência curta na docência tradicional - Experimentos no Youtube desde a adolescência Ideias principais: -"Trabalhei 2 anos numa associação para o ensino da computação" -"Eu comecei a fazer vídeos para o YouTube em 2015, tinha 17 anos".
Tema 3: Despertar o interesse das pessoas pela Matemática
Unidades de registro: curiosidade; interesse pela matemática; motivação

Categorias: - Curiosidade que leva ao aprendizado - Motivação para o aprendizado Ideias principais: “Meu objetivo é motivá-las para pesquisar mais por elas próprias”.
Tema 4: Uso de Humor e Entretenimento na Educação
Unidades de Registro: Humor na educação; entretenimento na educação. Categorias: - Entretenimento e humor na educação - Prender a atenção do público Ideias principais: -“Com entretenimento e humor à mistura, para passar a mensagem de forma mais eficaz”; “Uso de humor e entretenimento para reter as pessoas nos vídeos o máximo de tempo possível”
Tema 5: Diferença entre Plataformas (YouTube e Instagram)
Unidades de Registro: objetivos das redes sociais digitais; diferentes tipos de conteúdos. Categorias: - Youtube como ferramenta de aprendizado - Instagram como ferramenta de despertar da curiosidade Ideias principais: “No YouTube, dá para aprofundar mais os temas; no Instagram, é mais para despertar curiosidade.”
Tema 6: Influência sobre o medo da matemática
Unidades de registro: medo da matemática; dificuldades da matemática Categorias: - Medo da matemática - Dificuldades no aprendizado da matemática Ideias principais: “As pessoas têm esse medo da matemática, porque foram levadas a pensar que era difícil.”
Tema 7: Educação informal nas Redes Sociais
Unidade de registro: educação informal; redes sociais; divulgação científica; ambiente informal. -Divulgação científica em ambiente informal de aprendizagem Ideias principais: “Eu prefiro fazer divulgação (científica) do que estar num ambiente mais formal, de sala de aula”

Análise da enunciação sobre Diálogos Iniciais relacionados à Profissão – Professora C (C2):

Ao entrevistar a Professora C, logo no início do diálogo, ela afirma que não deseja ser professora no sentido convencional, preferindo o papel de divulgadora científica. Isso pode indicar um distanciamento em relação à ideia tradicional de ensino em sala de aula, tanto na educação básica quanto no ensino superior ou técnico, por exemplo. Ela opta por um formato menos formal, utilizando mídias digitais para engajamento educacional, especialmente no campo da matemática. Isso pode se dá por ela ser oriunda de uma geração que já nasceu na era digital, com internet comercial. Mesmo sendo considerada tecnicamente como Geração Y, mas ela nasceu no ano limite entre essa geração e a Geração Z.

A rigidez do ensino tradicional, com falta de autonomia e flexibilidade pode ser o motivo que a afaste de um ensino formal, optando por outras formas de promover a educação. Isso se constata quando observação que a Professora C relata que começou a usar o YouTube como um hobby, sem a intenção inicial de criar uma comunidade ou ganhar seguidores. No entanto, ao longo do tempo, o uso das redes sociais, especialmente o Instagram e o TikTok, tornou-se um veículo para despertar curiosidade nas pessoas e motivá-las a aprender mais de forma autônoma, despertando o interesse pelo ato de ensinar e a motivando a provocar positivamente as pessoas para a educação digital, sendo que ela própria foi influenciada e também aprendiz nesse formato de ensino. Logo, a ideia de que o ensino pode ser mais dinâmico, divertido e acessível por meio das redes sociais, desafiando a abordagem formal e tradicional da educação.

A percepção da Professora C sobre a Matemática também é motivo de análise nosso. A Professora C aborda a questão do medo e da dificuldade que muitas pessoas têm com a matemática, reforçando que seu foco nas redes sociais é desmistificar a disciplina. A pesquisadora complementa essa ideia com seu próprio relato sobre como, tradicionalmente, as pessoas tendem a evitar a matemática, o que reflete um estigma social associado à disciplina. Ela relata ainda que faz uso de uma linguagem leve e acessível. Compreendemos que essa é uma tentativa de criar uma nova perspectiva para a matemática, tornando-a mais atrativa e menos intimidante, especialmente para os mais jovens.

A fala da Professora C sugere que as redes sociais desempenham um papel crucial na promoção do conhecimento, não só transmitindo informações, mas também incentivando a autoaprendizagem. Ela menciona que, em plataformas como Instagram, o foco não é ensinar conteúdos aprofundados, mas sim despertar o interesse e a curiosidade dos seguidores.

Associamos, pois, que as redes sociais são vistas por ela como uma ferramenta de engajamento educacional, por isso, essa migração da educação para o ambiente digital, usando plataformas de fácil acesso para conectar-se a uma audiência mais ampla e diversa.

A análise da enunciação revela que a Professora C se identifica mais com a divulgação científica do que com a docência tradicional, utilizando as redes sociais como uma ferramenta central para despertar curiosidade e promover o aprendizado, especialmente em uma disciplina tradicionalmente vista como difícil. As redes sociais são vistas como um meio de transformar a maneira como a educação é percebida e praticada, oferecendo uma abordagem mais acessível e interativa.

Análise temática sobre Diálogos Iniciais relacionados à Profissão – Professor E (E1):

Tema 1: Formação Acadêmica e Trajetória Profissional
Unidades de registro: Matemática; carreira na matemática; lecionar no nível superior; pequenas outras experiências. Categorias: -Formação em Matemática -Atuação profissional focada no ensino superior -Interações pontuais com outros níveis de ensino Ideias principais: “Originalmente sou formado em matemática, matemática pura”; “Essencialmente só lecionei o nível superior”; “Tive algum contacto com o secundário através de workshops”
Tema 2: Uso de Mídias e Redes Sociais na Prática Educativa Unidades de registro: pequenas palestras apelativas; conteúdos para televisão; segunda via nas redes sociais; perda de público na TV; público maior nas redes sociais; Ampliação de público; públicos diferenciados. Categorias: - Palestras como início da carreira na comunicação científica - Produções multiplataformas - Mudanças no consumo de mídia - Desafios diante de um público diversificado Ideias principais: “Comecei a fazer pequenas palestras, assim mais apelativas”; “produzimos conteúdo para televisão, que depois tem uma segunda vida nas redes sociais”; “Adaptação ao público que migrou para as redes sociais”; “A televisão está a perder mais público e as redes sociais estão

a ganhar mais"; "(na TV), é um tipo de público que não escolhe propriamente ver este tipo de conteúdos".
Tema 3: Influência e Propósito Educativo
Unidades de registro: mudança na forma de ver a ciência; financiamento externo; mudança de percepção das pessoas em relação à matemática; valorização da ciência; influência na sociedade portuguesa. Categorias: - Mudanças de percepção do público em relação à ciência - Valorização da ciência - Reconhecimento da influência - Independência de apoio de marcas Ideias principais: "O que queremos é mudar uma certa forma de ver a ciência."; "Para as pessoas valorizarem mais a ciência, entenderem melhor o que é o espírito de ser cientista."; "fui considerado como um dos portugueses mais influentes"; "Somos financiados essencialmente por fundações e não tanto por marcas"
Tema 4: Desafios na Comunicação de Ciências
Unidades de registro: desafios na comunicação da matemática na TV; público não escolhe ver; trabalho nas redes sociais sem muita dedicação; públicos distintos entre TV, redes sociais e livros; influenciar para mudar mentalidades. Categorias: - Simplificação de conteúdo - Diversidade de plataformas - Foco menos difuso nas redes - Impacto na educação Ideias principais: "O grande desafio na matemática é traduzir a matemática de forma simples"; "Há públicos muito diferentes entre televisão, redes e livros"; "Tentamos trabalhar as redes sociais, mas não nos dedicamos tanto"; "Estamos a influenciar pessoas para mudar mentalidades"

Análise da enunciação sobre Diálogos Iniciais relacionados à Profissão – Professor E (E2):

Em nossa análise da anunciação do Professor E, observamos que suas falam nos trazem a um contexto relevador acerca de significativos de sua identidade, práticas docentes e relação com os meios de comunicação.

Desde o momento inicial da entrevista, o Professor E demonstra ter a percepção de uma identidade sólida enquanto educador e comunicador científico. Sua trajetória acadêmica, profundamente ligada à matemática, desde a graduação até o doutorado, nos mostra que esse contexto acadêmico é uma base importante para compreender seu discurso, pois ele associa constantemente sua formação ao desejo de disseminar a ciência, especialmente a matemática, para públicos diversos, muito embora, primordialmente focado no ensino superior.

No âmbito das redes sociais e meios de comunicação, o Professor E aborda como a mídia tem desempenhado um papel essencial em sua trajetória profissional. Ele explica que começou com pequenas palestras para estudantes do ensino secundário, expandindo-se gradualmente para a televisão e, posteriormente, para as redes sociais. Essas ainda são tratadas, no entanto, como um projeto experimental, algo que será fruto de dedicação maior em um futuro. Mas, sua enunciação revela uma intencionalidade clara: simplificar conceitos complexos de matemática e torná-los atrativos para diferentes audiências, seja na televisão, ser berço inicial de divulgação científica, seja nas mídias e redes sociais digitais (Youtube e Instagram). Ele destaca que o desafio maior está em traduzir a ciência de maneira acessível e que gere impacto ao público geral.

O discurso do Professor E também reflete uma percepção acerca da necessidade de adaptação estratégica às mudanças no consumo de conteúdo. Ele reconhece que a televisão está perdendo espaço para as redes sociais e enfatiza a necessidade de trabalhar com essas novas plataformas, ainda que, até o momento, seus esforços de produção sejam voltados majoritariamente para a televisão. Nesse ponto, a enunciação expõe um conflito entre a tradição da mídia televisiva e a crescente relevância do ambiente digital, destacando uma perspectiva pragmática e estratégica na busca por ampliar seu alcance e impacto, especialmente nas redes sociais digitais, como pontuamos acima.

Outro aspecto relevante é a visão do Professor E sobre o papel da influência em seu trabalho. Ele refuta a ideia de influência no sentido comercial ou superficial, mas reconhece sua posição como agente transformador na percepção do público sobre a matemática e a ciência. Essa auto identificação é reforçada por sua menção a reconhecimentos públicos acerca da sua influência na sociedade portuguesa. Essa declaração é uma construção discursiva que fortalece sua credibilidade e reforça sua legitimidade enquanto comunicador de ciência.

Destarte, o professor reflete sobre o financiamento de suas iniciativas, mencionando fundações e, em menor escala, marcas (empresas privadas). Essa abordagem revela um equilíbrio entre sua missão educativa e as dinâmicas econômicas que sustentam suas atividades. Em suas falas, reconhece que as interações entre o financiamento privado e a influência pública

sem comprometer os valores educacionais que guiam seu trabalho. Esta é a sua base e seu total objetivo de comunicação nas redes e mídias sociais sejam digitais ou tradicionais.

Analisamos neste momento inicial um professor que constrói uma imagem de um educador comprometido com a popularização da ciência, ciente em relação às mudanças nas dinâmicas midiáticas, especialmente por ser de uma geração anterior a do surgimento da internet, percebida como Geração X, e muito consciente de seu papel como influenciador educacional. Sua fala é marcada por uma intenção clara de simplificar a matemática, engajar diferentes públicos e promover uma visão positiva e acessível da ciência. O seu discurso reflete não apenas seu percurso individual, mas também as complexidades da comunicação científica contemporânea, em torno das mudanças sociais e culturais que moldam a comunicação midiática.

Análise temática sobre Diálogos Iniciais relacionados à Profissão – Professor F(F1)

Tema 1: Trajetória Acadêmica e Profissional
Unidades de registro: Redes sociais para divulgação; instituições públicas e privas; educação básica; educação superior. Categorias: -Formação Acadêmica Sólida -Uso Inicial das Redes Sociais -Multiplicidade de Contextos Educacionais Ideias principais “Já ministrei aulas na educação básica [...] e tanto em instituições privadas quanto em instituições públicas”; “Comecei a utilizar também as redes sociais para essa divulgação [...] e de me aproximar mais do público”.
Tema 2: Uso de Redes e Mídias Sociais na Educação
Unidades de Registro: Comecei como usuário convencional do Instagram; Cursos online durante a pandemia; Facebook sem função social; tecnologias para facilitar a vida do estudante e do professor Categorias: -Transformação do Uso das Redes -Impacto da Pandemia na Presença Digital -Preferência e Relevância do Instagram -Produção de Conteúdo Educacional Ideias principais:

“Iniciei enquanto usuário convencional [...] depois comecei a divulgar cursos e conteúdos educacionais”; “A pandemia alavancou mais [...] comecei a ofertar muitos cursos online e divulgar nas redes sociais”; “Posto no Instagram e rapidamente tenho 100, 200, 500 curtidas, enquanto no Facebook são 20 ou 30”; “Hoje eu tenho mais publicações voltadas para influenciar as pessoas para a educação de um modo geral”
Tema 3: Integração do Virtual e Presencial
Unidades de registro: Carreira meio a meio; presencial ainda é muito forte na minha vida; Bancas online; palestras online, lives online; momento presenciais no pós-pandemia; virtual ou híbrido funcionou, mas o presencial ainda é essencial. Categorias: -Equilíbrio entre Virtual e Presencial -Continuidade da Presença Virtual -Preferência por Momentos Presenciais Pós-Pandemia -Reconhecimento do Híbrido como Modelo Válido Ideias principais: “O presencial ainda é muito forte na minha vida” “Estou sempre com presença virtual muito forte, com bancas, palestras e lives online”. “As pessoas estão sedentas de momentos presenciais depois desse período.” “Ficou mais do que provado que o virtual ou o híbrido funcionou.”

Análise da enunciação sobre Diálogos Iniciais relacionados à Profissão – Professor F (F2):

O discurso do Professor F reflete elementos e aspectos relevantes da enunciação, analisados sob os eixos de intencionalidade, contexto e estrutura discursiva. O Professor F posiciona-se como um sujeito que articula sua trajetória acadêmica e profissional para justificar e consolidar sua atuação no ambiente digital. Sua intenção principal é demonstrar como as redes sociais, inicialmente usadas para fins pessoais, evoluíram para se tornar ferramentas centrais em sua prática educativa e de divulgação. Ele destaca que começou a enxergar as redes sociais também como um canal para mostrar seus serviços docentes. Aqui, observamos uma mudança de perspectiva, em que o sujeito constrói uma narrativa de adaptação e crescimento no uso das redes, alinhando-se às demandas contemporâneas. Afinal, quantas centenas de milhares de profissionais não fizeram o mesmo na última década?

O Professor F reconhece o potencial das mídias sociais como meios para alcançar públicos maiores e diversificados. Ele se posiciona como um mediador de práticas educacionais em contextos digitais. Em seu contexto de fala, o Professor F reflete sua trajetória marcada

docente marcada pela atuação em múltiplos níveis de ensino, expondo sua experiência na área educacional.

Ao citar a sua atuação profissional em redes sociais digitais, ele destaca o período da Pandemia da Covid-19, como um momento de aceleração desse processo. Notamos relatos semelhantes nas demais entrevistas dessa pesquisa. O Professor F reforça a importância das redes sociais para a continuidade do ensino durante períodos de isolamento social, bem como a necessidade de pluralidade de canais. O enunciador faz uma comparação entre plataformas, como Instagram e Facebook, revelando uma leitura crítica das dinâmicas de engajamento e relevância dessas mídias e pontuando que o Facebook perdeu seu poder de alcance nas suas comunidades educacionais.

Percebemos que o discurso do Professor F apresenta uma relação dialógica clara, adaptada ao contexto da entrevista. Ele responde de forma articulada às perguntas, utilizando estratégias que reforçam sua autoridade e experiência, ao mesmo tempo que estabelecem proximidade com o público-alvo da pesquisa. Isso pode ser observado quando ele usa exemplos concretos realizados por ele. Ele cita ações práticas, como a oferta de cursos online e a divulgação de pacotes educativos, ilustrando como utiliza as redes sociais de forma estratégica.

Além disso, ele reconhece as limitações do digital, ao citar que, no pós-pandemia, as pessoas ficaram sedentas por momentos educacionais presenciais.

O Professor F constrói um discurso que reforça sua identidade como educador multifacetado, que atua tanto no presencial quanto no digital. Ele enfatiza a flexibilidade de sua carreira e a capacidade de transitar, de forma exitosa, entre diferentes contextos educacionais, destacando uma identidade de professor que está alinhado às demandas de uma cultura em constante transformação, compreendendo e valorizando a importância de equilibrar-se presencial e digitalmente para atender às necessidades do público contemporâneo.

Modelo de Análise: Construção de Comunidades Educacionais Online

No campo da Construção de Comunidades Online, visamos compreender quais estruturas foram necessárias para o desenvolvimento de comunidades educacionais online, considerando presença social cognitiva e de ensino que constituem a estrutura, bem como as estratégias de manutenção dessas comunidades no ambiente digital.

Análise temática sobre Construção de Comunidades Educacionais Online Professora A (A3)

Tema 1: Uso de Estratégias Educacionais em Ambientes Online

Unidades de registro: Aulas gravadas; aulas ao vivo; resolução de exercícios; esquetes; stories; gamificação; YouTube. Categorias: - Estratégias de Ensino em Ambientes Online -Métodos de ensino - Gamificação - Integração de plataformas Ideia principal: “Aulas ao vivo, vídeos gravados, exercícios”; “Uso de enquetes e jogos de perguntas e respostas nas redes sociais”; “Utilização de YouTube, Instagram e WhatsApp para interações educativas”; “Desde aulas gravadas até aulas ao vivo... Faço muita resolução de exercício também... Coloco algumas enquetes no stories do Instagram para a turma responder...”
Tema 2: Interação e Engajamento em Comunidades Educacionais
Unidades de Registro: Comunidade de pessoas interessadas em aprender; não fiz pensando em criar uma comunidade; as pessoas chegaram naturalmente; facilitador da Língua Portuguesa; influenciador da educação. Categorias: - Comunidade educativa - Público orgânico -Influenciador educacional Ideia principal: “Sim, é uma comunidade de pessoas interessadas em aprender Língua Portuguesa... as pessoas chegaram meio que naturalmente...”; “O grupo de pessoas interessadas em aprender”
Tema 3. Dinâmica e Interação em Plataformas Digitais
Unidade de Registro: YouTube; Instagram; WhatsApp; enquetes; comentários; compartilhamentos; esquetes humorísticas; cotidiano; curiosidades; interação. Categorias: - Plataformas digitais: - Uso das redes sociais - Interação com o público - Esquetes e humor Ideias principais: “A gamificação e enquetes nos stories incentivam a participação dos seguidores”; “Coloquei enquetes nos stories do Instagram... fiz esquete humorística brincando com a Língua Portuguesa... as pessoas se identificam...”.
Tema 4: Impacto da Didática e Acessibilidade no Ensino

Unidade de Registro: Didática acessível; explicações acessíveis; facilitador; complementar a explicação da professora; dificuldade de aprender; didática que tira os nós. Categorias: - Facilitador do aprendizado -Complementaridade didática - A relação entre as explicações do professor e as dos professores em sala de aula. -Resolução de dificuldades - Canal do Youtube como apoio para alunos com dificuldades. Ideais principais: “Tua explicação é acessível, junto com a explicação da minha professora em sala de aula, com as duas explicações, eu aprendo...”; “Tornar o conteúdo acessível”.
Tema 5. Gamificação e Desafios Educacionais
Unidade de Registro: Gamificação; desafio; resolver questões; tentativa e erro; curiosidade. Categorias: -Engajamento por desafio -Uso de gamificação como estratégia para motivar os alunos -Integração de fatos curiosos para prender a atenção e envolver os alunos. - Estímulo à participação por meio da tentativa de acertar. Ideias principais: “Eu vejo que engaja as pessoas essa gamificação, esse desafio... As pessoas gostam de tentar resolver o desafio...”
Tema 6: Relação entre Humor e Ensino
Unidade de Registro: Esquetes humorísticas; cotidiano; identificação; ambiguidades da língua; riso; compartilhamento. Categorias: -Uso de Humor como Recurso Pedagógico - Humor como facilitador da aprendizagem - Humor e reflexão. Ideias principais: “Eu uso esquetes humorísticas, brincando com a Língua Portuguesa... as pessoas se identificam e riem...”
Tema 7: Comunicação Assíncrona e Atemporal
Unidades de registro: A internet é uma potencializadora dos conteúdos; interação continua; assíncrono e atemporal. Categorias: -Permanência de interesse nos conteúdos

- Interação contínua no ambiente online - Difusão de conteúdo online - Novos públicos continuamente - O poder da comunicação assíncrona. Ideias principais: “Por mais que eu entregue conteúdo toda semana (...) os mais vistos todos os meses são os de 2016 e 2017 (...) Porque a língua portuguesa não mudou de lá para cá”
Tema 8: Desafios e Mediação na Comunidade de Aprendizado Online
Unidades de registro: A mediação acontece pelas próprias pessoas; Nunca precisei deletar comentários; A comunidade faz esse movimento; Os próprios alunos se encarregam de manter o foco. Categorias: -Autogestão da comunidade - Redução de conflitos feito pela própria comunidade - Cocriação de regras: - Comunidade com gerência própria Ideias principais: “As próprias pessoas já se encarregam de silenciar aquela pessoa (hater) no sentido de ‘olha, você está no lugar errado’”; “A mediação acontece pelas próprias pessoas (da comunidade)”.
Tema 9: Papel do Professor e Transparência no Ensino
Unidades de registro: Transparência; confiança; linguagem simples; linguagem acessível; verdade. Categorias: -Clareza e honestidade geram nos alunos. -Aplicabilidade do conhecimento -Linguagem acessível -Validação externa - Responsabilidade educacional Ideias principais: “As pessoas confiam no que eu estou dizendo a partir do momento que aplicam e dá certo”; “Eu trago uma linguagem mais simples, mais acessível”; “Elas (as pessoas, os seguidores) voltam para dizer, deu certo (o aprendizado) ”.
Tema 10: Diversidade Cultural e Linguística nas Redes
Unidades de registro: Linguagem nacional; variação linguística; linguagem popular. Categorias: - Aproximação cultural com diferentes regiões - Linguagem inclusiva

- Conexão com o público Ideias principais: “A linguagem popular aproxima as pessoas”; “Eu fui expandindo os conceitos de uma forma mais acessível. ”
Tema 11: Motivação e Envolvimento da Comunidade de Aprendizado
Unidades de registro: O tecnicismo afasta as pessoas; impacto de grande número de pessoas; Os números atraem as pessoas. Categorias: - Rejeição ao tecnicismo - Feedback positivo dos alunos - Impactos dos números Ideias principais: “Números que atraem as pessoas. ”; “As pessoas trazem os resultados que elas tiveram. ”; “Aqui é conteúdo. O meu mote é conteúdo. ”

Análise da enunciação sobre Construção de Comunidades Educacionais Online Professor A (A4)

Esta etapa da entrevista com nos revelou pontos fundamentais sobre a construção de comunidades educacionais online do Professor A. Ele revela o uso de um discurso informal e pessoal, se posicionando não só como educador, mas também como facilitador acessível, empenhado em simplificar a compreensão da língua portuguesa. O Professor A demonstra satisfação em ter um relacionamento próximo com seu público, criando um tom de diálogo e acolhimento que convida a audiência a interagir e se sentir parte de uma comunidade educacional. Observamos que a mesma linguagem utilizada na entrevista, a coloquial, é também utilizada em seus conteúdos nas redes sociais. Esse estilo confere proximidade, humanizando-o e enfatizando seu papel não apenas como fonte de conhecimento, mas como alguém que está próximo, quase um amigo.

Há uma nítida expressão de identidade e propósito, quando ele afirma ser, antes de tudo, facilitador da Língua Portuguesa. A escolha dessa autoidentificação reflete uma estratégia pedagógica intencional de simplificação, o que é reforçado pela sua linguagem acessível, comum a todos. Assim, o professor constrói uma identidade de quem simplifica a complexidade da Língua Portuguesa e se engaja de forma inclusiva.

A variedade de ferramentas e estratégias que o Professor A utiliza para tornar o aprendizado atrativo, como enquetes no Instagram, gamificação e exercícios no WhatsApp e

YouTube, denota uma flexibilidade de adaptação aos ambientes digitais, o que reforça sua imagem como um educador inovador e adaptado aos meios modernos de comunicação.

O Professor A vê a comunidade que formou como algo orgânico, comparando-a a um processo espontâneo e natural. Ele sugere que a comunidade ganhou vida própria, tal qual uma comunidade, de fato, deve ter, com membros que até auxiliam na moderação de comentários, reforçando um senso de pertencimento e cooperação que transcende a figura central do educador.

Ele reconhece ainda os desafios da mediação, mas observa que, mesmo que ele não consiga intervir constantemente, a própria comunidade frequentemente se organiza para manter o espaço seguro e relevante. Esse tipo de interação revela como sua abordagem facilita a criação de um ambiente autossustentável, em que os próprios participantes assumem um papel ativo.

É interessante notar que, vez ou outra, ao longo da entrevista, o Professor A reflete que há questões que ele nunca havia pensado antes e isso o faz compreender, em tempo real ao diálogo com a Pesquisadora, o quão grandiosa é a comunidade que ele construiu ao longo dos anos. Ele diz: "tem perguntas que eu nunca para pensar, tá? (risos)", e ressalta que está elaborando uma percepção naquele momento sobre o assunto.

Notamos que o Professor A valoriza o uso de uma linguagem nacional e acessível, evitando excessos de regionalismos, mas utilizando variações linguísticas com cuidado para que a audiência de várias regiões do Brasil se identifique com o conteúdo. Mas, ele ilustra esse ponto mencionando que a variação regional de termos, como "mandioca" e "macaxeira", gera engajamento por ser um "tema" que desperta curiosidade nas pessoas e ajuda a se conectar com o público, criando uma identificação mútua. Essa abordagem é reforçada por seu interesse acadêmico em variação linguística, o que confere um sentido natural e espontâneo à sua comunicação.

Além disso, o Professora A evita e critica o tecnicismo na sua linguagem, especialmente nas redes sociais, pois ele entende que precisa incluir pessoas com diferentes níveis de escolaridade. Ao focar em uma linguagem "do dia a dia", como citamos acima, ele reforça seu papel de facilitador, trazendo conceitos técnicos somente após uma explicação simplificada e acessível. Essa escolha parece ter contribuído para o sucesso de seu canal, ao garantir que um espectro variado de seguidores, com níveis de escolaridade distintos, consiga absorver o conteúdo.

Como motivar seu público ao longo dos anos? O Professor A atribui a motivação da comunidade educacional à conexão gerada pela sua abordagem acessível e interativa. Ele compartilha a alegria em ver pessoas que retornam ao canal para revisar conteúdo, ao longo de

várias etapas educacionais e profissionais, desde o ensino médio até a vida profissional. O professor reconhece a importância dos resultados relatados por seus seguidores, algo que fortalece a relação com eles e cria engajamento orgânico.

Os temas escolhidos para criação de conteúdo também envolvem a prática observacional da comunidade. Ele analisa os temas de maior audiência e as dúvidas recorrentes de seus seguidores, e revela seu método de atualização constante do conteúdo: baseado nesses aspectos (audiência e dúvidas) e adaptando-o conforme as necessidades do público, que se modifica por períodos. Assim, ele fragmenta tópicos complexos, criando vídeos curtos para facilitar a compreensão. Essa estratégia também reflete uma flexibilidade pedagógica que o leva a um crescimento e engajamento orgânico perene.

Analisamos que o Professor A prefere se concentrar na produção de conteúdo educativo de qualidade, e em tom coloquial, sem apelar para polêmicas, ao contrário de algumas tendências nas redes sociais. Esse foco lhe permite manter uma reputação sólida e se firmar como um influenciador educacional autêntico, e não como alguém que busca "tretas" (como ele mesmo pontuou) para alavancar a visibilidade.

Outro ponto a se destacar nesse momento da entrevista, são as percepções que o Professor A tem em relação às diferenças entre o Brasil e outros países lusófonos, particularmente Portugal, ao observar que o Brasil tem uma necessidade maior por conteúdos educacionais devido à relação do país com a educação, enquanto em Portugal a situação é outra, em sua visão. Ele menciona que, em países onde a educação já é melhor estruturada, a demanda por conteúdos educativos online tende a ser menor. Tal feito pode ser analisado em relação aos dados que coletamos nesta pesquisa. Os professores brasileiros possuem números de seguidores e visualizações muito superiores em redes e mídias sociais digitais comparado aos professores de outros países, que têm, por exemplo, até espaços de divulgação em mídias tradicionais como emissoras de TV.

Análise temática sobre Construção de Comunidades Educacionais Online Professora C (C3)

Tema 1: Estratégias educacionais online
Unidades de Registro: Desafios; Interação; Reflexão; Gamificação; Comentários. Categorias: - Interação através de desafios - Feedback dos seguidores - Reflexão Crítica - Gamificação

Ideias principais: “Os desafios fomentam muito a interação”, “Sempre lanço perguntas para fazer as pessoas refletirem”, “Gostei de colocar algo provocador nos vídeos para estimular feedback”. “Sem dúvida que acho que os desafios fomentam muito a interação.” “Gosto realmente de lançar perguntas para fazer as pessoas refletirem”. “Desafios... tipo de coisas que geram mais interação”. “Eu não uso estratégias tradicionais como avaliações”.
Tema 2: Comunidades educacionais online
Unidades de registro: Comunidade; Propósito comum; Interação; Seguidores Categorias: - Propósito comum: - Interação entre seguidores - Comunidade educacional por meio de redes sociais Ideias principais: “Nós estamos todos unidos por um propósito”, “Considero isso uma comunidade”, “Unidos pela boa aprendizagem da matemática”, “Seguidores interagem com outros seguidores”; “Quer seja no YouTube, quer no Instagram”, “As pessoas estão lá para o mesmo propósito, aprender matemática”.
Tema 3: Comunicação assíncrona e aprendizagem
Unidades de registro: Assíncrona; Reflexão; Interação; Tempo Categorias: - Vantagens da comunicação assíncrona - Tempo para reflexão - Interação em tempos diferentes - Fomento à reflexão: - Flexibilidade na comunicação Ideias principais: “A pessoa pode colocar a dúvida e obter resposta mais tarde.”, “As pessoas têm mais tempo para refletir.”, “Mandam uma mensagem depois, dizendo ‘já consegui’”, “Faz com que as pessoas tenham mais tempo de reflexão”, “O facto de ser assíncrona não é um grande problema", “As pessoas têm mais tempo para refletir”
Tema 4: Desafios na construção de comunidades online
Unidades de registro: Desafios; Diversidade; Público-alvo; Conteúdos. Categorias: - Diversidade do público - Adaptação de conteúdos - Equilíbrio entre níveis de conhecimento - Inclusão de todos os níveis - Comunicação eficaz

Ideias principais: “Não sei se a pessoa do outro lado sabe muito ou pouco de matemática”, “Trazer vídeos mais avançados e mais fáceis”, “Tento agradar ambos os mundos”, “Dar primeiro uma visão mais simplificada para ninguém se sentir excluído”, “Preciso escolher os tópicos e a forma de abordagem para todos”
Tema 5: Motivação e envolvimento da comunidade
Unidades de registro: Motivação, Inovação, Rotina, Conteúdos. Categorias: - Inovação constante - Surpresa no conteúdo - Relação com a audiência - Atenção ao público - Esforços constantes Ideias principais: “É importante nunca cair numa rotina”, “As pessoas não podem saber o que vão ver”, “Não se pode cair numa rotina como numa relação”, “Não tomar por garantido o público que temos”, “Tornar o nosso conteúdo atrativo e diferente”. A Professora C entende a inovação e surpresa como cruciais para manter o envolvimento da comunidade.

.

Análise da enunciação sobre Construção de Comunidades Educacionais Online Professora C (C4)

A Professora C enfatiza que seu objetivo principal é a boa aprendizagem da matemática. Aqui observamos que a construção de comunidade educacional online é vista como uma extensão do ensino de matemática, com foco em engajamento e interação.

A Professora C menciona que os desafios são uma das principais estratégias para fomentar a interação. Essa categoria se relaciona com a ideia de que as atividades propostas nas redes sociais incentivam a comunicação entre os membros da comunidade, o que fortalece a sensação de pertencimento, muito valorizada por ela.

A Professora C vê seus seguidores como uma comunidade, com base no propósito comum de aprender matemática, destacando a interação nos comentários. Ela menciona ainda com muita firmeza que a comunicação assíncrona não é um obstáculo para a aprendizagem e pode até ser benéfica para reflexão, devido a não obrigatoriedade de se responder a tal questão naquele mesmo instante que fora proposto. A pessoa pode “ruminar” por horas ou dias a ideia. Isso destaca a importância de adaptar estratégias pedagógicas ao ambiente digital, sem depender exclusivamente da interação em tempo real.

Há também uma reflexão sobre a falta de utilização de estratégias educacionais tradicionais em seu ambiente online, mencionando que desafios e perguntas provocativas nos vídeos são formas mais eficazes de promover o envolvimento dos seguidores. Mas, a Professora C não tem a menor intenção de trazer "a sala de aula tradicional" para o ambiente digital. A Professora C utiliza abordagens que promovem maior autonomia e criatividade nos alunos, afastando a ideia de um modelo tradicional de aula expositiva.

A análise dos obstáculos percebidos pela professora, como a dificuldade em adaptar o conteúdo para diferentes públicos, revela uma importante categoria de análise. Nesse caso, o problema é a diversidade de níveis de conhecimento dos seguidores. A Professora C resolve isso variando a complexidade dos desafios e apresentando conteúdos de diferentes níveis de dificuldade, uma estratégia que favorece a inclusão dentro da comunidade. Consideramos essa uma espécie de nivelamento da comunidade a fim de facilitar o processo de aprendizagem coletivo.

Outro ponto levantado pela Professora C, neste momento de discussão, é a necessidade de criar uma ligação emocional com o público, especialmente em uma disciplina como matemática, que tradicionalmente é vista como técnica e fria. A identificação de elementos emocionais no discurso nos ajuda a compreender como o emissor busca envolver o receptor, e aqui a Professora C reconhece que a humanização do ensino é fundamental para manter a motivação da comunidade.

A Professora C também menciona a presença de uma diversidade cultural significativa em sua comunidade, especialmente com a participação de brasileiros e falantes da Língua Portuguesa de outros países. Para a professora, essa diversidade enriquece o processo de aprendizagem, demonstrando como a comunidade se beneficia da troca de experiências e conhecimentos entre diferentes culturas.

No âmbito analisado, nossa análise da enunciação nos revela que a construção de uma comunidade educacional online bem-sucedida depende de múltiplos fatores, tais como: a escolha de estratégias que fomentam a colaboração, a adaptação dos conteúdos para públicos diversificados, a comunicação assíncrona eficaz e a criação de uma ligação emocional com os membros da comunidade. A enunciação da Professora C destaca esses aspectos, mostrando uma visão integradora do papel do professor como facilitador do aprendizado em ambientes digitais.

Análise temática sobre Construção de Comunidades Educacionais Online Professor E (E3)

Tema 1: Conceito de Comunidade no Ambiente Digital
Unidades de registro: Não é comunidade de fato; indivíduos com interesses em comum; participação pontual; Categorias: - Ausência de comunidade tradicional - Agrupamento de pessoas interessadas em um tema - Não há envolvimento coletivo Ideias principais: "Não se trata de comunidade, não existe, de facto, o conceito de comunidade"; "Geram-se pequenas discussões em torno de qualquer coisa"; "É simplesmente um grupo que tem um gosto em comum"
Tema 2: Estratégias Educacionais e Comunicação no Digital
Unidades de registro: Uso de provocação; chamar a atenção com cenas curiosas; engajar o público com conteúdos que não sejam ignorados Categorias: - Provocação com fins de aprendizagem - Estratégias de envolvimento por meio de cenas curiosas - Combate à Indiferença Ideias principais: "Nós temos de provocar mais do que fazemos na nossa vida real"; "ele vai olhar e vai pensar, mas porque é que ele está dentro de um comboio ou porque é que, de repente, ele vai andar de bicicleta por meio de não sei o quê? Ou porque é que ele está a saltar exatamente no meio do Rio?."; "No fundo, o que nós lutamos é contra a indiferença."
Tema 3: Ambiente de Aprendizagem Online
Unidades de registro: entretenimento e conteúdos profundos; conteúdo como suporte e motivação; não é um método principal de ensino; superficialidade de conteúdos; não há sistematização de aprendizagem Categorias: - Transição gradual de conteúdos de entretenimento e de aprendizagem - Auxílio da aprendizagem; - Limitação de Profundidade - Limitação de sistematização de aprendizagem - Inspiração e Relação com a Vida Real Ideias principais:

“É como se tivéssemos dois gráficos (...) O entretenimento começa a baixar e o conteúdo começa a subir”; “Eu vejo como uma ferramenta que pode funcionar muito bem para inspirar as pessoas”; “Não é algo muito estruturado sequer.”; “Mostra... que aquela matéria que está a aprender tem significado para além da escola.”
Tema 4: Motivação e Sustentabilidade de Projetos
Unidades de Registro: ciência pode ser atemporal; conteúdos com apresentação original; a matemática é midiática; perseverança; truque para motivação Categorias: - Conteúdo Atemporal - Originalidade na apresentação - Interesse natural pela Matemática; - A matemática é “vendável” na mídia Ideias principais: “A ciência em geral é atemporal”; “E o que é original talvez seja um bocadinho a forma da apresentação desses conteúdos. E isso e isso talvez tenha alguma originalidade.”; “A matemática é por si só mediática”; “Mas o truque de me manter isto durante muito tempo? É basicamente a ser perseverante e protegendo conteúdos e basicamente ter a sorte de ter um tipo de produtos que é bastante “vendável” (entre aspas), que que as pessoas gostam, por um lado, público gosta, por outro lado os nossos patrocinadores, quem nos financia, acreditem que seja uma coisa que tenha valor”.

Análise da enunciação sobre Construção de Comunidades Educacionais Online – Professor E (E4)

Ao analisarmos as falas do Professor E, observamos manifestações que revelam sua percepção sobre os contextos de produção, recepção e objetivos de conteúdos educacionais e científicos em mídias tradicionais e plataformas digitais. Com foco à análise das suas respostas, compreendemos os sentidos construídos em torno da ideia de comunidade, das estratégias de comunicação e da função educativa do conteúdo.

Inicialmente, o Professor F reflete sobre o conceito de comunidade. Ele rejeita a ideia de que os seguidores de canais como o YouTube ou redes sociais, como o Instagram constituem uma comunidade, enfatizando que se trata de um grupo de indivíduos unidos por um interesse comum, mas sem interação suficientemente estruturada para formar um senso de pertencimento, um senso de comunidade. O enunciador revela uma visão funcionalista e pragmática, na qual a interação nas redes é vista mais como reação ou engajamento pontual do que como construção de vínculos sociais ou afetivos, base para a formação de uma

comunidade. Isso evidencia uma postura crítica quanto ao uso do termo "comunidade" no ambiente digital (abordamos esse tema no capítulo 3), desmistificando a ideia de coesão em plataformas baseadas em interesses fragmentados.

Ao tratar das estratégias educacionais e comunicacionais ao propagar seu conteúdo nas mídias tradicionais e digitais, o Professor F destaca a necessidade de surpreender e provocar o público. Ele utiliza humor, encenações e elementos visuais inusitados para capturar a atenção, reconhecendo o desafio de combater a indiferença nos ambientes em que circula com seus conteúdos. Essa abordagem reflete uma tentativa de adaptar a comunicação científica às dinâmicas das mídias tradicionais e digitais, onde o entretenimento desempenha papel crucial na manutenção do interesse. As escolhas comunicativas revelam uma tensão entre o conteúdo educativo e as demandas por atratividade, ilustrando a busca por equilíbrio entre informar e entreter.

A fala do professor também aborda a relação entre conteúdo educacional e aprendizado. Ele descreve seu trabalho como um meio auxiliar, mais voltado para inspirar e expandir horizontes do que para ensinar sistematicamente. Nesse sentido, posiciona seu conteúdo como catalisador para a curiosidade e para a conexão entre o aprendizado formal e aplicações práticas da matemática. Tal perspectiva analítica e com viés crítico evidencia uma consciência da limitação dos meios de comunicação para promover um aprendizado profundo e estruturado, ao mesmo tempo que reconhece seu valor como ferramenta complementar.

O Professor F, reflete por fim, sobre os elementos que sustentam a longevidade, o sucesso de seu trabalho e à manutenção do interesse das pessoas pelo seu conteúdo. Ele atribui sua relevância à escolha da matemática como tema, devido à sua natureza atemporal e atratividade mediática. Essa visão sugere que o enunciador entende seu papel como mediador entre o público e o conhecimento científico, explorando a curiosidade e a fascinação inerentes ao tema para construir um vínculo duradouro com sua audiência. A perseverança e a capacidade de dialogar com patrocinadores também são destacadas como fatores cruciais para a manutenção do projeto.

Em todo o seu discurso, observamos que ele reflete muito acerca das perguntas como se nunca tivesse parado para pensar nelas. A maioria lhe causa, por vezes, até pausas na fala enquanto reflete sobre a questão colocada. Por fim, a análise de enunciação revela que as falas do Professor E são impregnadas de um discurso reflexivo sobre os desafios e possibilidades da comunicação científica e educacional em ambientes digitais. Ele adota uma postura pragmática e estratégica em relação às suas ações presenciais e virtuais, alinhando seu trabalho às

características e limitações das plataformas, enquanto busca fomentar a curiosidade e engajamento do público.

Análise temática sobre Construção de Comunidades Educacionais Online Professor F (f3)

Tema 1: Estratégias Educacionais em Ambientes Online
Unidades de Registro: Ferramentas educacionais; Comunicação síncrona; Engajamento e Interação; Categorias: -Gamificação -Escrita colaborativa -Temas polêmicos -Convites à colaboração -Integração de links Ideias principais: “Eu gosto muito de fazer nuvens de palavras, quizzes e, também, escrita colaborativa”; “Quando tenho oportunidade de ministrar aulas online, eu gosto muito dessas ferramentas”; “Quando faço postagens ou vídeos sobre temas atuais e polêmicos, há mais participação”; “No vídeo, peço a colaboração no sentido: ´comente suas experiências´”; “Colocar links no final do vídeo direcionando para outros conteúdos”
Tema 2: Comunidades Educacionais Online
Unidades de registro: Características das Comunidades; Adesão esporádica; Interação intermitente; Discussões polêmicas como motor de engajamento; Categorias -Pequena parcela engajada -Interação intermitente -Conteúdos novos -Discussões polêmicas como motor de engajamento Ideias principais: “Acredito que somente uma pequena parcela está ali recorrente, os outros são novos e acompanham esporadicamente”; “Quando insiro conteúdos novos, há adesão de novos usuários”; “Temas polêmicos geram mais comentários e discussões”; “Grupos no WhatsApp são ativos apenas quando o tema está em alta”
Tema 3: Desafios na Construção de Comunidades Online
Unidade de Registro: Obstáculos e Soluções; aprendizado supérfluo; público desmotivado; relevância de conteúdo Categorias:

-Superficialidade do aprendizado -Concorrência de conteúdos lúdicos -Desmotivação do público -Manutenção da frequência e relevância Ideias principais: "A geração atual está acostumada com informações rápidas, o que resulta em aprendizado raso"; "Perdemos espaço para redes voltadas para piadas e temas não educativos"; "A audiência às vezes se desmotiva com conteúdos mais densos"; "A frequência e a inserção de conteúdos relevantes colaboram para a manutenção da comunidade".
Tema 4: Inclusão e Personalização nos Conteúdos Digitais
Unidades de Registro: Adaptação para Diversos Públicos; pessoas com deficiências; pessoas com déficit de atenção Categorias: -Acessibilidade para pessoas com deficiência -Adaptação para pessoas com déficit de atenção -Contexto multicultural -Ajustes regionais e culturais Ideias principais: "Se eu tiver usuários cegos, valorizo conteúdos em áudio ou faço audiodescrição"; "Conteúdos precisam ser concisos para captar a atenção desse público"; "A diversidade cultural influencia a dinâmica e a eficácia da comunicação"; "No Brasil, ferramentas como WhatsApp são muito mais populares do que em Portugal"

Análise da enunciação sobre Construção de Comunidades Educacionais Online – Professor F (F4)

No discurso de Professor F, identificamos diversas camadas de enunciação que revelam tanto estratégias educacionais como visões sobre a construção e manutenção de comunidades educacionais online.

Inicialmente, o Professor F contextualiza suas práticas educacionais, evidenciando a utilização de ferramentas como nuvens de palavras, *quizzes* e escrita colaborativa em ambientes online. A escolha dessas estratégias reflete uma tentativa de dinamizar o ensino remoto, privilegiando práticas que estimulem a interação e o envolvimento dos participantes, colocando o aluno/membro da comunidade como agente produtor do próprio conhecimento. Essa preferência demonstra uma visão pedagógica voltada à construção de um aprendizado mais ativo, em oposição a métodos passivos, como aula expositivas, sem interação aluno-professor.

A ênfase em ferramentas interativas indica uma preocupação com a inclusão e o estímulo ao protagonismo do aluno, aspectos caros à construção de comunidades educacionais online.

Ao responder sobre seus seguidores nas redes sociais, o professor mostra uma percepção crítica e realista do engajamento nas plataformas digitais. Ele distingue entre uma comunidade ativa e uma audiência transitória, apontando que apenas uma parcela de seus seguidores participa de forma consistente. Essa visão revela um entendimento das dinâmicas de interação nas redes sociais, onde a formação de comunidades sólidas depende de estratégias que promovam engajamento frequente. O professor F também identifica a importância de conteúdos relevantes e "polêmicos" do ponto de vista educacional para mobilizar sua audiência, reforçando a necessidade de criar materiais alinhados com os interesses e preocupações de seu público. Ele dá como exemplo o conteúdo criado por ele sobre a decisão da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), que anunciou, em outubro de 2024, que o sistema de classificação de revistas científicas será substituído por uma nova sistemática

Sobre o uso do What´s App, o professor faz uma análise das características transitórias de engajamento nos grupos. Ele reconhece que a interação é mais intensa quando o tema é relevante ou urgente, como em períodos de eleição para reitor nas universidades, mas tende a se dissipar em momentos de baixa demanda. Ao mesmo tempo, ele destaca grupos mais estáveis, como os de pesquisa, onde o engajamento diário é alimentado por debates e trocas constantes, especialmente se girarem em torno de temas polêmicos na área da educação. Essa observação sugere que o engajamento em comunidades depende de fatores como propósito comum, relevância dos temas abordados e a frequência de atualizações.

O professor também destaca o papel crucial do mediador na construção de comunidades online. Ele associa o sucesso dessas comunidades à atuação do moderador como criador, provocador e facilitador de interações. Essa perspectiva sublinha uma visão pedagógica onde o professor transcende o papel de transmissor de conteúdo para assumir uma função ativa na gestão de interações e na criação de um ambiente propício ao aprendizado colaborativo.

Em relação às estratégias de comunicação, o professor enfatiza a eficácia de conteúdos adaptados ao público-alvo e o uso de técnicas que despertem curiosidade, como a inclusão de perguntas instigantes no início de vídeos ou a inserção de *links* para materiais relacionados. Essa abordagem reflete um entendimento sobre a necessidade de adaptar a linguagem e o formato do conteúdo para maximizar o impacto comunicacional.

Por fim, o professor aborda os desafios de engajar uma audiência educacional em um ambiente digital saturado por conteúdos superficiais. Ele critica a preferência do público da

internet por materiais “rápidos e rasos”, ou de cunho de entretenimento como “piadas”, destacando a importância de produzir conteúdos mais densos e formativos. Ao fazê-lo, revela sua preocupação com a qualidade do aprendizado e com a responsabilidade social do educador em oferecer materiais que estimulem uma reflexão mais profunda. No entanto, reforça que a concorrência com conteúdos de entretenimento é muito grande. Chegamos aqui com a seguinte questão: como superar a concorrência de conteúdos educacionais, feito por professores “comuns”, com conteúdos de entretenimento, muitas vezes produzidos por influenciadores de grande alcance, com uma produção bem mais elaborada?

Essa análise das falas do Professor F evidencia sua reflexão crítica sobre práticas educacionais online, revelando desafios e estratégias na construção de comunidades engajadas e participativas.

Modelo de Análise: Literacias Digitais e a Influência Pessoal como Elo Fortificador da Comunidade

Este modelo de análise se concentrou em compreender sobre conhecimentos, aptidões e atitudes necessários para sustentar a liderança educacional online, nas comunidades estudadas. Analisamos as formas de literacias existentes em cada liderança, relacionadas com o ambiente educacional, bem como o poder da influência pessoal para construção e/ou manutenção dessas comunidades educacionais.

Análise temática sobre Literacias Digitais e a Influência Pessoal como Elo Fortificador da Comunidade do Professor A (A5)

Tema 1: Criação de Conteúdo
Unidades de Registro: criação de conteúdo educacional; líder; influenciador; educatenimento; pandemia. Categorias -Criador de conteúdo educacional -Influência Pessoal -Liderança Educacional -Desafios Pós-Pandemia -Transparência e Autenticidade Ideias principais

“Eu sou um pouco de criador de conteúdo educacional (...) sou influenciador porque eu influencio as pessoas a quererem aprenderem português (...) e também sou líder, porque hoje sou referência para outros profissionais. ”; “A pandemia fez os professores me descobrirem. ” “Conheço muitas pessoas que são personagens. Mas as pessoas que conheço que sempre deram muito certo, são as pessoas que foram sempre elas mesmas, então acho que essa transparência ser você mesmo ajuda muito também.”
Tema 2: Funcionamento das redes sociais
Unidades de Registro: literacia digital; redes sociais; Instagram; YouTube, público. Categorias: -Literacia Digital -Compreender quem é o público-alvo -Utilidade de cada rede - Diversidade de Comportamentos dos Públicos de Acordo com as Redes Sociais -Letramento Psicológico. Ideias principais “Precisa saber como funciona cada uma das redes (...) Então entender qual é o intuito da rede de Instagram, qual é o intuito da rede YouTube, TikTok, qual é o YouTube, quem são os públicos que estão dentro dela.”; “Não tem mais como não estar no mundo digital”
Tema 3: Referências para criação de conteúdo
Unidades de Registro: consumo de conteúdo educacional; nichos; referências. Categorias - Beber de diversas fontes de conteúdo para ser criativo e inovador. - Adaptação de Nichos - Originalidade -Aprendizado Contínuo - A importância de ser autêntico e fiel à própria identidade no ambiente online Ideias principais: “(...) Não consuma conteúdo educacional na rede. Se quer produzir conteúdo educacional, consuma conteúdo de outras pessoas. Então consumo conteúdo de esporte, de game, cinema (...) outros nichos. Para que isso? Para pegar esses outros nichos para a minha realidade. Porque se eu for consumir só conteúdo educacional, eu vou fazer mais do mesmo.”
Tema 4: Autenticidade em rede
Unidades de Registro: transparência; autenticidade; originalidade; relevância Categorias - Autenticidade:

- Transparência no Conteúdo - Construção de Relevância Ideias principais: “Seja você mesmo”; “As pessoas que conheço que deram certo (no universo digital), são as que foram elas mesmas.”; “Muitas pessoas fazem isso para se proteger.”
Tema 5: Capital Social em Rede
Unidades de Registro: capital social; dificuldades ao se trabalhar na construção de comunidades; suporte da comunidade; trabalho solitário. Categorias: -Proteção social da comunidade -Benefícios do capital social -Validade do capital social -Solidão no trabalho -Normas de apoio Ideias principais: “(...) O que me faz até seguir adiante é isso (o fortalecimento do capita social) (...) se se não tivesse esse suporte desse capital social que é protegido pelas pessoas também era muito difícil segurar adiante, porque você vai me esbarrando só nas dificuldades, não tem nenhum tipo de benefício no sentido ‘tem gente suportando aqui para eu dar conta de seguir’. A gente não dá conta, né? (...) O trabalho de produção de conteúdo, já é um trabalho solitário, porque eu abro a câmera aqui e estou falando com uma câmera, acreditando que alguém vai me ouvir. Sempre foi assim, desde o primeiro vídeo até o vídeo que eu gravei semana passada”
Tema 6: Impactos Negativos do Capital Social
Unidades de Registro: refém de produção de conteúdo; culpa por não produzir conteúdo; burnout. Categorias: - Refém de produção de conteúdo - Impactos financeiros - Cobrança para produzir conteúdo - Burnout devido ao trabalho com comunicação científica Ideias principais: “Querendo ou não, sou, entre aspas, aí refém de produção de conteúdo. Porque se eu parar de entregar conteúdo eu seria esquecido. E se eu for esquecido, eu paro de ter retorno financeiro também. Então se acaba sendo refém disso. Mas, é um jogo da rede de modo geral. É assim em qualquer rede social, então quem entra, entra ciente disso. (...) Hoje, querendo ou não (...) posso

deixar de postar um dia (...) se eu estiver doente, se não conseguir gravar, enfim, mas eu fico com culpa dentro do meu coração, fico com várias culpas, né?”
Tema 8: Desafios éticos
Unidades de Registro: ética na produção de conteúdos educacionais; ética sempre à frente. Categorias: -Ética na educação -Moderação de linguagem -Limites de exposição -Coerência com o conteúdo -Constante vigilância ética Ideias Principais “ A busca da ética sempre é uma coisa que tem que estar na frente da gente.” “ Buscar a ética é muito, muito interessante, especialmente com educação.” “ Não vou fazer um vídeo de cueca.” “Mas acho que para mim é um meio que natural. A ética está em mim. A gente vai seguindo a vida, só deixando ela acontecer assim, e acho que isso também. A própria comunidade já identificou. A galera já identificou isso desde sempre, sabe? Desde o então já sabe até onde a minha piada até onde é a minha brincadeira, até onde eu vou, até onde eu não vou.”
Tema 9: Impactos da Privacidade
Unidades de Registro: adaptação da privacidade Categorias: -Adaptação à privacidade após se expor nas redes sociais -Conforto em conversar com o público que lhe reconhece nas ruas -Exposição pública inevitável Ideias principais: “Ela (a privacidade) diminuiu bastante nesse sentido, então precisa saber adaptar a privacidade. Por exemplo, hoje, se eu quiser, ter alguma coisa mais privativa, tenho que ir para lugares mais privados mesmo, mais recolhidos. E sabendo que ainda corre o risco de encontrar alguém e tudo mais. Mas eu não tenho problema com isso. Eu sou um cara muito sociável, gosto de estar vendo a galera. Não tenho problema nenhum” “Eu não estou no nível de artistas da Globo, né? Mas é quando eu estou em ambiente educacional é um pouco mais (alvoroço do público), mas está tudo bem também, faz parte, já vou preparado para isso. Mas acho que isso é uma outra que, para quem for entrar, tem que pensar com carinho em relação a isso.”
Tema 10: Relação com a Comunidade Educacional

Unidades de Registro: encanto com o acolhimento da comunidade educacional; satisfação pelo reconhecimento.
Categorias:
-Apreço pelo reconhecimento
-Materialização da presença online
-Satisfação pessoal
-Aceitação da exposição
Ideias principais:
"A gente foi agora na bienal, podia andar na bienal toda tranquilamente. Lógico que as pessoas repararam, pediram foto...Legal, acham maravilhoso isso. Querendo ou não é a personificação do dos números, né?".

Análise da enunciação sobre Literacias Digitais e a Influência Pessoal como Elo Fortificador da Comunidade do Professor A (A6)

A análise da enunciação do Professor A nos revela um profissional que lida com múltiplos papéis, resultantes de seu trabalho no ambiente digital. Ele se posiciona como criador de conteúdo educacional, influenciador e líder educacional, cada qual representando facetas distintas de sua atuação online. Esta percepção é mediada pelo reconhecimento de que seu conteúdo não se limita a formatos tradicionais, mas busca atrair e cativar um público diversificado e, em certa medida, cético quanto ao valor educativo da internet. Isso revela uma dualidade no enunciador: o compromisso com a pedagogia formal e a adaptação às plataformas digitais. Uma visão clara de que há um novo momento para se viver a educação no mundo.

O Professor A nos releva que seu principal ponto de mudança no digital foi durante a pandemia da Covid-19. Neste período tanto alunos quantos professores, descobriram o seu canal no Youtube e suas redes sociais e passaram a associar essas plataformas como um suporte para sala de aula, no entanto, muitos o criticaram. "Sala de aula com online é tudo somando força, é melhor para toda mundo. Mas muitos professores eles olhavam com um certo receio para o meu trabalho na internet" (Professor A, 2024).

No decorrer de sua fala, o Professor A utiliza estratégias discursivas para legitimar seu papel de influenciador, líder educacional e criador de conteúdo, contrapondo-o ao estereótipo negativo de "blogueiragem", termo que muitas pessoas usam de forma pejorativa no universo digital. Ele evidencia a intenção educativa de seu conteúdo, destacando a seriedade de sua atuação online e a conscientização de sua responsabilidade como referência para outros professores e para sua comunidade como um todo.

O Professor A faz uso da expressão: educatenimento ou edutenimento. Um neologismo que faz a junção de entretenimento com educação. Barros (2022) afirma que essa junção que já vem sendo debate nos ambientes acadêmicos propõe "uma nova forma de olhar as distinções tradicionais entre formatos orientados para a educação, que também sejam baseados no entretenimento, culminando o conceito do termo edutenimento ou *edutainment*" (Id., 2022, p.58). Barros (2022) aponta que a presença de fatores como a atenção, as emoções, o aprendizado e a diversão são aliados em um processo de ensino-aprendizagem.

Assim, notamos no discurso do Professor A um esforço de comunicar uma pedagogia envolvente, um processo que envolve criatividade e adaptação de conteúdos, aspectos que ele considera essenciais para aumentar o engajamento dos estudantes.

Outro aspecto relevante é a consciência de sua influência na formação do seu capital social. Ao afirmar que seu conteúdo reflete uma liderança comunitária, o professor justifica a seriedade e transparência com as quais conduz suas redes. Além disso, observamos que a ampliação de seu alcance foi possibilitada pela pandemia, um contexto que reforçou a credibilidade de suas contribuições na internet, especialmente por ter uma audiência cativa de estudantes. A partir de então, sua prática discursiva alinha-se com uma retórica de acolhimento e acessibilidade, que visa construir uma comunidade solidária ao seu redor.

O Professor A demonstra uma compreensão clara sobre como as redes sociais moldam as relações entre produtores e consumidores de conteúdo, principalmente no setor educacional, evidenciando o desenvolvimento de um tipo específico de literacia digital que vai além da simples navegação nas redes.

Ele menciona a expressão "letramento psicológico", que entendemos se equivaler ao letramento socioemocional, o qual define como a habilidade de compreender e se adaptar às particularidades de público em diferentes redes sociais. Para ele, isso envolve entender tanto o propósito de cada plataforma quanto o perfil dos usuários que interagem com seu conteúdo. Essa compreensão das redes como espaços com dinâmicas e públicos distintos configura-se como uma competência essencial para a eficácia do seu trabalho como educador digital.

Outro aspecto das literacias digitais mencionado é o consumo estratégico de conteúdo de diferentes nichos (esporte, cinema, jogos) como uma maneira de evitar a "repetição de mais do mesmo" no campo educacional. Essa prática não só enriquece o conteúdo que ele produz, mas também mostra uma abordagem crítica e criativa para adaptar elementos de outras áreas ao seu campo. Esse método reflete uma literacia que ultrapassa o consumo passivo de informações, enfatizando uma postura ativa e adaptativa frente à diversidade de recursos que a internet oferece.

A influência do Professor A transcende a relação com o conteúdo, pois ele também se torna um ponto de apoio, um líder educacional para outros professores que, ao recorrerem a ele, reforçam sua posição de destaque na comunidade educacional, como apontamos no item 8.1.1.

A construção do capital social do Professor A é fortemente vinculada às suas habilidades de letramento digital. Sua capacidade de moldar a própria linguagem e abordagem com base nos diferentes públicos de cada rede social garante que ele crie conexões eficazes e autênticas. Ao mesmo tempo, o letramento digital ajuda o professor a desenvolver um conteúdo que se destaca pela originalidade, atraindo, assim, seguidores mais engajados e dispostos a defender e fortalecer sua presença.

Dessa forma, o Professor A ilustra como o domínio das literacias digitais não só fortalece o capital social, mas também ajuda a sustentar sua trajetória profissional. Ele construiu, através do entendimento, inicialmente intuitivo, das dinâmicas das redes, uma comunidade fiel que não apenas consome, mas participa ativamente da promoção e da proteção do conteúdo educacional que ele representa.

O Professor A reconhece, no entanto, a pressão contínua por manter uma frequência de publicações. Ele cita que o trabalho é árduo e solitário da perspectiva de quem está criando. Observamos que após o seu canal e suas redes ganharem mais visibilidade, ele passou a se sentir ainda mais pressionado a criar, como se a qualquer momento pudesse perder tudo que havia conquistado, especialmente relacionado ao seu capital social. "São várias culpas que vão (nos) acometendo dentro da do processo. (...) é uma coisa muito negativa e que inclusive, devido a isso, já passei por um *burnout*[26]. Hoje já estou bem melhor. Se eu tiver que não postar vídeo porque eu não consigo fazer, está tudo ok. (...) não vou entrar em desespero. Mas antigamente eu passava a madrugada gravando para não deixar de entregar conteúdo. Então é já é uma coisa que, para a minha saúde, já estava me fazendo mal" (Professor A, 2024)

Os desafios éticos em uma comunidade educativa digital também são um ponto relevante em seu discurso. A busca pela ética constante, segundo o professor, é uma exigência do próprio caráter público de sua atuação. Ao compartilhar os sacrifícios pessoais e profissionais envolvidos em sua rotina de criação de conteúdo, o professor A manifesta uma abordagem reflexiva sobre os limites de sua atuação digital, tentando balancear autenticidade, limites de trabalho e profissionalismo.

[26] A síndrome de burnout é um distúrbio psíquico causado pela exaustão extrema, sempre relacionada ao trabalho.

Análise temática sobre Literacias Digitais e a Influência Pessoal como Elo Fortificador da Comunidade da Professora C (C5)

Tema 1: Influência Digital e Identidade Profissional
Unidades de Registro: Criadora de conteúdo; Não me considero líder, Comunidade e identificação, Troca de ideias. Categorias - Identidade no Espaço Digital - Fortalecimento de Comunidades: - Conexão e Engajamento - Troca de Experiências Profissionais Ideias principais: "Acho que sou criadora de conteúdo (...) acho que é o termo que eu gosto mais de usar para descrever aquilo que eu faço", "É o meu espaço, onde eu passo as minhas ideias e aquilo que gosto e as pessoas se identificam", "As pessoas vão chegando e também vão gostando e entrando na comunidade", "Permitem-me conhecer pessoas de várias áreas diferentes, com várias capacidades diferentes e... acabamos por trocar ideias".
Tema 2: Literacias Digitais Essenciais para Educadores
Unidades de Registro: Conhecimento audiovisual; todas as literacias Categorias - Conhecimentos Audiovisuais para Conteúdo - Socioemocional para Conexão com o Público - Pensamento Hipermídia - Organização e Curadoria da Informação Ideias principais: "Manter um conhecimento lá em audiovisual para criar os conteúdos... é necessário", "A vertente socioemocional, de como passar informação", "Acho que é necessário tudo... claro que não é preciso ser expert em tudo", "Todas elas são importantes." A Professora C indica que a literacia da informação é fundamental para a construção de conteúdos eficazes.
Tema 3: Impacto das Redes Sociais nas Comunidades Educacionais
Unidades de Registro: Motivação e propósito; Complemento à educação tradicional; Perigo de aprendizado superficial; Comunidade global. Categorias: - Motivação Coletiva - Complemento Educacional Positivo

- Risco de Superficialidade - Interação Global e Multicultural Ideias principais: “Acho que pode ajudar a realmente motivar as pessoas a estudar mais”, “Ajuda muito a complementar a educação tradicional”. A Professora C acredita que a mídia social amplia os recursos disponíveis para o aprendizado. “A pessoa achar que por ter visto o vídeo... já domina esse assunto”. A Professora C alerta sobre a ilusão de conhecimento imediato proporcionado pela mídia. “É interessante ver essa interação entre o público português e o brasileiro”.
Tema 4 : Desafios Éticos na Influência Digital
Unidades de Registro: Comentários de homens; Respeito mútuo; xenofobia; Incluir todos; Questões culturais sensíveis. Categorias: - Comentários fora de contexto - Inclusão e Respeito - Neutralidade e Sensibilidade Cultural - Minimizar Conflitos Online -Responsabilidade Social e Ética Profissional Ideias principais: “...Agora não porque habituei-me a lidar com isso e a aceitar isso, mas no início incomodava-me muito e até foi...Foi um fator que me desencorajou muito”, “Tentar realmente incluir toda a gente”, “Gosto muito do meu público brasileiro e tento que haja este respeito mútuo”. A Professora C evita temas que possam dividir seu público multicultural. “Tento perpetuar um respeito mútuo”, “Não deixar que a xenofobia tome conta e que as pessoas realmente prestem atenção ao que é importante”.

Análise da enunciação sobre Literacias Digitais e a Influência Pessoal como Elo Fortificador da Comunidade da Professora C da Professora C (C6)

Nesta análise da enunciação, notamos uma construção discursiva em que a entrevistada, a Professora C, posiciona-se de forma humilde e evita uma autoimagem de autoridade rígida, preferindo o título de criadora de conteúdo a líder educacional ou mesmo influenciadora da educação. Essa escolha permite que ela estabeleça uma conexão mais horizontal com sua comunidade, configurando uma retórica mais acessível e humanizada

Na resposta sobre influência digital para superar barreiras geográficas, a Professora C valoriza a interação entre públicos de diferentes nacionalidades, destacando o potencial das redes para romper limites físicos e conectar pessoas com interesses educacionais comuns. Ao

descrever as diferenças culturais entre portugueses e brasileiros, ela revela uma postura dialógica, que aprecia e respeita a diversidade no ambiente educacional online.

Quando questionada sobre literacias digitais, ela ressalta que não é preciso ser especialista em todas, mas aponta que o audiovisual e a dimensão socioemocional são indispensáveis. A escolha por um discurso modesto e prático demonstra uma postura de aprendizado contínuo, ao invés de autossuficiência, o que reforça seu perfil de uma verdadeira influenciadora educacional consciente de suas limitações e da necessidade de colaborar.

A Professora C, ao mencionar o capital social e sua relação com a visibilidade digital, sugere um tipo de reconhecimento que vai além do alcance de redes sociais. A sua resposta reflete uma percepção de valor mútuo, onde a proximidade com sua comunidade resulta em trocas de ideias e parcerias, valorizando o coletivo em vez do benefício individual. Sua participação em eventos e o recebimento de convites de marcas devido à visibilidade digital sinalizam o efeito expansivo de sua presença online e o impacto de sua rede, como pudemos analisar no item 8.1.3.

Quanto aos impactos das redes sociais, a Professora C destaca aspectos positivos, como a motivação para estudo e o senso de comunidade, e menciona a limitação da aprendizagem em ambiente online, especialmente em redes sociais como o Instagram, onde consumir conteúdo superficial pode dar uma falsa sensação de domínio do tema, o que pode ser um risco ao conhecimento raso.

Um ponto delicado da conversa foi a pergunta acerca dos comentários sobre sua imagem, em detrimento de diálogos sobre o conteúdo educacional proposto por ela. A professora C reconhece o desconforto inicial de comentários como “linda”, “sempre gatinha”, como retratamos no tópico 8.1.3, e o impacto desse fator na sua participação online, levando-a a ficar fora das redes por dois anos. Mas também aponta uma mudança na sua perspectiva, agora mais indiferente a essas interferências. No entanto, sua comunicação não verbal ainda aponta para um incômodo sobre esses tipos de comentários inapropriados na comunidade a qual lidera.

Por fim, no que diz respeito aos desafios éticos, a Professora C revela uma estratégia cuidadosa para promover o respeito mútuo e evitar que xenofobia e outros conflitos interfiram em suas interações. Ela adota uma postura de mediação, promovendo o respeito e buscando criar um ambiente acolhedor para todas as nacionalidades.

Logo, essa é uma temática sensível quando se trata de relações entre portugueses e brasileiros, ainda que em ambiente online, tendo como base uma comunidade educacional.

Assim, a enunciação da Professora C evidencia um ethos colaborativo e uma ética de responsabilidade que visam fortalecer a comunidade educacional digital de maneira inclusiva e respeitosa.

Análise temática sobre Literacias Digitais e a Influência Pessoal como Elo Fortificador da Comunidade – Professor E (E5)

Tema 1: Autoimagem no ambiente digital e educacional
Unidades de registro: conteúdo; perspicácia na seleção de conteúdos; apresentador; carisma; Categorias: - Criador de conteúdo - Perspicaz na seleção de conteúdos - Líder educacional - Pessoas carismática - Influência Ideias principais: "Eu vejo-me como criador, seguramente"; "Selecionar conteúdos e os conteúdos corretos"; "Eu tenho a sorte de ter um certo tipo de personalidade que me entusiasma bastante, sou expressivo"; "Isso dá-me uma vantagem em relação aos outros criadores de conteúdo"; "Estou a liderar um movimento para ver a matemática de uma forma mais positiva"; "Estou seguramente a influenciar pessoas"; "Espero contagiar outras pessoas para mudar a forma de apresentar a matemática".
Tema 2: Superação de barreiras geográficas e criação de comunidades globais
Unidades de registro: Acessibilidade digital; pequenos povos; grandes povos; grupo brasileiro; questões acerca liderança digital; Categorias: - Acesso facilitado ao digital - Países pobres com acesso - Público brasileiro - Público Africano - Alcance internacional - Televisão como meio de captação - Não interesse em liderar comunidades educacionais Ideias principais: "Os média chegam basicamente a todo o lado"; "Mesmo nos países mais pobres, muitas pessoas usam smartphones"; "Cerca de 2/3 dos nossos seguidores são brasileiros"; "Em Portugal, muitos dos nossos seguidores foram captados na televisão"; "Podia criar uma comunidade, mas o meu foco está em produzir conteúdo".

Tema 3: Literacias digitais essenciais para educadores e cientistas
Unidades de registro: critérios para escolha de conteúdos científicos; competição no digital; literacias comunicacionais; Categorias: - Capacidade de seleção de conteúdos - Ambiente digital competitivo - Literacia de comunicação - Adaptação de conteúdos - Os melhores do mundo estão na internet Ideias principais: “Ser muito criterioso e rigoroso na escolha do material”; “Ter conhecimento em técnicas de edição de vídeo e uso de redes sociais”; “Produzir conteúdo eficiente no ambiente altamente competitivo”; “Saber criar conteúdos que atraiam diferentes tipos de público”; “Apresentar conteúdos de forma acessível, mesmo para quem não gosta de matemática”.
Tema 4: Desafios éticos e responsabilidade na criação de conteúdo
Unidades de registro: responsabilidade do criador de conteúdo; comunicação com humor; questões éticas; Categorias: -Influência do conteúdo na vida das pessoas - Humor e questões éticas - Mudanças na linguagem ao longo do tempo - Diversidade de gênero com convidados - Respeito ao público Ideias principais: “Vamos estar a produzir um conteúdo que vai influenciar pessoas”; “Isso inclui a forma como falamos, exemplos que damos e convidados que escolhemos”; “O humor é muito fácil de entrar em questões éticas”; “Mudamos ao longo de 12 anos para evitar alienar o público com piadas inadequadas.”

Análise da enunciação sobre Literacias Digitais e a Influência Pessoal como Elo Fortificador da Comunidade do Professor E (E6)

Ao analisar a enunciação do Professor E acerca das literacias digitais e a influência pessoal como elo fortificador da comunidade, observamos uma rica construção discursiva por parte dele, que reflete sua identidade e suas intenções enquanto comunicador, educador e influenciador no campo educacional.

A fala do professor E denota um processo de auto identificação e auto conscientização e de construção de características acerca da imagem que ele busca projetar perante a pesquisadora, a quem lhe entrevista, e o público mais amplo. Ao ser questionado sobre seus predicados acerca da sua influência pessoal, ele se analisa como multifacetado: criador de conteúdos, apresentador, influenciador e líder educacional. Essa pluralidade de papéis é legitimada não apenas por suas afirmações diretas, mas também por sua justificativa em relação às habilidades que ele julga possuir, como a capacidade de selecionar conteúdos relevantes e a expressividade que facilita a comunicação e o engajamento. Consideremos ainda que os reconhecimentos sociais relacionados a ele também legitimam essas características.

Essa construção identitária é reforçada por sua "modéstia" estratégica, ao mesmo tempo em que reconhece sua liderança no "movimento de apresentar a matemática de forma mais positiva e dinâmica". Essa postura revela uma tensão, em diversas falas, entre humildade e afirmação, característica de quem deseja influenciar sem parecer impositivo. Isso o fez "engasgar" a fala por várias vezes, gerando um certo embaraçado.

O Professor E menciona ainda que o Programa de TV e do Youtube liderados por ele são financiados por fundações portuguesas e analisa que o que está por trás de todo esse apoio é a influência que ele exerce no sentido de mudar as percepções das pessoas acerca da educação, da ciência. "E, no fundo, eles (as fundações) nos pagam para isso, para mudarmos mentalidade e para, na prática, influenciarmos pessoas" (Professor E, 2024, informação verbal).

Programas desse gênero também podem ser financiados por marcas comerciais e isso o leva a refletir e comprar países como Brasil e Portugal. "Sem ser muito explícito que estamos a vender *algo*, mas a verdade é que o *objeto/bem de valor* foi posto ali e, porque alguém achou conveniente. E, portanto, de certa forma, em não tão grande escala (no caso de Portugal, em comparação com o Brasil), também acabamos por estar atendendo marcas" (Professor E, 2024, informação verbal, grifo nosso).

O Professor E nota possibilidades de maior financiamento por marcas no Brasil do que em Portugal e isso se dá, segundo o seu olhar, devido aos volumosos alcance e interação gerados pelo público brasileiro, dando aos criadores de conteúdos e/ou *influencers*, uma possibilidade maior de negociação. "(...)Por exemplo, o Cana Y todo o dia tem milhões de interações em cada post e, portanto, essas pessoas (que gerenciam o canal) têm o poder de negociá-lo com marcas. É muito maior, portanto, a possibilidade que seguramente que vão fazer" (Professor E, 2024, informação verbal).

Ao abordar as barreiras geográficas e a construção de uma comunidade educacional global, o professor destaca o papel democratizador das tecnologias digitais e das redes sociais,

enfatizando sua acessibilidade, mesmo em regiões globais menos favorecidas. Ele reflete que há uma quantidade de pessoas usando smartphones em todo o mundo, mesmo em comunidades mais pobres. E, nesses casos, segundo seu ponto de vista, a comunicação científica é valorizada, por vezes, até mais do que em lugares nos quais as pessoas têm mais acesso à informação. Ele analisa que "muitas vezes, nesses sítios, essa é a única forma de ascender ao conhecimento (...) de subir em termos sociais e de *obter* níveis de escolaridade mais alta" (Professor E, 2024, informação verbal, grifo nosso).

Consideramos ainda uma consciência sobre o alcance e a responsabilidade dos conteúdos digitais que ele propaga. O Professor E associa a influência exercida pelos seus materiais ao impacto positivo em professores e estudantes, sobretudo no Brasil, onde descreve um público orgânico e mais segmentado.

Outro ponto central da análise é a ênfase do professor nas literacias digitais necessárias para atuar no ambiente online, como a capacidade de seleção rigorosa de conteúdos e o domínio de técnicas de edição e uso consistente de redes sociais. Aqui, a enunciação reflete uma compreensão sofisticada do cenário competitivo das plataformas digitais. Ele explora a metáfora da competição global, ressaltando como o alcance do conteúdo depende não apenas da qualidade científica, mas também da habilidade técnica e comunicativa. Essa visão é complementada pela menção aos desafios éticos enfrentados no processo de produção de conteúdo, especialmente no equilíbrio entre humor e respeito ao público, mesmo pontuando que em anos anteriores já utilizou de uma linguagem humorística que poderia ferir a princípios éticos de terceiros. Mas percebeu, em tempo, que aquele não era o seu objetivo na comunicação científica, passando a exercer com mais rigor um compromisso com a ética profissional e a diversidade, especialmente relacionado aos convidados de seu programa televisivo.

Ao discutir a possibilidade de liderar uma comunidade voltada para a matemática, o professor adota um tom reflexivo, evidenciando uma ambivalência em assumir essa responsabilidade de forma deliberada. Ele se reconhece como alguém capaz de mobilizar e inspirar pessoas, mas demonstra uma preferência por atuar na criação de conteúdos amplos e inclusivos, ao invés de centralizar esforços em uma comunidade específica. Essa escolha reforça seu papel como divulgador científico, voltado para alcançar o maior número possível de indivíduos, independentemente de suas motivações ou perfis, especialmente por seu público em Portugal ser fincado nas mídias tradicionais.

Portanto, a enunciação do professor E revela um discurso estratégico e polifônico, onde múltiplas vozes (a do criador, do influenciador, do líder e do educador) que se convergem para construir uma imagem de autoridade acessível e inspiradora no campo da educação e não para

além desse contexto. Essa complexidade discursiva reflete o papel dinâmico que ele desempenha na interface entre mídia, educação e sociedade.

Análise temática sobre Literacias Digitais e a Influência Pessoal como Elo Fortificador da Comunidade – Professor F (F5)

Tema 1: Papel do professor no ambiente digital
Unidades de registro: Criador de conteúdo; Eterno aprendente; Preocupação em relação a ser um exemplo para outras pessoas Categorias: -Aprendizagem contínua -Autodidata em edição de vídeos Ideias principais: “Eu me considero um eterno aprendente” “Tenho cada vez mais preocupação em relação a isso porque, às vezes, só pelo fato de você dizer que determinado livro é bom, as pessoas compram” “Todo o conhecimento que eu sei relacionado à edição de vídeos, eu aprendi por conta própria”
Tema 2: Influência digital para superar barreiras geográficas
Unidades de registro: Presença forte nas redes sociais; membros de diversos países; a importância do compartilhamento; alcance das redes e mídias sociais Categorias: -Expansão de fronteiras -Compartilhamento estratégico -Diversidade geográfica -Efeito de rede Ideias principais: “A tua presença nas redes quando é forte termina extrapolando barreiras”. “O compartilhamento é decisivo para atrair mais participantes”. “Temos participantes de Portugal, Espanha e até do Canadá” “As pessoas replicam nas suas redes e terminam fazendo com que a informação seja ventilada”
Tema 3: Literacias digitais essenciais para professores
Unidades de registro: Inteligência emocional; haters; Conhecimentos de comunicação e marketing; Superar a vergonha de gravar vídeos e podcasts; Investir em equipamentos de qualidade, como câmeras e microfones. Categorias: -Literacia socioemocional -Competência técnica

-Superação de barreiras pessoais -Uso de ferramentas digitais Ideias principais: “É importante ter inteligência emocional para lidar com haters” “Saber gravar vídeos e evitar que sejam muito extensos”. “Superar a vergonha de gravar vídeos e podcasts”. “Conhecimentos de comunicação e marketing são fundamentais”
Tema 4: Desafios e oportunidades na criação de comunidades educacionais online
Unidades de registro: Conciliar funções de educador e criador de conteúdo; A maioria dos canais de professores não gera retorno financeiro elevado; A falta de conhecimento sobre ferramentas pode ser uma barreira; O conteúdo pode alcançar ambientes muito distantes. Categorias: -Alta concorrência com conteúdos não acadêmicos -Custos financeiros e técnicos -Tempo e esforço Ideias principais “É mais fácil as pessoas ficarem uma hora ouvindo piadas do que assistindo uma aula online”. “É necessário investir em câmeras, tripés e outros equipamentos”. “Nem todos os educadores têm recursos para criar conteúdos de qualidade”

Análise da enunciação sobre Literacias Digitais e a Influência Pessoal como Elo Fortificador da Comunidade – Professor F (F6)

Toda a entrevista do Professor F reflete uma compreensão e um engajamento autêntico com o ambiente online, mas permeado por limitações, desafios e auto percepções que orientam sua prática.

O Professor F se apresenta como um eterno aprendiz. Ele destaca que não possui formação formal em *design* ou Comunicação, mas adquiriu essas habilidades por meio da prática e do consumo de conteúdos disponíveis online, como vídeos no YouTube. Essa construção discursiva evidencia uma relação prática e exploratória com as literacias digitais, onde o aprendizado contínuo e a adaptabilidade são elementos centrais. O uso de expressões como “ vou fazer o que consigo” sugere a consciência de suas limitações técnicas, mas também transmite autenticidade e proximidade com outros educadores que podem compartilhar das mesmas dificuldades.

A reflexão sobre sua influência digital aponta para uma dupla responsabilidade: enquanto o criador de conteúdo e exemplo para sua comunidade. O professor reconhece a influência que exerce, mesmo que involuntariamente, sobre outros educadores e alunos. Ele aborda essa posição como uma responsabilidade ética, especialmente ao indicar livros ou materiais, pois suas recomendações impactam diretamente as escolhas dos seguidores. O exemplo do retorno financeiro gerado por indicações no site da *Amazon* reforça a conexão entre práticas educativas e práticas comerciais, revelando a interseção entre o papel de educador e o de influenciador. Sua preocupação em indicar livros que realmente conhece reflete a necessidade de estabelecer uma relação de confiança, essencial no universo educacional.

Quando questionado sobre o alcance global de sua atuação, o professor enfatiza a superação de barreiras geográficas por meio de sua presença digital. Ele menciona eventos online e híbridos, em todo o Brasil, como ferramentas para expandir sua audiência, que inclui participantes de diferentes estados brasileiros e até outros países, como Portugal, Espanha e Canadá.

O Professor F destaca sobre o compartilhamento de conteúdos, entre os membros de sua comunidades, e o papel das redes para ampliar as informações e aponta para uma visão colaborativa do ambiente digital, onde a disseminação do conteúdo depende tanto do criador quanto de uma rede de apoiadores e influenciadores. Esse trecho reforça a relevância das literacias digitais para a construção e manutenção de comunidades educacionais globais.

No que diz respeito às literacias digitais necessárias, o Professor F destaca as competências técnicas e socioemocionais. Ele menciona habilidades práticas, como gravação e edição de vídeos, mas também aponta para a necessidade de inteligência emocional para lidar com conflitos, especialmente com *haters,* já citado também por outros professores participantes desse estudo. A estratégia de "desarmar" essas pessoas com educação é um exemplo de como o discurso se orienta por valores éticos e pedagógicos. Além disso, ele reconhece a necessidade de superar barreiras pessoais, como a vergonha, para se adaptar ao papel emergente de professores como comunicadores digitais.

Quanto aos desafios éticos, o professor expõe questões relevantes, como o uso de inteligência artificial para criação de conteúdos educacionais, o que leva, muitas vezes, à apresentação de conteúdos rasos e a concorrência desleal entre educadores que não possuem formação adequada, mas se destacam por estratégias de marketing. Ele critica a superficialidade de certos conteúdos educacionais e alerta para os perigos de informações não confiáveis em comunidades online, destacando a responsabilidade dos criadores em assegurar a qualidade do material.

Por fim, ao discutir os pontos positivos e negativos da construção de comunidades educacionais, o professor oferece um panorama equilibrado. Ele destaca o alcance e a inclusão como vantagens significativas, mas ressalta o trabalho intenso, para além do trabalho do dia a dia em sala de aula, e o baixo retorno financeiro como limitações. A necessidade de conciliar múltiplas funções, investir em equipamentos e dominar ferramentas tecnológicas também são apontadas como barreiras. Esse discurso revela uma visão crítica, mas apaixonada, sobre o papel do educador no ambiente digital, evidenciando tanto as oportunidades quanto os desafios de sua atuação. Pelo entusiasmo do Professor F, compreendemos que é preciso, de fato, amar a prática docente para mergulhar em uma dupla jornada de trabalho como professor.

Nesta análise enunciativa, notamos um educador consciente de seu papel, que circula entre aprendizagens autodidatas, responsabilidades éticas e limitações técnicas, enquanto busca expandir sua influência e promover o aprendizado em escala global. A enunciação reflete um equilíbrio entre vulnerabilidade e autoridade, conferindo autenticidade e relevância ao seu discurso.

Modelo de Análise: Mercado Educacional Online

Nos últimos anos, o setor educacional vivenciou uma das mais significativas transformações. Antes de 2020, o ensino no Brasil era majoritariamente presencial, mas com a chegada da pandemia da Covid-19 e a necessidade do distanciamento social, houve uma rápida digitalização da educação, alterando profundamente a forma de ensinar e aprender e se ajustando à nova realidade.

De acordo com pesquisa da *Mordor Intelligence*[27], cujo período de estudo foi de 2019 – 2029, e ano base para estimativa de 2023, com uma taxa de crescimento anual de 8,2%, o mercado de educação online deve atingir US$ 337 milhares de milhões[28] até 2032. A facilidade de acesso, a flexibilidade e o baixo custo dos cursos online atraem milhões de alunos em todo o mundo. A crescente adoção de tecnologias como inteligência artificial e realidade virtual está transformando a experiência de aprendizado.

Dados do PagSeguro[29], braço internacional do PagBank, revelam, por meio do relatório anual sobre o cenário do e-commerce e dos métodos de pagamento na América Latina, que o mercado de e-learning na América Latina atingiu um volume de US$ 9 milhares de milhão em

[27] Acesso à pesquisa: https://www.mordorintelligence.com/pt/industry-reports/global-elearning-market

[28] Em tradução para o português do Brasil: US$ 337 bilhões

[29] Acesso à pesquisa: https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/e-learning-america-latina-deve-alcancar-us-16-bilhoes-ate-2026-estudo-pagseguro

2023. Com um crescimento anual composto (CAGR) de 22%, espera-se que alcance US$ 16 milhares de milhões[30] até 2026. A distribuição por país mostra o Brasil na liderança, com um volume de US$ 4,5 milhares de milhão em 2023, seguido pelo México, com US$ 1,4 milhar de milhão. A Argentina e o Peru revelam-se mercados menores, mas notáveis, de US$ 0,6 milhar de milhão e US$ 1,1 milhar de milhão, respectivamente.

Assim, almejamos aqui compreender quais os impactos dessas mudanças na forma dos professores verem a educação, seja ela formal, não-formal e informal, no âmbito mercadológico digital, onde surgiu um novo campo educacional que está em crescente evidência.

Análise temática sobre mercado educacional online – Professor A (A7)

Tema 1: Redes Sociais como Vitrine
Unidades de Registro: a vitrine das redes sociais; criação de produtos digitais; mudança de carreira; instabilidade financeira Categorias: -Redes Sociais como Vitrine -Todo mundo tem que ter algum tipo de produto digital -Mudança de Carreira do Presencial para o Digital -Instabilidade financeira do trabalho online -Flexibilidade e Autonomia Ideias principais “A rede social precisa ser uma vitrine do meu trabalho em todos os aspectos.”; “Todo mundo tem que ter algum tipo de produto digital. (...) Pode não ser o seu principal recebimento, mas tem que ter.”; “No online você pode ser que nesse mês você ganhe isso, né? No mês que vem não ganhe isso.” “Então eu trabalhava de (segunda) de manhã até 10 da noite de sábado. Era isso que funcionava na minha vida naquela época e no domingo eu ficava corrigindo prova e preparando as aulas. Na semana seguinte era a mesma coisa. Minha vida era essa. Por alguns anos foi assim. E aí quando eu comecei no YouTube, eu comecei a ter algum tipo de retorno financeiro. Comecei a largar o presencial para focar um pouco mais nisso”. “(...)Mas eu fui muito devagar, tá? Tirei o pé muito devagar do presencial, porque o presencial querendo ou não tem um valor x que você ganha no mês, você sabe quando você pode gastar dentro daquele valor x. No online se não tem isso?”.

[30] Em tradução para o português do Brasil: US$ 16 bilhões

“Acho que a gente fica muito mais feliz quando a gente faz o jeito que a gente acredita. É, eu sou muito feliz hoje por poder trabalhar de forma livre. Sou livre para fazer do jeito que eu acredito que funcionou para as pessoas...”
Tema 2: Trabalho Intenso e Qualidade de Vida
Unidades de Registro: trabalho árduo; trabalho exigente; qualidade de vida; cursos online Categorias: -Utilização das Redes Sociais para Venda de Cursos Ideias principais: “80% das minhas vendas do curso são pelas minhas redes” “A carreira do digital, ela te permite ter um pouquinho mais de qualidade de vida, mesmo trabalhando muito”.
Tema 3: Estratégias de Marketing
Unidades de Registro: não uso de tráfego pago; alcance orgânico Categorias: -Não uso de publicidade excessiva -Empreendedorismo Digital Ideias Principais “Eu me preocupo muito em não poluir (minhas redes sociais) com publicidade”. “Nunca botei R$1 real em lugar nenhum (...). Tudo orgânico”

Análise da enunciação sobre mercado educacional – Professor A (A8)

Nesta análise enunciativa, observamos como o Professor A utiliza as estratégias discursivas para construir e reforçar sua identidade profissional e educativa no contexto digital, enquanto articula a relevância do mercado educacional online. Através de uma abordagem conversacional e transparente, o professor cria uma imagem de autenticidade e proximidade com o público, reforçando os valores que sustentam seu método, seus serviços e seus produtos. O Professor A enfatiza a importância de não “poluir” suas redes com publicidade excessiva, preferindo manter uma presença educativa em seus canais, tal feito pode ser corroborado pelo baixo percentual de ações de publicidade em suas redes sociais, conforme analisamos no tópico 8.1.1. Ao expressar preocupação em preservar a qualidade do conteúdo ao invés de comercializar excessivamente, ele projeta uma imagem de integridade associado à prática educacional. Em seu discurso, notamos que essa postura não só reafirma sua credibilidade como educador, mas também constrói um laço de confiança com o público, que o vê como um

mentor dedicado, não movido apenas por ganhos financeiros, o que faz a base com seus ideais docente.

O Professor A destaca uma transformação significativa em sua carreira, passando de um ambiente institucional rígido, no qual não tinha tempo sequer para cuidar da saúde para uma "maior liberdade" do ensino online. As suas experiências passadas em instituições educacionais também o limitavam no que se refere à sua criatividade. A possibilidade de "fazer do jeito que eu acredito (Professor A, 2024)" aparece como uma conquista pessoal e profissional, associada à sua trajetória de educador digital. Ao enfatizar essa autonomia, o Professor A exalta o valor da autenticidade e da adaptação do conteúdo à sua visão pedagógica, o que enriquece a experiência educacional para seus seguidores.

Outro ponto relevante é associação das redes sociais digitais como "vitrine" de um negócio. O Professor A entende essas plataformas como uma vitrine multifuncional que exibe tanto conteúdo educativo rápido e gratuito quanto a possibilidade de aprofundamento, em outras plataformas, com custos adicionados. Em sua fala, as redes são vistas como um convite para que os seguidores explorem um conteúdo mais extenso e pago, como o curso que ele desenvolveu. Uma espécie de acesso gratuito e conteúdo *premium*, estabelecendo, na percepção do público, um fluxo natural entre o conteúdo disponível e as opções de aprofundamento.

A enunciação do professor revela uma visão amadurecida do mercado educacional digital, ao contrário de outros docentes que integraram este estudo. O Professor A aborda ainda a importante temática "instabilidade financeira" e a importância da diversificação de fontes de renda ao se trabalhar no digital. Ao mencionar que hoje ele administra várias fontes de receita (YouTube, cursos, palestras), ele utiliza a expressão "distribuir ovos" para simbolizar a criação de um modelo de renda diversificado e resiliente. Esse discurso enfatiza a necessidade de equilíbrio financeiro e de uma postura empreendedora para alcançar a estabilidade na carreira digital. Aqui observamos mais um letramento importante para os docentes que almejam ingressar nesse ramo.

Por fim, a análise enunciativa revela que o Professor A utiliza uma linguagem acessível e de proximidade, mesclando honestidade sobre os desafios e vantagens de sua escolha de carreira. Seu discurso enfatiza a construção de uma imagem profissional pautada na autenticidade, no humor, na criatividade, na autonomia e na relação de confiança com o público. Ele projeta sua experiência e resiliência como um modelo viável e atraente, posicionando-se não apenas como um educador, mas como um influenciador que inspira outros profissionais a explorar o potencial do ensino digital.

Análise temática sobre Mercado Educacional – Professora C (C7)

Tema 1: Comunidades Educacionais Online e Mercado Educacional
Unidades de Registro: monetizar, conteúdos exclusivos, conteúdos pagos, exclusividade de acesso. Categorias: - Monetização em Comunidades Educacionais - Mercado e Carreira Educacional Digital - Produção e Oferta de Conteúdos Exclusivos - Interação e Crescimento Sustentável - Estratégias para Retenção de Público Ideias principais: "Há formas fáceis de monetizar, não é? Basta criar conteúdos exclusivos para quem pagar uma certa quantidade de dinheiro", "Acho que realmente há uma ligação muito próxima entre comunidades educacionais online e o mercado educacional", "Arranjar uma forma inteligente de monetizar os conteúdos e tentaram obter benefícios àquelas pessoas que compram", "Que é que a comunidade quer? Que é que a comunidade precisa? Que é que eu posso fazer para melhorar?".
Tema 2: Educação Online Pós-Pandemia
Unidades de Registro: flexibilidade, personalização, autonomia Categorias: -Flexibilidade do Ensino Online - Educação Personalizada e Auto-Ritmo - Impacto da Pandemia na Educação Online - Potencial do Ensino Digital como Modelo de Negócio Ideias principais: "A vertente da personalização que se consegue com conteúdos digitais vai sempre gerar cada vez mais procura", "O facto de poderem estudar autonomamente quando quiserem (...) vai sempre gerar cada vez mais procura", "Acho que as pessoas perceberam que isso lhes dá uma flexibilidade e customização muito grande", "Eu acho que há um potencial muito grande [...] pode realmente ser honesto e fazer a diferença".

Análise da enunciação sobre Mercado Educacional – Professora C (C8)

A análise da enunciação nesta etapa da entrevista revela como a Professora C constrói uma identidade discursiva orientada pelo comprometimento com o acesso ao conhecimento. Ao falar sobre o mercado educacional online e a monetização de conteúdos, ela transmite uma postura cuidadosa, destacando que seus conteúdos, até o momento, são gratuitos e acessíveis a todos. No entanto, sua fala também sinaliza uma compreensão

pragmática sobre a necessidade de gerar uma fonte de renda para sustentar seu trabalho educacional digital, evidenciando uma visão empreendedora embasada em valores éticos de acessibilidade. Como ela relata "os educadores que se interessam por esta parte digital e essa produção de conteúdos, acho que é algo que deviam considerar, porque pode realmente ser honesto e fazer a diferença".

Ao longo da entrevista, a Professora C se sente provocada a refletir sobre temáticas que outrora não havia pensado especialmente sobre o mercado educacional online e suas práticas monetárias, o que a leva a responder de forma estratégica, sugerindo que uma "carreira estável" no ambiente digital requer inteligência para "monetizar os conteúdos" e uma reflexão constante sobre a relação com a comunidade. Aqui, a Professora C enfatiza a importância do diferencial: "por que alguém escolheria assistir às minhas aulas?", apontando para uma conscientização sobre a competitividade e a necessidade de inovação no mercado educacional online.

A enunciação da Professora C se posiciona de forma humilde, mas não se exime de indicar a importância da busca por uma receita que dê retorno ao seu trabalho. Este aspecto é também complementado pelo seu reconhecimento da necessidade de ouvir a comunidade e considerar o retorno da mesma, mostrando que, para ela, a interação com os seguidores é um pilar fundamental para o sucesso digital e para a criação de uma base de apoio engajada, apesar de que não vimos, em nossas análises, uma interação constante entre ela e seus seguidores tanto no Instagram quanto no TikTok.

Ao responder sobre a demanda crescente pela educação online, a Professora C reforça a valorização da autonomia e da flexibilidade como elementos fundamentais da educação digital. A professora associa o aumento do interesse por essa modalidade ao contexto da pandemia, que, segundo ela, impulsionou a popularidade do aprendizado digital, possibilitando uma experiência mais personalizada em contraste com o ensino presencial, que segue um ritmo imposto e que, por vezes, o indivíduo não consegue acompanhar devido a outras atividades. Sua fala, portanto, valida o ensino online como um caminho legítimo e promissor para educadores que almejam formar redes educacionais digitais.

No fechamento, a professora reconhece o potencial da educação online como um novo modelo de negócio para educadores, indicando que ela própria considera essa possibilidade como parte de um futuro profissional. Este comentário aponta para uma aceitação das mudanças no mercado educacional e uma disposição para explorar oportunidades, sem, contudo, abandonar os valores de gratuidade e acessibilidade que ela defende. Mas, não há, aparentemente, um plano real a ser seguido neste ponto. Ela manifesta-se satisfeita com a

realidade que vive hoje, tendo em vista que consegue ter outras fontes de rendas associadas a sua participação no digital, como parceria com empresas de tecnologia e educacionais.

Ao longo deste momento da entrevista, a enunciação de Professora C apresenta uma visão equilibrada entre valores de acessibilidade e o entendimento do mercado digital, onde ela manifesta a importância do diferencial competitivo, da inovação, e da escuta ativa da comunidade como elementos essenciais para consolidar uma carreira educacional digital significativa e sustentável.

Análise temática sobre Mercado Educacional – Professor E (E7)

Tema 1: Relação entre comunidades e o mercado educacional online
Unidades de registro: intenções de negócios; comunidades e produtos educacionais; comunidade receptiva; Categorias: - Objetivo mercadológico das comunidades - Importância das comunidades para lançamento de produtos - Comunidades como estratégia de promoção - Relação indireta entre comunidades e mercado Ideias principais: "Porque muitas vezes, quando geram essas comunidades, tem algum tipo de ideia, algum tipo de negócio por trás"; "(...) quando o facto de termos comunidade de partida receptiva e que, eventualmente vai ser a primeira, a primeira linha talvez de recepção desse produto, seja, sei lá, uma plataforma de ensino, seja um livro, seja um conteúdo direto de canais de ciência ou qualquer coisa."; "(...)é essencial criar redes e criar aglomerados de gente em torno de uma página de Instagram ou de Facebook ou de qualquer coisa que que depois, no fundo, sirva para promover o nosso material."; "Muitas vezes isso não é explícito sequer para as próprias pessoas."
Tema 2: Construção de uma carreira educacional exclusivamente online
Unidades de registro: conhecimento do material; capacidade de se mover nas redes sociais; Carisma tem um peso brutal no sucesso; Há uma parte controlável e outra que depende da sorte; Criar networking é essencial para aumentar as chances. Categorias: - Competências técnicas - Estratégia nas redes sociais - Carisma e comunicação - Influência do acaso no sucesso digital Ideias principais:

“Ter um grande conhecimento do material, do tema que quer passar”; “Perceber que estratégias funcionam nas redes”; “Carisma tem um peso brutal no sucesso de alguém”; Pequenas condições iniciais podem gerar ciclos completamente diferentes”; “As pessoas são muito sensíveis a pequenos truques e pequenas coisas que nós, às vezes, não conseguimos controlar, muitas vezes são fruto do acaso, no sentido em que um professor lança um canal no momento certo...Lançou e já tinha ali uma comunidade que deu porque o primeiro *boost* ao canal (...)”
Tema 3: Competitividade no mercado digital
Unidades de registro: terreno competitivo; necessidade de ocupação de nicho; alguém irá ocupar porque há demanda Categorias: - Altos níveis de competitividade - Demanda existente no mercado - Desafios e riscos no mercado digital Ideias principais: “É um terreno difícil, competitivo, muito, extremamente competitivo”; “As pessoas têm necessidade desse tipo de comunidades e desse tipo de conteúdo”; “Alguém vai ocupar porque há demanda”; “É uma grande aventura no sentido de ser um terreno difícil”.
Tema 4: Fatores sociais subjetivos e estruturais do sucesso online
Unidades de registro: “Difícil replicar as experiências sociais”; “Timing é crucial para viralizar”; “Preparação cria oportunidades, mas não garante sucesso”; “Condições iniciais determinam trajetórias diferentes” Categorias: - Imprevisibilidade do sucesso - Relação entre empenho e sorte Ideias principais: “Difícil replicar as experiências sociais”; “Ou seja, há coisas em que nós podemos fazer a nossa própria sorte. Nós podemos estudar muito, podemos obter formação, podemos, podemos ser muito ativos, podemos trabalhar muitíssimo, podemos criar networking, podemos, podemos fazer isso tudo. E isso seguramente vai ter um papel em fazer a nossa própria sorte. Mas depois há uma parte que é difícil de decidir, de perceber qual é uma parte que nós não conseguimos controlar que. E, eu diria, tão determinante quanto a outra neste tipo de atividade”

Análise da enunciação sobre Mercado Educacional – Professora E (E8)

Considerando as dimensões manifestas e latentes do discurso, o Professor E revela uma visão analítica e crítica sobre a relação entre o mercado educacional online e a construção de comunidades virtuais. Ele aponta, embora nem sempre de forma explícita, que essas iniciativas

frequentemente estão associadas a interesses comerciais ou objetivos práticos, como a venda de produtos ou a criação de influência social. Nesse ponto, sua enunciação carrega uma reflexão que combina pragmatismo e desconfiança sobre o caráter puramente altruísta das comunidades virtuais. Essa perspectiva sugere um olhar atento às dinâmicas sociais e econômicas envolvidas na criação de redes e plataformas educacionais online. Por isso, talvez, foi tão relutante, em toda a sua entrevista, em considerar que tenha uma comunidade.

Quando o Professor E menciona que a formação de comunidades pode servir como base receptiva para produtos como plataformas de ensino, livros ou outros conteúdos educacionais, ele evidencia um entendimento das comunidades como instrumentos de amplificação e disseminação de vozes. Ele demonstra a percepção de que essas comunidades têm um valor estratégico, com fins econômicos, especialmente no contexto do mercado digital. Sua fala, o tempo todo, sugere um reconhecimento das potencialidades práticas dessas redes, ao mesmo tempo em que implica a necessidade de planejamento cuidadoso para aproveitá-las.

Um ponto muito proeminente de seu discurso é quando o Professor E reflete sobre os fatores determinantes para o sucesso no ambiente digital, destacando habilidades controláveis, como o domínio de estratégias nas redes sociais e a produção de conteúdo relevante, e fatores incontroláveis, como o carisma e o papel do acaso. Ele menciona como a Teoria do Caos (Lorenz, 1993) e as condições iniciais remetem a uma visão complexa e interconectada do sucesso, em que elementos fortuitos podem ser tão (ou mais) determinantes quanto o esforço consciente. Esse ponto de vista revela a consciência do Professor E sobre a imprevisibilidade inerente ao mercado digital e a dificuldade de replicar resultados nos fenômenos sociais. Ele reconhece que, embora o planejamento e a capacitação sejam fundamentais, o *timing* e as circunstâncias externas desempenham um papel crucial.

Ele reconhece que a liderança e construção de comunidades de aprendizado online tem uma relação direta com um modelo de negócio viável para educadores, mas adota uma postura ambivalente, já que descreve a empreitada educacional no digital como “uma grande aventura”. Sua linguagem aqui reflete tanto otimismo quanto cautela, pois ele destaca a necessidade de ocupação desse nicho, já que há uma grande demanda de mercado, mas enfatiza os desafios e a imprevisibilidade do sucesso. Essa ambivalência é significativa, pois reflete não apenas a experiência do Professor E com o mercado, mas também uma visão mais ampla das oportunidades e riscos associados ao ambiente digital.

O Professor E propõe a sorte como um elemento determinante do sucesso e evidencia uma percepção realista das limitações humanas no controle de variáveis externas. Ele contrasta o mercado digital com profissões mais tradicionais, como a engenharia civil, onde o sucesso

depende predominantemente de habilidades técnicas e formação específica. Essa comparação serve para sublinhar a natureza singular e incerta do mercado educacional online, reforçando a necessidade de resiliência, adaptabilidade e criatividade para os educadores que desejam trilhar esse caminho.

Em síntese, a enunciação do professor E reflete um discurso estruturado, realista, fundamentado e permeado por uma visão crítica sobre o mercado educacional online. Ele equilibra observações sobre as potencialidades do meio digital com advertências sobre os desafios e incertezas, oferecendo um retrato detalhado e multifacetado das dinâmicas envolvidas nesse contexto.

Análise temática sobre Mercado Educacional – Professor F (F7)

Tema 1: Construção de Comunidades de Aprendizagem Online
Unidades de Registro: Divulgação de Informação; propósito educacional; comércio educacional. Categorias: -Redes sociais como meio de informação -Propósito Educacional -Monetização de Conteúdo -Objetivos comerciais -Qualidade do Conteúdo -Credibilidade Profissional Ideias principais: "Tem pessoas que criam, né, as suas comunidades (*redes*) Com o intuito apenas de divulgar a sua informação (educacional)" "Outras pessoas que já criam, né, suas redes [...] para converter aquilo em negócios"
Tema 2: Fatores para Carreira Online Estável
Unidades de Registro: Amor pela Profissão; Equipe de trabalho Categorias: -Docente por vocação -Necessidade de equipe -Concorrência Alta -Modelos de sucesso Ideias principais: "A pessoa precisa amar, dar aulas, passar conteúdo"; "Contratasse um assessor de comunicação, uma equipe"; "Temos uma concorrência muito grande. Se tem um canal que ali tem animação, que tem informação digital (...) as pessoas preferem ir para esse canal. (...)

Aquele outro que não tem muita animação e que às vezes o conteúdo é muito parado, muito denso (...). Então isso influencia bastante"; "Instituto Casagrande começou como um canal pequeno no YouTube".
Tema 3: Estratégias de Marketing Digital
Unidades de Registro: Estratégias Básicas; atos simples têm efeito nas redes; Desejo de Aprimoramento; estratégias de marketing digital Categorias: -Práticas simples -Uso de grupos de What´s App -Interesse em Capacitação Ideias principais: "Postagem de um card nos stories ou no feed do Instagram" "Coloco em alguns grupos de WhatsApp que vai ter uma palestra" "Então eu faço esse tipo de divulgação assim, mais básica, mas nada de impulsionamento. Ou qualquer coisa que demande um conhecimento mais aprofundado sobre marketing digital. Até gostaria de conhecer mais, mas eu não conheço e por enquanto ainda não faço. Quem sabe no futuro?"
Tema 4: Impacto da Pandemia na Educação Online
Unidades de Registro: Divisor de Águas Categorias: -Transformação educacional pós-pandemia -Inclusão Educacional -Influencia positiva Ideias principais: "A pandemia foi aí um divisor de águas" "Umas (pessoas) terminaram se tornando criadoras de conteúdo e disponibilizando seu material online a partir do exemplo de outras pessoas que os influenciaram. E, partir disso, eles se transformaram, se reinventaram, né? Criaram outros nichos para sua carreira a partir dessa veiculação de materiais online e participação na rede"

Análise da enunciação sobre Mercado Educacional – Professora F (F8)

O Professor F reconhece a diversidade de intenções por trás da criação de comunidades de aprendizagem online, situando-se em um espaço de neutralidade, onde objetivou inicialmente a propagação de conteúdos educacionais, sem descartar no futuro uma visão mais

voltada para o mercado. Logo, enfatiza a coexistência de iniciativas altruístas e mercadológicas nesse cenário.

Ele dá exemplos de professores que fazem uso de redes sociais para promoção de conteúdo e para monetização de palestras, evidenciando a percepção de que o ambiente digital pode ser um espaço de oportunidade profissional, desde que se alie competência técnica e estratégias de marketing e comunicação. Essa combinação é um ponto central da argumentação do professor, pois reforça que sucesso no ambiente educacional digital não se limita à expertise, mas demanda também habilidades e investimentos em comunicação e estratégias aumento de visibilidade, evidenciando uma visão pragmática do mercado educacional online. Tão logo, em sua resposta à questão sobre uma carreira exclusivamente digital, ele reconhece que o sucesso nessa área depende de gostar do que faz, mas também de investimentos como citado acima. Essa fala reflete não apenas a sua compreensão do mercado como um espaço competitivo, mas também a percepção de que profissionalização é um imperativo para alcançar estabilidade e gratificação nesse contexto.

A pandemia, mencionada como um "divisor de águas", é apresentada como um catalisador para a expansão do ensino online. Essa perspectiva histórica demonstra que o Professor F entende o crescimento do setor como algo estrutural, não apenas circunstancial. Ele destaca que muitas pessoas, durante a pandemia, se aproximaram das comunidades virtuais, tanto como aprendizes quanto como criadores de conteúdo, reforçando a ideia de que o ambiente digital serve como um espaço de reinvenção profissional. Estamos, assim, vivendo e analisando uma nova era para os professores.

Em relação à sua própria experiência online, o Professor F posiciona-se como um usuário básico das redes digitais, revelando limitações no uso de estratégias mais complexas de comunicação e de marketing. No entanto, ele reconhece o potencial dessas ferramentas para ampliação do alcance de sua rede e fortalecimento do seu capital social. A valorização das redes sociais como uma ferramenta essencial para a carreira profissional do professor é destacada na sua fala final, onde ele reconhece que sua presença online colabora diretamente para a obtenção de novas oportunidades, como convites para palestras e participação em bancas de graduação, mestrado e doutorado em diversas cidades e países.

Sua narrativa não apenas reflete sua visão sobre o campo, mas também constrói sua imagem como um profissional consciente das possibilidades e desafios de uma carreira nesse espaço.

8.3 Análise e interpretação geral da pesquisa

Um fenômeno que ao longo dos últimos cinco anos foi se tornando cada vez mais comum na sociedade global, especialmente no universo educacional digital, nos fez chegar até aqui, questionando-nos: quais são os elementos e as estratégias de comunicação e de sociabilidade de educadores influenciadores em redes sociais e de plataformas de educação online que favorecem a formação de comunidades educativas digitais, produzindo inovação nas formas de transmissão do conhecimento e popularização do saber científico?

Mergulhamos em redes e mídias sociais digitais de nove renomados professores e cientistas portugueses, brasileiros e ingleses e fomos vivenciar o universo que os levava a construir sólidas comunidades educacionais e/ou deter o poder de uma boa influência para o mundo: a educacional. Afinal, nem só de memes e fake news vive-se nesta era digital.

Em nosso estudo, predominantemente qualitativo, com análises quantitativas que se complementaram à abordagem qualitativa para enriquecimento o estudo, consideramos que tivemos uma representação adequada da nossa população estudada. O etnógrafo Lindstrom (2016) avalia que "o dado fornecido por uma única gota de sangue revelha milhares de tipos diferentes de vírus. Se o tamanho de sua amostragem for bem escolhido, não há praticamente nenhuma diferença entre a amostra de sangue e o trabalho que faço" (Id., 2016, p. 217).

Tínhamos também como intuito compreender como redes e mídias sociais digitais, influenciam a construção e o desenvolvimento do capital social em comunidades de aprendizagem online. Com base no conceito de capital social, buscamos identificar os tipos existentes nessas comunidades, explorar como as plataformas digitais facilitam sua formação, e avaliar os impactos na aprendizagem e os fatores que influenciam positivamente ou negativamente sua construção.

Tão logo, temos três tipos de análises presentes aqui neste tópico: a de redes e mídias sociais digitais com base no capital social, a das entrevistas (cujas transcrições dão um total de 82 páginas – apêndices I, II, III, IV; recomendamos que leiam todas na íntegra) e de toda pesquisa netnográfica que embasou este denso estudo. As separações iniciais foram necessárias por questões metodológicas e de estruturação de escrita. No entanto, neste momento, entrelaçamo-las aqui pois temos um único objetivo geral: estudar elementos e estratégias de comunicação e de sociabilidade de redes sociais e comunidades de educação online com fim de desenhar uma comunidade educativa digital base para professores e cientistas que objetivem inovar nas formas de transmissão do conhecimento e popularizar o saber científico.

Na etapa final, utilizaremos a análise indutiva, que, conforme Kozinets (2014, p. 114), consiste em "construir observações individuais para elaborar afirmações mais gerais sobre um fenômeno". Ressaltamos que na análise dos dados, buscamos identificar padrões e temas por meio de métodos qualitativos, como codificação e análise temática, seguindo preceitos Bardin (1977) e, posteriormente, desenvolver teorias baseadas nos temas identificados para compreender os fenômenos observados. Lidaremos, por fim, com todo o conjunto de informações registradas ao longo do estudo, avançando para a fase de generalização e, posteriormente, para a teorização.

Seguindo a proposta de Kozinets, realizamos a categorização a partir das notas de campo, entrevistas e materiais de comunicação presentes em postagens em texto, vídeos e fotos presentes nas comunidades educacionais analisadas, além de interações em rede. Foram previamente estabelecidas quatro categorias principais para análise, com base em referências teóricas, conhecimento de campo e alinhamento aos objetivos da pesquisa, as quais também orientaram a análise das entrevistas, são elas:

Tabela 31
Categorias principais para análise

Diálogos Iniciais
Construção de Comunidades Educacionais Online
Literacias Digitais e a Influência como Elo Fortificador da Comunidade
Mercado Educacional Online

No entanto, precisamos criar subcategorias após as etapas de coleta e análises de dados que foram desenvolvidas, pois tivemos um grande volume de informações obtidas. No total foram criadas 288 subcategorias, sendo elas: 51 relacionadas aos diálogos iniciais acerca da construção da carreira docente em ambientes online e presenciais; 109 associadas à construção de comunidades educacionais online; 77 correspondentes às literacias digitais e influência como elo fortificador e; 51 pertinentes ao mercado educacional online. Fizemos um processo de comparação e aproximação de categorias e chegamos a novas subcategorias de análises em relação a nossa pesquisa netnográfica:

Tabela 32
Subcategorias 1: Diálogos Iniciais

Impacto e Alcance na Educação
Carreira digital e Comunicação Científica Online
Públicos e Interação

Aprendizado e Motivação
Plataformas e Consumo de Mídia
Habilidades de Comunicação

Tabela 33

Subcategorias 2: Construção de Comunidades Educacionais Online

Comunidades e Interação
Estratégias Educacionais, com Ênfase para a Gamificação e Desafios
Tecnologias e Plataformas
Engajamento e Feedbacks
Comunicação e Inclusão para Diferentes Tipos de Públicos
Reflexões e Aprendizados
Desafios e Limitações no Aprendizado
Originalidade e Impacto no Público

Tabela 34

Subcategorias 3: Literacias Digitais e a Influência como Elo Fortificador da Comunidade

Autenticidade e Identidade como Formas de Aproximação com o Público
Conteúdos Educacionais Criativos
Uso de Humor como Recurso Pedagógico
Ética e Responsabilidade na Propagação de Conteúdos Científicos e Educacionais
Comunidades e Conexão
Impactos do Trabalho Digital
Engajamento e Públicos Distintos em Diferentes Países
Ambiente Digital Competitivo
Influência e Liderança
Literacias Diversas

Tabela 35

Subcategorias 4: Mercado Educacional Online

Redes Sociais e Estratégias Digitais
Mercado Educacional Online e Intenções de Monetização
Transformação de Carreira por Meio do Digital
Desafios e Competitividade Online
Estratégias para Retenção de Público
Modelos de Trabalho e Incertezas de Sucesso

A partir das categorias e subcategorias apresentadas acima, nos encontramos diante de um panorama geral acerca do nosso objeto de estudo, sob o qual nos debruçaremos a seguir.

Frisamos que para todos os sujeitos de pesquisa foram dirigidos os mesmos questionamentos, pois, somente assim, conseguiríamos realizar a análise comparativa do

assunto estudado. Ou seja, nossos olhares sob a observação direta participante, os questionamentos diante dos campos de pesquisa online escolhidos e as perguntas das entrevistas face a face com os artistas foram exatamente os mesmos.

No que se refere às análises associadas ao capital social, a pesquisa utiliza uma abordagem mista: qualitativa, ao analisar conteúdos postados por professores e cientistas, comentários e reações do público; e quantitativa, ao medir métricas como número de conteúdos educacionais, posts de serviços, publicidade, divulgação e engajamento nas redes. As entrevistas concedidas também complementaram as análises ao explorar as percepções sobre as dinâmicas comunicacionais e educacionais para fortalecer o capital social dos líderes de comunidades educacionais online.

Para categorizar os diferentes aspectos do capital social observados, foram definidas cinco categorias: relacional, normativa, cognitiva, confiabilidade do ambiente social e institucional. A análise visou abranger todos os elementos observáveis relacionados a essas categorias, contribuindo para uma compreensão aprofundada da relação entre redes sociais digitais e capital social em comunidades educacionais online.

Revelamos desde já um esforço significativo para compreender as interseções entre a formação profissional no contexto digital e presencial, a construção de comunidades educacionais digitais, as literacias digitais, a influência pessoal e as dinâmicas de comunicação e o mercado educacional online. A pesquisa investigou ainda questões que orbitam em torno da transição do educador tradicional para o espaço online, abordando fatores como desafios, oportunidades, estratégias e elementos de imprevisibilidade. Então, afinal, o analisamos neste percurso de quatro anos de pesquisa?

8.4 Elementos e estratégias de comunicação, educação e sociabilidade que favorecem a construção de comunidades educacionais online

Como pesquisadores sociais, temos a necessidade de olhar para o meio que nos circunda de modo a entender fenômenos sociais, novas práticas comunicacionais, educacionais, culturais, políticas, novos usos de tecnologias e seus impactos nos modos de viver da sociedade, enfim, estudar e analisar a relação entre o ser humano e a sociedade.

De tal modo, neste estudo, compreendemos que há um campo rico de novas possibilidades nas práticas da educação e comunicação em ambiente online, que levam a novas formações de comunidades: aquelas dispostas a adquirir conhecimento diante de um competitivo ambiente de propagação de conteúdos nas redes e mídias sociais digitais.

Nesse contexto, professores que outrora viviam a prática docente de modo presencial ou aqueles que sequer "experimentaram" a sala de aula física passaram a ter uma nova perspectiva de trabalho: a centrada em meio digital. Para isso, novas literacias estão sendo desenvolvidas ou aprimoradas e um novo panorama educacional informal, em multiplataformas, passou a ser vislumbrado e/ou vivido.

Diante da efemeridade do mundo em que vivemos, nos últimos anos vimos os smartphones serem elevados ao patamar de novas ferramentas educativas e, em seguida, se tornarem tema de debates mundial, focando em seus efeitos negativos em relação ao desempenho escolar, desenvolvimento das habilidades cognitivas e à saúde mental de crianças e adolescentes. A proibição do uso de celulares em sala de aula já é uma realidade em diversos países. Jenkins (2009), considera que é necessário "promover formas de educação e letramento midiático que auxiliem as crianças a desenvolverem as habilidades necessárias para se tornarem participantes plenos de sua cultura" (Id., 2009, p.331)

E nessa nova cultura, percebemos a força das comunidades, que sempre tiveram sua importância social, mas agora têm o poder de serem fortalecidas globalmente, por meio da possibilidade de aumento do número de membros e alcance de comunicação na internet. Repensamos então as comunidades educacionais nesse contexto, tendo em vista que elas se expandiram e se diversificaram.

Como construir uma relação significativa com a educação por meio de redes e mídias sociais digitais? Considera-se que os alunos adultos demonstram uma forte motivação intrínseca para reconhecerem sua responsabilidade no aprendizado, engajarem-se ativamente no processo educacional e refletirem sobre suas próprias vivências. Logo, os ambientes de aprendizagem online devem ser projetados de forma a valorizar as experiências dos adultos e promover discussões colaborativas entre os alunos (Erdoğdu, 2022).

Baseada no construtivismo e nas teorias de aprendizado sociocultural, Glaze-Crampes (2020) destaca que a aprendizagem é social, situada em contextos reais e ocorre por meio de interações. Assim, essas comunidades educacionais online reúnem pessoas com preocupações ou paixões compartilhadas, promovendo colaboração e desenvolvimento de competências em contextos diversos, formadas por especialistas que colaboram para resolver problemas em suas áreas; promovendo a construção de identidade e prática; desenvolvendo melhorias

educacionais por meio da colaboração e; buscam melhorar o desempenho dos alunos por meio de práticas baseadas em pesquisa e colaboração entre educadores. Pode-se dizer que comunidades educacionais profissional ocorrem nas "trincheiras" em que os membros estão na linha de frente, compartilhando estratégias, praticando técnicas e refletindo continuamente sobre dados para fornecer aos alunos as melhores experiências de aprendizagem para cada tópico e assunto. "Na educação, comunidades de aprendizagem e comunidades de prática são partes integrais da aprendizagem que enfatizam a natureza social do processo de aprendizagem humana" (Crampes, 2020, p.6).

Erdoğdu (2022) reflete ainda que as comunidades educacionais online, por serem um conceito relativamente novo em comparação com as comunidades tradicionais de prática, oferecem a oportunidade de identificar os fatores que influenciam seu desenvolvimento. Essa compreensão pode servir como um guia para criar e gerenciar adequadamente uma comunidade educacional online em redes sociais, especialmente para alunos adultos. Entre os fatores essenciais para a formação e funcionamento eficaz dessas comunidades estão: garantir que os membros sejam visíveis uns aos outros; fomentar originalidade e facilitar o compartilhamento de ideias; desenvolver uma resposta construtiva às críticas recebidas dentro da comunidade; superar o medo de julgamentos; estabelecer tarefas claras a serem concluídas (Campbell, 2021).

As redes e mídias sociais digitais, amplamente utilizadas por adultos, oferecem recursos que promovem esses fatores. Para implementar uma comunidade educacional online de forma eficaz, é fundamental entender quais funcionalidades das mídias sociais são mais relevantes e como elas influenciam o desenvolvimento da comunidade. O uso de estratégias educacionais como gamificação e desafios têm sido utilizados para fomentar o aprendizado nas comunidades educacionais, podendo gerar elevação do conhecimento e aumento da confiança na comunidade na liderança educacional, tendo em vista que a mesma não visa apenas "repassar" um conteúdo, mas, sobretudo, fazer com que o membro da comunidade aprenda por meio de exercícios práticos. "É uma coisa que eu vejo que engaja as pessoas, a gamificação, o desafio. Instigar as pessoas a acertarem, *testar o conhecimento*. Gosto ainda de educar por meio de 'curiosidades': 'Você sabia que quaisquer é a única palavra da língua portuguesa em que o plural fica no meio?'. Esse tipo de estratégia tem agradado muitas pessoas, é quando eu consigo trazerem com o português para o cotidiano, *aproximando-o das pessoas*" (Professor A, informação verbal, Apêndice I, grifo nosso).

Nem todos os educadores que realizam comunicação de ciência e educação online consideram-se como líderes de comunidades, tampouco que haja comunidade em torno deles.

Ponderamos que o termo soa como presunçoso para alguns, tão acostumados a serem "apenas" professores comuns. Muitos não compreendem ou não revelam o poder e a influência que têm e exercem no cenário educacional, mesmo que, de suas próprias enunciações apontem indícios contrários. O Professor F, revela que considera que tenha apenas uma pequena parcela de indivíduos que o acompanham na sua comunidade educacional. "Esses indivíduos são usuários frequentes, ou seja, toda vez que eu posto conteúdos, eles estão curtindo ou eles estão comentando, quer seja no YouTube ou nas redes sociais (...). Eu não considero assim, que tenha assim uma forte comunidade, mas tem um determinado grupo que está ali presente, que está sempre, de fato, participando, colaborando, comentando nesses ambientes" (Professor F, informação verbal, Apêndice III). Os mais céticos, como o Professor E relatam veementemente que não existe comunidade. "Não há, de facto, o conceito de comunidade. Neste caso, é simplesmente um grupo que tem um gosto em comum. Gostam deste tipo de conteúdo. E, portanto, seguem esse tipo de conteúdo" (Professor E, informação verbal, Apêndice IV).

O engajamento do pública nas comunidades educacionais online é um ponto de tensão em nossa análise, mesmo para aqueles que não consideram que tenham uma comunidade educacional. A preocupação constante com a participação e envolvimento do público é fundamental, pois sem ela não há senso de comunidade. Para um grupo de pessoas se engajarem, é necessário atender à necessidade básica de sentir-se seguro naquele ambiente. Isso significa que, em ambientes virtuais, os alunos devem sentir-se seguros para que possam compartilhar e construir conexões de maneira eficaz. Do ladro contrário, as lideranças educacionais têm o receio de não serem notadas na imensidão de conteúdos presentes diariamente em redes sociais, como citou o Professor E: "no fundo, nós lutamos contra a indiferença. Nós queremos que as pessoas nos vejam, queremos chamar a atenção do nosso público" (Professor E, informação verbal, Apêndice IV). Tal busca, pode levá-los, muitas vezes, à exaustão física e psicológica no intuito de terem cada vez mais conteúdos circulando, principalmente se os objetivos educacionais se misturam aos financeiros no ambiente online. "Todo ônus tem um bônus. Por exemplo, eu hoje, querendo ou não, sou "refém" da produção de conteúdo. Porque se eu parar de entregar conteúdo, *serei esquecido*. E se eu for esquecido, eu paro de ter retorno financeiro também. Então se acaba sendo refém disso" (Professor A, informação verbal, Apêndice I, grifo nosso).

Entre as estratégias mais utilizadas na busca pelo engajamento, associadas às estratégias educacionais estão: uso de linguagem e/ou elementos mais humorísticos, que vão desde acessórios (chapéus, roupas, etc.), passando por esquetes teatrais, até paródias associadas ao tema educacional da comunidade; adaptação de conteúdos para diferentes públicos, tendo em

vista que nem todos têm o conhecimento em níveis semelhantes; "provocações" para incentivar a aprendizagem; associações do tema estudado com a vida real; escrita colaborativa entre liderança e membros da comunidade; convites constantes para participação; discussões polêmicas dentro do campo de estudo; ajustes regionais e culturais para atender a um público mais vasto, mais global.

Mesmo diante de distintas estratégias, e de uma infinidade de conteúdos educacionais ofertados, o aprendizado e o engajamento podem ser limitados. Bauman (2013) aborda os três níveis de educação, propostos Gregory Bateson e analisa como suas concepções evoluíram. O nível mais baixo refere-se à mera memorização de informações, que perdeu relevância devido ao avanço tecnológico no armazenamento de dados. O segundo nível, a deutero-aprendizagem (meta aprendizagem), foca no desenvolvimento de estruturas cognitivas para incorporar novas informações. O terceiro nível, que Bateson considerava patológico, envolve a desconstrução e reorganização dessas estruturas sem substituí-las, algo que ele via como antieducativo, mas que se tornou central na educação contemporânea. Mais complexo e controverso, esse nível envolve a capacidade de desconstruir e reorganizar a estrutura cognitiva existente ou até de abandoná-la completamente, sem necessariamente substituí-la por outra. Esse processo implica um rompimento com padrões de pensamento estabelecidos, desafiando a continuidade e a estabilidade das estruturas mentais. Essa mudança reflete transformações significativas na forma como o conhecimento é produzido, distribuído e utilizado, destacando uma reinterpretação dos processos educacionais.

Se aplicarmos esses níveis de educação às comunidades educacionais online, podemos observar como essas dinâmicas se transformam no ambiente digital, influenciadas pela conectividade, pela abundância de informação e pelas ferramentas tecnológicas. Nesse contexto, analisamos os níveis das seguintes maneiras:

1) Transferência de informação (nível mais baixo): Nas comunidades online, esse nível é amplamente facilitado pela tecnologia, já que as plataformas digitais tornam a informação abundante e facilmente acessível (por meio de vídeos, lives, tutoriais, infográficos, etc);

2) Memória preservada por meio das tecnologias: já não há a necessidade de memorizar, transfere-se o foco para a busca e recuperação de informações. Isso ocorre na sua máxima potencialidade em tempos de redes e mídias digitais. Não paramos de buscar informações ou de recuperá-las e as ferramentas nas redes sociais, por exemplo, visam este fim: por meio dos "salvamentos". Deixamos "próximo a nós" tudo aquilo que soa como relevante.

As limitações existentes podem ser consideradas do ponto de vista da interação, do engajamento. Os usuários esperam interação, contextualização e aplicabilidade prática, o que demanda níveis mais avançados.

Em relação às estruturas cognitivas (deuteroaprendizagem), as comunidades online são especialmente propícias ao segundo nível, pois há:

1) Construção colaborativa por meio de grupos de discussão, fóruns, canais e ferramentas interativas permitem aos participantes desenvolver estruturas cognitivas que organizam e conectam informações de forma significativa.
2) Aprendizado social, por meio observação e interação com outros membros, ajudando assim os usuários a modelar e internalizar processos de aprendizado.
3) Possibilidade de Customização, por meio de algoritmos e trilhas personalizadas, potencializando a organização de conhecimento com base no contexto e nas necessidades individuais (se você pesquisar por exemplo, por "netnografia" em uma rede social, em poucos minutos verá os algoritmos lhe direcionando para o tema o tempo inteiro. Até que seu interesse cesse e você passe a buscar outros assuntos).

O terceiro e mais complexo nível, que denominaremos aqui como "reorganização ou desconstrução" pode ser profundamente transformado em comunidades online, tendo em vista que:

1) Há uma constante exposição a múltiplas perspectivas, culturas e novas informações nas comunidades digitais, desafiando nossas estruturas cognitivas fixas, promovendo a desconstrução de paradigmas. Porém, do lado contrário, pode haver o isolamento, por meio de "bolhas de assuntos", o que geraria um impacto negativo, especialmente em temas como política, por exemplo.
2) No ambiente online, a capacidade de descontruir ideias e recriá-las é essencial para lidar com a fluidez e a complexidade da informação digital. Se pensarmos na onda avassaladora de *Fake News* que o mundo está vivendo, isso torna-se ainda mais importante.
3) A fluidez do terceiro nível também está alinhada com o espírito das comunidades online, onde os participantes se envolvem com ideias em constante transformação, especialmente se instigadas pelos líderes educacionais.

Assim, consideramos que as comunidades educacionais online não apenas replicam os níveis de educação, mas também os ampliam, oferecendo novas possibilidades e desafios para o ensino e o aprendizado em um mundo interconectado, perpassando pelas práticas comunicacionais. Para Bateson, uma comunicação eficaz, tanto consigo mesmo quanto com os

outros, depende de ajustes constantes realizados pelo indivíduo e por aqueles com quem ele interage, em nosso caso de estudo, as comunidades educacionais online. Essa comunicação bem-sucedida é vista como essencial para a adaptação e a sobrevivência, como um elemento central que integra todos os conhecimentos, conteúdos e situações, sendo o principal valor que estrutura e organiza nossas vidas (Kader, 2017).

No caso da comunicação científica, o professor F reflete sobre as preocupações da atuação docente em âmbito digital em relação ao aprendizado do aluno que compõe sua comunidade educacional: "quando você é um educador, você tem como uma preocupação passar às vezes um conceito de uma maneira mais completa *para* agregar valor ao conhecimento do outro. E o que eu noto é que hoje, com a nossa geração, que está ali acostumado com um mercado muito publicitário que, às vezes, não está focado em *ofertar conteúdo de qualidade, mas sim interessado* em uma maneira mais rápida de 'jogar informação'. A gente termina perdendo espaço para esses conteúdos. Só que a consequência disso é o aprendizado raso" (Professor F, informação verbal, Apêndice III, grifo nosso).

Para ampliar sua capacidade criativa e inovar visando a relevância nesse cenário digital, é importante ter um olhar abrangente para diversas fontes e formatos de conteúdo. "Tem uma coisa que eu falo muito para quem quer produzir conteúdo educacional: não consuma *somente* conteúdo educacional na rede. Se quer produzir conteúdo educacional, consuma conteúdo de outras pessoas. *Eu consumo* conteúdo de esporte, de game, de cinema e de outros nichos. Para que isso? *Para traduzir a essência* desses outros nichos para a minha realidade. Porque se eu for consumir só conteúdo educacional, eu vou fazer mais do mesmo. E, *se você fizer isso*, você só vai ser mais um *nas redes sociais*. Eu quero chamar atenção das pessoas. Eu não posso ser mais um nesse campo. *Vou* atrás de outras referências" (Professor A, informação verbal, 2024, grifo nosso). Outro ponto a ser considerado é a importância de ser autêntico e fiel à própria identidade no ambiente online, justamente, devido as pessoas estarem, produzindo conteúdos cada vez mais semelhantes nas redes e mídias sociais digitais, como Instagram e Youtube.

Os bons caminhos trilhados em rede e fora dela levam à construção do capital social (Ostrom e Ahn, 2003; Bourdieu, 2007; Putnam, 2000; Coleman, 1988), tão fundamental para a consolidação de lideranças em comunidades educacionais. Compreendemos que o capital social possui características de bem público, ou seja, seus benefícios são amplamente compartilhados, embora apenas uma fração seja diretamente aproveitada pelos indivíduos responsáveis por sua geração. As pessoas não agem de forma isolada; suas atitudes são moldadas pelas conexões e interações que constroem em sociedade.

Todo esse caminhar analítico nos leva ao logradouro da influência digital. No contexto de sua atuação, o indivíduo pode ser considerado um influenciador ao motivar pessoas a se interessarem pelo aprendizado ou, ao menos, a superar eventuais dificuldades com o conteúdo proposto. Paralelamente, assume também o papel de liderança, consolidando-se como referência tanto para outros profissionais da área, como professores, quanto para estudantes que buscam aprimoramento do conhecimento. Essa dupla função evidencia a capacidade de engajamento e impacto educacional exercida nas práticas educacionais de professores líderes de comunidades.

No âmbito da comunicação científica, é necessário que haja o reconhecimento de que somos todos humanos, com interesses e motivações próprios. Assim, ao interagir com os outros, é necessário estar ciente de que a pessoa do outro lado pode não demonstrar interesse imediato pelo que está sendo comunicado. Em um cenário marcado por uma abundância de conteúdos e informações, a capacidade de atrair e manter a atenção das pessoas torna-se essencial para construir e fortalecer uma comunidade. Nesse processo, a interação contínua e significativa com o público desempenha um papel central, permitindo não apenas a criação de vínculos mais próximos, mas também um maior entendimento das necessidades e interesses dos indivíduos, gerando uma influência mais genuína. Esse esforço deve ser pautado pelo desejo genuíno de oferecer suporte, promover impacto positivo e estabelecer conexões humanas que transcendem o conteúdo em si.

Portanto, a comunicação eficaz exige a priorização do elemento humano, colocando as pessoas no centro de qualquer estratégia. O conteúdo, embora relevante, assume um papel secundário em relação à criação de vínculos emocionais com o público. Independentemente do tema abordado – seja ele matemática, história ou qualquer outra área –, o objetivo principal deve ser fomentar uma conexão significativa entre as pessoas e a área de interesse, reforçando o impacto e a relevância da comunidade (Professora C, informação verbal, Apêndice II).

Por fim, o mercado educacional se faz presentes direta e indiretamente ao se construir uma comunidade educacional online, seja por que as redes sociais se tornam vitrines para outros trabalhos educacionais, junto a escolas e universidades, como palestras, manuais educacionais digitais, etc., seja por que, a partir da força dessas comunidades, desenvolve-se objetivamente negócios digitais, como cursos, workshops, e-book, etc.

Todos os entrevistados neste estudo consideram que a construção de comunidades educacionais online tem relação direta com o mercado educacional digital, sendo este um novo e promissor modelo de negócio na educação. Porém, é necessário ter o entendimento de que

esse é um negócio cujas possibilidades de sucesso ainda não são claras. O Professor E faz a seguinte reflexão:

> Eu acho que há coisas que nós podemos controlar. E cá está o queremos falar sobre esta questão de se ter uma grande uma capacidade de criar material novo, um grande conhecimento do tema que quer passar, depois de ter grande capacidade de se mover nas redes sociais. Não só *capacidade* de produção de conteúdo digital, mas também de se mover no sentido de perceber quais estratégia funcionam nas redes. E tudo isso, claramente são coisas que nós podemos controlar. Nós podemos obter formação específica para esses objetivos. Mas há uma parte que não é controlável, que é uma parte que tem a ver com muitas vezes com o carisma. E isso e isso e isso tem um peso brutal no sucesso de alguém em nas redes sociais. E nós não conseguimos controlar e, muitas vezes, não conseguimos sequer perceber exatamente o que é que é. Ou seja, se me perguntar o que é que o Pedro do "Ciência Todo Dia" tem de especial, eu não sei. *O que torna uma pessoa atraente, carismática, é também uma certa paixão por aquilo que diz.* Mas é difícil eu dizer, "foi por isto", porque vai se encontrar muitas outras pessoas também com essas características e que não tiveram esse sucesso. E eu estou convencido de que a diferença entre o sucesso e o não sucesso, enquanto comunicador de ciência ou de outra coisa, é algo como *um sistema complexo* (Professor E, informação verbal, Apêndice IV, grifo nosso).

Além de Edutubers, empreendedores na educação? De acordo com o Portal Contábeis[31], o empreendedorismo educacional é a aplicação dos princípios empreendedores no contexto da educação. Envolve a busca de oportunidades para inovar, melhorar o ensino e aprender a criar soluções educacionais eficazes. Os professores empreendedores não apenas se limitam ao ensino em sala de aula, mas também buscam ativamente maneiras de melhorar e expandir seu impacto na educação.

Vários empreendedores cuidam da importante tarefa de educar o mundo. Quando o gerente de fundos de hedge (...) abriu sua escola online em 2008, a Khan Academy não era muito mais que mil vídeos dele ensinando matemática. Mas os vídeos tiveram impacto. Com o apoio financeiro da Fundação Bill e Melinda Gates, assim como da Eli e Edythe Broad, os 10.000 mil problemas práticos de Matemática, Biologia, Física e Química da Khan Academy agora são usados por mais de 350.000 mil professores registrados e alcançam mais de dez mil alunos por mês. Democratizando fundamentalmente o acesso ao conhecimento, os vídeos de Khan já foram reproduzidos mais de 500 milhões de vezes (Samit, 2018, p.238)

As redes sociais digitais, espaço principal onde se concentram as comunidades educacionais online aqui estudadas, desempenham um papel central na estratégia de divulgação

[31] Veja matéria completa em: https://www.contabeis.com.br/artigos/61862/empreendedorismo-educacional-o-que-e-e-por-onde-comecar/

de cursos online, especialmente no que se refere à captação de estudantes interessados em aprofundar conhecimentos (casos dos Professores A e F). Em um dos casos em análise, 80% das vendas do curso são provenientes de interações nas redes sociais, de forma totalmente orgânica. Essa dinâmica demonstra como as plataformas digitais funcionam como uma vitrine estratégica para diferentes níveis de engajamento com o conteúdo.

Inicialmente, as estratégias desenvolvidas são usar as redes sociais para oferecer acesso gratuito a conteúdos introdutórios, permitindo que potenciais alunos conheçam o trabalho do autor e criem confiança em relação à qualidade do material disponibilizado. Para aqueles que desejam um aprofundamento maior, o curso surge como uma alternativa mais exclusiva, integrando serviços de acompanhamento personalizado e acesso a conteúdos que não estão disponíveis publicamente na internet.

Essa abordagem ilustra a importância de diversificar os produtos e serviços oferecidos. Apesar da relevância das redes sociais, é fundamental não depender exclusivamente delas como fonte de renda, especialmente para aqueles que são patrocinados por empresas privadas ou órgãos de fomento ao ensino e à pesquisa. Para além de um espaço educacional, elas precisam ser entendidas como uma vitrine multifuncional: um espaço para divulgar conteúdos educacionais mais básicos, atraindo interessados em produtos mais avançados e servindo ainda para construir um capital social que o levem os líderes a serem referência no nicho de atuação.

Em suma, o uso estratégico das redes sociais vai além da simples exposição; trata-se de um meio de conectar diferentes públicos aos produtos oferecidos, promovendo a sustentabilidade do negócio educacional no ambiente digital.

Ponderamos que para alcançar estabilidade em uma carreira no contexto digital, é fundamental adotar estratégias inteligentes de monetização de conteúdos. Essas estratégias devem ser orientadas não apenas pela geração de renda, mas também pelo valor agregado oferecido ao público que adquire produtos ou serviços. Nesse sentido, é imprescindível desenvolver um diferencial competitivo que responda a uma questão central: por que o público deveria escolher consumir os conteúdos de um autor específico em detrimento de outros?

Para a Professora C, além disso, a motivação e o engajamento do próprio criador de conteúdo desempenham um papel determinante nesse processo. Logo, o entusiasmo e o gosto pelo trabalho são fatores que não apenas influenciam positivamente a qualidade do material produzido, mas também aumentam a conexão com o público-alvo, potencializando os resultados das estratégias adotadas. Seguimos ensinando por amor.

Portanto, a combinação de uma abordagem diferenciada, benefícios concretos ao consumidor e a motivação do produtor de conteúdo constitui uma base sólida para a construção de uma carreira sustentável e bem-sucedida no cenário educacional digital.

Nem todos estão no nível de empreendedores educacionais. Para a Professora C, é uma possibilidade que ela vislumbra em um futuro. “E do que eu conheço noutras comunidades educacionais, parece-me que realmente pode gerar um bom rendimento e uma carreira estável. Então eu acho que os educadores que se interessam por esta parte digital e essa produção de conteúdos, deviam considerar esse negócio. Pode realmente ser honesto e fazer a *diferença para muitos”* (Professora C, informação verbal, 2024, grifo nosso). O Professor A, conclui: “espero que todos *os professores* façam isso um dia”.

Corroborando com Samit (2018), “os disruptivos da educação mostram o caminho para a democratização do acesso e do compartilhamento do conhecimento. Apenas imagine todos os problemas que um mundo educado poderia resolver” (Id., 2018, p.240).

Baseando-nos nos elementos destacados, organizamos um *framework* com fatores essenciais em dimensões e ações práticas para facilitar a criação e manutenção de comunidades educacionais online:

Tabela 36

Framework de Construção de Comunidades Educacionais Online

DIMENSÃO	ELEMENTO	AÇÕES PRÁTICAS
COMUNICAÇÃO	Interatividade	Criação de fóruns, chats e videoconferências que promovam a troca ativa de informações.
	Clareza	Estabelecer regras claras para participação, uso de linguagem simples e acessível.
	Frequência	Programar interações regulares, como atualizações semanais, reuniões ou eventos online.
	Transparência	Compartilhar informações sobre decisões da comunidade e processos de gestão.
EDUCAÇÃO	Conteúdo Relevante	Desenvolver materiais educativos que estejam alinhados com os objetivos da comunidade e as necessidades dos participantes.
	Personalização	Oferecer trilhas de aprendizado individualizadas ou flexíveis.
	Metodologias Ativas	Incorporar dinâmicas colaborativas, como projetos em grupo e resolução de problemas.
	Capacitação Tecnológica	Disponibilizar tutoriais e treinamentos sobre o uso das ferramentas digitais utilizadas na comunidade.
SOCIABILIDADE	Interação Social	Organizar espaços para networking informal e discussões, como grupos no *WhatsApp* ou *Slack*.
	Pertencimento	Estimular a colaboração em metas comuns, como projetos comunitários ou eventos conjuntos.
	Inclusão	Garantir acessibilidade para pessoas com deficiências e diversidade cultural na escolha de temas e dinâmicas.
	Reconhecimento	Instituir práticas de celebração, como destaques semanais, prêmios simbólicos ou feedback público positivo.

Esse framework pode ser aplicável em diversos contextos educacionais, tais como: a) Instituições de ensino, objetivando fortalecer comunidades de alunos, professores e pesquisadores; b) Cursos online, a fim de aumentar o engajamento em MOOCs (Massive Open Online Courses) ou treinamentos corporativos; 3) Comunidades científicas, focando em facilitar a troca de conhecimento e colaboração interdisciplinar.

Consideramos como benefícios esperados, o engajamento sustentável, pois os participantes permanecem ativos e envolvidos na comunidade; o aprendizado significativo, tendo em vista que a troca de experiências e conhecimentos é maximizada; e o impacto social, considerando que a criação de redes colaborativas pode extrapolar os objetivos educacionais.

Este *framework* pode ser ajustado conforme a especificidade do público-alvo e os objetivos da comunidade educacional online.

9 PROFESSORES INFLUENCIADORES DO ESTADO DO MARANHÃO

Este capítulo será dedicado à divulgação do mapa online com professores e cientistas do Maranhão, e suas respectivas áreas de ensino e pesquisa com fins de suporte de conhecimento para a mídia e público interessado. A escolha do Maranhão se deu por ser o estado de origem desta pesquisadora e, principalmente, por ser um dos estados com situação educacional mais críticas do Brasil. No ano de 2023, o Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (Ideb) do Governo Federal[32], que é o principal indicador da qualidade do que é ensinado nas escolas de todo o Brasil, apontou que, na avaliação dos cinco primeiros anos do Ensino Fundamental, o Maranhão ficou em 5.º lugar entre os piores do país; já nos anos finais do Ensino Fundamental, o estado ficou em 8.º lugar entre os que obtiveram as piores notas.

Tão logo, esta fase 2 da pesquisa, será voltado para essa localidade, tendo em vista que ao mapear professores influenciadores nas redes sociais do Maranhão, temos a possibilidade de

1) Ampliar o acesso ao conhecimento, e popularizar a educação e ciência entre crianças, jovens e adultos. Professores influenciadores podem atuar como pontes entre o conhecimento científico e o público geral, levando conteúdo de qualidade a comunidades que, muitas vezes, não têm acesso fácil a informações educacionais e científicas ou não possuem literacias digitais para buscas mais refinadas em ambiente online.
2) Disseminar boas práticas pedagógicas e conteúdo relevante para a formação de professores e alunos;
3) Fortalecer a comunicação educacional ao formar uma rede de professores e cientistas, auxiliando a troca de experiências, criando oportunidades de colaboração entre educadores e instituições, e apoiando iniciativas para melhorar os indicadores educacionais do estado.
4) Promover a boa influência online. Sabemos que professores têm o potencial de inspirar e influenciar crianças, jovens e adultos, tão logo, em meio a um universo digital de "influências" tão rasas e, muitas vezes, negativas, a presença de professores abordando temas sobre educação e ciência, pode ser um caminho para melhorar as inspirações do

[32] Veja os resultados completos aqui: https://www.gov.br/inep/pt-br/areas-de-atuacao/pesquisas-estatisticas-e-indicadores/ideb

público geral para suas próprias vidas e carreiras. Eles podem também engajar outros docentes a utilizarem as redes sociais como ferramentas de ensino e divulgação científica.

5) Dar mais visibilidade para as iniciativas educacionais e científicas do Maranhão, mostrando que, apesar dos desafios, há produção de conhecimento relevante e agentes ativos comprometidos com a transformação local.

6) Contribuição para o planejamento de Políticas Públicas, tendo em vista que um mapa de professores e suas áreas de atuação oferece dados importantes que podem subsidiar políticas públicas voltadas à melhoria da qualidade da educação no estado.

7) Fortalecimento da comunicação com a mídia, já que o mapa pode facilitar a identificação de especialistas em diversas áreas, sendo um recurso para jornalistas e veículos de comunicação que buscam fontes confiáveis para reportagens educacionais e científicas, aproximando a mídia do universo escolar e acadêmico.

Assim, essa iniciativa, ao aliar a valorização do conhecimento local ao potencial das redes sociais, não apenas contribui para a melhoria da educação no estado, mas também reforça o papel do Maranhão no cenário nacional de educação e ciência.

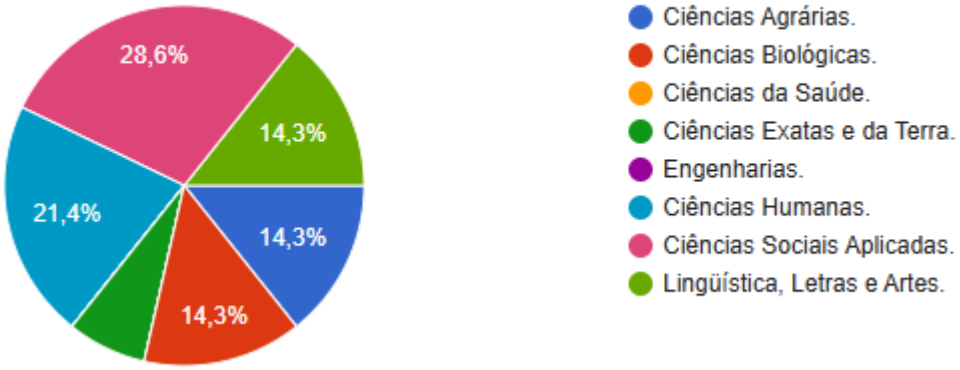
O levantamento teve como base as seguintes informações: quem são os professores influenciadores do Maranhão; quais as suas áreas de atuação; quais os tipos de conteúdo ofertam, quais redes sociais atuam.

O instrumento de pesquisa utilizado nesta etapa foi o questionário online, via *Google forms* (ANEXO V), com perguntas fechadas. O documento foi divulgado nas redes sociais da pesquisadora (Facebook, Instagram e Tik Tok), que somam mais de 7.000 seguidores, bem como em grupos de WhatsApp com presença de professores da educação básica e superior. A publicação chegou a uma média de 6.000 visualizações em todas as redes. No Instagram, a publicação alcançou 53,1% de seguidores e 46,9% de não seguidores do perfil. Houve mais de 31 compartilhamentos da publicação, o que aumenta significativamente o alcance total. Já no TikTok o alcance de não seguidores do perfil chegou a 90%. O período para participação foi de 18 de outubro de 2024 a 30 de novembro de 2024. Obtivemos 14 respostas no total.

9.1 Resultados do mapeamento de Professores Influenciadores do Maranhão

Os resultados apontaram para uma atuação forte de professores maranhenses nas áreas das Ciências Sociais Aplicadas (28,6%), seguido das áreas das Ciências Humanas ficou em segundo lugar com 21,4% das respostas (Figura 47):

Figura 47
Áreas de atuação de professores do Maranhão que têm redes sociais educacionais

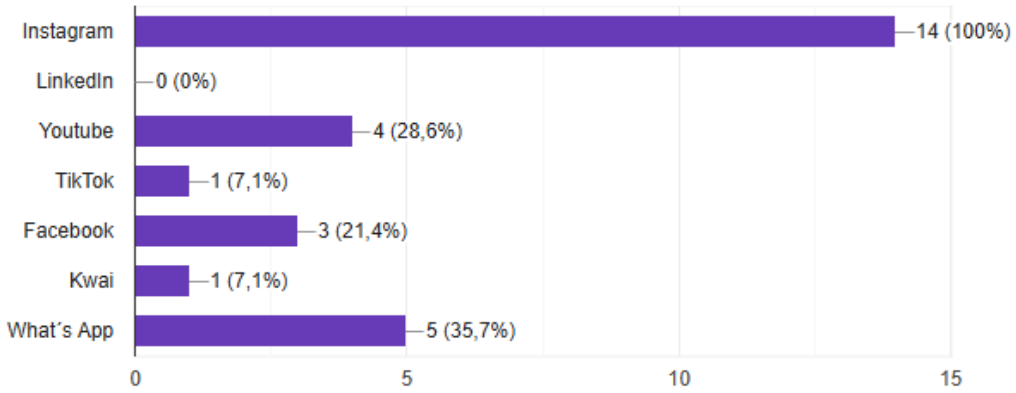


Entre as áreas específicas de atuação educacional dos professores maranhenses que atuam nas redes sociais, temos as seguintes categorias: 1) Anatomia e Fisiologia Animal, Biologia Marinha; 2) Comunicação e Oratória; 3) Escrita de projetos e vida acadêmica; 4) História; 5) Produção acadêmica e práticas pedagógicas; 5) Produção de mapas mentais e dicas acadêmicas; 6) Tecnologias Educacionais; 6) Educação pelo Trabalho e para a Saúde; 7) Relações Públicas; 8) Ensino de Ciências e Matemática por meio de jogos digitais e analógicos voltados para o ensino de ciências e matemática; 9) Gestão escolar e Professor Universitário.

Em meio a uma variedade de redes e mídias sociais, almejamos saber quais plataformas eram as mais utilizadas pelos professores que atuam no ambiente online com educacionais. O Instagram é a plataforma mais utilizada, com 100% de adesão. O WhatsApp também possui uma presença significativa, com 35,7%, refletindo a relevância de mensagens diretas e interações mais pessoais. YouTube fica em terceiro lugar, 28,6% (Figura48).

Figura48

Redes e Mídias Sociais mais utilizadas por professores maranhenses que têm redes sociais educacionais



Observamos, conforme o gráfico, que o TikTok e Kwai têm baixa adesão. O resultado sugere que o público docente não está totalmente inserido em redes com foco em conteúdos mais curtos e dinâmicos, o que pode gerar um distanciamento do público jovem, tão fundamental para a recepção e promoção da circulação de conteúdos educacionais. Esse distanciamento pode ser explicado por diversos fatores, tais como: perfil geracional, já que o público docente tende a pertencer a faixas etárias que podem não estar familiarizadas com a linguagem rápida e visual dessas plataformas. Outra barreira pode ser devido ao formato relacionados aos conteúdos educacionais: produções mais extensas e aprofundadas, como artigos, vídeos mais longos e lives.

Mas, o que as pessoas costumam fazer no TikTok? O Relatório Tiktok No Brasil 2024[33], realizado pela Opnion Box, revelou que 54% dos entrevistados veem conteúdos com temas de humor e descontração e 53% acompanham os vídeos de que segue nessa rede. Isso reforça a ideia de que o TikTok é uma rede com forte apelo emocional, enquanto o público acadêmico tende a priorizar conteúdos mais informativos ou didáticos.

Abaixo, o mapeamento de professores que atuam nas redes e mídias sociais digitais no Maranhão.

Tabela 37

Mapa de Professores e Cientistas que atuam em redes sociais digitais com fins educacionais no Maranhão

Professor/ cientista	Área de Atuação	Arroba nas redes sociais digitais
Agenor Silva Oliveira Júnior	Língua Portuguesa	@delabarrerajr

[33] Relatório completo disponível em: https://content.app-us1.com/JY8yY/2024/04/24/c06ffc72-890f-4270-8002-e227753c1fb7.pdf

Andrea Azevedo	Biologia Marinha	@andreacgazevedo
Gabriela Gadelha	Educação pelo Trabalho e para a Saúde e Relações Públicas	@gabigadelharp
Gerbeli de Mattos Salgado Mochel	Escrita de Projetos e Vida Acadêmica	@belagronomia
Girlene Miranda Baima	Língua Portuguesa	@girlenebaima
Hawbertt Rocha Costa	Ensino de Ciências e Matemática por meio de jogos digitais e analógicos voltados para o ensino de ciências e matemática	@museugame_ciencia
Ingrid Caroline Moreira lima	Mapas mentais e dicas acadêmicas	@gridbio
Janaina Fonsêca Oliveira	Computação na Educação Básica	@robóticaSantaRita
Jesilene Corrêa e Silva Ferrão Coêlho	Comunicação e Oratória	@jesilenecorrea.comunicadora
João Batista Bottentuit Junior	Tecnologias Educacionais	Instagram: @joao_bottentuit_jr e Youtube: @joaobbj
João Paulo Furtado	Gestão escolar e Professor Universitário	@profjoaopaulofurtado
Lígia Almeida	Anatomia e Fisiologia Animal, Biodiversidade e Conservação, Bem-estar animal	@labmorfia
Maria do Socorro Corrêa da Cruz	Produção acadêmica e práticas pedagógicas	@eusouacademiadigital
Thiago Silva do Rosário	História	@profthiagorosario

A partir desse mapeamento, o intuito é que haja maior possibilidade de esses educadores serem vozes importantes de suas áreas, ampliando a propagação de conteúdos educacionais nos meios de comunicação digitais e tradicionais e aumentando, por consequência, a possibilidade de formação de comunidades em torno de temáticas educacionais específicas.

10 CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES

Após um longo e rigoroso processo de pesquisa, chegamos a este derradeiro capítulo, que busca sintetizar as principais reflexões e encaminhamentos a partir dos resultados obtidos. Toda a análise foi guiada pela seguinte questão central: Quais são os elementos e as estratégias de comunicação, educação e sociabilidade de educadores influenciadores em redes sociais e plataformas de educação online que favorecem a formação de comunidades educativas digitais, produzindo inovação nas formas de transmissão do conhecimento e popularização do saber científico?

Essa é uma questão pertinente à realidade de muitos educadores. Embora, à primeira vista, ela possa parecer um problema do senso comum, é essencial reconhecer que seu aprofundamento exige uma abordagem teórica, metodológica e empírica consistente. Esta abordagem torna-se ainda mais relevante diante da complexidade das relações humanas e sociais, como destacam Laville e Dionne (1999), que afirmam que a "verdade" nas ciências humanas e sociais é relativa e provisória, sendo frequentemente impactada por fenômenos imprevistos, como a pandemia de Covid-19, que tanto impactou o cenário no qual nos debruçamos a estudar aqui.

Diante desse cenário, a criação de instrumentos teóricos capazes de criticar e refletir sobre os problemas contemporâneos é essencial. Para garantir objetividade na análise dos fenômenos sociais observados, foi necessário construir um processo rigoroso de investigação que assegurasse um distanciamento crítico do objeto de estudo. Esse procedimento o afasta do objeto analisado para que ele não influencie o objeto de seu estudo, tendo em vista que carrega consigo uma bagagem cultural e intelectual que, por si só, o orienta em seus pensamentos.

O conhecimento humano e social passou a ser pauta de debates no campo das ciências a partir do século XX. Mas, como submeter à prova fatos relativos à sociedade e ao homem diante da complexidade inerente a esses objetos? A precisão das Ciências Naturais, com seus campos objetivos, mensuráveis, previsíveis, experimentais e replicáveis não cabiam na subjetividade humana, tampouco nas suas relações sociais.

A complexidade inerente aos objetos de estudo das ciências humanas e sociais destacou a limitação do modelo positivista aplicado às ciências naturais, que privilegia a previsibilidade e a mensuração objetiva. Como aponta Aires (2015), as ciências sociais e humanas passaram

por uma revolução silenciosa, que rejeitou o reducionismo e priorizou a compreensão interpretativa dos fenômenos sociais. Às Ciências Humanas e Sociais coube o não reducionismo dos fenômenos, a explicação da realidade vivida e experimentada, à decomposição das palavras em seus pormenores de significados, à arte da interpretação. Para isso, exige de nós um fazer científico criterioso, fiel e válido.

Neste estudo, a investigação foi guiada pela abordagem netnográfica (Kozinets, 2014), que nos permitiu explorar os fenômenos comunicacionais, educacionais e culturais emergentes no contexto digital. O estudo demonstrou como redes e mídias sociais digitais, são essenciais para a formação e manutenção de comunidades educativas digitais. Esses ambientes favorecem a construção de capital social, especialmente das lideranças, o que pode potencializar o interesse pela aprendizagem e a interação entre os membros.

A análise quantitativa e qualitativa indicou que conteúdos educacionais representam uma fração significativa das postagens nas comunidades analisadas, mas a interação das lideranças com os membros, foi um fator determinante para o sucesso dessas comunidades. No entanto, as barreiras identificadas incluem dificuldades de engajamento e limitações estruturais de algumas plataformas.

Ressaltamos que as entrevistas, realizadas na etapa da pesquisa netnográfica, seguiram preceitos qualitativos com análises de conteúdo fundamentadas em Bardin (1977). A decodificação temática e enunciativa nos permitiu capturar nuances de comunicação e motivação dos educadores entrevistados. Entre os principais resultados das análises das entrevistas, compreendemos que os educadores veem as redes sociais como ferramentas de democratização do acesso ao conhecimento, mas ressaltam a complexidade de equilibrar demandas acadêmicas e digitais.

As análises netnográficas geraram insights sobre a eficácia das redes sociais como ambiente de disseminação do saber científico e construção de comunidades educativas. Por meio de nossa análise, destacamos que padrões de liderança emergiram, indicando que os educadores mais bem-sucedidos conseguiram estabelecer uma conexão emocional e intelectual forte com seus seguidores.

Dentre as implicações para a construção de comunidade educacionais online, concluímos que o uso das redes sociais demanda competências além do conteúdo científico, como literaciais digitais, habilidade de *storytelling*, uso de narrativas visuais, e interação estratégica com algoritmos. Dentre as principais barreiras estão questões tecnológicas e a "caixa de ressonância" algorítmica. Elas representam desafios para educadores que desejam atingir públicos diversificados.

Assim, ao analisar os elementos e estratégias de comunicação, educação e sociabilidade em redes sociais e comunidades educativas online, pudemos compreender de forma mais profunda a cultura digital e sua influência na formação de comunidades educacionais. Consideramos, assim, como aspectos centrais do estudo:

Transformações na forma de transmissão do conhecimento, já que as plataformas digitais e redes sociais mudaram drasticamente a forma como o conhecimento é produzido, compartilhado e consumido. Compreender essas dinâmicas nos permite criar abordagens mais eficazes e inovadoras para a disseminação do saber científico.

Popularização da ciência, pois vivemos em uma era na qual a ciência enfrenta desafios para alcançar o público em geral, não só devido à linguagem técnica e à distância histórica entre academia e sociedade, mas, também, devido às avalanches de Fake News associadas ao mundo científico. Uma comunidade educacional online pode ter o poder de ajudar a tornar o conhecimento mais acessível, combatendo a desinformação e aproximando a ciência do cotidiano das pessoas.

Fortalecimento da colaboração entre professores e cientistas, tendo em vista que a criação de comunidades educativas digitais facilita a troca de experiências, metodologias e recursos entre professores e cientistas, promovendo colaborações interdisciplinares e ampliando o alcance de práticas inovadoras.

Desenvolvimento de competências digitais, pois vemos a crescente demanda por habilidades digitais, tanto na educação quanto na ciência, logo, estudar essas estratégias ajuda a preparar professores e cientistas para atuarem em um ambiente online de forma eficiente, aproveitando as ferramentas disponíveis para maximizar o impacto de seu trabalho.

Promoção de uma educação mais inclusiva e interativa, já que observamos que as comunidades online têm o potencial de alcançar públicos diversos, rompendo barreiras geográficas e sociais. Estratégias bem planejadas podem fomentar um ambiente inclusivo, colaborativo e engajador, promovendo a democratização do acesso ao conhecimento entre públicos locais, nacionais e internacionais. As comunidades têm esse poder de alcance global, principalmente em línguas que são faladas em diversos países.

Por fim, e com igual importância, a relevância para políticas públicas e inovações educacionais, já que os resultados dessa pesquisa podem subsidiar a formulação de políticas públicas voltadas para a educação e a ciência, além de inspirar novas práticas pedagógicas e estratégias de divulgação científica em escala global.

Concluímos que estudar esses elementos e estratégias foi fundamental para compreender as tendências atuais e moldar o futuro da propagação da educação e da ciência em um mundo

digital, construindo pontes entre os especialistas e a sociedade em geral. Este estudo evidenciou que comunidades educacionais online têm o potencial de transformar a educação e comunicação em ambientes digitais, promovendo um aprendizado mais colaborativo, inclusivo e significativo.

Professores influenciadores são protagonistas na criação e dinamização dessas comunidades, utilizando estratégias baseadas em literacias digitais e capital social. Por meio de recursos educacionais como gamificação, discussões colaborativas, personalização de conteúdo e engajamento social, essas comunidades proporcionam novas dinâmicas para a aquisição de conhecimento. No entanto, identificamos que pode haver uma menor interação com conteúdos educacionais, em relação à alta concorrência com conteúdos de humor e de entretenimento. E, nesse cenário, a dependência de plataformas comerciais e a desinformação, demandam soluções inovadoras e sustentáveis.

Além disso, compreendemos que a transição para o digital ampliou as possibilidades de monetização educacional, transformando educadores em potenciais empreendedores, seja por vontade própria, seja pela sustentabilidade das comunidades educacionais online. Contudo, o "sucesso" nesse cenário depende de múltiplos fatores, incluindo carisma, autenticidade, planejamento estratégico, habilidade de equilibrar objetivos educacionais e financeiros e um sistema complexo, que inclui o acaso, podendo ser explicado pela Teoria do Caos (Lorenz, 1993), onde as condições iniciais para o sucesso podem remeter a uma visão complexa e interconectada de êxito, em que elementos fortuitos podem ser tão (ou mais) determinantes quanto o esforço consciente.

Este estudo traz também contribuições significativas para a reflexão sobre o papel do educador no mundo contemporâneo, evidenciando a necessidade de adaptação e inovação frente às transformações tecnológicas e culturais. Ao mesmo tempo, lança luz sobre questões éticas e práticas que devem ser consideradas por educadores e pesquisadores interessados em explorar o potencial do ambiente digital, promovendo uma discussão crítica e necessária sobre o futuro da difusão midiática da educação no século XXI.

Reconhecemos ainda, por meio do estudo, que a influência digital está diretamente relacionada à construção de capital social e ao desenvolvimento de conexões genuínas. Perpassamos pela compreensão de que a comunicação educacional e científica eficaz e centrada no ser humano é essencial para engajar públicos diversos, fortalecer comunidades e democratizar o conhecimento.

Entre as principais contribuições da tese, destacamos que o uso da netnografia foi validado como um método eficaz para investigar fenômenos educacionais em redes digitais.

Há o impacto social e educacional, tendo em vista que pesquisa oferece diretrizes claras para educadores que desejam ampliar o alcance e a eficácia de suas iniciativas digitais.

Realizamos, por fim, um mapeamento digital de professores e cientistas do Maranhão, destacando suas áreas de atuação, conteúdos ofertados e redes sociais utilizadas. A escolha desse Estado reflete tanto a origem da pesquisadora quanto a urgência de enfrentar os desafios educacionais locais, evidenciados pelos baixos índices do Ideb. Com 14 respostas coletadas por meio de questionário online divulgado em redes sociais e grupos de WhatsApp, a pesquisa buscou reunir informações sobre os professores e cientistas do Maranhão que atuam nas redes sociais digitais, a fim de, em um projeto futuro, ampliar o acesso ao conhecimento, popularizar a ciência, disseminar boas práticas pedagógicas, fortalecer a comunicação educacional e dar visibilidade às iniciativas científicas do Estado. Além disso, o mapeamento visa subsidiar políticas públicas, promover boas influências digitais e conectar mídia e academia, contribuindo para a valorização do conhecimento local e o impacto positivo da educação maranhense no cenário nacional.

Desenvolvemos a partir desta pesquisa, um quadro conceitual para análise, compreensão e implementação de comunidades educativas online, contendo elementos e estratégias de comunicação, educação e de sociabilidade relevantes que podem servir como guia para professores e cientistas que objetivem inovar nas formas de transmissão do conhecimento e popularizar o saber científico.

Caminhos para Construir uma Comunidade Educativa Digital

Com base nas análises realizadas, apresentamos um conjunto de passos para criar uma comunidade educativa digital, promovendo a inovação na transmissão do conhecimento e a popularização da ciência.

1) **Definição de Propósito e Identidade**

Castells (2001) entende por identidade “o processo de construção do significado com base em atributo cultural, ou ainda um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, o(s) qual (ais) prevalece (m) sobre outras formas de significado” (p. 3). Essa identidade está profundamente conectada aos valores básicos que definem a pertença de uma pessoa a um grupo específico.

Mas, diante dos cenários expostos neste estudo, com base em uma cultura digital e uma sociedade em rede, questionamos: será que não caberia aqui também um conceito de “marca” para atuação dos professores em ambientes digitais? A partir do momento em que ingressam

nesse universo, detêm o papel de influência no digital, eles poderiam se tornar mercadorias? O debate teórico relacionado a essa tendência aborda a construção de uma identidade ou marca pessoal, que adquire valor comercial para empresas de diversos setores. Nesse contexto, os influenciadores não apenas monetizam o conteúdo que criam em plataformas como blogs, redes sociais e canais no YouTube, mas também comercializam a própria imagem, em uma dinâmica semelhante à das celebridades (Karhawi, 2016).

De todo modo, é viável o desenvolvimento de um objetivo geral, que verse sobre:

a) Criação de um espaço para troca de conhecimentos científicos e educacionais, incentivando a colaboração e a popularização do saber científico;
b) Criação da identidade ou marca digital que combine ciência, educação e inovação, tornando-se referência para professores e cientistas.

2) Formação e Engajamento da Comunidade Educacional Online

a) Analisar e descrever os membros-alvo da comunidade, incluindo características identificadoras, como dados demográficos e psicográficos (atividades, interesses, opiniões) (Tybout & Calkins, 2018);
b) Escolher redes sociais amplamente utilizadas (YouTube, Instagram, LinkedIn, etc.), e ferramentas colaborativas (WhatsApp, Slack, canais do Instagram e do WhatsApp, etc.), de preferência que você tenha domínio sobre elas;
c) Definir estratégias educacionais que gerem engajamento da comunidade, tais como gamificação, desafios (podem ser baseados em propostas de resolução de problemas) e discussões interativas para engajar os participantes;
d) Desenvolver um cronograma de conteúdos que visem a diversidade de formatos: produzir materiais em diferentes formatos, como vídeos, podcasts, textos curtos e artigos aprofundados, para atender a múltiplas preferências;
e) Colaboração ativa: promover atividades de coautoria, como postagens colaborativas e projetos em grupo.

3) Capacitação e Desenvolvimento por meio das Literacias Digitais para os Pares

a) Oferecer treinamentos em ferramentas digitais para professores e cientistas que ainda não dominam essas tecnologias;
b) Ensinar estratégias para simplificar conceitos científicos e educacionais complexos e torná-los acessíveis ao público leigo;
c) Incentivar os professores a assumirem papéis de liderança, promovendo a disseminação de boas práticas e novos conteúdos em rede;

4) Curadoria de Conteúdo e Confiabilidade

a) Estabelecer processos rigorosos para verificar a qualidade e veracidade das informações compartilhadas;
b) Realizar moderação de conteúdo, de modo a garantir um ambiente seguro e produtivo, combatendo desinformação, crimes virtuais (como racismo e xenofobia, por exemplo) e interações tóxicas.

5) Estratégias de Crescimento e Sustentabilidade

a) Desenvolver projetos com o intuito de colaborar com universidades, institutos de pesquisa e organizações educacionais;
b) Implementar modelos de monetização, tais como cursos pagos, workshops, e-books, consultorias e sistema de financiamento público para educação, tais como as fundações de amparo à pesquisa, para sustentar o trabalho realizado na comunidade;
c) Monitorar o engajamento, o alcance e o impacto das ações da comunidade, ajustando estratégias conforme necessário.

6) Fortalecimento do Capital Social

a) Fomentar redes de confiança, por meio de conexões entre os membros para criar um sentimento de pertencimento e colaboração;
b) Realizar encontros virtuais e presenciais, como *lives*, *webinars*, *hackathons*[34] e conferências;
c) Compartilhar trajetórias pessoais e de membros que alcançaram impacto significativo, inspirando outros (*storytelling*).

7) Inovação Tecnológica e Adaptação

a) Garantir a relevância da comunidade a longo prazo, descobrindo tecnologias emergentes, como inteligência artificial e realidade aumentada, que oferecem oportunidades para personalizar e enriquecer o aprendizado;
b) Explorar o processo de adaptação contínua, por meio do monitoramento regular das mudanças tecnológicas e sociais que impactam as dinâmicas educacionais.

Diante das ameaças relacionadas às desigualdades tecnológicas e ao controle algorítmico, recomendamos ainda, a partir dos conhecimentos gerados neste estudo, o desenvolvimento de comunidades educacionais online em modelos e ferramentas alternativos, a fim de incentivar comunidades educacionais descentralizadas que utilizem plataformas abertas e colaborativas, promovendo autonomia em relação às grandes corporações, como Google e Meta, além do

[34] Um hackathon é um evento de competição e colaboração entre profissionais de diversas áreas para desenvolver soluções inovadoras para problemas específicos

fortalecimento da presença educativa, onde professores e cientistas devem atuar como curadores de conteúdo e facilitadores de discussões reflexivas, enfatizando aprendizado colaborativo. Esses modelos se baseiam em tecnologias abertas, acessíveis e alinhadas com princípios educacionais mais democráticos, são eles:

1) Plataformas de código aberto: Exemplos como Moodle e Canvas LMS permitem a criação de cursos personalizados, oferecendo total controle a educadores e instituições. Essas plataformas possuem versões gratuitas, são adaptáveis às realidades locais, promovem independência tecnológica e reduzem a dependência de algoritmos comerciais;
2) Redes sociais educativas: Ferramentas como a Peer-to-Peer University (P2PU) incentivam o aprendizado colaborativo e autodirigido, proporcionando uma abordagem inovadora e acessível para a troca de conhecimentos;
3) Comunidades de prática e redes colaborativas: Recursos como Slack e Mattermost fortalecem relações horizontais, disponibilizam materiais educacionais abertos e ampliam o impacto de práticas pedagógicas compartilhadas;
4) Espaços de criação educacionais: Exemplo de ferramentas como o Padlet, que promove a construção de conhecimento colaborativo, e o Miro, que pode ser usado como espaço de eventos educacionais, como hackathons, mostram que a inovação pode ser realizada em ambientes que respeitam a privacidade, a criatividade e a autonomia dos participantes.

Ponderamos que os modelos alternativos representam mais do que uma resposta às desigualdades tecnológicas e ao controle algorítmico, eles são um convite à reinvenção do papel da tecnologia na educação. Adotando essas práticas, podemos avançar rumo a um ecossistema educacional formal, não formal e informal, mais inclusivo, colaborativo e ético, que coloca o aprendizado no centro das relações sociais e pedagógicas, promovendo a verdadeira democratização do conhecimento.

Consideramos, por fim, que a difusão científica é considerada um instrumento, e até mesmo um movimento social capaz de intermediar o fortalecimento da cidadania e da democracia (Bizzo, 2002). Por isso, a qualificação dos professores e cientistas de diferentes áreas para atuação nos meios sociais digitais, por meio de um ecossistema colaborativo, é necessária para que características pessoais criativas, inovadoras, críticas e comunicativas sejam potencializadas com a capacitação técnica e gerencial de práticas de comunicação e letramento digital. Assim, poderá haver maior desenvolvimento da educação e da ciência, por meio da difusão e circulação de saberes científicos de uma forma mais clara, objetiva e,

principalmente, acessível ao público. Por isso, sugerimos a implementação de programas de capacitação focados na integração de habilidades digitais e comunicacionais para educadores e cientistas.

Não podemos deixar de sublinhar que as redes sociais digitais podem ter um impacto negativo na sociedade. Os desafios apresentados pelos modelos de negócios baseados em algoritmos, como o *Behaviors of User Modified and Made into an Empire for Rent (Bummer)* (Lanier, 2018), requerem atenção urgente.

Na era digital, educar e comunicar implica compreender que estamos inseridos em uma lógica de mercado onde a atenção das pessoas é constantemente fragmentada e segue sendo disputada. As plataformas digitais, ao mesmo tempo em que ampliam o acesso ao conhecimento, operam sob modelos que valorizam o tempo de permanência e o engajamento como ativos comerciais. Diante disso, construir comunidades educacionais online verdadeiramente significativas exige mais do que apenas usar ferramentas tecnológicas. Exige estratégia, ética e intenção pedagógica clara, capaz de resistir à lógica de distração e consumo que permeia o ambiente digital.

Educar com objetivos de desenvolver comunidades educacionais em redes e mídias sociais digitais é também um ato de resistência. É criar espaços nos quais a atenção não seja capturada, mas sim cultivada como prática ativa de escuta, diálogo e construção coletiva de saberes.

Ao fim, cabe aos educadores e pesquisadores da comunicação redirecionar o foco: da economia da atenção para a ecologia da atenção, onde os vínculos comunitários e a aprendizagem significativa prevaleçam sobre o ruído e a superficialidade dos algoritmos.

Portanto é fundamental promover uma abordagem crítica ao uso das redes sociais, aliada a políticas públicas eficazes e a uma educação voltada para a compreensão dos mecanismos digitais. Apenas assim será possível transformar as redes sociais em aliadas da educação, e não em barreiras ao aprendizado.

Ressaltamos derradeiramente que nosso estudo possui limitações, tais como concentração em determinadas plataformas digitais e foco geográfico limitado (Brasil, Portugal e Inglaterra), porém, os resultados oferecem uma base sólida para investigações futuras com populações mais amplas e diversificadas.

E como recomendações para pesquisas futuras propomos:

- Investigar o impacto de tecnologias emergentes, como inteligência artificial e realidade aumentada, na criação e fortalecimento de comunidades educacionais online.

- Estudar como comunidades educacionais online podem ser adaptadas para atender grupos socialmente vulneráveis e promover a inclusão digital.

- Analisar formas de diversificar estratégias de monetização, considerando a instabilidade das plataformas digitais e seus algoritmos.

- Examinar os efeitos da produção constante de conteúdo sobre o bem-estar psicológico dos educadores, que por sua vez, já têm uma grande demanda de trabalho na esfera presencial.

- Pesquisar como diferentes tipos de interações em redes sociais contribuem para a construção de confiança, colaboração e identidade em comunidades educacionais.

Essas recomendações visam enriquecer a compreensão do fenômeno das comunidades educacionais online e apoiar práticas mais sustentáveis e inovadoras no campo da educação digital.

REFERÊNCIAS

Aires, L. (2015). *Paradigma qualitativo e práticas de investigação educacional*. Universidade Aberta

Albuquerque, A de. (2014). Estudos de Mídia. In Citelli, A.; Berger, C; Baccega, M.; Lopes, M.; França, V. (orgs.) *Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores.* Contexto.

Alem, L., & Kravis, S. (2005*). Design and evaluation of an online learning community: A case study at CSIRO.* SIGGROUP Bulletin, *25*(1), 20–24. https://doi.org/10.1145/1067699.1067703

Alvarenga, C; Aquino, R; Barros, J., & Ribeiro, N. (2014). A comunicação no Plano Nacional de Educação do Brasil: uma aproximação crítica. *Cuadernos info*, *35*, 69-81.

Anderson, C. (2006). *A Cauda Longa - A nova dinâmica de marketing e vendas: como lucrar com a fragmentação dos mercados*. Campus.

Anderson, T. & Dron, J. (2012). Três gerações de pedagogia de educação a distância. *EaD em Foco*, *2* (1), 119-134.

Assem Lifelong Learning (2020). A Framework for Lifelong Learning Research in the ASEM Region: 2020-2025.

Atkinson, P.; Coffey, A.; Delamont, S.; Lofland, J. & Lofland, L. (Eds.) (2001). *Handbook of Ethnography*. Sage Publications.

Atkinson, L., & Cipriani, A. (2018). How to carry out a literature search for a systematic review: *A practical guide. BJPsych Advances*, *24*(2), 74–82. https://doi.org/10.1192/bja.2017.3

Backes, S. (2019). *Produção e consumo de vídeos online: análise de práticas e técnicas para o desenvolvimento de influenciadores digitais profissionais a partir do Youtube*. Dissertação (Mestrado) - Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Barabási, A. (2009). *Linked: A nova ciência dos networks*. Leopardo Editora.

Bardin, L. (1977). *Análise de Conteúdo*. Martins Fontes.

Barros, L. (2016). *Comunicação e aprendizagem: utilização de tecnologia móvel aplicada na educação presencial e EAD*. Dissertação (mestrado) – Programa de Pós-graduação em Comunicação. Universidade Federal da Paraíba;

Bauman, Z. (2013). *Sobre educação e juventude: conversas com Riccardo Mazzeo/Zygmunt Bauman*. Jorge Zahar.

Bertolini, S. & Bravo, G. (2016). *Social capital, a multidimensional concept*. Researchgate.net

Bizzo, M. L. G. (2002). Difusão científica, comunicação e saúde. *Cadernos de Saúde Pública*, 18(1), 307–314.

Bobbio, N. (1997). *Os intelectuais e o poder: dúvidas e opções dos homens de cultura na sociedade contemporânea*. Editora da UNESP.

Bottentuit Junior, J. & Santos, C. (2014). Revisão Sistemática da Literatura de Dissertações Sobre a Metodologia WebQuest. Educaonline, *2* (8), 1-42.

Bourdieu, P. (1983). Forms of Capital in Richardson, J. *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education.* Greenwood Press, pp. 241-258.

Bourdieu, P. (2007). A distinçao: critica social do julgamento. Edusp; Zouk.

Bowler, G. M. (2010). Netnography: A method specifically designed to study cultures and communities online. *The Qualitative Report*, *15*(5), 1270-1275. https://doi.org/10.46743/2160-3715/2010.1341

Brancaleone, C. (2008). Comunidade, Sociedade e Sociabilidade: revisitando Ferdinand Tönnies. *Revista de Ciências Sociais*, *1*(39), 98-104. http://www.rcs.ufc.br/edicoes/v39n2/rcs_v39n2a7.pdf

Brandão, A. (2016) *Aprender "na tora": práticas e saberes de jovens produtores midiáticos*. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Educação: conhecimento e inclusão social. Universidade Federal de Minas Gerais.

Brasil (2014). Lei n. 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 24 abr. 2014, Seção 1, p. 1.

Carmo, T. (2022). *Comunicação Digital, educação e cidadania global: novos paradigmas*. Âncora Editora.

Carvalho, J. (2008). Comunidades virtuais de aprendizagem: em busca de uma caracterização. *Anais de Congresso - Associação Brasileira de Educação a Distância*.

Castells, M. (2001). *The Power of Identify*. Fundação Calouste Gulbenkian.

Castells, M. (2015). *O poder da comunicação*. Paz e Terra.

Chen, Y-C (2004), Building an Online Learning Community. *Association for Educational Communications and Technology*, 19-23.

Cialdini, R. B. & Goldstein, N. J. (2004). Social Influence: Compliance and conformity. *Annual Review of Psychology, 55*,591-621. http://www2.psych.ubc.ca/~schaller/Psyc591Readings/CialdiniGoldstein2004.pdf

Citelli, A. (2014). Comunicação e Educação. In Citelli, A.; Berger, C; Baccega, M.; Lopes, M.; França, V. (orgs.) *Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores.* Contexto, 65-74

Coleman, J. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95-120.

Coleman, J.; Rice, M. & Wright, V. (2018). Educator Communities of Practice on Twitter. *Journal of Interactive Online Learning*. *16* (1), 80-96

Costello, L.; McDermott, M. & Wallace, R. (2017). Netnography: Range of Practices, Misperceptions, and Missed Opportunities. *International Journal of Qualitative Methods*,*16*, 1–12. https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1609406917700647

Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research.* 3ª ed, SAGE Publications.

Del-Massa, H. C. O.; Damian, I. P. M. & Valentim, M. L. P. (2018). As cinco leis para a alfabetização midiática e informacional e sua relação com os fatores críticos de sucesso no âmbito da gestão do conhecimento. *Bibliotecas. Anales de Investigación*, *14* (2), 218-231.

Descartes, R.(2001). Discurso do método para bem conduzir a própria razão e procurar a verdade nas ciências. Fontes

Downes, S. (2007). *Whats connectivism is*. https://www.downes.ca/post/38653

Durkheim, E. (2004). *As regras do método*. 9ª ed. Presença

Elhajji, Mohammed (2007). Memórias das comunidades étnicas entre Tempo e Espaço. In: CAIAFA, Janice; ELHAJJI, Mohammed (Org.). *Comunicação e Sociabilidade*: Cenários Contemporâneos. Mauad X.

Eshet, Y. (2004). Digital literacy: A conceptual framework for survival skills in the digital era. *Journal of educational multimedia and hypermedia*, *13* (1), 93-106

European Union. (2022). The Digital Markets Act: ensuring fair and open digital markets. *Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector and amending Directives (EU) 2019/1937 and (EU) 2020/1828 (Digital Markets Act).* https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/1925/oj

Erdoğdu, F. (2022). Online Knowledge Construction for Teachers on Social Media: A Community Perspective for Practice. *Asian Journal of Distance Education, 17* (1).

Fielding, M. (2012.) Education as if People Matter: John MacMurray, Community and the Struggle For Democracy. *Oxford Review of Education 38* (6), 675-692. DOI:10.1080/03054985.2012.745044

Freire, P. (1967). *Educação como prática da liberdade*. Paz e Terra.

Freire, P. (1983). *Extensão ou Comunicação*? 7.ed. Paz e Terra.

Freire, P. (1992). *Pedagogia da Esperança: Um reencontro com a Pedagogia do Oprimido*. Paz e Terra.

Freire, P. (2001). *Pedagogia do oprimido*. 31. ed. Paz e Terra.

Freire, P. (2021). *Medo e ousadia: o cotidiano do professor/ Paulo Freire, Irar Shor*; 14. Ed. Paz e Terra.

Gambetti, R. & Kozinets, R. (2022). Agentic Netnography. *New Trends in Qualitative Research. (10). 1-15. https://doi.org/10.36367/ntqr.10.2022.e519*

Garrison, D.R. (2009). Communities of Inquiry in Online Learning. *Encyclopedia of Distance Learning, Second Edition.* DOI: 10.4018/978-1-60566-198-8.ch052

Garrison, D.R.; Anderson, T. & Archer, W. (2000). Critical inquiry in a text-based environment: Computer conferencing in higher education. *The Internet and Higher Education, 2* (2-3), 87-105.

Gil, A. (2008). *Métodos e Técnicas de Pesquisa*. 6. Ed. São Paulo: Atlas.

Glaze-Crampes, A. L. (2020). Leveraging communities of practice as professional learning communities in science, technology, engineering, math (STEM) education. *Education Sciences*, 10(8), 1-8. https://doi.org/10.3390/educsci10080190

Goodyear, V., Parker, M., & Casey A. (2019). Social media and teacher professional learning communities. Physical Education and Sport Pedagogy, 24 (5), 421-433, DOI: 10.1080/17408989.2019.1617263

Gómez, G. (2022). Guillermo Orozco Gómez: uma trajetória no campo da comunicação e educação. Entrevista concedida a Citelli, A. e Narnes, W. *Comunicação & Educação*, São Paulo. XVII-1,131-138. https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/195740/184048

Gonçalves, M. (1999). Teoria da ação comunicativa de Habermas: Possibilidades de uma ação educativa de cunho interdisciplinar na escola. *Educação & Sociedade, XX -66* (Abril), 125-140.

Gusenbauer, M. e Haddaway, NR (2020). Which academic search systems are suitable for systematic reviews or meta-analyses? Evaluating retrieval qualities of Google Scholar, PubMed, and 26 other resources. (2), 181–217. https://doi.org/10.1002/

Hanell, F. & Severson, P. (2022). *Netnography: Two Methodological Issues and the Consequences for Teaching and Practice.* The 6th Digital Humanities in the Nordic and Baltic Countries Conference. Sweden.

Hjarvard, S. (2012). Mediatization: theorising the media as agents of social and cultural changematrizes. *Matrizes, 5* (2), 53-91

IBERIFIER (Iberian Digital Media Research and Fact-Checking Hub((2023). *Analysis of Trends and Innovations in the Media Ecosystem in Spain and Portugal (2025-2030).* Berifier.eu

Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência*. 2. ed. Aleph, 2009.

Jenskins, H.; Ford, S. & Green, J. (2014). *Cultura da Conexão: Criando valor e significado por meio da mídia propagável.* Aleph.

Kader, C. (2017). Bateson, as três aprendizagens e suas relações com os professores e sua profissão não-regulamentada. *Linguagens & Cidadania*, 11(1). https://doi.org/10.5902/1516849228248

Kant, I. (1996). *Sobre a pedagogia*. UNIMEP.

Káplum, M. (1999). Processos educativos e canais de Comunicação. *Comunicação & Educação*, Sao Paulo, *141*, 68 -75, jan./abr.

Karhawi, I. (2016). Influenciadores digitais: o Eu como mercadoria. In Saad, E.; Silveireira, S. (orgs). *Tendências em comunicação digital*. ECA/USP, 2016.140 p. DOI 10.11606/9788572051569

Karhawi, I. (2019). Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. *Revista Communicare* . 17 – Edição especial de 70 anos da Faculdade Cásper Líbero.

Khoo, E. & Cowie, B. (2010). A Framework for Developing and Implementing An Online Learning Community. *Journal of Open, Flexible and Distance Learning, 24* (1), 13p. https://doi.org/10.61468/jofdl.v24i1.409

Körbes, C. (2013). Educação não-formal em mídias: Divulgação científica sobre nanotecnologia. *Doutorado em Tecnologia, na Área de Especialização em Tecnologia e Sociedade,* da Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Kozinets, R. (2014). *Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online*. Penso.

Lanier, J. (2018). *Dez argumentos para você deletar agora suas redes sociais*. Intrínseca.

Laville, Christian & Dionne, Jean (1999). *A construção do Saber*. Editora UFMG.

Leal, M. & Braga, A. A. S. (2023). *A Lei de Serviços Digitais da União Europeia: um novo marco na regulamentação do ambiente digital*. TiInside. https://tiinside.com.br/18/09/2023/a-lei-de-servicos-digitais-da-uniao-europeia-um-novo-marco-na-regulamentacao-do-ambiente-digital/

Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. Editora 34.

Lévy, Pierre.(2003). A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço. 4. ed. Loyola.

Lima, R. (2005). Compreendendo os Mecanismos Atencionais. *Ciências & Cognição*. *6* (1). 113-122.

Lindstrom, M. (2016). *Small Data: Como pequenos dados indicam grandes tendências*. Editora Cultrix.

Lopes, M. I. V. (1990) *Pesquisa em Comunicação, formulação de um modelo metodológico*. Loyola.

Lopes, D.; Sommer, L. & Schmidt, S. Professor-propositor: a curadoria como estratégia para a docência on-line. Educação & Linguagem, *17* (2), 54-72. http://dx.doi.org/10.15603/2176-1043/el.v17n2p54-72

Lorenz, E. N. (1993). The essence of chaos. University of Washington Press.

Loureiro, Sérgio A. (2012). *Revisão Sistemática da Literatura*. Unicamp

Luna, S. (2013). *Planejamento de pesquisa: uma introdução*. EDUC

Maar, W. (2014). Ação Comunicativa. In Citelli, A.; Berger, C; Baccega, M.; Lopes, M.; França, V. (orgs.) *Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores.* Contexto.

Marques, J. P. (2016). A observação participante na pesquisa de campo em Educação. *Educação em Foco*, *19* (28), 263–284.

Malinowski, B. (1978). *Argonautas do Pacífico Ocidental*. 2. ed. Abril Cultural.

Mcluhan, M. (1979.). Os meios de comunicação como extensões do homem. 5ª ed. Cultrix.

Mayring, P. (2002). *Introdução à pesquisa social qualitativa: uma orientação ao pensamento qualitativo*. 5ª ed, Beltz.

Martín-Barbero, J. (1997). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Editora UFRJ.

Martín-Barbero, J. (2014). *A Comunicação na Educação*. Contexto.

Mendes, S.G. (2022). Ética e Redes Sociais: caminhos para discernir e decidir. *CREAtividade: Revista da Cultura Religiosa*. Editora Puc-Rio.

Moore, M.; Kearsley, G. (2010). Educação a distância: uma visão integrada. *Cengage Learning*.

Moodley, M. (2019). WhatsApp: Creating a virtual teacher community for supporting and monitoring after a professional development programme. South African Journal of Education, 39 (2). https://doi.org/10.15700/saje.v39n2a1323

Mujahidah, U., & Yasin, M. (2022). Info graphic-based instagram learning media development in essay writing study english education study program as-syafi'iyah islamic university. *Lingua: Jurnal Pendidikan Bahasa, 18 (2),* 191-207. https://doi.org/10.34005/lingua.v18i2.2223

Neves, V.; Machado, C.; Fialho, L. & Sabino, R. (2021). Utilização de Lives como Ferramenta de Educação em Saúde durante a Pandemia pela Covid-19. *Educ. Soc., Campinas*. *42* (14), e240176. https://doi.org/10.1590/ES.240176

Not, L. (1993). *Ensinando a Aprender: elementos de psicodi´datica geral*. São Paulo: Summus.

Oliveira, M. (2020). *Professor, você trabalha ou só dá aula?: um olhar sobre a história e precarização do trabalho docente*. Editora CRV.

Ortiz, J. & Corrêa, T. (2020). Aspectos pedagógicos del conectivismo y su relación con redes sociales y ecologías del aprendizaje. *Revista Brasileira de Educação*. *25*, e250026, 1-22.

Ostrom, E. & Ahn, T. K. (2003). Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: capital social y acción colectiva. *Revista Mexicana de Sociología*, *65* (1), 155-233.

Paiva, C (2012). Sob o signo de Hermes, o espírito mediador midiatização, interação e comunicação compartilhada. In Mattos, M., Janotti Junior, J., & Jacks, N., orgs. *Mediação & midiatização*. Compós.

Paranhos, R.; Figueiredo Filho, D.; Rocha, E.; Silva Júnior, J. & Freitas, D. (2016). Uma introdução aos métodos mistos. *Sociologias 42* (18), 384-411. https://doi.org/10.1590/15174522-018004221

Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.

Passarelli, B. & Kiyomura, J. Atores em rede: etnografia virtual no programa AcessaSP in Passarelli, B & Azevedo, *J. Atores em rede: olhares luzo-brasileiros*. SENAC, p. 163-186, 2010.

Périn, V., & Brčić, M. (2014). Lifelong Learning And Employability – The Role Of Non-Formal Education. *Andragoška spoznanja*, 2014, *20* (4), 39–48. http://dx.doi.org/10.4312/as.20.4.39-48

Pissarra, F.(2022). *Profissão influencer: como fazer sucesso dentro e fora da internet*. HarperCollins.

Putnam, R. D (2000). *Bowling Alone: The collapse and Revival of American Community*. Simon e Schuster.

Possa, A. (2018). Interação comunicacional de estudantes do ensino médio: netnografia para compreensão da nova ecologia cognitive. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicações e Artes. Universidade de São Paulo.

Queiroz, M. M., Telles, R., & Bonilla, S. H. (2019). Blockchain and supply chain management integration: a systematic review of the literature. *Supply Chain Management*, *25* (2), 241-254. https://doi.org/10.1108/SCM-03-2018-0143

Recuero, R. (2014). Contribuições da Análise de Redes Sociais para o estudo das redes sociais na Internet: o caso da hashtag #tamojuntodilma e #calabocadilma. *Fronteiras – estudos midiáticos*. *16* (2), 60–77.

Redfield, R. (1947). The Folk Society. *American Journal of Sociology*, *52* (4), 293-308.

Regis, F.; Escalante, P.; Baros, M. & Martins, A. (2016). Educação e Mídias Digitais: por uma metodologia participativa, lúdica e multimodal. ALCAR, *Anais do 1.º Encontro Regional Sudeste de História da Mídia*, *1* (6), 1-15. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Rheingold, H. (1996). A Slice of my life in my virtual community. In Ludlow. *High noon on the eletronic frontier: Conceptual issues on cyberspace*.

Robinson, K. (2006). Será que as escolas matam a criatividade? [Vídeo] *TED Talk*.https://www.ted.com/talks/sir_ken_robinson_do_schools_kill_creativity?language=pt-br#t-26187.

Sacramento, I. (2009). A midiatização da retórica. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*, *11* (2), 89-102. Doi: 10.4013/fem.2009.112.02

Samit, J. (2018). *Seja disruptivo!: domine a transformação pessoal, aproveite oportunidades e prospere em uma era de incessantes inovações*. Atlas Book.

Sampaio, F. & Mancini, C. (2007) Estudos de Revisão Sistemática: um guia para síntese criteriosa da evidência científica. Revista Brasileira de Fisioterapia *11* (1), 83-89.

Santaella, L. (2003). Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. *Revista FAMECOS, 10* (22), 23–32. https://doi.org/10.15448/1980-3729.2003.22.3229

Santos, D. (2019). *Formação docente em um site de rede social para professores de PLE: da organização e dos indícios de identidades*. Dissertação (Mestrado) do Instituto de Estudos da Linguagem. Universidade Estadual de Campinas.

Santos, R.; Azevedo, J., & Pedro, L. (2015). Literacia(s) digital(ais): definições, perspectivas e desafios. *Media & Jornalismo, uma revista do Centro de Investigação Media e Jornalismo, 27* (15), 27-44.

Serra, A.V.S. (1988). O auto-conceito. *Análise Psicológica*, *VI*(2), 101-110. https://repositorio.ispa.pt/bitstream/10400.12/2204/1/1988_2_101.pdf

Severeo, J. (2015). *Pedagogia e educação não escolar no Brasil: crítica epistemológica, formativa e profissional.* 265f. Tese (Doutorado), Universidade Federal da Paraíba.

Siddaway, P. Wood, A., Hedges, L. (2019). How to Do a Systematic Review: A Best Practice Guide for Conducting and Reporting Narrative Reviews, Meta-Analyses, and Meta-Syntheses. *Annual Review of Psychology*. *70*.747-770. https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010418-102803

Silva, C. (2017). *Comunicação, Educação, Cultura e Suas Mediações: Uma Imersão no Projeto Proteger é Preciso/Ong Oficina De Imagens*. Dissertação (Mestrado) - Pontifícia Universidade Católica De Minas Gerais. Belo Horizonte, 158 F. : Il.

Silva, C.M (2016). Kant – Uma educação para a humanidade. Filosofia. *Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, *33*, 225-246. http://dx.doi.org/10.21747/21836892/fil33a14

Simmel, G. (1967) A metrópole e a vida mental. In Otávio G. *O Fenômeno Urbano*. Rio de Janeiro: Zahar.

Soares, I. (2013). Educomunicação: As múltiplas tradições de um campo emergente de intervenção social na Europa, Estados Unidos e América Latina in Lima, R.; Melo, M. (orgs). *Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil - 2012/2013: memória.* IPEA.

Stanford Encyclopedia of Philosophy. (2021). *Internet Research Ethics*. Edward N. Zalta

Stroud, L. , Green, E. & Cronje, J. (2020) A Revision Process That Bridges Qualitative and Quantitative Assessment. *Psychology, 11*, 436-444. doi: 10.4236/psych.2020.113029.

Teixeira, A. (1968). *Educação é um direito*. Nacional

Tu, C. & Corry M. (2001). *Research in online learning Community*. The George Washington University

Tybout, A. & Calkins, T.(2016). *Branding: Gestão de Marcas*. São Paulo: Saraiva.

Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura); Wilson, C.; Alton, G; Ramon, T.; Kwame, A.; Chi-Kim C. (2013). *Alfabetização midiática e informacional: currículo para formação de professores*. Unesco,UFTM.

Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura); Grizzle, A.; Penny, M.; Michael, D.; et al. (2016). *Alfabetização midiática e informacional: diretrizes para a formulação de políticas e estratégias*. Unesco, Cetic.br.

Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura); Audrey A. (2019). *Global Standards for Media and Information Literacy Curricula Development Guidelines.* Unesco.

Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) (2020). *Empoderar estudantes para que se tornem agentes da transformação social por meio da aprendizagem móvel no Brasil: Estudo de caso pelo projeto Unesco-Fazheng sobre melhores práticas em aprendizagem móvel*. Place de Fontenoy,75352, Representação da Unesco no Brasil.

Velhinho, A. & Almeida, P. (2023). O Legado da Memória Coletiva na Cultura Digital: Digitalização, Mapeamento Cultural e Cocriação. *Comunicação e Sociedade, 43,* 2-20. https://doi.org/10.17231/comsoc.43(2023).4344

Vygotsky, L.S (2007). *A formação social da mente.* 7 ed. Martins Fontes.

Vygotsky, L.S. (2000). *A construção do Pensamento e da Linguagem*. Fontes.

Warner, W. & Lunt, P. (1941). *The Social Life of a Modern Community*. Yale University Press.

Witzel, A. (1982). *Verfahren der qualitativen Sozialforschung. Überblick und Altematven*. Campus.

Witzel, A. (1985). Das problemzentrierte Interview. Em G. Jüttemann (Hrsg.), *Qualitative Forschung in der Psychologie,* 227-256. Beltz.

Wright, G. H. v.(1974). Erklären und Verstehen. Frankfurt: Athenäum.

WU, T. (2012). *Impérios da Comunicação: do telefone à internet, da AT&T ao Google*. Zahar, 432 p.

APÊNDICE I – TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA -PROFESSOR A

ENTREVISTA 1 - PROFESSOR A (01:17:59)
GÊNERO: MASCULINO
IDADE: IDADE: 45 ANOS
NACIONALIDADE: BRASILEIRO
FORMAÇÃO ACADÊMICA: LETRAS (PORTUGUÊS/ESPANHOL).
DATA DA ENTREVISTA: 10/09/2024

Arquivo de áudio - Transcrição da Entrevista com Professor A

00:00:27 Pesquisadora.

Tudo bom, professor? Estou muito feliz. Prazer, vou falar aqui como como fã, como jornalista e como pesquisadora.

00:00:32 Professor A. Tudo bem, tudo bom, prazer estar aqui.

00:00:42 Pesquisadora. Obrigado.

00:00:43 Pesquisadora

Estou muito feliz primeiramente de estar aqui, né? Para mim é uma honra. Muito obrigada por ter aceitado este convite que Eu Acredito que a gente possa realmente um futuro colaborar com muitos outros professores educadores neste Brasil. Barão, e aí é, eu vou começar. Nós temos. Olha, tem um guia de entrevista, tá que eu imprimi logo, nós temos algumas perguntas.

00:01:09 Professor A

É tipo entrevista do visto de visto para os Estados Unidos (risos)

00:01:12 Pesquisadora

Quase isso (risos)

00:01:15 Pesquisadora

Tá, mas antes de começar, eu quero é perguntar se eu é se o senhor me dá autorização pra gravar a chamada? Porque eu preciso transcrever, tá? Deixa eu só colocar aqui.

00:01:23 Professor A

Sim, sem problemas. Fique à vontade. Mas na hora de transcrever, tem que corrigir minhas gírias porque eu falo, gira pra caramba (risos)

00:01:33 Pesquisadora

Vou corrigir isso, vou corrigir (risos)

00:01:36 Professor A

Não pode deixar, estou brincando.

00:01:40 Pesquisadora

Nem acredito, vou entrevistar o professor ***** do YouTube.

00:02:08 Professor A

Olha, isso. Obrigado, obrigado, obrigado pelo carinho, obrigado pela oportunidade de conversar contigo aí. Obrigado por toda a sua pesquisa, enfim, né. Obrigado por essa honra de estar aqui.

00:02:19 Pesquisadora

Eu que agradeço. Então vamos lá começar que temos aí alguns temas para debater. São 4 temas. Eu vou só lhe lhe localizar: diálogos iniciais, um pouquinho da sua vida do início posteriormente. Posteriormente, nós temos construção de comunidades de educacionais online. A parte 3 são literacias digitais e a influência pessoal como elo para fortificar a comunidade. E a parte 4, que é pequenininha é mercado educacional online. Tá que meu objetivo não é falar do mercado, é falar realmente das dinâmicas educacionais, dessa construção de comunidade educacional que o senhor, é, tem construído aí ao longo desses últimos anos. E que uma coisa que eu não sabia que ontem à noite eu fazendo uma revisão, porque eu já fiz uma análise de capital social sua, né? E ontem eu descobri que entrastes no Instagram em 2017, não foi isso?

00:03:24 Professor A

Isso 17 isso mesmo.

00:03:25 Pesquisadora

Pois é, e a minha pesquisa é na sua página do Instagram. Começou em 2020. Então eu estou pesquisando uma parte significativa do seu desenvolvimento. É, se eu soubesse que era 2017 antes, eu teria pesquisado desde o começo.

00:03:36 Professor A

Legal.

00:03:52 Pesquisadora

Então vamos lá, professor *****, é, eu estou aqui pela Universidade Lusófona de Portugal, instituto de ciências da educação, doutoramento em educação pessoal, Walline Alves Guimarães e a minha tese até agora, o nome dela é AOO tema dela é, né? O título dela é Dinâmicas Educacionais e Comunicacionais na Cibercultura influências digitais. Literacias digitais influência, impactos e desafios na construção de comunidades educacionais online. Eu creio que vá reduzir um pouquinho, tá? Meu orientador é professor, doutor Vitor Teodoro Duarte.

00:04:31 Pesquisadora

Esta é uma entrevista semi estruturada da minha tese. O senhor será Professor A, quando o senhor for ler a tese...né? Saberás quem és, porque eu estarei falando de você, mas o seu nome não será exibido na tese. Todos os prints que eu fiz ao longo desses anos são prints que não diretamente mostram o rosto de ninguém. Tudo é fechadinho e nada que explicitamente diga é o professor x. Tá, então eu analisei os seus conteúdos. Eu analisei é as interações com os com os seguidores. Eu eu fiz prints de comentários de seguidores, né? Então analisei o que que o senhor faz a partir desses prints que são. É genial, né? Mas vamos lá.

00:05:21 Pesquisadora – Parte 1

Diálogos iniciais

O senhor vai falando que a gente vai deculpar tudinho, Professor A. Diga seu nome completo, qual a sua cidade e o país de origem.

00:05:34 Professor A

Meu nome é **********. Sou de Curitiba, Paraná, Brasil.

00:05:40 Pesquisadora

Qual o seu gênero, idade?

00:05:43 Professor A

Gênero masculino hoje tô com 45 anos.

00:05:47 Pesquisadora

Qual a sua formação acadêmica?

00:05:50 Professor A

Sou formado em letras português espanhol **********

00:05:57 Pesquisadora

Você já lecionou em sala de aula e em qual nível de educação, escolas, universidades?

00:06:03 Professor A

Sim, trabalhei em sala de aula por muitos anos. Foram 17 anos do total. Acho que foi isso? Acho que é. Em 2021. Dá quantos anos para cá?

00:06:14 Pesquisadora

3 anos

00:06:14 Professor A

3 anos...Então eu fiz 20 anos de profissão. Ano passado, então são 18 anos de saúde, aula presencial, trabalhando basicamente com o ensino médio. É também trabalhei com o fundamental 2. Sétimo ano, que na época era a sétima série. Faz um tempinho, então é o oitavo ano hoje.Trabalhei com Ensino médio é uma a vida toda, primeiro, segundo e terceiro ano e

também com cursinho preparatório para vestibular.E pré Enem? É e também já trabalhei com um concurso, concurso de preparatório para concurso também.

00:06:49 Pesquisadora

Já tem a vaga no céu, né, com esse tanto de criança

00:06:54 Professor A

Meu meu início, na verdade, como auxiliar de sala. Pro fundamental um. Eu trabalhei com as crianças de segundo ano e terceiro ano sendo auxiliar de sala quando eu era estagiário, então.dá Pra ter uma vaga no céu.

00:07:07 Pesquisadora

Eu vi que o senhor lecionou no Marista, né?

00:07:11 Professor A

Isso trabalhei 10 anos na rede Marista

00:07:13 Pesquisadora

Ah, eu estudei. Eu sou Marista, né? Eu estudei? É. Eu estudei 12 anos no Marista. Eu quase a vida inteira. Só não infantil, é?

00:07:16 Professor A

Ah, que legal.Eu, eu, eu posso dizer que me formei como professor lá, né? Foi uma vida, né, porque foram 10 anos.Lá dentro. E eu fiquei num total de 18 em sala. Então, quer dizer, mais da metade foi dentro da rede Marista. Não, eu estava só lá, né? Mas fiquei dentro da rede mais por 10 anos e aí em paralelo, dava aula comigo em cursinho e tudo mais. Mas eu posso dizer que eu me formei com o professor dentro da rede Marista.

00:07:45 Pesquisadora

Eu falo que eu me formei como gente lá, tá?

00:07:49 Pesquisadora

Vamos lá, professor. Quando surgiu o interesse em utilizar as redes e mídias sociais digitais na sua prática educativa? Então, eu queria que o senhor contasse um pouco, né? Porque surgiu esse interesse. Como surgiu e como ele concretiza é....O Uso disso na sua prática, como as mídias sociais, elas se concretizam na sua prática didática.

00:08:12 Professor A

Bom, é primeiro que é o caminho para a Rede Social. Foi um caminho muito é. Não foi pensando em mim, sabe? Foi muito pensando no estudante, como todo professor faz. Professor, quando entra em sala de aula, a gente pensa muito no estudante. A gente quer ensinar para ele o conteúdo que nós sabemos para que eles possam ser melhores. E uma das alegrias nossa é quando a gente vê que o estudante está sabendo tanto quanto a gente, até mais. Então sempre,

se foi o meu movimento, muito de de doação por estudante. E em 2010, 2011, teve o boom dos smartphones do Brasil. E aí, todo mundo todo, chega com o celular de sala de aula? Aquela Coisa toda.

00:08:46 Professor A

E eu falei, e eu sempre fui um cara meio que da contramão. Costumo dizer que meu nome, ******** já veio contramão. Eu digo que a contramão está tatuada na minha vida. Eu sempre fui o cara da contramão, sempre fui o cara que primeiro quebrei o esteriótipo do professor de português, né, que não é um cara padrão, é um cara que está lá com uma camisa de botão, um óculos e falando palavras mais dentro da norma padrão. E aí eu chego em sala usando linguagem mais acessível, a linguagem dos alunos, *** com gírias. É trabalhando com isso na sala, é levando música, bom humor para poder ensinar. Eu sempre fui meio que nessa contramão do do ensino, quebrando o paradigma mesmo. E quando chegou lá, 2015, eu percebi que estava todo mundo com Celular na mão e as escolas não sabem muito o que fazer com isso, né? Ah, então proibi, o aluno proíbe o celular de usar na sala, bota aluno para fora de sala e sempre enxerguei na tecnologia, um elemento a mais, um instrumento a mais de ensino. Essa tecnologia chegou na vida de todo mundo, chegou para ficar. Ela é também é um instrumento de educação.

00:09:42 Professor A

Então, sempre enxerguei na tecnologia no instrumento de educação. Eu falei, não, não vou tirar ninguém de sala de aula. Vou usar o celular a meu favor! Vou usar o celular para ensinar a língua portuguesa e realmente fiz isso na época. É, então eu usava o celular muitas vezes para trabalhar uma interpretação de texto não verbal. Por exemplo, estudar o clipe de uma música, interpretando as imagens do clipe, as cores do clipe, não a letra em si. Depois eu linkava com a interpretação da letra, né, que tem o texto verbal. Então fazia a junção das duas coisas e aí sempre tava usando o celular do do aluno em sala, até mesmo o dicionário online.

00:10:11 Professor A

Eu falei, não, eu não vou fazer só isso, fazer mais do que isso, eu vou levar a língua portuguesa para dentro do celular. E o caminho mais fácil na época era criar um canal no YouTube para levar a língua portuguesa através do canal do YouTube para dentro da do do celular. Então foi um movimento muito assim, é uma estudante, está na internet e eu preciso levar educação para lá também, preciso levar língua portuguesa para lá também, então o meu caminho vai ser esse. E aí eu criei o canal pensando nisso. É, simplesmente vou ao estudante, né? Eu costumo parafrasear, Milton Nascimento, Milton Nascimento, diz o artista, tem de ir aonde o povo está. Eu falo que o professor tem de ir aonde estudante está. Esse estudante está

na internet, eu preciso estar lá também. Então esse foi o meu mote de vida naquele momento e se tornou o mote de vida até hoje, né? E eu eu entrei na internet, então criei um canal em 2015 foi 8...18/10/2015 e eu lancei o vídeo, um vídeo piloto.

00:11:04 Professor A

E o vídeo piloto atingiu mais de 1000 pessoas que assistiram, teve mais de 1000 visualizações e mesmo trabalhando em várias escolas na época eu não tinha 1000 alunos presenciais, né? Não tinha nem metade disso. E falei, OPA, cheguei em pessoas mais distantes. Falei legal? Vamos, vamos continuar entregando conteúdo? E aí eu eu lembro que eu parei de fazer os vídeos ali, naquele momento, que foi só realmente o piloto. Comecei postar vídeos recorrentes a partir de março de 2016 e aí sim toda semana, segunda-feira, 16 horas entra vídeo novo no canal entregando o conteúdo da língua portuguesa. Mas esse movimento vou levar a língua portuguesa pra internet, como tá na internet. Mais cedo, mais tarde, eles vão se cruzar comigo. E aí vem a democracia da internet, que eles podem gostar ou não gostar do meu conteúdo. E tá tudo bem. Eles vão escolher se ficar ali ou não. Foi isso que eu fiz e entreguei o assim, dessa forma, lá no em 2000.

00:11:54 Pesquisadora

Muito bom, professor. Se tiver algum problema de conexão, algum de nós cair, a gente é. Fala no e-mail, tá bom? Manda algum.

00:12:02 Professor A

Tá bom, tá bom?

00:12:04 Pesquisadora

Tá, professor, em que medida a sua presença nas redes e mídias sociais digitais? Eu só vou eu. Eu sempre vou pontuar redes e mídias sociais, porque eu as redes eu estou analisando é o Instagram mesmo como rede social digital e mídia, focando no YouTube. Então se eu puder falar rede mídia é Instagram, YouTube principalmente, né? Apesar de o senhor estar também no Tik Tok.

00:12:23 Professor A

Ah, estou por estar, não é? Porque, na verdade...

00:12:27 Pesquisadora

Nunca você já tem 816.000 seguidores.

00:12:30 Professor A

É, pois é. Mas mesmo assim é maluco, porque eu não consegui ainda achar a mão do TikTok, sabe?O que que eles querem aqui? Verdade, porque o povo muito diferente é não é o mesmo público das outras redes. Então o que que eles querem aqui mesmo? Sabe, às vezes tem

coisa que acerta a mão, mas tem coisa que não. Então o que que eu faço? Eu continuo entregando como eu sempre fiz, vou entregar conteúdo na hora. Eles, eles vão gostar ou não também, mas é diferente o TikTok, é uma rede diferente.

00:12:54 Pesquisadora

Certo? Em que medida sua presença nessas redes sociais e mídias sociais tem o objetivo de influenciar as pessoas?

00:13:03 Professor A

Em que medida? Parte 100% da medida, acho. Porque assim, um dos motivos também de eu de eu ter investido cada vez mais nas redes sociais.

00:13:12 Palestrante 2

Que aquilo que eu falei que eu tenho que perceber que eu chegava em pessoas além das 4 paredes de sala de aula, né? Porque na verdade, as redes sociais, as mídias sociais, elas são uma sala de aulas sem parentes. E aí quando eu digo que eu podia atingir muito mais pessoas com o teu do que eu estava levando. Então eu falei, poxa, eu vou continuar entregando cada vez mais para atingir cada vez mais pessoas para que eu possa levar a língua portuguesa do meu jeito, do jeito que acredito, né, de forma atrativa, descontraída, contextualizada com o cotidiano, para que as pessoas entendam o bom português de uma vez por todas. Assim, porque Eu Acredito demais que no domínio da língua portuguesa pode fazer as pessoas terem uma ascensão social. Hoje, a ascensão social passa muito pela comunicação, quem sabe se comunicar com todos os níveis de pessoas têm uma ascensão social, com certeza. Então eu acredito demais que o domínio da língua pode fazer as pessoas terem um crescimento e uma ascensão social. Então foi por isso que eu continuei entregando e então é quando eu percebi que eu influenciava as pessoas positivamente com a educação, com a língua portuguesa. Aí fui cada vez mais metendo a cabeça desse mundo e sabendo que podia atingir mais pessoas mesmo assim, sendo um grãozinho desse vasto mundo de educação, não é? Mas, fazendo a minha parte, né, sendo esse grãozinho que continua enchendo o caminhãozinho de Areia ali que possa um dia inundar todo esse Brasilzão com a língua portuguesa e com acesso à educação, com acesso à comunicação e, ao domínio da língua, com qualidade

00:14:32 Pesquisadora

Maravilha e a sua carreira na atualidade? Encerrando o bloco um... Está associada ao digital somente ou também ainda à atuação na esfera presencial?

00:14:43 Professor A

É hoje... Não. Hoje é assim...O meu processo é 100% digital, por mais que eu tenha ainda coisas que eu faço no presencial, como palestras, aulões. É então chamado muito para eventos.

Agora é para falar sobre educação, para falar sobre tudo o que que a gente vem construindo nesses últimos 9 anos, a gente vai fazer 9 anos de canal agora, então, muito maluco pensar que 9 anos, né? Teve toda esse, essa mudança assim, né? Porque lá atrás, quando eu comecei a, jamais imaginei que eu fosse viver da internet, né? Viver do do meu conteúdo na internet, mas enfim, é então hoje o meu presencial, ele é um a mais só, mas eu sou 100% digital, né? Hoje, então eu tenho tantas redes sociais, todas as mídias sociais, enfim, e tem o meu curso também online, então tudo isso é o que eu produzo e aí tem obviamente os alunos palestras que eu faço pelo Brasil e, entre outras coisas que acabaram acontecendo, que a gente furou a bolha da educação de um jeito que eu jamais imaginei furar também.

00:15:40 Pesquisadora – Parte 2

Construção de Comunidades Educacionais Online

É por isso que eu estou muito feliz de estar aqui conversando com o senhor. A gente vai agora para a parte 2, que é a Construção de Comunidades Educacionais Online. Você utiliza estratégias tradicionais em ambientes online? Quais poderiam ser essas estratégias? Avaliações de múltipla escolha? Aula expositiva online, tempo real, né? Então, caso o senhor tem alguma delas, se o senhor pudesse citar?

00:16:06 Professor A

Não eu, eu uso eu.Desde aulas gravadas até aulas ao vivo. Também já fiz uma sequência agora nas olimpíadas. Fiz 14 dias de aula ao vivo, levando conteúdo de língua portuguesa ao vivo. Então é uma aula online. É comigo, ali é. Faço muita resolução de exercício também tem vídeos gravados e também nessas aulas ao vivo, eu, além de explicar o conteúdo, resolvi exercícios no final. Então eu uso essas estratégias, volta e meia, uso essa estratégia também, né? Lá de colocar algumas enquetezinhas no stories Instagram para a turma responder também. A galera gosta disso, né? Querendo ou não a gente gamifica a educação, né? Hum, mas esse joguinho de pergunta e resposta, as pessoas vão lá e tentam acertar, então isso também é um outro outro processo que funciona. Funciona bastante.

00:16:52 Pesquisadora

Também naqueles naquele canal fechado, né, do Instagram?

00:16:56 Professor A

Isso é teu, tem o canal no Instagram, que é os clubeiros. Lá sou o clubeiro, que é o nosso canal fechado. Eu tenho o canal também no WhatsApp, que também tem lá os canais WhatsApp também tem o canal semelhante no WhatsApp, que eu também. ********** Lá tem questões quase todo dia. Dia sim, dia não posto questões para ir resolvendo. Depois dou a resposta e se as pessoas ficam com dúvida, eu indico um vídeo meu lá do YouTube para todos

assistirem e tirar essas dúvidas. No próprio YouTube também. Eu uso perguntas, respostas na comunidade do YouTube, que também tem esse processo lá. Então a gente usa também muito exercício lá. E agora o YouTube tá com uma nova funcionalidade, que é colocar questões embaixo das vídeo aulas. Então a gente vai começar a fazer isso agora também. Usar a videoaula daquele conteúdo... E colocar questões em baixo do próprio vídeo ali, então o YouTube tem essa possibilidade de fazer isso agora também.

00:17:51 Pesquisadora

Que maravilha. O senhor considera os seus seguidores é ou membros das mídias sociais, né? Tanto no Instagram quanto no YouTube, como comunidade. Caso não, porque. Caso sim, porque.

00:18:05 Professor A

É muito maluco, né? Eu vejo as pessoas falando de de construção de comunidade e tal. Assim, sim, é uma comunidade de pessoas interessadas em aprender língua portuguesa, não tem como dizer que não é, mas é o mais interessante que eu, eu não, eu não fiz pensando nisso não é? Eu não fiz, "Ah, vou criar uma comunidade" não...Meu movimento foi, vou levar a Língua Portuguesa para a internet, onde as pessoas estão. Então o movimento foi esse. As pessoas chegaram meio que naturalmente, né? Meio que..É igual como colocam um grãozinho de açúcar e vê as formiguinhas em volta do grãozinho de açúcar, mas ou menos isso. Coloquei...As pessoas que tinham habilidade para língua portuguesa e gostavam foram chegando, as que tinham dificuldade foram chegando também, porque enxergavam em mim um jeito acessível de entender. E isso foi uma coisa que me surpreendeu muito assim, porque eu não imaginava que fosse impactar as pessoas dessa forma, do tipo "Ah, tua explicação é acessível, junto com a explicação da minha professora em sala de aula e com as 2 explicações, eu aprendo" Ou "eu vou para a sala, não entendo, chego em casa, recorro ao canal, daí eu consigo entender", mas de qualquer forma, teve 2 explicações, né? Teve as 2 explicações, então são 2 didáticas diferentes. Então jamais imaginei que a minha didática fosse a que tirasse os nós das cabecinhas das pessoas em relação aos conteúdos. Por mais que... Eu faço isso propositalmente, eu tento fazer isso, ser eu o facilitador da Língua Portuguesa. Mas, a gente nunca espera que realmente vai dar certo, né? Então com certeza eu construo a comunidade das pessoas que gostam de Língua Portuguesa e das que têm dificuldade de língua portuguesa é e também agora, hoje tem uma quantidade de pessoas ali que simplesmente simpatizam comigo, com a minha maneira de falar sobre Língua Portuguesa. É muito maluco também é porque, né? Hoje eu sou também um influenciador também. Sou um professor, né? E sou influenciador da educação, não é? Então isso é muito bacana.

00:19:54 Pesquisadora

É muito, tem alguns autores, professor, que falam que você não cria comunidade, cria. Você cria uma rede. E essa rede, a partir do fortalecimento dela própria, ela se torna uma comunidade, né? Eu que eu observo muito na sua rede. Na sua comunidade, que eu também considero como comunidade.

É.. na sua experiência em ambiente online, quais estratégias educacionais tem se mostrado mais eficazes para fomentar a colaboração e a interação entre os participantes online? Então, por exemplo, gamificação, que o senhor já falou, ou se o senhor utiliza de aprendizado baseado em problemas, se utiliza estudos de caso, né? E se só acredita que a partir dessas estratégias de educação as pessoas conseguem interagir, se envolver mais e se conectar mais com a comunidade.

00:20:47 Professor A

É, eu acho que tem algumas coisas assim. Acho que a gamificação, a questão dos desafios, as pessoas gostam de tentar resolver o desafio até. (Intervenção) Mas desculpa que eu tô com uma garganta minha, tá meio mal. Faz uma semana que eu estou mal de garganta.

00:20:59 Pesquisadora

O senhor e o Brasil todinhos, né? O Brasil inteiro.

00:21:03 Professor A

Está feia a coisa. (voltando ao assunto) Mas é isso, é. É uma coisa que eu vejo que engaja as pessoas essa gamificação, esse desafio.. Instigar as pessoas a acertarem, se sabe ou não sabem. . Curiosidades. Eu gosto de curiosidade, "Ah, você sabia que quaisquer é a única palavra da língua portuguesa que o plural no meio?" Sabe quais desse tipo? E uma coisa que tem agradado muitas pessoas, é quando eu consigo trazerem com o português para o cotidiano, então eu faço mais esquetizinha, brincando com a língua portuguesa. E essa esquete humorística, as pessoas se identificam bem, "eu, eu vivencio isso também e faço isso também", né? Ou "já viu coisas desse tipo". E uma coisa que cada vez mais tem feito assim, principalmente no Instagram, né, de fazer uma esquetezinha. Às vezes eu e a minha esposa fazemos a esquetezinha e aí brincamos com a língua portuguesa ali. E as pessoas se identificam demais assim. Desde ambiguidades da língua, né? Como usei uma vez o verbo suar e a palavra sua, né? Você, sua. E aí as pessoas não sabem se é suado verbo suar ou se é sua do pronome e isso dá muito certo. Essas pessoas além de rirem, é, se identificam com isso, gostam disso e comentam e compartilham, enfim, então acho que a gente, consegue colocar o português, mais vivo no cotidiano. Isso engaja muito as pessoas. Assim, elas compram muito essa ideia porque

elas se sentem parte, né? “Pô, eu faço isso também”, “eu falo assim também”, “eu não sei falar dessa forma” e isso tem funcionado muito também, especialmente dentro do Instagram.

00:22:39 Pesquisadora

Maravilha. É possível construir um ambiente de aprendizado, de aprendizado online por meio de uma comunicação assíncrona, então, como pensar a colaboração e a interação nesse cenário no qual muitas vezes vocês não estão ao mesmo tempo online?

00:22:59

Pode.

00:23:01 Professor A

É possível porque acontece, né? Isso acontece já meio que naturalmente. Por exemplo, um vídeo meu de 2016, as pessoas estão hoje ainda comentando e me respondendo coisas que eu fiz. Pergunta lá em 2016. As vezes, no meio, no meio da aula, eu fazia fazer perguntas e as pessoas respondem até hoje, então quer dizer, é. É, além de ser assíncrono, também é atemporal. Então, assim é é muito maluco porque os meus vídeos mais vistos todos os meses são os vídeos mais antigos. Em 2016, 2017, porque a língua portuguesa não mudou de ir lá para cá. O nosso último acordo foi em 2009. Então, depois de 2009, tudo o que eu falei na internet ou em sala de aula, como, onde quer que seja, continua valendo. Né? Então as pessoas continuam consumindo os conteúdos de 2016 e 17. Por mais que eu entregue o conteúdo toda semana, aumentei a quantidade de conteúdo que eu entrego. Entrego 2 vezes por semana agora. Antes Era Uma Vez só, mas os mais vistos, isso todos os meses, todos os meses são os de 2016 e 2017. Porque é atemporal, é asíncrona e as pessoas estão lá interagindo. Gente, eu nem tinha a barba desse tamanho? Nem tinha barba branca ainda, né? Então é muito maluco e muito legal de ver esse potencializador que é a internet mesmo, ela é uma potencializadora dos conteúdos. E além de ser potencializador ela é uma difusora absurda aquilo daquilo que a gente faz.

00:24:20 Pesquisadora

Perfeito! Quais são os principais desafios enfrentados ao tentar estabelecer uma comunidade de aprendizado online? E como você o supera? E aí eu trouxe um conceito de de comunidade de aprendizado online, né? Que são hoje são vários termos, comunidade virtual de aprendizagem, comunidade online educacional e que no final, todos eles têm basicamente esse mesmo conceito. Carvalho diz que tem sido muito usado esse termo comunidade virtual de aprendizagem ou comunidade de aprendizagem online tem sido muito usada para designar grupos no ciberespaço que, por meio de interações online, desenvolvem aprendizagens. Por certo, as comunidades designadas à aprendizagem em ambiente digital possuem pilares de construção essenciais, como o senso de comunidade, foco no aprendizado e utilizações de

tecnologia. Então eu volto e lhe pergunto, quais os principais desafios enfrentados ao tentar estabelecer essa comunidade? Né? Focada nesse senso de comunidade, nessa união, nessa participação no aprendizado e na utilização de tecnologia em rede.

00:25:35 Professor A

É, acho que talvez o maior desafio seja fazer a mediação disso, né? Eu não consigo mediar esses. É é impossível, né? Hoje, com o tamanho que a gente tem, assim de impacto na rede, essa mediação ela é impossível, mas é engraçado porque a mediação acontece pelas próprias pessoas que estão lá. Então, por exemplo, se tem alguém que vem, é dentro daquela, daquele, daquele grupo, daquela comunidade e, fazer comentários ou fazer algum tipo de interação que não faça sentido algum com a educação, com português, com sabe, com aprendizagem. As próprias pessoas já se encarregam de de silenciar aquela pessoa no sentido de olha, está no lugar errado, sabe aquilo tinha um lugar, é é de falar, falar de língua portuguesa, que eu lá a coisa é óbvio, então, a própria galera, a própria comunidade faz esse movimento. Então eu nunca precisei mediais de verdade. Assim, é isso é uma coisa bem interessante, nunca tinha nada pra pensar. Agora você falou. Às vezes eu pergunto, tô pensado porque eu nunca precisei entrar no meu canal do YouTube, por exemplo, e ficar deletando. É comentários de qualquer outra coisa. Tive comentários de haters, tive nada muito absurdo sem saber nada perto do que outros criadores 4 passam em todos os comentários que fosse um pouquinho mais pesados, a própria comunidade já já silenciava aquela pessoa, diz. De rebater, sabia? Aquela pessoa já se sentia OPA aqui não é o meu espaço. E eu não sei explicar isso de verdade. Eu não sei explicar isso, não é?

00:27:12 Pesquisadora

É a comunidade, é, é realmente a certeza de que o senhor construiu uma comunidade em torno da sua figura, né. Pode ter certeza que é o ponto fundamental.

00:27:24 Professor A

É e é muito louco de pensar assim, de falar, olha, eu não daria conta nem de medir a hoje assim, hoje eu ainda respondo alguns comentários. Quando aparece lá os primeiros comentários de cada vídeo, eu tento responder e alguns comentários mais específicos de conteúdo também, mas, mediar, assim, coisas ruins. Eles meus fazem essa essa mediação.

00:27:44 Pesquisador

Percepção e por meio da sua vivência, qual é o papel do facilitador ou do professor na construção dessa comunidade de aprendizado, de aprendizagem online engajada? Participo participativa, colaborativa, ou seja, qual o seu papel, assim, nisso tudo?

00:28:03 Palestrante 2

Eu acho que primeiro o papel é mostrar para as pessoas que se mostrar é transparente no sentido de óleo. O que eu estou te trazendo é verdade, o conteúdo que estou te entregando é verdade. E como que isso acontece? Quando eu entrego o conteúdo, as pessoas assistem aquele conteúdo, vão fazer uma prova que não fui eu, que enfim, são uma outra professora fez um outro, vão fazer uma prova de concurso e usam aquilo que eu falei e acertam. E aí depois voltam a dizer, professor, essa aula aqui me ajudou, eu acertei tal conteúdo que eu não acertava. Então, primeiro, acho que essa transparência de mostrar, olha o que eu estou dizendo aqui é verdade, por mais que eu estou trazendo com uma linguagem mais simples, mais acessível. Mas é verdade, você vai vai conseguir? É. Vai dar certo para você se utilizar isso aqui. Então é me fazer é transparente a ponto das pessoas confiarem no que eu estou dizendo. E as pessoas só confiam no que eu estou dizendo. A partir do momento que elas consomem aquilo, aplicam e dá certo. E aí elas voltam para dizer, deu certo. E eu tive muitos, muitos de todos esses anos e ainda tenho, né? Graças a Deus, ainda tenho muita gente que passa por por ali, vai, faz uma prova ou qualquer outra coisa e volta e fala ó. Deu certo. É gente que não conseguia entender língua portuguesa de jeito nenhum. Passou por mim, entendeu? Que, querendo ou não, o que eu trago é o é o básico e te traz o conteúdo básico. Eu não trago conteúdo aprofundado a ponto das pessoas quererem se tornar doutores ou mestres de língua portuguesa. Nem é essa intenção. A intenção é realmente o básico, porque as pessoas do Brasil não falam assim. Português, infelizmente não sabem o básico. Então eu trago o básico, as pessoas aprendem aquele básico e depois elas, por si só vão aprofundando, sabe? Porque daí destrava aquilo que estava travado e elas aplicam, funciona. Depois voltam, agradecem e isso vai gerando, sabe? Cada vez mais as pessoas vão validando aquilo que tu está fazendo. Então acho que é muito desse movimento.

00:29:51 Pesquisadora

Muito bom.

00:29:53 Professor A

Estou falando assim. Uma percepção minha do que está me perguntando agora, porque tem perguntas que eu nunca para pensar, tá? (risos)

00:30:02 Pesquisadora

Que bom, que bom. A gente está falando de lugares muito diferentes. Eu estou hoje em São Luís do Maranhão, minha cidade Natal, o senhor está provavelmente em Curitiba, né? E aí eu pergunto, como? A diversidade cultural dos participantes, especialmente relacionado à linguagem, aos costumes, nível de letramento digital também. Como que essa diversidade nas redes sociais digitais influencia a dinâmica e a eficácia da sua comunicação? Nas suas redes.

00:30:34 Professor A

Ah, eu acho que tem coisas que influenciam diretamente no sentido. Quando eu uso palavras muito específicas, porém, eu procuro não usar muito palavras regionais. Eu tenho uma linguagem muito mais nacional assim, né? Na maneira de abordar os conteúdos, é por mais a gente saiba que. É a mandioca no nordeste, macaxeira. É, isso é uma coisa que quase todo mundo sabe hoje, mas há 10 anos as pessoas não sabiam disso sim, né? Então, quando eu começava a trazer numa aula de variação linguística e trazendo isso. E as pessoas do nordeste falam, OPA, ele, ele, a gente sabe, ele conhece a gente, as pessoas do sudoeste do sul, ha. Ele conhece a gente, as pessoas do do centro Oeste. Ah, ele conhece. Porque eu, eu querendo, não acabava usando isso sempre. Meu favor também, porque eu queria conversar com. Né? É. Então foi de uma forma pensado e não pensado, porque era uma linguagem muito própria minha, por por conhecer muita gente de vários lugares, e eu por gostar muito disso também. Da secção da variação linguística. É um dos assuntos que eu mais gosto na faculdade, eu, eu que eu mais gostava de de pesquisar. Estudar era variação linguística e veio venho meio que natural. Sempre usei essa linguagem meio que forma natural, e acho que outra coisa foi importante também foi de é não me prender muito a parte técnica. Eu não sou um professor tecnicista assim de "Oração subordinada substantiva subjetiva reduzida". Tipo, Ah, não. Vamos pensar diferente?. Vamos falar sobre como que isso funciona na comunicação, sabe? Óbvio, falo disso, falo, falo porque as pessoas precisam, querendo ou não, com a provas específicas. Mas quando eu falo de substantivo, que que está nas minhas coisas. E aí eu explico a diferença de abstrato, concreto, que não são a oposição do outro, mas que são conceitos diferentes. E mostro os conceitos, as pessoas vão...Opa..Vão entender as coisas que são, de certa forma, para quem entende de língua portuguesa, simples. Mas para muitas pessoas não é. É porque eles têm conceito muito reduzido, muitas vezes. E aí eu fui. Eu fui expandindo os conceitos de uma forma mais acessível, com a linguagem acessível para todo, uma linguagem popular mesmo, acho que essa foi uma das grandes vantagens de trazer uma linguagem para aproximar as pessoas através da linguagem popular. A linguagem técnica eu falo, mas antes de chegar na linguagem técnica eu venho trazendo todo a explicação popular, acessível a todo o mundo e depois eu digo "Olha tudo isso que a gente viu é isso aqui é oração subordinada substantiva...". Então, acho que isso foi uma das coisas que depois, ao longo do tempo que fui olhar também para o meu material assim, que eu fui perceber porque deu certo porque eu sempre fiz isso, sempre fiz essa questão de ser facilitador. Não é de ficar tendo uma fala muito rebuscada. Então acho que tudo isso foi um pacote que foi juntando...E nesse sentido da linguagem mais nacional, assim foi. Foi por aí porque eu usei, a linguagem do dia a dia, do cotidiano, de qualquer pessoa, né? E mostrando que conheci a as variações da língua pelo país

todo. E isso também foi fazendo as pessoas ficarem mais próximas ali e consumirem o conteúdo.

00:33:38 Pesquisadora

Legal, me lembrei de alguns posts que o senhor fez com a sua esposa, falando com as pessoas imaginam que 2 professores falam sobre tal coisa.

00:33:47 Professor A

Exatamente.

00:33:49 Pesquisadora

Muito bom, vamos lá. Na sua opinião, professor, quais são os elementos chave para manter a motivação e o envolvimento dos membros da sua comunidade de aprendizagem ao longo do tempo? Já vai fazendo 9 anos de canal. E aí, o que é que o senhor acha que motiva essas pessoas a estarem junto com você o tempo todo? O que que liga, o que é que motiva?

00:34:16 Professor A

Pois é, boa pergunta (risos)

Eu acho que um pouco é isso de não ser tecnicista, porque eu acho que o tecnicismo afasta as pessoas, assim quando uma fala muito rebuscada.. Eu reduzo muito o grupo de pessoas, se eu gostar disso, né? Tem pessoas que fala assim na Internet, de forma proposital e está tudo bem. É o jeito deles ensinarem. Mas eu quero atingir todo o mundo. Para qualquer pessoa. Uma pessoa que terminou o ensino médio e uma pessoa que não conseguiu terminar o ensino médio as duas com 25 anos. E as 2 possam me assistir e me entender. Então acho que isso é uma coisa que que liga mesmo a linguagem, acho. É uma coisa que que conecta. Outra coisa são as pessoas que trazem os resultados que elas tiveram, né? Então a pessoa veio, ó, poxa, aquela pessoa teve o? Também. E não pensar só comigo, elas assistem, outros professores também, mas estão ali comigo também, sabe? Isso é muito legal. Isso eu gosto demais quando a pessoa tem a possibilidade de ter várias explicações diferentes, inclusive a minha. Pô, show de bola. E quanto mais pessoas estiverem aprendendo, melhor, quanto mais pessoas tiveram na internet melhor. Então acho que tudo isso é legal. É então essa essa questão é importante? É, talvez.Hoje as pessoas olhando onde foi que a gente chegou, né? Querendo ou não, como um canal que bateu 5 milhões de inscritos agora, caramba, é absurdo né? Um Instagram com 1.000.001 de seguidores de um professor que fala de português, né? Como assim, né? Esses números também impactam muito as pessoas e querendo ou não, números que me atraem, né? Quem é esse cara? Por que tem tanta gente seguindo ele? Mas como assim? Então eu acho assim...Uma coisa que que eu posso falar que eu nunca fiz foi trabalhar em cima de treta, né? Porque às vezes as pessoas crescem aí em cima disso. Não ... Aqui é conteúdo. O meu mote é

conteúdo. Do meu jeito, obviamente, do jeito acessível, fácil, enfim.O crescimento acho que é isso, sabe? Acho que essa conexão vem por aí e as pessoas olham, tem curiosidade... Aí vai lá, acaba sendo impactado por alguma coisa. A segunda tem pessoas que chega também, não são impactadas. E foi embora. Tá tudo bem, tá tudo certo, faz parte do processo.

00:36:25 Professor A

E acho que é por aí, assim, acho que tem.E aí tem a galera que entrou lá atrás. Passou por mim em algum momento foi, fez faculdade, depois volta, faz, estuda para concurso, segue a vida depois do na hora do trabalho, lembraram. Nós nem me ajudou com o português de volta de novo, sabe? Então é, eu tive alguma alguns comentários já presencialmente, que foram bem interessantes. Eu fui, participei em última feira de de educação esse ano em Natal, aí pertinho de você. E lá tinham professores que não me abordar falando que estudaram comigo no ensino Médio? Eu falei, OPA, peraí, peraí. Como é que? É, mas eu fiz as contas de 2017 para cá...Já estão há 4 anos já está no mercado de trabalho, pelo menos. Posso dizer, já tem uma geração de professores que passaram mim, no ensino médio,. Falei "Eu estou ficando velho". É, mas é. Acho que tudo isso faz participar do processo. Há pessoas que também se sentiram motivados a virar professores depois de ver o que eu fazia na internet. Então é muito, muito bacana assim.

00:37:38 Pesquisadora

E você falou agora de números. Ontem também teve um número que me impressionou muito, que eu não tinha visto ainda, nem analisado foi é do YouTube, são mais de 380.000.000 de visualizações no seu canal, é isso é chocante também, chocante positivo, né? Porque a gente está falando de educação, a gente não está falando de videoclipes, a gente não está falando de fofocas.Né? A gente está falando pura e simplesmente educação, que é incrível. Parabéns mais uma vez.

00:38:06 Professor A

Obrigado. É muito maluco. Quando quando para penso os números é sempre maluco. Eu digo assim: Sério? Mas é. É comigo isso. Caramba, então.

00:38:18 Pesquisadora

Professor, você possui estratégias de avaliação na sua comunidade de aprendizagem online? Caso sim, em quais meios...E como essas estratégias de avaliação podem ser adaptadas para medir o sucesso da construção das suas comunidades? Então, assim, rubricas, autoavaliação, discussão ao vivo, questionários, projetos colaborativos. Existe algum meio de avaliar esses alunos?

00:38:48 Professor A

Na redes... Eu não consigo fazer isso nas redes. Eu não consigo avaliar as pessoas realmente. No curso, sim. Aí tenho uma equipe que me auxilia. Também tem uma plataforma pensada para isso. Tem um deskboard lá, como desenvolvendo cada aluno a gente consegue acompanhar e até o cursista também. A experiência para ser assim nas redes fica mais difícil de fazer isso, porque primeiro que não tem como metrificar as pessoas, porque elas estão. Elas estão ali, né? Muitas vezes estão ali em um vídeo. Outras estão ali em todos os vídeos, outras vão e voltam várias vezes, então, não consigo avaliar. Eu consigo perceber as maiores dificuldades pelos comentários ou pela quantidade de vídeos mais vistos, normalmente o vídeo mais visto são os que as pessoas têm mais dificuldade. No último semestre eu tive por muitos meses seguidos, o vídeo de figuras de linguagem como o mais assistido. OPA, então assim que as pessoas estão com dificuldade de figura de linguagem? E aí eu refiz os vídeos de figura ficam de linguagem. Não, não apaguei aquele que está lá, continua lá, mas eu fiz ele mais fragmentado, menorzinho. Assim ele ajuda mais ainda as pessoas, então, em vez de botar 10 minutos de figura de linguagem no vídeo, eu fiz 10 vídeos, cada um com uma figura de linguagem diferente. É um vídeo mais objetivo, mas curto também para ajudar. Teve um mês que o vídeo mais visto foi de oração subordinada substantiva, então fui lá e fragmentei as substantivas também. É para que as pessoas pudessem entender... E talvez assistindo várias vezes, só uma parte, seria mais fácil para entender também. Então eu consigo tirar inspirações para novos vídeos, porque eu consigo identificar que aquilo ali é um ponto de dificuldade das pessoas. Mas, realmente avalia-las aí já não dá. Assim eu consigo, por exemplo, quando eu faço uma questão lá, ver quem acertou e que errou mais. Mas quem são as pessoas que acertaram, quem são as pessoas que erraram? Não sei. Aí eu pego aquele erro e depois faço um vídeo daquele erro. As pessoas erraram mais mal com “L”. Aí eu vou lá e faço vídeo.

00:41:04 Pesquisadora

Inclusive, eu percebi que o mal com “U” ou com “L” é um dos vídeos que o senhor mais tem recorrência, né? Ao longo desses anos.

00:41:13 Professor A

É o tempo todo, porque as pessoas perguntam o tempo todo sobre isso. Então assim eu falo, hoje, o público está hoje nesse momento comigo vai ficar, sei lá, 6 meses. Daqui 6 meses tem que fazer de novo. Entendeu por quê? Um novo público já chegou. Então é, todo começo de ano tem esse giro, né? Porque as pessoas vão agora fazer o Enem.. E aí prestam faculdade. E aí essa nova leva de vídeos. Mas alguns outros vídeos são muito pontuais. Às vezes eu abro caixinha de perguntas lá no Instagram, para saber “qual é sua dificuldade em português?” É sempre recorrente. Coelho é mau ou mal **, sabe? Então, sempre a mesma coisa. E aí eu vou

refazendo, tentando sempre dar uma nova roupagem para aquilo assim, né? Porque senão quem está ali também o tempo todo fala "Ah, mas já vi isso aí, né?" Então tem que dar uma nova roupagem, tem que fazer uma nova brincadeira, muitas vezes em cima daquilo, fazer um educatenimento diferente em cima daquilo.

00:42:08 Pesquisadora

Educaterimento...Eu vou anotar isso.

00:42:22 Pesquisadora

É, na sua visão, existem diferenças significativas na construção e na manutenção de comunidades online internacionais em comparação com os contextos nacionais? Porque o senhor, o senhor é um queridinho do YouTube, que já viajou para fora, já participou de eventos do YouTube com outros educadores, né? Em ambiente digital, na tua visão, tu acreditas que existe uma diferença do que tu fazes como professor?

00:42:59 Professor A

Eu Acredito que sim, porque é primeiro que eu acho que lá fora a educação diferente. Então, por exemplo, vamos pegar aqui os países lusófonos, né, Portugal e Brasil. Você não tem nenhum professor igual a mim em Portugal? Porque a relação deles com a língua é outra. É diferente a construção do conhecimento deles com a língua. Então não tem. O próprio YouTube em Portugal, na Europa de modo geral. Ele não tem muitos educadores. Tem, mas não tanto quanto o Brasil. No Brasil é uma enxurrada, né? Ou a gente está falando sei lá de Comunidade de sei lá quantos 1000 professores têm na internet. É muita gente? É. Muita gente! É porque a relação educacional do Brasil comprado com a educação de outros países é muito diferente.Né? A construção é diferente. Então, por exemplo, hoje o meu canal é o maior canal ***** do mundo, mas obviamente, porque é o maior de ***** do Brasil. Então, assim é meio que fica meio que nessa lógica. Mas o professor de matemática no Brasil, se ele tivesse o tamanho que tem o meu canal, ele não seria o maior canal de matemática do mundo. Entende porque? A matemática tem uma linguagem universal. Tem um professor do México ou da Colômbia, agora não lembro o nome dele, que tem 10.000.000 no Youtube, Então, quer dizer, tem o dobro do que eu tenho. Porque a linguagem, matemática é universal. e os países falantes inglês são muito mais. É muito depende da relação do país com a educação. Eu tenho gente de Portugal que está no canal, mas tenho mais gente, por exemplo, de Angola. Moçambique, Guiné Bissau. Tenho mais pessoas que passam por ali, dessas outras comunidades Lufófonas, né? Então assim é acho que depende muito da relação do país com educação, né? O modo como se se lida com a educação. Por isso que acaba que no Brasil a gente acaba tendo essa essa lacuna maior. E a

gente acaba entrando para ajudar um pouco para tentar fechar essa lacuna educacional de alguma forma.

00:45:06 Pesquisadora

Maravilha. Eu observo também isso, professor, na minha pesquisa, porque eu estou fazendo a pesquisa em nível Europa e Brasil, né? Então é uma discrepância muito grande dos dos conteúdos.

00:45:22 Professor A

Imagino.

00:45:23 Pesquisadora - Parte 3

Literacias Digitais e a Influência Pessoal como Elo Fortificador da Comunidade

Professor, pulei algumas perguntas porque o senhor já tinha me respondido. Parte 3 a gente vai falar agora de literacias digitais, né? Ou letramento digital e a influência pessoal como ela para fortalecer a comunidade. Quero saber como que você se vê no ambiente digital, um líder educacional, Ou um influenciador da educação ou o criador de conteúdo educacional?

00:45:49 Professor A

Ah, eu? Acho que sou um pouco de cada, acho que eu sou um pouco de um criador de conteúdo educacional, obviamente que eu crio o tempo todo em cima da língua. Faço o educaterimento que eu te falei, agora há pouco, né? Quer dizer? Criatividade.do processo da criação de como apresentar os conteúdos. Sou influenciador porque eu influencio as pessoas a quererem aprenderem português ou pelo menos parar de ter de fazer as pazes com a língua portuguesa e também sou líder, porque hoje sou referência para outros profissionais, né? Tanto professores quanto estudantes.

00:46:32 Professor A

Uma coisa que eu jamais imaginei que fosse acontecer também. Mas isso aconteceu muito pós pandemia, né? Pós pandemia aconteceu muito. Porque na pandemia os professores me descobriram que até a pandemia eles. Porque era um movimento muito interessante assim. Nunca fiz um movimento tipo, Ah, deixe de estudar na sala de aula, para estudar comigo. Nunca, pelo contrário. Eu falava gente, vamos somar forças, né? Sala de aula com online é tudo somando força, é melhor para toda mundo. Mas muitos professores eles me olhavam com um certo receio para o meu trabalho na internet. Mas, quem está na chuva é para se molhar.

00:47:09 Professor A

E na pandemia, quando eles precisaram encontrar conteúdos para dar suporte ou até mesmo para complementar as aulas deles, acabaram me encontrando e viram o que que eu fazia era sério, não era não é não era uma blogueiragem, como algumas pessoas diziam de forma

pejorativa. E aí então eu tive um crescimento muito grande de professores chegando em mim na pandemia e pais também, né? Porque daí os pais estão com os estudantes em casa e também começaram a encontrar...

00:47:42 Professor A

Então acho que tem um pouco de cada um deles, um pouco dessa liderança que eu não. Eu estou meio que com o facãozinho ainda abrindo algumas estradas aqui e a galera vem vindo e aí tem a questão de ser influenciador e ainda, a parte criativa também do criador de conteúdo,

00:48:04 Pesquisadora

Maravilha, professor, a gente está já na reta final aqui, tá? Já sei que já perguntei bastante coisa.

00:48:09 Professor A

Não está tranquilo, separei aqui 6 horas de conversa (risos)

00:48:14 Pesquisadora

Professor, existem algumas literacias digitais, né, que são muito importantes, como literacia, foto visual, que é ligada à habilidade de compreender as interfaces literacias de pensamento hipermídia. Capazes de decifrar e aí todas as estruturas lineares não lineares no ambiente online, literacia de reprodução, literacia socioemocional associada à sua capacidade de sociabilizar em rede, literacia da informação, entre outras. Eu gostaria de saber se já parou para pensar assim, quais literacias o senhor considera como fundamentais para um professor ou para um cientista que almeja ingressar em redes sociais online com fins educacionais, sejam elas formais, não formais ou informais. O que que o senhor diz para esses professores que almejam fazer um trabalho de popularização da ciência, que é a base da minha tese é essa, né? Como que a gente pode popularizar a educação, popularizar a ciência? Então, assim que que o senhor fala, é fundamental ter. Se você não tem, precisa ter essa literacia digital.

00:49:24 Professor A

É assim, primeiro que toda e qualquer pessoa que trabalhe, que tenha uma profissão, precisa saber como funciona cada uma das redes. Então entender qual é o intuito da rede de Instagram, qual é o intuito da rede YouTube, TikTok, qual é o YouTube, quem são os públicos que estão dentro dela? É importante. E eu digo que todo mundo tem que ter o seu pezinho no digital? Não. A gente está num mundo que não dá mais para não ter, então. Não tem a ver com o futuro das redes. Isso é um processo que é um certo. O letamento digital também das redes de entender para que é que serve, né? Ah, o Instagram. O Instagram serve para quê? O YouTube serve para quê? O que eu posso usar daquilo que eu faço nessas redes também. Acho que isso é um primeiro ponto.

00:50:09 Professor A

Segundo ponto, é preciso também pensar muito. Em quem você quer atingir, né? Então acho que daí é um talvez um letramento psicológico das pessoas. Não sei como eu vou dar esse nome, né? Eu preciso entender assim, olha, eu quero falar com o público x, esse público x comunica dessa forma aqui. Então eu preciso saber porque eu quero falar e falar de acordo com o público, quero atingir. Mas foi uma coisa importantíssima, porque as pessoas esquecem muito disso e falam como elas falariam, sei lá, para qualquer público que elas trabalham, especialmente lá, trabalha com o público de faculdade, universidade, e ela vem querer falar para público de universidade na rede;. Só que o público de universidade muitas vezes não está aqui ou não está nessa rede, está na outra rede. Sabe? Então saber como que o poxa, então algo aí, o público da universidade está na rede x lá, então morando naquela rede. Ah, não está na rede y, estamos lá naquela rede. E aí? Com Linguagem de universidade ou pior ainda, eu estou na universidade, venho na rede aqui com essa cultura de ensino médio. Quer dizer, eu não tenho essa linguagem e venho conversar com essa linguagem e com a cabeça de uma pessoa que trabalha com pessoas mais velhas, com pessoas mais novas ou vice versa também, então saber com quem você quer falar. É meio que entender psicologicamente como funciona aquelas pessoas dentro da rede, porque muitas vezes as pessoas dentro da rede não funcionam como no off. Eu numa sala de aula as pessoas funcionam de um jeito eu no online, com as mesmas, pessoas funcionam de outro jeito, de acordo a rede.

00:52:06 Professor A

E se você encontra presencialmente, ela tem outra personalidade. Bom, isso é muito maluco. Então tem que entender isso. Esse letramento psicológico eu falo é sobre isso, sabe? De perceber que as pessoas são diferentes de acordo com a rede, que elas estão de acordo com com o que elas querem falar naquelas redes. Não sei nem dar o nome disto. Isso é uma coisa que eu fui aprendendo, eu sabia algumas coisas disso por trabalhar com diferentes públicos, no presencial, mas na rede social, aprendido ao longo dos anos. Ó, assim que funciona aqui funciona, sabe? É muito de consumir também conteúdos de outras pessoas. Tem uma coisa que eu falo muito para quem quer produzir conteúdo educacional. Não consuma do conteúdo educacional na rede. Se quer produzir cultura educacional, consuma conteúdo de outras pessoas. Então eu consumi cultura de esporte é de game, que falava sobre cinema e de outras, de outros nichos. Para que isso? Para pegar esses outros nichos para a minha realidade. Porque se eu for consumir só conteúdo educacional, eu vou fazer mais do mesmo. E aí você só vai ser mais um. Isso eu quero chamar atenção das pessoas. Eu não posso ser mais um nesse campo. Corro atrás de outras referências. Até hoje eu consumo conteúdo educacional na rede só quando

eu preciso especificamente. Ah, quero um vídeo falando de XYZ, quero dar uma olhada no que fulano fala sobre isso aí eu vou lá especificamente, mas para produzir os meus conteúdos, eu estou consumindo conteúdo de outras coisas, de outros nichos. E aí eu olho os outros nichos e adapto para o para o nicho de educação. Isso é uma coisa que eu falo para todo mundo que quer começar nas redes sociais. Então tem.Um trabalho por trás de backstage, não? As pessoas, às vezes não, não param para pensar. "Ah, vou... O canal que eu vou abrir, vou abrir um Instagram e vou começar a produzir e colocar ali". Beleza, pode ser, mas vá fazendo isso e vai pesquisando. Vai atrás de outras referências para você poder também criar o teu jeito, né? Porque por mais que eu tenha, eu consumo cultura de outras pessoas. Eu não sou cópia das outras pessoas, não sou eu mesmo, né? Adaptando aquilo que eu já vi das outras pessoas. Isso é uma coisa importante também, ser você mesmo e outra coisa que Gosto muito de falar é porque as pessoas não sejam personagens, né? Que sentido? Muitas vezes, aqui na câmera, ela é uma, e aí quando sai da câmera, ela é outra pessoa. Tudo bem, eu sei que às vezes as pessoas fazem isso para se proteger, né? E está tudo certo. Mas sabem que em algum momento as pessoas vão te encontrar no dia a dia e elas esperam aquela pessoa da Câmara. E aí você vai ter que se virar com isso, né, então? É um pouco perigoso assim ser o personagem. Conheço muitas pessoas que são personagens. Mas as pessoas que conheço que sempre deram muito certo, são as pessoas que foram sempre elas mesmas, então acho que essa transparência ser você mesmo ajuda muito também.

00:54:52 Pesquisadora

Maravilha, muito bom, professor. A gente fala também um pouquinho sobre capital social, faz uma análise da sua rede por meio do capital social seu. Que capital social ele vai despontar ali, segundo Putman, como além de uma rede de Contatos, né, que é um conjunto de recursos e benefícios que os indivíduos obtêm através das suas relações sociais. Então eu quero saber se você considera ou tem a percepção de que constrói recursos úteis para o seu capital social, pelas relações que estabelece na sua comunidade educacional online.

00:55:31 Professor A

Recursos úteis em que, se que seria?

00:55:35 Pesquisadora

É.…Por meio das suas redes, o senhor acredita que o seu capital próprio social, ele é fortalecido. Ele é construído por meio ali de normas que o senhor estabelece por meio das interações que ocorrem por meio daquelas pessoas que vão lá defender quando tem um hater, né? E, por meio dessas atitudes que as pessoas têm diante da sua figura, o senhor acredita que

isso é uma construção positiva para o seu capital social, um recurso útil para útil para o seu capital social.

00:56:13 Professor A

Sim, com certeza, sem dúvida, sem dúvida, acho que o que me faz até seguir adiante é isso, sabe por que? Se se não tivesse esse suporte desse capital social que é protegido pelas pessoas também é. Era muito difícil segurar adiante, porque se você vai me esbarrando só nas dificuldades, não tem nenhum tipo de benefício no sentido de ponto, tem gente suportando aqui para eu dar conta de seguir. A gente não dá conta, né? A gente acaba sendo muito solitário. O trabalho de produção de conteúdo, já é um trabalho solitário, porque eu abro a Câmera aqui e estou falando com uma Câmera, acreditando que alguém vai me ouvir. Sempre foi assim, desde o primeiro vídeo até o vídeo que eu gravei semana passada. Então assim, já é solitário. E se você sente que na rede você continua solitário, fica mais difícil. Com certeza isso é um suporte muito válido. Tem que contar, obviamente, família, tudo mais que está em volta, mas vai pensando só na galera da rede social, né?

Pesquisadora:

Sim, existem impactos negativos na construção e na sustentação da sua rede social. Eu sei que positivos têm, né? Mas existem impactos negativos.

00:57:59 Palestrante 2

Tem também assim, acho que todo ônus tem um bônus, todo bônus tem ônus, né, é? Por exemplo, eu hoje. Querendo ou não, sou, entre aspas, aí refém, né? De produção de conteúdo. Porque se eu parar de entregar conteúdo sou eu seria esquecido. E se eu for esquecido, eu paro de ter retorno financeiro também. Então se acaba sendo refém disso. Mas, é um jogo da rede de modo geral. É assim, qualquer rede social, então quem entra ciente disso? Você vai poder se tornar refém em alguma coisa? Hoje, querendo ou não, se eu ficar, eu posso deixar de postar um dia, posso, se eu estiver doente, se não conseguir gravar, enfim, mas eu eu fico com culpa dentro do meu coração, fico com várias culpas, né? Puxa, deixei de entregar conteúdo hoje, não é? Por exemplo, quinta-feira, agora é para ser um vídeo meu, eu não gravei ele ainda, gravei hoje, terminando a nossa conversa, vou gravar porque eu tenho que gravar para pegar para edição a edição tem que fazer edição, devolver, enfim, então pode ser, eu estou travando o trabalho dos meninos. Compreende? Então eu fico com essa culpa, né? Então são várias culpas que vão acometendo dentro da do processo. Então esse é um é um é uma coisa muito negativa e que inclusive, devido a isso, já passei para o burnout e devido a isso. É, hoje já estou bem melhor. Se eu tiver que não postar vídeo porque eu não consigo fazer, está tudo ok. Ah, não vou, não vou entrar em desespero. Mas antigamente eu passava a madrugada gravando

para não deixar de entregar conteúdo. Então é já é uma coisa que para a saúde já me estava me fazendo mal.

00:59:02 Professor A

Aí eu aprendi isso, foi lá no final de 2021 que aconteceu. E aí, obviamente também teve um contexto pandêmico ali que ajudou nesse processo. Mas né? Enfim, aí graças a Deus, agora já estamos 100% de novo em relação a isso. Eu aprendi muito aos limites, aos limites para mim mesmo como ser humano assim, acho que isso é importante. Então isso é, tem essa coisa ruim de ficar meio refém. É, segundo é talvez pessoas que se gostam mais de privacidade. Ela diminuiu bastante nesse sentido, então precisa saber adaptar a privacidade. Por exemplo, hoje, se eu quiser, é ter alguma coisa mais privativa. Tem que para lugares são privados mesmo, se bem mais recolhidos. É sabendo que decorre o risco de encontrar alguém e tudo mais. Mas eu não tenho problema com isso. Eu sou um cara muito sociável, gosto de estar vendo a galera. Não tenho problema nenhum. Mas, a minha esposa, é um pouco mais reservada. Pô, tô querendo me dar uma descansada? Então beleza, vamos pra praia. Mas vamos ficar numa praia que talvez numa época do ano que não tem muita gente. Sim, então essa questão da privacidade também, você precisa pensar um pouquinho, mas para mim não é um problema, não.

01:00:16 Palestrante 2

A gente foi agora na bienal, podia andar na bienal toda tranquilamente. Lógico que as pessoas repararam, pediram foto...Legal, acham maravilhoso isso. Querendo ou não é a personificação do dos números, né? Isso é muito legal, né? É Meu é meu CPF, que está por trás daquele ***(inaudível) descrito ali. Muito bom, né? Fico feliz com isso. E gosto de conversar, galera, tirar foto e tal, mas foi super de boa, não foi uma coisa. “Meu Deus que alvoroço” não, né? Eu não estou no nível de artistas da Globo, né? Mas é quando eu estou em ambiente educacional é um pouco mais, mas está tudo bem também, faz parte, já vou preparado para isso, mas acho que isso é uma outra que, para quem for entrar, tem que pensar com carinho em relação a isso.

01:01:00 Pesquisadora

Engraçado que existe a piada que o professor não se esconde, né? A gente está em qualquer lugar. Outro dia eu estava num show e aí o aluno cutucou, professora, eu falei “Que é Isso, gente” (risos) Agora, agora, imagina um professor maior, em nível Brasil?

01:01:18 Professor A

É, eu tive agora, sábado, sábado passado. Estive num show também. Só que daí o que acontece nesse show? Eu fui convidada pelo YouTube, fui pro show. Aí tinha camarote só

porque era do YouTube, daí você fica no camarote só com quem é do YouTube daí, beleza? Aí é mais tranquilo,

Pesquisadora:

Só para fechar esse bloco. Quais são e já ir puxando também do que a gente está falando, né? Quais são os desafios éticos relacionados à influência digital na formação dessas comunidades educacionais? Como que esses desafios podem ser mitigados, amenizados, caso existam desafios éticos.

01:01:56 Professor A

Os desafios éticos para a comunidade, isso.

01:02:00 Pesquisadora

Isso quais são os desafios éticos que o senhor porventura enfrenta, né, por ser um professor líder de uma comunidade educacional tão grande?

01:02:10 Palestrante 2

O primeiro é você ser ético o tempo todo. É uma coisa que pra qualquer ser humano deveria ser normal, mas as a gente vê que não é bem assim que funciona. Buscar a ética é muito, muito interessante, especialmente com educação, né? Por exemplo, no começo eu tinha muito receio de falar uma palavra mais pesada. Eu falo muito besteira assim. E aí nos vídeos eu cortei isso de propósito. Falei, pô, pode ser que uma criança assista. E o meu conteúdo serve para criança também. Então eu cortei muito. Essa questão de falar besteira é nos vídeos do Instagram, que é um outro público hoje, que é o público mais velho eu já deixo um pouco mais à vontade, mas Acho que ser ético é o tempo todo.

01:03:12 Professor A

Então, a busca da ética sempre é uma coisa que tem que estar na frente da gente, sabe? Sempre olhando para ela para não perder o foco. Ela (a ética) para mim não é difícil, sabe?

01:03:27 Palestrante 2

É muito normal para mim assim, tipo, Ah, pô, eu não vou fazer um vídeo de cueca?. Não faz sentido. Mas também se eu for para a praia não ter problema, eu fazer um story de fundo na praia, de sunga na praia. Sabes então? E ao mesmo tempo, não colocaria o vídeo de sunga no YouTube, mas colocaria o vídeo de sunga lá no Instagram. Porque eu sei que lá no Instagram é gente mais velho e no YouTube também...A gente mais nova, TikTok, por exemplo, nem colocaria nada disso, porque é só molecada de 12 anos que...No TikTok eu não posso dançar. Nem usar Moletom que já vem comentários, sabe? Assim o Tik Tok é absurdo. É, é desse jeito. Se eu estou de moletom, dançando lá de costas, já vi comentários sobre a as nádegas, enfim, sabe assim, eu não entendo o que que passa a cabeça da molecada adolescente, então.

01:04:27 Professor A

Mas acho que para mim é um meio que natural. A ética está em mim. A gente vai seguindo a vida, só deixando ela acontecer assim, e acho que isso também. A própria comunidade já identificou. A galera já identificou isso desde sempre, sabe? Desde o então já sabe até onde a minha piada até onde é a minha brincadeira, até onde eu vou, até onde eu não vou.

01:04:49 Pesquisadora - Parte 4

Mercado Educacional Online

Sim, a gente está indo para a parte, 4 parte final, que é o mercado educacional online, que é bem curtinho, professor. Na sua visão, a construção de comunidades de aprendizagem online são suas redes que se tornaram comunidades. Tem relação direta com o mercado educacional online?

01:05:10 Palestrante 2

Tem, tem. Querendo ou não, hoje é o meu curso, eu trabalho ali também. E 80% das minhas vendas do curso são pelas minhas redes, 100% orgânico. Então é com certeza, tem, com certeza, tem, porque é aquela pessoa que quer aprofundar o conteúdo, ela sabe que tem um produto de aprofundamento que é essa a ideia, né? Ela sabe o que eu entrego, o conteúdo básico. Na verdade, se ela quiser um conteúdo mais premium, digamos assim, ela vai encontrar o meu curso, que é o que eu faço lá, o acompanhamento mais próximo, correção de redação, um monte de coisa que não tem na internet de modo geral. Então tem toda a ligação. Querendo ou não, é preciso fazer isso também, porque eu preciso criar um produto a mais. Não posso depender somente da rede social, né? Para viver disso? Não. A rede social precisa ser uma vitrine do meu trabalho em todos os aspectos, uma vitrine para as pessoas que querem aprender o básico, uma vitrine para as pessoas que querem aprofundar, então essa vitrine leva para o conteúdo mais aprofundado e uma vitrine de referência para outras pessoas. E assim, bem, então querendo não, acabo usando como vitrine, acho que tem que ser assim também, não tem jeito.

01:06:23 Pesquisadora

Você sabe que é interessante que na análise que eu fiz de mais de quase 900 posts, né? Cerca de 900 posts seus. É mínimo o número de publicidade acerca dos seus produtos. Então, assim, é como se fosse 80% de conteúdo mesmo. É muito conteúdo. E o mínimo do mínimo de publicidade.

01:06:42 Professor A

Sim. É, eu me preocupo muito em não poluir, sabe? De publicidade para não ficar uma coisa muito mercenária assim, sabe? Sim. Porque eu sempre tento dar equilibrado assim, ó Tá aqui o conteúdo, mas se você quiser mais, tem mais também tá aqui, né? E, até Às vezes sou cobrado por isso pela minha equipe aqui, falou, "Ah, tem que fazer mais",mas, o criador de conteúdo e influenciador que sou, né? Vai continuar fazendo o conteúdo que ele sempre fez, porque foi assim que eu cheguei até aqui, né? Então, acho que. Separar as coisas é importante também.

01:07:34 Pesquisadora

Eu abri aqui a tese, são 71,8% de conteúdos educacionais nesses 4 anos analisados e apenas 18% de conteúdo de ofertas de serviços e produtos relacionados ao seu próprio canal. Então é basicamente mesmo só focado na educação. Professor na sua visão, quais são os fatores essenciais para que um professor possa ter uma carreira estável e gratificante lecionando exclusivamente em ambientes digitais. Já pela sua fala, eu já percebi que também é tão atarefado quanto uma carreira tradicional, né? Claro que tem suas vantagens, mas quais são os fatores primordiais para que um professor que queira realmente seguir nesse caminho tem uma carreira estável e gratificante?

01:08:19 Professor A

Sim. Primeiro, eu acho que a carreira do digital, ela te permite ter um pouquinho mais de qualidade de vida, mesmo trabalhando muito assim, porque o que acontece antes, quando eu estava, quando eu comecei eu trabalho em 7 instituições de ensino. Então eu trabalhava de manhã até 10 da noite de sábado. Era isso que funcionava na minha vida naquela época e no domingo eu ficava corrigindo prova e preparando as aulas. Na semana seguinte era a mesma coisa. Minha vida era essa. Por alguns anos foi assim. E aí quando eu comecei no YouTube, eu comecei a ter algum tipo de retorno financeiro. Comecei a largar o presencial para focar um pouco mais nisso. Mas a minha cabeça, o YouTube ia se tornar mais uma sala de aula, só mais um cursinho que eu que eu tivesse ali...De qualquer coisa forma acaba sendo muito avassaladora assim no sentido de crescimento mais. E eu fui vendo que né, no que eu tive que fazer, mas eu fui muito devagar, tá? Tirei o pé muito devagar do presencial, porque o presencial querendo ou não tem um valor x que você ganha no mês, você sabe quando você pode gastar dentro daquele valor x. No online se não tem isso? No online você pode ser que nesse mês você ganhe isso, né? No mês que vem não ganhe isso. E aí? Tuas contas continuam sendo as mesmas, então se você não guardar do mês anterior que você ganhou a mais, no mês seguinte vai faltar. Né? Então, essa mudança também, que é que um pouco a vida do microempreendedor, né? Essa mudança na cabeça foi muito difícil para mim. Foi muito difícil de "puxa, esse mês entrou

uma bolada que eu preciso segurar, porque mês que menos não sei se vai ter"? O padrão de vida é o mesmo. Tem o lado bom, claro. Por exemplo, hoje eu estou aqui numa terça-feira, 4 da tarde, conversando contigo e beleza, não estou numa sala de aula e a hora que acabar aqui eu vou lhe fazer um café, depois eu vou trabalhar...Consigo ir na academia, no pilates, não é? Quase todo dia eu faço segunda, terça, quarta e sexta. Todo dia, de manhã cedo, eu faço uma atividade física que eu não conseguia fazer antes porque eu entrava às 7:00 da manhã no colégio. Saía 11 da noite. Impossível. Eu cheguei a pesar 140 e poucos quilos, né? Estava com pressão alta isso há anos atrás. Aos 40 anos, tomava remédio para pressão alta. Então assim, quase morrendo e aí perdi na pandemia esses quilos? Tudo com reeducação alimentar e tudo mais. Atividade física, então a qualidade de vida não tem o que falar em relação a isso, mas financeiramente você tem que aprender a lidar com isso, sabe?... Não dá para colocar os alvos numa cesta só. Tem que distribuir os ovos, porque em cima dessas cestas se quebrar ovo. Tem as outras ainda, né? Tipo, se você mandar embora de um (de um colégio, antigamente), você tem os outros. Eu faço a mesma coisa agora, só que dentro da rede social. Então eu tenho vários ovos distribuídos. É YouTube, é publicidade, é o Instagram, é o curso? E aí você vai tentando criar um mínimo de equilíbrio nesse processo. E aí outras coisas que chegam, você vai me abraçando com palestras e aulões. Enfim, também eu cobro por isso. Enfim, então criar esse novo sistema de organização financeira. Isso é uma coisa que todo mundo precisa saber e entender que não é fácil, sabe? Assim não é fácil. E se trabalha muito também, né? Não é uma coisa assim, "ai não estou mais trabalhando. Eu estou em casa de boa", não...É o trabalho tanto quanto antes, até mais, só que é para mim. Eu não trabalho para um colégio, para um diretor. Muitas vezes, no colégio, não podia fazer aquilo que eu acreditava. Já trabalhei em cursinho, que me proibiu de cantar musiquinha. Aí eu IA para a sala de aula. Os alunos na época já estavam na internet comigo. Os alunos chegavam na aula esperando que eu fosse cantar musiquinha. Eu falei, olha, infelizmente aqui com essa camisa (eu estava com a camisa do cursinho), aqui eu sou professor no cursinho X, não posso cantar musiquinha porque o cursinho não canta musiquinha. Aquilo me matava. O aluno ficava decepcionado. Eu falava qualquer coisa falar com a coordenação, com a direção. Eu dava aula no quadro, giz e aí sim, certo? Entendeu? Dava mesmo qualidade de aula, só que sim, a parte interativa, que era a parte que as pessoas gostavam.

01:13:00 Professor A

Mas enfim, é, já passei por isso também. Então a diferença é, não preciso mais me submeter a isso, né? Posso fazer do jeito que Eu Acredito, pô, eu sei que dessa forma as pessoas vão aprender e estão aprendendo, vão fazer do meu jeito, porque aqui agora é a minha escola,

né, é o meu cursinho, e aí eu faço da forma que Eu Acredito. Então tudo isso também é bem importante no processo, acho que a gente fica muito mais feliz quando a gente faz o jeito que a gente acredita. É, eu sou muito feliz hoje por poder Trabalhar de forma livre. Sou livre para fazer do jeito que Eu Acredito, que funcionou para as pessoas...

01:13:51 Pesquisadora

Maravilha, professor, o senhor usa estratégias de marketing digital e-mail marketing, balcão marketing, marketing conteúdo sim, né. Mídia paga tráfego pago né? Pra aumentar seguidores.

01:14:02 Professor A

Para as redes sociais?. Nenhuma. Nunca botei 1 real em lugar nenhum. Nunca botei 1 real no meu YouTube. Nunca.Tudo orgânico.

01:14:18 Pesquisadora

Para finalizar. Podemos considerar este como um novo modelo de negócio para os educadores.

01:14:28 Professor A

Sim, com toda certeza. E espero que todos façam isso um dia. Eu acho que todo mundo tem que ter algum tipo de produto digital. Todo mundo tem que ir além de ter a rede, né? Obviamente está na rede de alguma forma. Tem que ter o produto digital, que seja um livro, um e-book alguma coisa. Você empreender no digital para fazer, nem que seja uma renda extra, entendeu? Pode não ser o seu principal recebimento, mas tem que ter, porque primeiro que você tem muita possibilidade na internet vender produtos, de se estabilizar com isso e melhorar a vida, né? Então acho que todo mundo tem que ter um produto digital, todo o professor, todo profissional não é só professor, todo profissional de qualquer área precisa ter um.

01:15:09

Sim.

01:15:25 Pesquisadora

Inspirador, professor já disse que depois que eu terminar esta tese bendita, eu irei para a internet.

01:15:31 Professor A

Por favor, é.É o que eu espero, espero muito.

01:15:34 Pesquisadora

Eu vou parar aqui a gravação. Prontinho, professor, muito obrigada.

01:15:46 Professor A

Imagina eu que agradeço. Obrigado pela oportunidade, obrigado pelo carinho também. Espero ter ajudado. Espero ter respondido as coisas que você queria ouvir, assim, no sentido da pergunta ser a resposta ok...Porque às vezes a gente fala tanta coisa que a gente acaba saindo da resposta.

01:16:01 Professor A

Obrigado vocês, obrigado por tudo, obrigado pelo carinho e parabéns pela pela tese também. Aí que dê tudo certo, por favor, por favor. Quero ler isso. E depois, com calma.

01:17:09 Pesquisadora

Foi uma honra. Um abraço. Um beijo na família toda. Abraço. Tchau, tchau.

01:17:19 Professor A

Beijão, valeu, obrigado, viu?Até mais, tchau, tchau.

APÊNDICE II – TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA 2 - PROFESSORA C

ENTREVISTA 2 – PROFESSORA C (00:50:53)
GÊNERO: FEMININO
IDADE: 26 ANOS
NACIONALIDADE: PORTUGUESA
FORMAÇÃO ACADÊMICA: LICENCIATURA E MESTRADO EM MATEMÁTICA
DATA DA ENTREVISTA: 18/10/2024

00:00:18 Pesquisadora. Já vai começar a gravar. Eu fiz. Já é uma alteração no título da tese. Deixa eu só abrir aqui.E dava um título um tanto quanto cumprido (...) E antes, antes de iniciar oficialmente, eu vi o vídeo de você falando que você não queria ser professora. "É por isso que eu não quero ser professora". Você realmente é você realmente não quer ser professora?

00:00:58 Professora C. De fato, de fato não. Pelo menos não da forma convencional. Eu prefiro fazer divulgação (científica). Do que estar num ambiente mais formal, de sala de aula, com alunos. Já tive um bocado essa experiência e acho que não é mesmo, não é?

00:01:14 Pesquisadora. Ah, você já esteve em sala de aula, então?

00:01:17 Professora C. Sim, não foi em matemática, mas eu trabalhei 2 anos numa associação para o ensino da computação e eu dava aulas de computação teóricas. Não é? Só uma vez por semana numa numa turma e.

00:01:38 Pesquisadora. Tá certo? É? Tem doido que gosta, né? Igual eu. Mas... (brincando/risos)

00:01:43 Pesquisadora. Vida que segue. Vamos lá. Então eu vou me apresentar oficialmente. Eu sou o Walline Alves Guimarães. Temos o mesmo sobrenome. Que eu achei interessante também. A gente vai fazer a Entrevista pra minha tese, né, que é da universidade lusófona aí de Portugal. E o título da tese até agora, se não mudar de novo, está a "Construção de comunidades educacionais online por meio de dinâmicas comunicacionais", então, na tese eu falo um pouco sobre literacias digitais, influência digital, capital social, impactos e desafios na construção de comunidades educacionais online.Então aqui a gente tem 4 blocos de entrevista. Eu prometo ser o mais breve possível. Eu tenho 4 blocos de entrevista, tá? Que são diálogos iniciais, construção de comunidades educacionais online. Literacias digitais e influência pessoal como elo para fortificar a comunidade. E mercado educacional online? A

parte de mercado é bem curtinha, porque não é o meu objetivo falar de mercado educacional. Realmente o foco vai ser essa construção de comunidades voltadas para a educação, que esse é um é um movimento global, né? E que o Brasil está aí despontando muito. E Portugal também já tem grandes nomes nessa área. O seu é um deles. Então, vamos lá. Diálogos iniciais é parte um. Vamos começar? É, eu queria saber qual a sua cidade, país de origem?

00:03:29 Professora C

Eu sou de Guimarães e o país de origem é Portugal mesmo.

00:03:33 Pesquisadora

Você é de Guimarães mesmo?

00:03:35 Professora C

Sim sou de Guimarães, e Guimarães

00:03:37 Pesquisadora

Que legal. Qual é o seu gênero e idade?

00:03:45 Palestrante 2

Ah...gênero feminino e tenho 26 anos.

00:03:49 Pesquisadora

Qual é a sua formação acadêmica?

00:03:53 Professora C

Tenho a licenciatura e mestrado em matemática. Aqui a licenciatura é mais ou menos o bacharelado no Brasil, não é?

00:04:01 Pesquisadora

Sim.

00:04:03 Professora C

Especificamente para formar professores, porque eu acho que aí no Brasil vocês chamam licenciatura quando é para formar professores, mas aqui nós chamamos de licenciatura, há um curso genérico matemático.

00:04:13 Pesquisadora

Exato, tem essa diferença mesmo. E você já lecionou em salas de aula tradicional, né? Já perguntei em qual nível de educação. Eu acho que já estava sendo gravado, né?

00:04:25 Professora C

Sim, foi no terceiro ciclo. Eu não sei. Aí vocês têm nomes diferentes.

00:04:30 Pesquisadora

Sim.

00:04:32 Professora C

Pronto aqui o terceiro ciclo é mais ou menos. Em 2012 para 14 anos. Ou acho que é qualquer coisa assim, não sei a que é, corresponde. Tá okay? Eu dei ao oitavo ano e ao nono ano aqui em Portugal. Nós chamamos assim, pronto.

00:04:50 Pesquisadora

É, o Brasil está se equivalendo nessas terminologias em algumas coisas para ficar também a nomenclatura a ser conhecida, né? Para com todos, é de uma forma mais global. Inês, quanto surgiu o interesse em utilizar as redes sociais e mídias sociais digitais? As redes sociais quando eu falo é sempre Instagram, TikTok e as mídias, basicamente YouTube ou WhatsApp. Eu não sei se você usa, né? Então, quando surgiu os interesses em usar essas redes e mídias sociais digitais na sua prática educativa? E aí eu queria que tu contasses um pouco para a gente, né? Porque é que surgiu esse interesse? E como isso se concretiza realmente como uma prática educativa, na tua visão?

00:05:36 Professora C

OK, então eu comecei a fazer vídeos para o YouTube em 2015, se não me engano, eu tinha 17 anos, estava no último ano do ensino obrigatório, que aqui é o 12.º ano. Eu conseguia fazer esses vídeos no YouTube, porque eu achava que eu tinha aprendido muita coisa fora da escola, que era super fascinante, que eu tinha aprendido através de livros, através de estudo autónoma, etc., que a maioria das pessoas não conhecia, porque as pessoas estão habituadas a aprender na escola aquilo e sabem muito pouco de matemática fora da escola, então a minha intenção era realmente reunir toda a minha criatividade e fazer vídeos, expor alguns assuntos de matemática que eu achava interessantes e que não eram assim muito falados. Foi assim que eu comecei a divulgação matemática. Inicialmente, eu fazia mais para me divertir, porque eu gostava. Eu não... Nunca pensei que alguém fosse ver os meus vídeos. Nunca foi com o objetivo de ter muitos seguidores ou criar uma comunidade, nem nada. Eu comecei mesmo por ser algo que me dava o prazer. Mas depois? Os anos foram passando e eu acabei por realmente com está. Eu estive muitos anos no YouTube, depois fiz uma pausa de 2 anos em que apaguei as redes sociais e decidi sair completamente da internet e depois voltei mais recentemente. E trabalho mais o Instagram e o TikTok, sobretudo o Instagram. Bom, o YouTube permite nos fazer vídeos mais longa duração. É uma rede? Nem é? Bem, uma rede social, não é. Mas é um tipo de conteúdo, um bocadinho, diferente daquele que se faz no Instagram e no TikTok. No YouTube, acho que dá para aprofundar um pouco mais os temas e as pessoas que vêm já estão mais predispostas a aprender um pouco mais. No Instagram, o meu objetivo não é o mesmo que no YouTube, o meu objetivo não é propriamente ensinar as pessoas uma coisa específica no momento, mas sim motivá las para pesquisar mais por elas próprias, ou seja, eu estou a

despertar curiosidade das pessoas por um determinado tópico, falando um pouco desse tópico, mas é impossível num vídeo de 5 ou uns Minutos alguém ficar experiente naquele tópico, portanto, eu faço na Esperança de motivar a pessoa a aprender mais e depois a ir pesquisar de forma autónoma mais sobre esse tema. E sempre foi muito essa a minha abordagem. Com entretenimento e humor à mistura, para passar a mensagem de uma forma mais eficaz e tentar reter as pessoas nos vídeos o máximo de tempo possível, então é preciso usar estratégias para não fazer algo aborrecido e pesado.

00:08:59 Pesquisadora

Certo

00:09:00 Professora C

Não sei se respondi à pergunta

00:09:02 Pesquisadora

Super é, eu. Eu vou emendar a segunda, mas você já deu a resposta, né? Então eu vou só te pontuar assim, o que que seria a segunda? Que é, em que medida a sua presença nas redes sociais, ela é tem. Tem o objetivo de influenciar as pessoas, né? Então tu acabaste de responder que tu quer que as pessoas tenham mais curiosidade, mais interesse na matemática

00:09:22 Professora C

Exatamente.

00:09:24 Pesquisadora

E, engraçado que ontem eu estava fazendo a análise do professor XXXX. E aí ele falou uma coisa interessante que, por exemplo, as pessoas, elas têm esse medo da matemática, porque elas, desde criança, foram levadas a pensar que era uma coisa chata, uma coisa difícil, uma coisa que poucas pessoas sabiam, né? E com essa linguagem que vocês usam, fica tão leve, né? E parece que não é tão chato, né? Eu sou uma pessoa que eu sou formada em comunicação social. E eu brinco, "gente, fui fazer comunicação social porque eu não sei nada de matemática e de física". E a gente cresce com esse pensamento, né? Então eu estou tentando não fazer isso com meu filho. Ele tem 4 aninhos e ontem teve uma atividade do colégio que era para é somar, né, iniciando a prática da soma e eu falei "Meu Deus, que legal, que atividade hoje é de matemática". Isso já é inspirado em vocês, né? Tentando levar essa leitura nova para ele do que é a matemática.

00:10:25 Professora C

Espero que sim...Bem, isso é isso, é uma coisa muito importante

00:10:27 Pesquisadora - Parte 2

Muito legal. Aí agora a parte 2, que é construção de comunidades educacionais online, que a gente vai falar um pouquinho a mais, né? Nesse momento, que é o objetivo mesmo da tese. Inês, você utiliza as estratégias educacionais tradicionais em ambiente online? Caso sim, eu queria que você citasse alguma, como avaliações, questões múltipla, escolha aula expositiva.

00:10:56 Professora C

Não.

00:10:59 Pesquisadora

Quando você faz os seus desafios, não é que você depois dá as respostas, não considera como talvez uma estratégia que veio do tradicional ou não?

00:11:11 Professora C

Ah, pois nunca tinha pensado muito nisso assim. É assim, depende um bocado do que é que se define como sendo tradicional, mas é algo que as pessoas fazem se quiserem e não é uma, não é avaliado ao final, portanto. Não tem, acho que aquele peso de uma atividade que se costuma fazer de forma tradicional.

00:11:37 Pesquisadora

Entendi. E você considera os seus seguidores do Instagram do TikTok ou membros, né, do YouTube como uma comunidade? Caso não, porque caso sim, porque.

00:11:54 Professora C

Sim, eu, eu considero que sim, porque, no fundo, nós estamos todos unidos por um propósito, não é? Pela boa aprendizagem da matemática. E na secção dos comentários, por exemplo, temos seguidores a interagir com outros seguidores. Quer seja no YouTube, quer no Instagram. Então as pessoas interagem entre si e estão lá todas para o mesmo propósito, que é aprender matemática. Então eu considero que isso é uma, tenho todos os elementos para ser considerado uma comunidade.

00:12:30 Pesquisadora

Maravilha. Na tua experiência em ambiente online, quais estratégias educacionais que você utiliza? Não, não são as tradicionais que você já falou que não usa, né? Mas quais estratégias educacionais tem se mostrado mais eficazes para desenvolver, para fomentar a colaboração e a interação entre esses membros? Não é da comunidade. Então, por exemplo, se tem gamificação, se tem desafios...

00:13:03 Professora C

Sem dúvida que acho que os desafios fomentam muito a interação, sempre que eu publico desafios, tenho logo imensas mensagens de pessoas a tentar resolver. Algumas mandam a sua solução, perguntam se dar certo, outras dizem que não conseguiram e querem saber como é

que se faz. Portanto, os desafios, que foi algo que eu até comecei a fazer mais recentemente, acho que só o tipo de coisas que geram mais interação. Além disso, eu, nos vídeos, gosto sempre de colocar perguntas ou dizer algo mais provocador para também fomentar os comentários no vídeo ou até deixo na descrição para as pessoas explicarem o passo e pronto, gosto realmente de lançar perguntas para fazer as pessoas refletir e também dar o seu feedback.

00:13:56 Pesquisadora

Maravilha também amo desafios. E os teus, eu confesso que eu não consigo fazer (risos)

00:14:03 Professora C

Não faz mal (risos)

00:14:05 Pesquisadora

É possível construir um ambiente de aprendizado online por meio de uma comunicação assíncrona? Não é aquela que não é em tempo real, igual a gente está falando agora. E aí, como que tu pensas no processo de interação e de colaboração nesse cenário?

00:14:25 Professora C

Eu acho que o facto de ser assíncrona, não é um grande problema. E acho que cada vez nós estamos mais acostumados a essa forma de comunicação, não é mesmo? Com a pandemia, sei lá. Vamos supor que alguém tem uma dúvida, não é? A pessoa coloca essa dúvida e não precisa de obter uma resposta na hora. Percebes pode ser, pode ser dada mais tarde? E isso acho que até tem as suas vantagens, porque faz com que as pessoas talvez tenham até mais tempo de reflexão. Um exemplo concreto, eu coloco um desafio e uma pessoa manda me uma mensagem às 6:00 dizendo que não está a conseguir fazer ou que que não percebe o enunciado porque aquilo não está certo ou não sei quê. Passadas algumas horas, manda-me outra mensagem a dizer "olha, afinal, já consegui, não sei quê". Portanto, essas vantagens de ser assim assíncrono, porque faz com que as pessoas tenham mais tempo para refletir, para pensar melhor, pelo facto de não obterem logo uma resposta. E então eu acho que ...Não é obstáculo não. Pelo menos não é um grande obstáculo para a aprendizagem. Claro que é ótimo esta ter também uma interação síncrona. Simplesmente eu acho que...Pronto não é um obstáculo assim tão grande na perspectiva educacional.

00:16:01 Pesquisadora

Maravilha, quais são os principais desafios enfrentados ao estabelecer uma comunidade de aprendizagem online, que é a que você tem hoje e como que você supera a esses obstáculos, esses desafios?

00:16:21 Professora C

Eu acho que o maior obstáculo, pelo menos no meu caso, é que nós não sabemos bem para quem é que estamos a falar. Então eu não sei se a se a pessoa do outro lado sabe muito de matemática, se sabe pouco de matemática, se é nova ou se é velha. Eu tenho de estar preparada para comunicar para pessoas que são muito diferentes, que têm um background muito diferente, uma formação muito diferente. E então, às vezes é complicado escolher os tópicos a abordar ou a forma de abordagem. Porque eu sei que tenho pessoas que me seguem, que são da área da matemática, com pessoas que não têm nada a ver e não percebem nada de matemática. Então é preciso fazer estes um esforço e este equilíbrio para tentar agravar ambos os mundos e aquilo que eu tento fazer é portanto, trazer vídeos um bocadinho mais avançados vídeos um bocadinho mais fáceis. Desafios um bocadinho mais avançados desafios um bocadinho mais fáceis para tentar que todos possam participar de alguma de alguma forma e mesmo que eu fale de um tópico um pouco mais avançado, tento dar primeiro uma visão mais, mais simplificada do tema, para ninguém se sentir excluído.

00:17:40 Pesquisadora

Perfeito. Na sua percepção, e por meio da sua vivência, qual é o papel do facilitador ou do professor, na promoção de uma construção de comunidade de aprendizado online, engajada, participativa, colaborativa? Qual é o teu papel? Assim você fala “o meu papel é esse”, né?

00:18:02 Pesquisadora

Certo, qual é o meu papel? Eu acho que, acima de tudo, é pensar em quem está do do outro lado. Nós não nos devemos esquecer que, enfim, somos todos humanos e temos todos os nossos interesses. E quando nós comunicamos, temos de estar preparados para a pessoa do outro lado não querer saber daquilo que nós vamos dizer. Então eu acho que nós temos de comunicar de uma forma em que, no fundo, a outra pessoa comece a nos a ouvir e pensar. Eu quero prestar atenção a isso, então acho que esta parte de conseguir captar a atenção das pessoas no meio de tantos conteúdos e de tantas coisas...É essencial para estabelecer a comunidade e, eu tento dar o máximo de atenção possível e interagir o máximo possível com a minha comunidade para me tornar mais próximo, para conhecer melhor o meu público e porque eu realmente quero ajudar as pessoas. Ser uma influência positiva na vida das pessoas. Então acho que é isso, é acima de tudo. Nós temos que pensar nas pessoas. As pessoas são o ponto essencial. O conteúdo vem a seguir, eu acho. E este fator humano que nós nunca nos vamos esquecer, independentemente do tema que em que a comunidade se baseia, seja matemática, seja história. Que quer que seja. É realmente tentar criar essa ligação emocional ou tentar criar uma ligação muito emocional dos das pessoas com a área em si. E no meu caso, isso é particularmente desafiante porque a matemático, as pessoas associam uma área muito racional,

muito estática, muito rigorosa, mas eu quero mostrar que também tenho emoção. E criatividade e tudo mais. Então acho que é isso. Acho que o papel do professor é realmente fomentar e não esquecer esse fator humano e emocional que todos nós temos.

00:20:14 Pesquisadora

Agora eu quero saber uma questão. É sobre a diversidade cultural, né? Que me chamou muita atenção nos teus no teu canal do YouTube, na no Instagram, a presença de brasileiros. Ah e aí eu queria saber como que essa diversidade cultural, especialmente nas redes sociais, mas também, tem muito no YouTube, influencia a dinâmica e a eficácia da tua comunicação nas comunidades nas quais tu lidera?

00:20:48 Professora C

Eu acho que este também não é um fator que que influencia nada em particular. Eu sinto que pronto, mesmo sendo brasileiros, mesmo sendo pessoas de outro país, nós conseguimos entender perfeitamente, mesmo havendo termos diferentes e expressões diferentes. Eu aprendo português do Brasil. Os meus seguidores aprendem português europeu. É toda uma, toda uma troca e diversidade. Eu acho que é boa. E, acho que é muito positivo, porque lá está não só a troca de conhecimento matemático, também há outros tipos de trocas de conhecimento linguístico. E fatores curiosos dos dois países Claro que eu às vezes evito usar termos do português de Portugal que possam ser confusos, que têm um significado diferente no Brasil. Para tentar não me causar confusões. Mas, mas em geral, eu só tenho a agradecer ao público brasileiro e é mesmo um prazer para mim e um orgulho ter essa diversidade. Para mim, quanto mais diversa for a comunidade, melhor, porque quanto mais diferentes forem as pessoas envolvidas, maior há uma maior oportunidade para trocar conhecimento e mais conhecimento envolvimento.

00:22:17 Pesquisadora

Perfeito. Na tua opinião, quais são os elementos principais para manter a motivação e o envolvimento dos membros da da tua comunidade ao longo do tempo? Já está aí há um tempinho, né? No YouTube... Apesar da pausa. E aí, o que que tu observa, né? Como fator determinante para manter essa motivação das pessoas em estarem no teu canal, nas tuas redes sociais?

00:22:43 Professora C

É, eu acho que é importante nunca cair numa rotina num ou seja, tentar trazer sempre coisas novas, tentar inovar de alguma forma. Nem que seja fazer vídeos de forma diferente, mudar de cenário, algo que não torne os conteúdos monótono. Ou seja, as pessoas não podem sentir tipo, “Ah, coisa, é sempre aquele estilo, é sempre aquele regime”. Eu quero que as

pessoas entrem num vídeo meu sem saber o que é que vão ver. E acho que isso que isso é muito importante. É quase como numa relação entre duas pessoas, não é? Para o manter a relação viva, é preciso, não se pode cair numa rotina de sempre a mesma coisa. E então nunca devemos tomar por garantido o público que temos. Temos de estar sempre a fazer esforços ativamente para tornar o nosso conteúdo atrativo. E diferente na rotina.

00:23:53 Pesquisadora

Perfeito.Na tua visão, Inês, existem diferenças significativas na construção e na manutenção de comunidades de aprendizado online internacionais, né, em comparação com o teu contexto nacional? Tu acha que tem diferença? Se tu acompanha, né? Algum. Alguns professores de fora, é de outros países, de outros até mesmo, né, de outras regiões, aí em Portugal. E tu acha que tem diferença?

00:24:28 Professora C

Eu acho que não, não acho. Eu acho que não há assim uma grande diferença. E é assim, a minha comunidade está um bocado entre as 2 coisas, porque lá está. Não é Internacional no sentido de haver pessoas de um monte de países consumindo meus conteúdos, mas também não é nacional, no sentido em que só há pessoas de Portugal. Eu tenho um público português sem público brasileiro. Tenho algum público de zonas de África. Essencialmente, onde se fala o português, eu tenho público. No sentido, até tenho um pouquinho, *****, que espanhol? Porque a língua é parecida. Então a minha comunidade não é propriamente nacional, mas é um bocadinho também. Não é Internacional, mas está ali no meio.

00:25:13 Pesquisadora

Eu acho que é Internacional, viu?

00:25:16 Professora C

Exato, acho que conta, não é? Acho que conta com o Internacional. Seria mais se eu falasse em inglês, por exemplo. Inicialmente, há agora uma curiosidade, quando eu comecei o canal, eu tinha vídeos em inglês. Eu eu fazia vídeos que era em português, quer em inglês para ver o que ia dar, pronto. O que é que o que é que dá? Eu estava muito indecisa do início. Será que eu devo fazer vídeos em inglês para tentar realmente chegar ao máximo pessoas possíveis? Será que eu me devo manter o português depois? Até foi na altura em que em que eu publiquei um livro, eu estava também muito no início do meu canal no YouTube e alguém da minha editora disse, "olha, eu acho que devias apostar no português porque no Inglês há muitos canais de matemática? Mas em Portugal o teu é único", ou seja, isso é algo que que te torna mais único. Mas é que já estou a adiar ao assunto. Em todo o caso, acho que não sei. Acho que não há grandes diferenças entre comunidades internacionais e as mais pequeninas. A não ser o facto

de pronto depois em eventos presenciais. Claro que é mais é mais complicado gerir se se a comunidade for maior...

00:26:36 Pesquisadora

Compreendi. Eu estou pulando algumas perguntas que você, graças a Deus, fala bastante (risos). Então eu já estou algumas que estavam já incluídas aqui. Eu estou pulando. Tinha a pergunta de estratégias de engajamento digital, né? Então tu já falaste que sempre tenta manter uma rotina diferente de gravação de produção. Não é para ter aquela surpresa e aquele grau de relevância aí. Agora eu vou te perguntar se tu observa ou mensura o grau de participação ou de colaboração entre os membros da tua comunidade online, né? Então tu observa se aquelas pessoas, por exemplo, tu não tem como responder a todo mundo, então tu observa que um responde ao outro, um complementa o pensamento, né? E às vezes nem nem chega até sua ciência.

00:27:28 Professora C

Exato, sim, isso pronto. A única forma que eu tenho de realmente ver a interação entre os membros da comunidade é através da secção de comentários. E realmente eu muitas vezes eu eu não consigo responder a todos os comentários, mas claro que alguém faz uma pergunta e depois outra pessoa responde e há essa interação muito interessante e essa troca de ideias na secção dos comentários, que é muito bom ver e no fundo eu já tenho até seguidores que meio que se conhecem virtualmente uns aos outros. Unidos por mim. E isso eu acho que é magnífico mesmo.

00:28:08 Pesquisadora

É magnífico e é uma das bases reais quando a gente fala de comunidade, né? Porque quando a gente pensa em comunidade, do modo tradicional, são pessoas que se conhecem e têm relacionamentos independente. E quando a gente vai para o ambiente digital, isso também é muito fortalecido. Então, esse teu depoimento é maravilhoso, porque é uma comunidade. As pessoas se ajudam entre si, se conhecem independentemente ali e constroem outros tipos de relação. Isso é maravilhoso.

00:28:23 Pesquisadora – Parte 3

Agora a gente vai para a parte 3, que são literacias digitais. E a influência pessoal, como é? O ELO fortificador da comunidade. Como você se vê no ambiente digital? Uma líder educacional, uma influenciadora da área da educação, uma criadora de conteúdo educacional, tudo isso mais um pouco me conta.

00:29:09 Professora C

Sim, eu acho que criadora de conteúdo acho que é o mais...É o termo que eu gosto mais de usar para descrever aquilo que eu faço, porque no fundo, eu, nas minhas redes sociais, eu considero que é o meu espaço, onde eu passo as minhas ideias e aquilo que gosto e as pessoas se identificam, no fundo...Enfim, não me considero uma líder ou professora nem nada desse gênero e eu simplesmente crio conteúdos que eu goste e passo às pessoas ... E as pessoas vão chegando e também vão gostando e entrando na comunidade. Eu sim, acho que me considero uma criadora de conteúdos.

00:30:01 Pesquisadora

Na tua visão, de que maneira a influência em ambiente digital pode ser usada para superar Barreiras geográficas e promover a colaboração em comunidades educacionais globais?

00:30:19 Professora C

Certo? É bom. Então eu acho que tem muito a ver com o aquilo que já falamos, não é? Quando nós estávamos presos a um ambiente presencial, isso limita geograficamente as pessoas que que podem ir e que podem estar presentes. Quando nós estamos a falar de uma comunidade online que tem pessoas de vários países, automaticamente isso vai promover uma maior interação entre elas. E ajuda a romper muitas, muitas fronteiras e é bom? É. É interessante ver essa interação entre o público português e o brasileiro e ver os membros da comunidade a discutir algumas diferenças até que que existem entre os dois países, a nível da educação, a nível da linguagem. Então eu acho que que as comunidades online realmente são a melhor forma de quebrar essas barreiras físicas, geográficas que existem entre os países.

00:31:20 Pesquisadora

E é muito interessante porque existe também um movimento global, principalmente relacionado às mulheres, nas áreas de tecnologia, de matemática, né, que é o STEM.. E aí, e esse movimento eu vejo na tua página, eu vejo em outras páginas. Por exemplo, estou analisando também uma professora de Londres e ela também tem, né? Essa força feminina e ela também se engaja nessa temática. Aqui no Brasil também está muito forte.

Então assim é a mulherada indo para áreas que outrora não eram julgadas como certas para a gente, infelizmente.

00:31:59 Pesquisadora

Existem várias literacias digitais: A foto visual a do pensamento hipermídia, a socioemocional, a literacia da informação... Então, assim, quais as literacias você considera como fundamentais para um professor, um cientista, um criador de conteúdo que almeja ingressar em redes educacionais online, sejam ela formais, não formais e informais. Já parou para pensar nisso? “Quais literacias preciso para eu entrar nesse mundo?”

00:32:41 Professora C

Hum assim, do que tu mencionaste. Eu acho que é necessário tudo. É claro que não é preciso ser expert em tudo, profissional em tudo. Mas, eu acho que que todas elas são importantes. Ah, é preciso, claro, manter um conhecimento lá em audiovisual para criar os conteúdos, seja de que forma forem, mesmo que sejam muito básicos, é necessário. Não é para fazer algo minimamente apelativo, pelo menos. E depois, claro que a vertente socioemocional, de como passar informação. Eu acho que essas literacias toda que tu falaste são importantes, não é?

00:33:22 Pesquisadora

Tu consideras ou tu tens a percepção de que a partir de toda a tua atuação no digital, que tu constróis recursos úteis para o teu próprio capital social. A gente compreende o capital social, não é por meio, por intermédio de Putnam, por exemplo, que desponta para muito além de uma rede de contatos, né? Um conjunto de recursos de benefícios que os indivíduos obtêm através de suas relações pessoais. Então tu considera que tu consegue construir esses recursos úteis para o teu capital social pelas relações que tu estabeleces com as tuas comunidades online?

00:34:03 Professora C

Sim, eu acho que sim. Eu acho que permitem me conhecer pessoas de várias áreas diferentes, com várias capacidades diferentes e o facto de estarem na minha comunidade e de haver essa proximidade entre nós. Faz com que, enfim, eu também conheça melhor essas pessoas e, pronto, acaba, acabamos por trocar ideias, trocar informações e podem ser benéficas para ambas as partes.

00:34:41 Pesquisadora

E além disso, tu acha que, por exemplo, pelo fato de tu ter a comunidade, tu consegue ter acesso a outros recursos, como por exemplo, acesso a lugares que se tu não tivesse a comunidade tu terias?

00:34:57 Professora C

Eu tenho que pensar um pouquinho. Bom, eu. Enfim, a participação em eventos não é? Muita gente convida me por eu ter a comunidade, porque tenho e a visibilidade que tenho. Portanto, eu recebo alguns convites precisamente por ter por ter essa visibilidade e mesmo parcerias com marcas e tudo acabam por surgir porque percebem que que eu consigo chegar às pessoas e então, acho que é muito, muito nesse sentido.

00:35:35 Pesquisadora

Ótimo. Quais são os impactos positivos e negativos das redes sociais? Nessa construção e sustentação de comunidades educacionais online? Tem impactos negativos? Tem positivos? Quais? Assim tu considera os principais?

00:35:56 Professora C

O impacto positivo eu acho que muito este fator de motivação acho que pode ajudar a realmente motivar as pessoas a estudar mais. Lá sai este sentido de comunidade, não é quando nós estamos a fazer algo de forma isolada acabamos por não ter tanta motivação. Agora, eu? Quando nós vemos todas as pessoas Unidas por um propósito, por aprender uma determinada matéria, acho que isso acaba por nos motivar mais. E a nível de impacto negativo, acho que as pessoas têm de perceber que, num um pronto, numa perspectiva educacional, se as pessoas realmente querem aprender sobre um certo tópico, não se podem limitar a ver vídeos nas redes sociais e no YouTube. Têm que trabalhar de forma de forma autónoma. E eu acho que bom ou diga hoje a negativa que me ocorre é realmente a pessoa achar que por ter visto o vídeo sobre um determinado assunto, então ela já domina esse assunto, já percebe e não precisa de se de se esforçar mais, não é? De resto, eu acho que eu acho que é super positivo e ajuda muito a complementar a educação tradicional.

00:37:16 Pesquisadora

Entendi. Eu lembrei agora de um caso que eu fiquei muito presa nas tuas comunidades, que são alguns comentários, né? E eu já vou puxar pra cá... Comentários de muitos homens... Tu falando de matemática, de ciência, de pesquisa e muitos homens: "Linda", "a mais linda de todas. Isso te incomoda? Isso te deixa assim, "poxa, eu estou falando de matemática, e a pessoa dizendo que sou linda", né? Isso, de certa forma, te incomoda?

00:37:48 Professora C

É assim...Agora não porque habituei-me a lidar com isso e a aceitar isso, mas no início incomodava-me muito e até foi...Foi um fator que me desencorajou muito. E fiz uma pausa, 2 anos que eu fiz fora das redes. Foi um fator até preponderante, porque eu pensava fogo. Estou aqui a deixar o meu tempo. Vou tentar falar de matemática e a tentar ensinar as pessoas. E elas só valorizam a aparência ou não querem saber do que eu estou a dizer. Então estou para aqui a falar e a gastar o meu tempo. Mas.. "Estou a ser eficaz?" "Ninguém está a aprender nada". "Estão a apresentar atenção?"... Mas agora, não, não é algo que me incomode, não é algo que eu preste atenção, porque, enfim, eu sei que as pessoas também não dizem isso por mal e o facto de fazerem o comentário desse género não significa que a pessoa não tenha prestado atenção ao conteúdo, não é? Então...Era algo que me incomodava muito no passado, mas agora eu simplesmente ignoro. Não, não me não me faz muita, muita diferença. Não me incomoda e

o facto de a pessoa fazer esse comentário não significa que ela não tenha prestado atenção ao conteúdo do vídeo. Então, acho que as duas coisas conseguem coexistir. Bom é lidável.

00:39:14 Pesquisadora

Sim...(prossegue) Existem os desafios éticos relacionados à influência digital na formação das suas comunidades educacionais, né? E como que eles podem ser mitigados amenizados esses desafios éticos aí que tu porventura possa vir a ter ou se não tem?

00:39:39 Professora C

Eu acho que é tudo uma questão de respeito, tentarmos respeitar todos, a toda a gente. Enfim, tentar realmente incluir toda a gente, não deixar ninguém de fora por motivos éticos ou o quer que seja. E nesta questão, de pronto, o facto de eu ter pessoas de pelo menos dois países a ver, não é, que é predominantemente, o Portugal e o Brasil. Eu sei que, às vezes, há xenofobia para ambas as partes e eu vejo muito isso nalguns vídeos na secção de comentários. Percebe-se que essa xenofobia existe, não abordo esse tema porque não quero que a pessoa se foquem nisso. Eu gosto de transparecer eu gosto muito do meu público brasileiro e tento que haja esta este respeito mútuo por parte dos portugueses, e de brasileiros e toda a gente tentar se dar bem. Então eu não trago esse ódio e essa xenofobia para cima. Pelo contrário, tento promover respeito mútuo e eu acho que isso é o mínimo que que se pode exigir. E acho que o meu principal desafio ético é tentar não deixar que a xenofobia tome de conta e que as pessoas realmente prestem atenção ao que é importante e haja respeito em ambos os lados.

00:41:38 Pesquisadora – Parte 4

Que bom, fico muito feliz que tu pensas nisso também. Agora a gente vai para a última parte, que é mais curtinha, estou te liberando (risos). Que é sobre o mercado educacional online. Na tua visão, a construção de comunidades de aprendizado online tem relação direta com o mercado educacional online?

00:42:02 Professora C

É assim, eu acho que a partir do momento em que uma pessoa consegue estabelecer uma comunidade educacional. Há formas fáceis de monetizar, não é? Basta criar conteúdos exclusivos para quem pagar uma certa quantidade de dinheiro. EE, eu acho que é super comum fazer. Isso é o que eu, pessoalmente, ainda não fiz. Todos os conteúdos que que eu disponibilizo são gratuitos e de acesso livre a toda a gente. Mas eu acho que há uma ligação muito próxima entre comunidades online e o mercado educacionais e o mercado educacional, porque, bom, apesar de tudo, por muito que eu goste de fazer vídeos, tenho de arranjar algo. Se é isso que eu quero fazer da minha vida e se é isso que eu quero dedicar o meu tempo, tenho de arranjar algo

numa forma de dar retorno. E então acho que realmente há uma ligação muito próxima entre comunidades educacionais online e o mercado educacional, sim.

00:43:07 Pesquisadora

Maravilha. Quais são os fatores essenciais para que um professor ou uma pessoa que ama educação igual você, precisa ter para ter uma carreira estável e gratificante lecionando exclusivamente em ambiente digital. Eu acabei não perguntando para você, mas você tem outras fontes de renda além do da tua atuação no digital?

00:43:33 Professora C

Eu sim, eu faço. Faço vídeos para outras entidades. Eu, por exemplo, faço vídeos para manuais escolares...Manuais digitais... Bom, acaba por ser digital também. Mas a ideia é que os manuais físicos, por exemplo, temos um manual, não é que tem lá matéria explicada e tem um codigozinho QR que vai para um vídeo que eu fiz para preço marro.

00:43:59 Pesquisadora

Ah, legal.

00:44:00 Professora C

Por exemplo, é...Também já fiz vídeos para a escola especificamente. Ou seja, eu não produzo só conteúdo para a minha comunidade, também produzo conteúdo para outras entidades. Portanto, isso é outra fonte de rendimento relacionada com a primeira, claro. Mas eu não não recebo um rendimento direto das redes sociais, digamos assim. O que eu acho que é importante para ter uma carreira estável é realmente arranjar uma forma inteligente de monetizar os conteúdos e tentaram obter benefícios àquelas pessoas que compram determinados conteúdos e deixar sempre num fator diferenciador, porque é que a pessoa vai escolher assistir às minhas aulas, vai escolher consumir os meus conteúdos e não os outros? O que que eu posso oferecer? E acima de tudo, acho que é muito importante a pessoa gostar e estar motivada.

00:45:02 Professora C

E perceber que há sempre formas de crescer e de inovar. E também é importante ouvir o feedback da comunidade. O que é que a comunidade quer? O que é que a comunidade precisa? Que é que eu posso fazer para melhorar? Acho que essa constante reflexão e interação e prestar atenção à comunidade. Acho que isso é fundamental para oferecer ferramentas pagas e isso gerar o máximo de possível.

00:45:32 Pesquisadora

Tu utilizas estratégias de marketing digital para ampliar o alcance das tuas comunidades? Tipo e-mail marketing é tráfego pago. Tu monetizas ali para alcançar mais pessoas. Nunca usou?

00:45:43 Professora C

Não posé, não, nunca usei.

00:45:47 Pesquisadora

Tu consideras que houve um aumento de demanda por educação em ambiente online, seja formal ou não, formal ou informal?

00:45:56 Professora C

Sim, sim, sim, sem dúvida. Sobretudo após da pandemia, não é? Foi uma altura em que as aprendizagens online se tornaram mais populares. Acho que as pessoas perceberam que isso lhes dá uma flexibilidade e customização muito grande, não é? O facto de poderem estudar autonomamente quando quiserem pôr uma fonte digital, ao invés de terem estado presencialmente numa aula com um ritmo imposto? Então acho que essa vertente da personalização que se consegue com consumo, porque só me? Contudo digitais vai sempre gerar cada vez mais procura, porque as pessoas percebem que é algo que podem fazer ao ritmo delas e isso não acontece num ensino presencial.

00:46:42 Pesquisadora

Perfeito e para finalizar, a gente pode considerar este como um novo modelo de negócio para os educadores?

00:46:52 Professora C

Eu acho que sim. Eu acho que há um potencial muito grande, porque lá está, há muita procura e lá está embora eu nunca tenha feito cursos, fazem nada do gênero. É algo que eu penso fazer no futuro. E do que eu conheço noutras comunidades educacionais, parece me é, que realmente pode gerar um bom rendimento e uma carreira estável, então eu acho que os educadores deviam, pronto, que os educadores que se interessam por esta parte digital e essa produção de conteúdos, acho que é algo que deviam considerar, porque pode realmente ser honesto e fazer a diferença muito bem.

00:47:34 Pesquisadora

Muito obrigada. Em mim foi maravilhoso. Eu amei as tuas respostas.

00:47:35 Palestrante 2

Obrigada.

00:47:42 Pesquisaodora

Com certeza elas serão muito bem aproveitadas para quem tem interesse no assunto, né? Para quem quer realmente ingressar nesse universo e genuinamente a base é popularizar a educação, popularizar a ciência. Eu acho que é isso que o mundo precisa, né? Atualmente, a gente sabe que nós temos diferenças gritantes entre os 2 países, temos a semelhança da língua... Nós sabemos que temos um potencial muito grande de crescer pela educação. E quando eu te escuto falar e escuto outros professores falarem com tanto amor pelo que fazem e realmente querer entregar um conteúdo que faça as pessoas aprenderem, simplesmente, né? E melhorarem enquanto pessoas, isso é brilhante.

00:48:49 Palestrante 1

Te agradeço muito.

APÊNDICE III – TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA 3 – PROFESSOR F

ENTREVISTA 3 – PROFESSOR F (00:50:54)
GÊNERO: MASCULINO
IDADE: 43 ANOS
NACIONALIDADE: BRASILEIRO
FORMAÇÃO ACADÊMICA: TECNÓLOGO EM PROCESSAMENTO DE DADOS E PEDAGOGIA E DOUTOR EM EDUCAÇÃO
DATA DA ENTREVISTA: 26/10/2024

00:00:06 Pesquisadora

Então, professor XXX, eu sou Waaline Alves Guimarães. O tema da minha tese está sendo Dinâmica, educacionais e comunicacionais na cibercultura. Meu orientador é professor doutor Vitor Duarte Teodoro.

00:00:33 Pesquisadora

E vamos agora para nossa entrevista. Ela está estruturada em 4 momentos. São diálogos iniciais para entender sua trajetória, construção as comunidades educacionais online, que é o foco mesmo da tese, literacias digitais, e o elo pessoal como fortificador da comunidade e bem curtinho o mercado educacional online.

00:01:01 Pesquisadora

Então vamos lá, professor, qual é a sua cidade, país de origem?

00:01:04 Professor F

São Luís, Maranhão.

00:01:07 Pesquisadora

Qual a sua? O seu gênero, idade?

00:01:09 Professor F

Masculino, 43 anos.

00:01:12 Pesquisadora

Qual é a sua formação acadêmica?

00:01:15 Professor F

Eu sou Tecnólogo em Processamento de Dados, licenciado em pedagogia, mestrado, doutorado em educação.

00:01:23 Pesquisadora

Já lecionou em algum nível de educação? Caso sim, quais?

00:01:28 Professor F

Sim. Então, em todos os níveis eu já ministrei aulas na educação básica, no colégio universitário, no ensino superior. E tanto em instituições privadas quanto em instituições públicas, a especialização, mestrado e doutorado.

00:01:45 Pesquisadora

Me diz, professor, quando surgiu o seu interesse em utilizar as redes sociais em mídias sociais, na sua prática educativa? Nos conte um pouco porque surgiu esse interesse e como ele se concretiza na sua prática docente.

00:02:00 Professor F

Certo. Então eu iniciei a minha utilização de redes sociais enquanto um usuário convencional, né? No qual eu compartilhava fotografias, momentos familiares. E isso ao longo de da minha trajetória enquanto estudante. E a partir do momento em que eu comecei a dar aulas, né, mais ou menos em 2005, eu comecei a enxergar as redes sociais também como um canal pra mostrar o meu serviço, né? O que eu trabalho, que é a questão do ensino, as disciplinas, cursos e palestras que eu ministro para as instituições de ensino. Então comecei a utilizar também as redes sociais para essa divulgação. É fazendo com que eu pudesse ter mais oportunidades de é trabalho. E também de me aproximar mais do público, né... Dos estudantes e potenciais interessados nesse no conteúdo que eu oferecia, porém, que que acho que alavancou mais também ao longo da pandemia, né? Em que nós estávamos só em casa, eu comecei a ofertar muitos cursos online. E aí eu fazia muita divulgação desses cursos nas redes sociais, no Instagram. O que eu vi aqui? De fato, ele é um excelente canal de divulgação e que rapidamente eu conseguia vender muitos pacotes. E assim ia atraindo muitos clientes para os cursos e continuo utilizando até hoje para múltiplas finalidades.

00:03:48 Pesquisadora

Você está presente em quais redes, mídias?

00:03:50 Professor F

Então eu tenho Facebook e Instagram. Porém, o que eu sinto é que o Facebook...Ele está assim, praticamente morto, né? Então a gente posta uma informação no Instagram, rapidamente, tem 100, 200, 500 curtidas. E no Facebook, assim, 20, 30, né? Então tá uma rede que de fato está morrendo. E também tenho é um canal no YouTube.

00:04:14 Pesquisadora

Então qual em que medida, a sua participação nas redes e mídias sociais digitais digitais tem o objetivo de influenciar as pessoas?

00:04:22 Professor F

Ah, ótimo, então assim acho que... Hoje eu tenho mais publicações voltadas para esse lado de influenciar as pessoas para a educação de um modo geral, do que para divulgação de aspectos pessoais. Então lá nas minhas redes eu estou sempre divulgando é dicas, de como otimizar rotinas de como utilizar as tecnologias de alguma maneira para facilitar a vida do estudante ou do professor...

00:04:57 Pesquisadora

E hoje sua carreira está associada somente as mídias sociais ou também tem atuação na esfera presencial?

00:05:04 Professor F

Eu acho que é meio a meio, né? Então eu tenho é bastante atuação no presencial, porque eu sinto que, apesar de termos vivenciado todo esse período aí da pandemia, em que ficou mais do que provado que o virtual ou o híbrido, ele funcionou. Mas, também as pessoas, depois desse período, elas estão sedentas de momentos presenciais. Então assim, o presencial ainda é muito forte na minha vida, mas eu tenho uma grande participação também virtual, na medida em que eu faço bancas online, palestras online, *Lives* online. Então estou sempre também com essa presença virtual muito forte.

00:05:48 Pesquisadora – Parte 2

Tá, agora a gente vai para a parte 2, que é de construção de comunidades educacionais online. O senhor utiliza estratégias educacionais tradicionais? Por exemplo, provas de múltipla escolha, desafios em ambiente online...

00:06:09 Professor F

Olha, em ambiente online menos porque, no caso, eu ministro mais palestras, lives. No entanto, quando tem uma oportunidade de ministrar aulas online, eu gosto muito de fazer nuvens de palavras, quizzes e, também, escrita colaborativa, né? Então, essas 3 ferramentas eu considero que são interessantes para os contextos de formação online.

00:06:42 Pesquisadora

E o senhor considera que os seus seguidores no Instagram, no YouTube, como membros de uma comunidade? Caso não, por quê? Caso sim, por quê?

00:06:59 Pesquisadora

Eu tenho uma pequena parcela desses indivíduos que são usuários frequentes, ou seja, toda vez que eu posto conteúdos, eles estão curtindo ou eles estão comentando, quer seja no YouTube ou nas redes sociais. Mas, eu também sinto que, por vezes, quando eu insiro conteúdos novos, materiais novos, ou quando eu ministro alguma palestra nova e que eu falo e

passo o contato dessas redes sociais, ocorre uma adesão de novos usuários, né? Então... Eu não considero assim, que tenha assim uma forte comunidade, mas tem um determinado grupo que está ali presente, que está sempre, de fato participando, colaborando, comentando nesses ambientes, né? Então assim, apesar de ter muitos seguidores, eu Acredito que somente uma pequena parcela, é de fato, aqueles que estão ali recorrentes, os outros são novos, que vão e vem, sendo agregados e que assistem e acompanham de maneira mais esporádica. E não estão frequentes, né?

00:08:11 Pesquisadora

A gente está esquecendo do WhatsApp...

00:08:15 Professor F

O WhatsApp é assim... Eu uso como uma ferramenta mais de comunicação, apesar dele ter essa funcionalidade de grupo...Mas eu acho que esses grupos, eles são assim ativos quando um determinado tema está em alta, quando não, eles praticamente estão mortos, né? Por exemplo, eu participo de um grupo que era de professores que estavam ali apoiando um determinado candidato a reitor da universidade. Então, ao longo do período da eleição, o grupo era muito movimentado, tinha muitos comentários e tal, e compartilhamentos. Agora que nós não estamos em um período eleitoral, estamos longe desse período eleitoral. E, assim, praticamente não tem nenhuma interação, né? Então, assim, apesar de o WhatsApp permitir essa criação dessas comunidades e que de fato ele permitem, né.. Essa comunicação, essa troca de informações entre os usuários... Eu acho que ela é muito pontual. Vai depender do grupo, por exemplo, o grupo de WhatsApp que faz parte do meu grupo de pesquisa, eu vejo que as pessoas estão sempre comentando alguma coisa. Todo dia rola algum assunto polêmico, então, né, acho que sempre gera engajamento. Então eu sinto que ali realmente tem uma interação maior, né? Podem sempre engajamento, essas coisa de grupos... Então, meio a meio, né?

00:09:48 Pesquisadora

Nessa experiência online, quais estratégias educacionais têm se mostrado mais eficientes para fomentar a colaboração e a interação? Aquelas que mais leva as pessoas a responder, a comentar, a compartilhar entre os membros da comunidade?

00:10:07 Professor F

Certo? Então eu acredito que é quando eu faço uma postagem ou um vídeo de um de um tema que é bem atual e bem polêmico, né? Eu sinto que há mais participação, mais comentários. E também quando eu, no vídeo, peço a colaboração no sentido “comente suas experiências”, “coloque aqui as suas dúvidas”, né? Então quando acontecem essas provocações... E também o compartilhamento do link do vídeo ou da postagem em grupos no WhatsApp também

colabora para aumentar. A postagem também de um *card* no Instagram ou no Facebook também colabora para aumentar. Fazer também links, né? Às vezes você vai gravar um vídeo e você quer comentar sobre um vídeo anterior? Então colocar esse link no novo vídeo de um vídeo anterior também ajuda. Aquelas janelas do YouTube, que permite com que você, no final do vídeo, clique e seja direcionado para um outro vídeo de interesse, também colabora para uma maior popularização do assunto e, consequentemente, também uma maior visualização, curtidas, comentários relativamente ao material que foi postado.

00:11:32 Pesquisadora

Professor, é possível construir um ambiente de aprendizagem online, por meio de comunicação assíncrona e como pensar a colaboração e interação nesse cenário?

00:11:46 Professor F

Olha, na medida em que hoje nós podemos ter, por exemplo, um blog, nós podemos ter uma (... Interrupção, pois o Professor esqueceu o nome do aplicativo, tentou procurar a anotação em alguns cadernos próximos, mas, não encontrou)

00:13:17 Professor F

Assim é possível, né? E desde que também a pessoa que esteja organizando esse ambiente, esteja bastante antenada com temas e assuntos relevantes que possam provocar o interesse da pessoa, né? Então, essa participação, eu acho que ela está muito relacionada a dois pontos, né? Primeiro, ao tema, se ele for de fato polêmico, interessante, provoque nas pessoas a vontade de comentar ou às vezes a forma como é colocada a informação. Então, existem estratégias de comunicação que eu já vi aqui no YouTube e outras redes sociais que elas terminam provocando você a assistir. O resto... Ou seja, ele dá ali um *start* no início uma pergunta de alguma coisa que ele só vai dar a resposta daquilo no final. Então você termina aqui, quer assistir o vídeo todo para saber o que é que vai acontecer no final. E isso eu acho que termina provocando ali para você assistir ou para participar ou para comentar. Então, tanto o tema polémico é um aspecto, quanto também a forma como o educador coloca a informação nesse ambiente, também pode, de certa forma, despertar o interesse para essa participação, essa colaboração em ambientes, mesmo eles não sendo síncronos, ou seja, de maneira assíncrona.

00:14:44 Pesquisadora

Tá, quais são os principais desafios enfrentados ao tentar estabelecer uma comunidade de aprendizado, uma rede de aprendizado online e como você supera?

00:14:54 Professor F

Bom, o maior desafio que eu acho hoje em dia é que assim, quando você é um educador, você tem como uma preocupação passar às vezes um conceito de uma maneira mais completa

ou algo, né, de fato que vai é agregar valor ao conhecimento do outro. E o que eu noto é que hoje, com a com a nossa geração, que é tudo muito a jato ou que está ali acostumado com um mercado muito publicitário, que às vezes ele não é focado em conteúdo e, e sim, uma maneira mais rápida de jogar informação. A gente termina perdendo espaço para esses conteúdos. Só que a consequência disso é o quê? É um aprendizado raso. Ou seja, a pessoa que acessa somente a conteúdos e a ambientes que não são produzidos por educadores de verdade ou pessoas que realmente estão ligadas ali à produção, geração de conhecimento... Eles terminam por passar uma informação muito rasa. Consequentemente, a pessoa que consome, ela não vai ter muita profundidade para debater, escrever, criticar determinados pontos. E aí a gente termina perdendo espaço para esse público, né? Que de fato é só o raso e não quer se aprofundar, enquanto que realmente eles deveriam acessar conteúdos mais densos para uma formação mais completa, mais integral. E, consequentemente, nós terminamos tendo menos seguidores, menos curtidas, menos acesso que redes voltadas para outras temáticas, né? Como piadas ou né, ou outras coisas mais lúdicas do que educativas. Então é um desafio muito grande para você enquanto professor, criar e fazer com que essa rede cresça, né? Tendo aí tantos alunos por vezes, ou a audiência desmotivada para aprender com profundidade. Enquanto que você tem um interesse de ensinar conteúdos mais sérios.

00:17:03 Pesquisadora

Professor, na sua percepção e por meio da sua vivência. Qual é o papel do facilitador ou do professor na promoção da construção de uma comunidade de aprendizado online engajada, participativa?

00:17:18 Professor F

Então assim, eu já li muito sobre esse tema no passado e assim eu vejo que é o grande sucesso dessas comunidades virtuais. É, diz respeito ao moderador, ou seja, a pessoa que está ali por trás, moderando, criando os conteúdos, fazendo atualizações. Então a figura dessa pessoa que é a que cria, alimenta, provoca, né, essas, nessas comunidades é fundamental. Então o professor, ele pode ser esses dois papéis, tanto a pessoa que cria quanto aquela que modera aquela que responde aquela que né? De fato, faz a interação com os participantes de modo a manter aquela comunidade viva, rica, ativa, participativa nesses ambientes.

00:18:06 Pesquisadora

Está e com mais diversidade cultural dos participantes, especialmente nas redes sociais digitais. Influencia. Se o senhor já viveu isso alguma vez, influencia a dinâmica e a eficácia da sua comunicação na comunidade em que o senhor lidera.

00:18:22 Professor F

Olha, é. Eu vejo que às vezes uma pessoa que faz parte de uma outra comunidade ou que tem uma outra visão, o outro é, é comentários, é, é, é ou pensamento diferenciado, ele termina, de certa forma é provocando aquela comunidade. Então vou te dar um exemplo, bem prático, né? Então, na minha comunidade lá do do grupo de pesquisa. É, eu tenho alguns participantes que são de outros estados e que inclusive, eles são de um outro partido político, né? Diferente da grande maioria do grupo. E quando ele comenta alguma coisa do seu partido, a maioria das pessoas, elas comentam contrariamente a ele. E aí termina virando aquela grande discussão entre quem é de direita, quem é de esquerda. Não é que de certa forma é como é que diz. Como que eu poderia dizer é saudável, né? A discussão, né? Porém, por vezes essa discussão ela precisa, né? De alguém que faça um contraponto para que AAA os comentários não fiquem então acalorados AA ponto de virar uma agressão, entendeu? Então eu acho que ao mesmo tempo que é saudável essa discussão. Porque a gente termina aprendendo, né? Novas visões, aprendendo novas coisas. Pessoas de é diferentes pensamentos. Ela também, às vezes pode ser perigosa no sentido de é dos comentários saírem, né? Do controle e virarem agressões, né?

00:20:00 Pesquisadora

Certo, já presenciei algumas brigas dessas em sua comunidade no What´s App (risos). Professor, em sua opinião, quais são os elementos chave para manter a motivação e o envolvimento dos membros em comunidade de aprendizagem online ao longo do?

00:20:16 Professor F

Certo, então eu acho que é a frequência, né, nas discussões, atualizações, né, desses ambientes ela é fundamental, né? É a inserção de conteúdos é que possam ser considerados de grande relevância para esse público, né? Isso também colabora muito para a manutenção, né? Eu acho que a oxigenação do grupo com novos membros de tempos em tempos, também é algo interessante.

00:20:46 Pesquisadora

AA promoção de atividades síncronas do tipo é bate papos Lives. É isso tudo também, né? De certa forma, reanima, né? E faz com que as pessoas se mantenham, né? Mais coesas quer ver? Perceba que alguns grupos, né, quando não há nenhuma postagem, nenhuma pergunta, nem eles terminam morrendo, as pessoas começam a sair e vai diminuindo até desaparecer, né? Então.

00:21:14 Professor F

Então, OOO, grande sucesso da rede é de fato alimentação, né? De informação, conteúdo, pessoas, para que aquela comunidade possa se manter viva, porque sem a discussão, sem a

atualização, as pessoas, elas vão procurar outros espaços, SAC, que de fato elas possam encontrar tudo isso.

00:21:32 Pesquisadora

Sim, professor, só tem uma formação Internacional em em outro país, né? E aí eu queria saber se o senhor já observou, né? Se existem diferenças significativas na construção e manutenção de comunidade de aprendizagem online em relação aos contextos nacional, se o senhor já parou para pensar?

00:21:52 Professor F

Olha o que que eu observo. Por exemplo, fazendo um paralelo entre Brasil e Portugal, eu vejo que algumas redes aqui elas terminam fazendo bem mais sucesso do que em Portugal, né? Então vamos pegar como exemplo aí o antigo Twitter, que agora é o X, né? É tem uma comunidade de usuários no Brasil muito forte, muito grande e que em Portugal não faz tanto sucesso. Não é WhatsApp uma ferramenta no Brasil? É altamente é, como tu poderia dizer, utilizada com muitos grupos, muitas interações. Eu participo de vários grupos no Brasil, mas em Portugal eu não participava de nenhum grupo no WhatsApp e é uma ferramenta que. Pouquíssimas pessoas usam. Às vezes, você manda uma mensagem para um português no WhatsApp, ele é capaz de responder no dia seguinte, entendeu? Então não é de fato uma ferramenta muito usual. Então acho que é, é, é, existem ferramentas, é, é mais usadas em determinados países que outros, né? E eu vejo que lá eu eu presenciava muitas redes assíncronas, não é em que as pessoas postavam, aí aos poucos IA havendo comentários, não é? E aqui as pessoas gostam muito dessas redes que realmente. Têm uma frequência de comentários de conteúdo diretos de maneira mais síncrona, né? Então eu noto aí um pouco essas diferenças. E lá também noto que as pessoas são assim, às vezes mais polidas, e é quando fazem um comentário é mais extenso, né? E aqui a mais frequência e às vezes os comentários são mais curtos e mais diretos, né? O que as pessoas querem é falar ou expressar sua opinião, seu pensamento, então, basicamente nas preferências das redes. No quantitativo, né? De conteúdos que são postados e nessa relação ser síncrono e a síndrome, né?

00:23:53 Pesquisadora

Qual é a importância da personalização e da adaptação de conteúdos digitais para atender as necessidades específicas dos membros das suas comunidades educacionais?

00:24:04 Professora F

Olha, faz, é, é todo sentido. Afinal de contas, se eu tiver ali na no meu, é público alguém que seja cego ou que seja surdo, então esse conteúdo ele precisa, né? De de uma adaptação, né? Então, se eu tiver, por exemplo, alguns usários em uma rede que sejam cegos, eu tenho que

valorizar muito conteúdos em áudio ou então fazer áudiodescrição de matéria Gás já? Se tiver, por exemplo, alunos surdos e que precisem ali de uma interpretação, então necessário fazer algum tipo de adaptação para que eles possam, né? Se sentir inseridos, né? Mas quando a gente fala em inclusão, né, não somente é. Esses aspectos, eles é, devem ser levados em consideração, mas outros também, né? Em em função. É de outras dificuldades que também podem surgir. Não é como a questão da da dificuldade de atenção, né? Então essas pessoas, elas por vezes elas não gostam de conteúdos muito extensos, então, de fato, ele precisa ser mais é é conciso para conseguir atender e captar a atenção desse público. Então acho que a gente precisa sempre se preocupar com esse aspecto, né? De maneira a incluir todos no processo, caso contrário. Alguns, de fato, eles não se sentirem excluídos devido às nossas atitudes. Não é enquanto moderadores dessa comunidade. Sim. O senhor observa ou o senhor mensura o grau de participação ou de colaboração entre os membros das suas comunidades, né? Se eles fazem comentários, se eles comentam entre eles, respondem entre eles. O senhor observa isso? Observo bastante, então, quando é surge um tema polêmico, é, num dia assim é capaz de ter mais de 500 mensagens ali trocadas, por exemplo, no WhatsApp, né? E também quando é, você disponibiliza algum vídeo no YouTube que seja polêmico? Também há muitos comentários e desperta muita curiosidade. Então é eu. Eu recentemente publiquei um vídeo sobre o fim do qualis e assim, pouco tempo, né? Teve assim mais de 400 visualizações. Então, por ser um tema que somos todos preocupados, já que a maioria do nosso público que é, é, é, frequenta esses essas redes, esses grupos estão na academia, né? Eles querem saber o que devem fazer a partir de agora, né? Como que vão proceder a partir desse momento em relação a esse aspecto? Então, temas de interesse, eles sempre despertam mais curiosidade, proporcionam mais comentários, mais discussões, né? Então, por aí.

00:26:55 Pesquisadora – Parte 3

Certo, agora a gente vai para a terceira parte penúltima, que a gente fala sobre as literacias digitais e a influência pessoal como ELO fortificador da comunidade, certo, professor? Como você se vê no ambiente digital, um líder educacional, um criador de conteúdo, um influenciador educacional. Me conta aí, como que o senhor se observa nesse cenário?

00:27:19 Professor F

Olha, eu me observo como criador de conteúdo, porém, assim eu é, não tenho grandes habilidades com relação a design, com relação à edição, eu faço o que eu consigo, né? Então eu não fiz um curso de design, eu não fiz um curso de edição de vídeos. Todo o conhecimento que eu sei relacionado à canva, à edição de vídeos, essas coisas todas eu aprendi por conta própria. Eu entrei no YouTube, eu assisti vídeos, eu baixei as ferramentas, eu fui aprendendo

e fazendo, e eu me considero um eterno aprendente. Hoje eu descubro uma coisa nova. Sobre o como editar uma imagem, como editar o vídeo, como fazer, né? Por exemplo, um comentário lá para para fazer essa postagem, né? Então são coisas que de fato é, nós estamos sempre aprendendo mais, né? É influenciador? Eu noto que sim, muitas pessoas, elas querem. É é ser como eu sou ou fazer como eu faço. Então eu tenho cada vez mais preocupação em relação a isso, porque às vezes, só pelo fato de você dizer que determinado livro é bom, as pessoas, elas compram, certo? Então, recentemente eu fiz uma formação online e eu sou associado da Amazon, e aí eu coloquei lá uns links, mais ou menos uns 10 links de vídeo. Ou perdão, links de livros? E aí assim, só por fazer esses anúncios, né? Em 2 meses, eu tive mais de 300 reais de retorno financeiro pela indicação dos materiais, né? Então eu digo, olha que cuidado que nós devemos ter, né? Em indicar coisas que realmente nós é, é, é conhecemos, porque de fato as pessoas, elas é seguem aquilo que você diz, aquilo que você dita como uma tendência, elas terminam seguindo, né? Então é uma grande responsabilidade que você deve ter. Pois você termina sendo um exemplo para outras pessoas. Até a forma como você fala, como você organiza involuntariamente, isso pode também ser um exemplo. Às vezes eu acho que eu não estou influenciando em nada, mas só pelo fato de eu de eu ter chegado cedo ou de eu ter aquele cuidado em fazer um design legal. Nos slides, a pessoa diz, olha, eu também quero fazer igual, eu também quero ser assim. Então, coisas involuntárias também, elas terminam sendo exemplos para outras pessoas seguirem.

00:29:58 Pesquisadora

Professor, na sua visão, de que maneira a influência digital pode ser usada para superar a Barreiras geográficas e promover a colaboração em comunidades educacionais globais? Porque a sua temática, né? Ela é global, então, como o senhor, já que não é só da as pessoas do estado, tem outras pessoas, outros estados, talvez de outros países também.

00:30:20 Professor F

Com certeza, então é a tua presença nas redes quando ela é forte. É, ela termina extrapolando Barreiras. Então, quando eu, por exemplo, faço é um evento online que por vezes ele é presencial, por vezes ele é híbrido, por vezes ele é online, eu percebo a participação de pessoas muito distantes. Então é, eu estou aqui no Maranhão, que é no nordeste, então tem forte presença, né? De pessoas? É do sudeste, do sul. Pessoas de outros países, como Portugal, Espanha, esse ano, né? Eu tive participantes até do Canadá, então pessoas que estão a fazendo mestrado, doutorado e descobriram o evento por meio de compartilhamento. Ou seja, você coloca um card no nas redes sociais e as pessoas compartilham, compartilham o próprio evento. Tem o seu Instagram que tem mais acho que 400 Seguidores, então, assim, essas pessoas

replicam nas suas redes e terminam fazendo com que aquele aquela informação ela seja ventilada por muitos espaços. E atraia, né? Muitas, muitos seguidores. E aí assim é, mas só isso não garante, né? Então, de fato, é quem compartilha faz toda a diferença. Então, se a pessoas influentes compartilham aquela informação, ela isso termina sendo um ponto. Decisivo para que eu tenha também mais participantes naqueles ambientes que são compartilhados por esses pontos influentes, entendeu?

00:32:03 Pesquisadora

Quais literacias digitais você considera como fundamentais para um professor, um cientista que almeja ingressar em redes sociais educacionais online, sejam elas formais ou formais, informais? Aí a gente tem as literacias socioemocionais, as literacias hipermídeas, né? Então, quais o senhor considera?

00:32:25 Professor F

É importante essa coisa da inteligência emocional, né? Afinal de contas, é muitas pessoas. Elas entram na nas nas redes como uma espécie de hater para te atacar, então você precisa ter um equilíbrio para responder com a educação, porque com a educação você consegue romper essa Barreira do hater, né? Ele termina desistindo porque o hater está procurando alguém para brigar. E se você entra, né, com outro perfil, você termina desarmando aquela pessoa, né? Com relação às literacias digitais ou hipermídias, é muito interessante e importante que você saiba, por exemplo, como gravar vídeo. Os a que você tem a noção de que aquele vídeo para educação ele não pode ser muito extenso e que você hoje, né? Para que você possa atingir o seu público, você também tem que ter alguns conhecimentos, né? De comunicação, de marketing, para fazer com que aquele aquele aluno, né, aquele usuário, ele fidelize, ou seja, volte e continue assistindo o teu material.

É importante que você invista, né? Também em equipamentos de qualidade, para que a imagem fique boa, o som fique bom e que você também não tenha vergonha. Então, a vergonha ela precisa ser superada, afinal de contas, cada vez mais nós teremos professores digitais, que faremos é gravações de vídeo aulas, gravações de podcasts. Então isso não vai ser uma coisa extraordinária, vai ser uma coisa natural. Então, de fato, você precisa se habituar com esse novo. É cenário, não é estando preparado para esses desafios de modo com que você possa gravar vídeos, podcasts cada vez melhores para atrair, né? E atingir o seu público, ou seja, levar o seu conteúdo é para além das Fronteiras.

00:34:13 Pesquisadora

Não basta mais ser só professor.

00:34:16 Professor F

Tem que ser comunicador, professor.

00:34:19 Pesquisadora

Professor, você falou em desafios agora há pouco. Quais são os desafios relacionados a essa influência digital na formação de comunidades educacionais online? Como que eles podem ser amenizados? Desafios, éticos.

00:34:33 Professor F

Desafios deixa eu ver? Bom, é por vezes, né? Assim como é na academia, é é solicitado aí uma produção às vezes exacerbada, e as pessoas terminam, por vezes fazendo, cometendo algum tipo de plágio pra atender essa demanda. Isso também pode acontecer no mundo educacional? Na medida em que as pessoas podem, é simplesmente usar a inteligência artificial para criar conteúdos para as suas redes. Não é. E é disponibilizar material não confiável, já que um chá de Tietê da vida, ele vai criar sempre o conteúdo muito raso e que não vai colaborar tanto para a formação dos alunos. E isso pode ser muito perigoso, já que as pessoas que seguem, que acompanham aquele canal, aquela rede, elas te têm, né? Como uma referência, então, se você. Né? Está disponibilizando aquilo para elas. Aquilo é uma verdade, aquela verdade pode ser uma mentira, pode ser um conteúdo copiado, pode ser um conteúdo criado por inteligência artificial e, consequentemente, isso não vai ser positivo para a formação dos indivíduos daquela comunidade, né? Então, acho que esse aí também é é um ponto, né? A concorrência, né? Entre pessoas que às vezes não é, não são. Muito que como que eu poderia dizer é, elas não são. Elas não têm aquela formação adequada, mas elas têm uma capacidade, né, de comunicação que termina atraindo e levando as pessoas para aquele canal, sendo que aquele canal, se você for analisar fundo, ele não traz, né, informações científicas, ele não traz informações confiáveis, mas a forma como a pessoa utiliza ou as ferramentas de marketing. E terminam atraindo mais seguidores para aqueles segmentos, sendo que aquele segmento não é o mais correto se você for analisar, né, numa perspectiva aí, né? É científica.

00:36:42 Pesquisadora

E só pegando ainda nesse mesmo motivo gancho é quais são os pontos positivos e os pontos negativos, né? Ao se desenvolver uma rede, uma comunidade educacional online.

00:36:53 Professor F

Perfeito, então, os pontos positivos, a questão do alcance, ou seja, você pode levar o seu conhecimento a ambientes muito distantes, ou seja, que você é é, jamais teria condições de é ingressar. Então eu estava vendo recentemente os acessos aqui do meu canal, e tem acessos até da Índia. Eu digo, olha, eu nunca fui na Índia e nem e nem tenho pretensões de ir. Então o conteúdo está chegando lá. Consequentemente devem ter brasileiros ou alguém, né lá que fala

português, que está acessando porque eu não tenho nenhum vídeo em inglês, então, de fato, devem ser brasileiros. Que estão por lá. Então é essa questão da inserção, AA possibilidade das pessoas assistirem e aprenderem com você. É, é 24 horas por dia, 365 dias do ano, né? Então, o conteúdo, ele está sempre ali disponível para as pessoas. Eu acho que isso é uma grande é. É vantagem, né? Permitir com que as pessoas que não tenham acesso, por exemplo, a bibliotecas digitais, a livros físicos, elas possam ter acesso a um conteúdo né, que você prepara e é de qualidade para elas, né? É uma ferramenta que às vezes eu também considero inclusiva, né? Imagina uma pessoa que seja cega, ela pode estar ali num deslocamento, ela está ouvindo o teu conteúdo e está tendo acesso ao teu material. Ou então, se for uma rede em que você tem material textual e ela tem uma ferramenta de. São, ela pode estar ali também acompanhando o material que você está disponibilizando. Então essa partilha de conhecimentos, eu? É, é um grande ponto, né? E que é interessante, tá? Com relação às desvantagens, é que por vezes, né? Nós temos que conciliar a nossa função de educador com a nossa. Noção de criador de conteúdo que toma muito tempo, né? E que é. É esse tempo. Se você for analisar, ele é mais é de uma vontade, é uma. Como poderia dizer? É mais uma, um amor, uma paixão que você tem em disponibilizar do que um retorno financeiro. Porque se você for ver. A grande maioria dos canais é de professores. Eles não têm um retorno financeiro elevadíssimo, já que para que você consiga, por exemplo, monetizar uma rede social, você precisa de muitas horas de visualização. E isso não é fácil. No contexto educacional, é mais fácil as pessoas ficarem 1 hora ouvindo piadas do que ficarem 1 hora assistindo uma aula online, então esse é um grande desafio, né? De você ter que conciliar, né? Essa essa questão do tempo, já que dá trabalho de você gravar, editar, disponibilizar, criar card. Ou seja, é muito trabalho até que o conteúdo chegue até a pessoa e com e você precisa, né? Dividir isso com as suas funções laborais, presenciais, com a sua família, com o resto das outras atividades que você tem. Por vezes você também vai precisar fazer um investimento em equipamentos, não é computadores, para que esses vídeos possam ser rodados, é câmeras, tripés e uma série de outros equipamentos e que às vezes o educador não tem. Ele tem toda aquela expertise, tem todo aquele preparo, mas ele não tem como veicular o seu conteúdo também vejo isso como é um desafio aí para o professor, né? E a própria falta de conhecimento sobre como manusear as ferramentas. Tem gente que, poxa, eu queria. É um vídeo, mas eu não sei nem como fazer, né? Então a falta de conhecimento também pode ser uma Barreira, um fator que dificulta.

00:40:34 Pesquisadora – Parte 4

Certo, agora a gente vai para a parte final, que é o mercado educacional. O Professor, na sua visão, a construção de comunidades de aprendizagem online aprendizado online tem relação direta com o mercado educacional online?

00:40:54 Professor F

Olha, é meio a meio, né? Tem pessoas que criam, né, as suas comunidades, né? Com o intuito apenas de divulgar a sua informação, né? De de ser um repositório de materiais para é que outra? Possam acessar e aprender mais. E tem outras pessoas que já criam, né? As suas redes com essa visão, né? Então eu vou criar isso aqui como uma opção de trabalho, né? Pra que futuramente eu possa ter muitas visualizações, muitas. É, é. É muitas curtidas e, consequentemente converter aquilo em negócios, ou seja, editoras que vão pagar para divulgar livros, é em que? Empresas que depois vão me chamar para ministrar cursos a partir de ter me conhecido, né? Nas redes sociais, inclusive algumas pessoas que eu vejo, por exemplo, tem um professor que está fazendo muito sucesso agora chamado Daniel cortis, né? Então ele paga impulsionamentos, né? Para o seu Instagram, de modo com que as pessoas vejam ele falando sobre determinado tema que está em voga, que é a inteligência artificial, e com e com isso convidem ele para palestras ele tem feito, né? Muitas palestras é no Brasil e fora do Brasil e com preços bem elevados, o que está se convertendo em um recurso financeiro bem interessante para ele. Não estou aqui no em momento algum questionando a competência dele. O tempo que eu acho ele muito competente, ele tem, inclusive doutorado, é professor na PUC de São Paulo e tem um conteúdo de qualidade e ele está usando, né? As redes sociais para impulsionar o que ele sabe fazer bom para levar adiante as informações. Então ele está sendo esperto e ao mesmo tempo vendendo um conteúdo de qualidade, né? Coisa que às vezes algumas pessoas não fazem, mas não é o caso dele. Ele está fazendo uma coisa positiva, entendeu?

00:42:54 Pesquisadora

Na sua visão, quais são os fatores essenciais para que um professor possa ter uma carreira estável e gratificante lecionando exclusivamente em ambiente digitais. Eu sei que esse não é essa não é a sua realidade.

00:43:06 Professor F

E isso, olha, a primeira coisa que eu acho que a pessoa precisa é é ter para fazer sucesso nessa área. É gostar do que faz, né? Então, a pessoa precisa amar, dar aulas, passar conteúdo, ajudar outras pessoas. Eu acho que esse é um fator importante. Outro fator importante seria se eu quisesse, por exemplo, viver só disso, eu iria fazer cursos de formação, cursos de oratória, cursos de marketing digital, cursos de gravação e edição de vídeos. anão ser que eu contratasse

um assessor de comunicação, uma equipe para é se dedicar a essa parte para que eu pudesse só gravar os vídeos e as pessoas ficassem responsáveis por essa parte de edição, divulgação, impulsionamento, não é? Então é, é, seria. Eu teria que fazer um investimento nessa área, assim como qualquer empresa, para que futuramente Eu pudesse, né? É ter.Né? Então eu vejo, é algumas empresas assim nesse sentido. Não é, é. Tem um instituto chamado instituto Casagrande que o é, inclusive, já já fui convidado para ministrar palestras lá para eles. Então eles começaram como um canal, né? É pequeno no YouTube, e aí eles começaram a oferecer é cursos gratuitos com certificado. Então isso é começou a atrair um público muito grande, porque. Nós temos um conjunto muito grande de pessoas que hoje precisam desses cursos, quer seja por uma progressão, quer seja né, para impulsionamento de carreira. E assim ele aumentou tanto os seguidores é dele que o canal rapidamente é, é, é monetizou. E hoje ele é um canal educativo. Então, qualquer hora que você entra no YouTube nesse canal do Casagrande, instituto Casagrande, está passando algum tipo de programação, é uma entrevista, é uma palestra, é alguma coisa educativa para. Né? Esse esse segmento educacional e tem atraído grande público. Então eu acho que é necessário de fato, 11 investimento para que você possa ter um retorno mais positivo. Porque hoje em dia é nós temos uma concorrência muito grande. Então se tem um canal que ali tem animação, que tem informação digital e tal, as pessoas preferem ir para esse canal. Canal do que aquele outro que não tem muita animação e que às vezes o conteúdo, ele é muito parado, muito denso, né? Então isso influencia bastante, né? Sim.

00:45:48 Pesquisadora

Pessoa só utiliza alguma estratégia de marketing digital para ampliar o alcance e a adesão da sua comunidade. Por exemplo, Tráfego pago paga para alguma coisa circular.

00:46:00 Professor F

Como eu não vivo apenas, né, desse dessa questão do mundo digital, eu não tenho assim grandes conhecimentos sobre esses aspectos, né? Mas eu utilizo algumas estratégias que eu poderia até dizer assim que são básicas, né? Do tipo fazer a postagem de um card nos stories ou no feed do Instagram no Facebook, a colocam em alguns grupos de WhatsApp que vai ter uma palestra ou uma aula ou algo, né? Algum vídeo novo que saiu no canal? Então eu faço esse tipo de divulgação assim, mais básica, mas nada de impulsionamento. Ou é coisas que, né? Demandem aí um conhecimento mais aprofundado sobre marketing digital. Até gostaria de conhecer mais, mas eu não conheço e por enquanto ainda não faço. Quem sabe no futuro?

00:46:54 Pesquisadora

Professor, o senhor considera que houve um aumento da procura por educação em ambiente online, seja formal, não formal ou informal nos últimos anos?

00:47:03 Professor F

Com certeza. Eu acho que a pandemia foi aí um divisor de águas, né? Na medida em que as pessoas ficaram só em casa. É assistindo televisão, assistindo canais de streaming e incluindo aí as comunidades, né? Vi Atuais é terminou atraindo um público muito grande que às vezes nunca nem tinha acessado a nenhuma comunidade. É virtual e teve acesso por meio aí. É da internet, do computador, do celular a esse mundo e que hoje continua utilizando, né? Dessas redes e isso tudo foi uma grande mais valia para para essas pessoas, na medida em que elas puderam aí aprender mais, interagir com outras pessoas, conhecer outras pessoas, se aproximar desse mundo e também influenciar também pessoas...Umas terminaram se tornando criadoras de conteúdo, né, e disponibilizando seu material online a partir do exemplo de outras pessoas que os influenciaram, né? EEA partir disso eles transformaram, se reinventaram, né? Criaram outros nichos para sua carreira a partir dessa veiculação de materiais online e participação é na rede.

00:48:21 Pesquisadora

Tu considera esse um novo modelo de negócio educacional?

00:48:24 Professor F

Com certeza, inclusive é. Existem hoje cursos tanto de pós graduação quanto de graduação. É no modelo híbrido em que é, os alunos podem fazer é tudo remoto ou é parte remoto, parte presencial, né? É, então, de facto, cresceu muito esse segmento da presença da rede.

00:48:51 Pesquisadora

Só uma pergunta que sim, acho que eu passei batido. O senhor considera que essas essa rede ou essa comunidade? O senhor não considera como uma grande comunidade...Essa comunidade da qual o senhor lidera, ela lida, é atributos para ampliar o seu capital social? E para outras coisas, por exemplo, e palestras, ou sou sou associa se ao ser professor.

00:48:54 Professor F

Considero, sim. Com certeza, porque na medida em que eu disponibilizo, né, materiais lá é. Muitas pessoas curtem e terminam também compartilhando esse material nas suas redes próprias, né? O que favorece 11 maior agregamento de outros possíveis seguidores, né? E possíveis participantes ali daquela rede, né? Então é, é, é sempre algo impulsiona, né? Algo que é colocado na rede Funciona é a informação para vinda de outros usuários e seguidores, né? Pessoas interessadas? A rede colabora muito na medida em que você, por exemplo, toda vez que você coloca que participou ali de uma de uma banca as pessoas dizem, olha, não vou pensar o professor João para participar da minha banca também. Aí você coloca que está dando

palestra. Olha, eu estou precisando de alguém para ministrar a palestra dele. Vou chamar fulano, né? Então, quando você faz essa divulgação, você termina atraindo, né? É novos serviços, né? Quer seja é de palestras, quer seja de consultoria, quer seja de participação em bancas. Eu acho que agrega.A presença na rede, algo profissional hoje, né? Eu para mim eu considero fundamental. Então eu é, podem falar, alguns professores podem criticar, mas para mim é uma grande ferramenta de trabalho que de fato ajuda e impulsiona muito para novos negócios hoje.

00:50:49 Pesquisadora

Muito obrigada pela entrevista.

APÊNDICE IV – TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA 4 – PROFESSOR E

ENTREVISTA 4 – PROFESSOR E
GÊNER: MASCULINO
IDADE: 50 ANOS
NACIONALIDADE: PORTUGUESA
FORMAÇÃO ACADÊMICA: LICENCIATURA E DOUTORADO EM MATEMÁTICA
DATA DA ENTREVISTA: 5/12/2024

00:00:34 Pesquisadora

Então, vamos lá, professor, essa entrevista faz parte da minha tese, meu orientador é o professor doutor Vitor Duarte Teodoro. Nossa entrevista é semiestruturada. Ela tem 4 partes que foram analisadas previamente, né? Com base em tudo o que já foi observado. A primeira parte é diálogos iniciais para entender um pouquinho da sua trajetória. Posteriormente, construção de comunidades educacionais online parte 3 literacias e influências pessoal como elo fortificador da comunidade. E o 4.º é o mercado online, que é bem mais curtinho, porque não é tanto o nosso objetivo. Então vamos lá, e eu sou Walline Alves Guimarães. Doutoranda em educação pela universidade lusófona Portugal e sou brasileira, professor. Qual é a sua cidade e o seu país de origem?

00:01:31 Professor E

Originalmente não sou de Lisboa, sou de uma pequena Vila chamada Caldas da Rainha, que fica um pouco mais o norte de Lisboa. Há cerca cerca de 100 km, mas sou português da mesma forma.

00:01:44 Pesquisadora

Certo? Só lembrando também que na tese, claramente por questões éticas, o seu nome não vai ser revelado. O senhor será o "Professor E". Qual o seu gênero e idade?

00:01:52 Professor E

Okay, okay. Eu sou homem, tenho 50 anos.

00:02:04 Pesquisadora

Sua formação acadêmica...

00:02:08 Professor E

Eu sou a originalmente sou formado em matemática, matemática pura. Fiz todo toda a minha carreira na matemática, por mestrado, doutoramento, depois passei a me especializar em (...inaudível) Educação Diferenciais e o sistemas dinâmicos. E essa a minha formação base.

00:02:37 Pesquisadora

Certo? O senhor já lecionou em algum nível de educação? Qual? Quais níveis? Se foi só no superior...

00:02:46 Professor E

Eu essencialmente só lecionei o nível superior, embora tenha algum contacto com com o secundário através de espetáculos e esse tipo de (...) às vezes, workshops com secundário. Vocês chamam ensino médio e o único contacto que eu tenho com esses níveis de ensino. Normalmente ensino os cursos de engenharia e é isso, essencialmente. Já ensinei um ou outro curso para alunos de matemática, também para os mestrados, mas essencialmente são alunos sobre estudos. Roberto, a maior parte dos outros meus, os meus chamados.

00:03:35 Pesquisadora

Certo, professor, quando surgiu o interesse em utilizar, né? As redes sociais, em mídias sociais digitais, na sua prática educativa, nos um pouco, né? Como como surgiu e como isso também se concretiza, esse reverbera na sua prática docente, na sua prática?

00:03:55 Professor E

Está a falar especificamente das redes sociais ou também dos média?

00:04:01 Pesquisadora

Exatamente, televisão, mídias sociais.

00:04:05 Pesquisadora

Basicamente eu comecei a fazer cada vez mais comunicação de massas a partir de certo ponto, porque comecei por fazer pequenas palestras, assim mais apelativas para alunos de secundário. E depois, a pouco e pouco, foi alargando essa atividade e sempre gostei muito de falar para esse tipo de público geral. Para mim, o grande desafio na matemática é conseguir traduzir a matemática de forma simples e de forma apelativa, principalmente entusiasmante para qualquer público, para o público em particular de adolescentes, que é aquele público que eu tenho maior quantidade, porque é o público que muitas vezes está nas escolas. E, as pessoas, as escolas procuram-me para lhes mostrar esse tipo de conteúdo. Depois, a pouco e pouco, comecei a fazer mais entrevistas, uma outra em meios de comunicação social. E depois, nessa altura, comecei a fazer o XXXXXX, o programa de matemática. Eu acho que há 12 anos que nós estamos mais ou menos no ar, mas não foi interrupto, ou seja, tivemos várias interrupções. Pelo meio de interrupções de tal de vários anos. Ou seja, nós fizemos neste momento... Vamos

para a 14ª temporada e vamos começar a produzir daqui por algum tempo. Mas tivemos alguns intervalos pelo meio e depois associado a isso. É um pouco inevitável começar a entrar nas redes sociais porque recentemente acabamos por perceber que é uma dimensão...A televisão cada vez está a perder mais, mais público que as redes sociais cada vez estão a ganhar mais. E nós tentamos um pouco trabalhar as redes sociais, mas é só um pouco. A verdade é que essa é uma das coisas que eu queria fazer no futuro. Era dedicar me mais intensamente às redes sociais. Que que que não nos temos dedicado assim tanto. Nós essencialmente produzimos conteúdo para televisão, que depois tem uma segunda vida nas redes sociais. E não é direcionado e feito especificamente para as redes. Mas é isso. A partir de certo momento, temos que avaliar onde estava o público e que precisávamos criar toda uma máquina para, em paralelo com o nosso programa de televisão, para, por um lado, promover...Acrescentar valor, por outro lado, ampliar o público que nós já temos nas na televisão. É um público que eu acho muito diferente. O que se passa é que na televisão nós temos o público que é um público que eu costumo dizer que é um público um pouco inesperado no sentido em que são pessoas que vendo televisão e como o nosso programa é muito curto, as pessoas acabam por ver o programa no seguimento de outras coisas que estão a ver e principalmente porque o programa é muito passado num canal de notícias, que é a XXX notícias. Portanto, ele passa, por 10 minutos. E passa muitas vezes em não sei...É um tipo de canal útil. Muitas vezes está aberto em contínuo, no ginásio ou numa sala de espera do médico e, portanto, as pessoas veem o meu conteúdo, muitas vezes, por acaso, isso é isso é muito desafiante porque é um tipo de público que não escolhe propriamente ver este tipo de conteúdos. É um público muito diferente do público das redes sociais ou de um público, por exemplo, de um livro que, no momento, estou a escrever um livro.E, já sei que quem comprar aquele livro são naturalmente pessoas que já conhecem, que gostam do parte meu trabalho ou que eventualmente acham apelativo o tema do livro. E enquanto que na televisão nós apanhamos pessoas que não estão toda à querer ver, principalmente ciência apresentada na televisão, e isso, e isso é o que torna tudo muito diferente das redes sociais da televisão em si.

00:08:28 Pesquisadora

Em que medida sua presença, tanto nos média, nos meios de comunicação de massa, quanto no digital, tem o objetivo de influenciar outras pessoas?

00:08:43 Professor E

É assim, eu acho que não posso chamar influência no sentido em que no sentido em que há medidas. Não estou a vender roupas ou não estou a promover roupas ou ou marcas de carros ou qualquer coisa. Mas, no final, trata se de influenciar pessoas que nós queremos é mudar um

certo...Uma certa forma de ver a ciência, seja porque queremos contribuir com algo a mais para o conhecimento dessa pessoa, seja porque gostamos mesmo. No caso do programa de massas, eu acho que é trata-se um pouco de mudar a percepção de que as pessoas têm da matemática e, portanto, desse ponto de vista, estamos a ser influencers ou seja, aliás, Há uns anos me foi atribuído o título de um dos 100 portugueses mais influentes. Foi em 2000 e qualquer coisa. Portanto, essa é a prova que, de facto, estamos a influenciar pessoas. Na prática, nós temos pessoas, fundações que nos que nos financiam e essas fundações estão a financiar por alguma razão. Ela estão a nos a financiar porque nós estamos a influenciar. Eles sabem que eles estão a investir dinheiro para mudar uma certa percepção das pessoas em relação à matemática. Por quê? Porque acreditam que isso é bom para a sociedade, as pessoas valorizarem mais a ciência, beberem a ciência como entenderem melhor o que é, que é o espírito de ser cientista por oposição a outros tipos de conhecimento e de intuição. Não é E, no fundo, eles pagam nos para isso, para mudarmos mentalidade e para, na prática, influenciarmos pessoas. Isto de forma ainda um pouco mais dentro e depois ainda mais indireta, que não é não, não é expressivo. No meu caso será seguramente outros especialistas em comunicação que se talvez vá contactar, isso acontece mais no Brasil, no sentido em que depois, sei lá, o programa, além de ser financiado por estas fundações. Também é financiado muitas vezes por marcas que fornecem um carro ou fornecem um carro para nós utilizarmos no nosso, no nosso trabalho, e isso e isso acaba por ser, na prática, eles fornecem o carro isto e em contrapartida mostramos o carro. Sem ser muito explícito que estamos a vender aquele carro, mas a verdade é que o carro foi posto ali e, porque alguém achou conveniente por aquele carro naquele sítio .E. Portanto, de certa forma, em não tão grande escala, também acabamos por estar atender marcas. Não tanto estava eu a dizer não influencers ou outros comunicadores de ciência que têm públicos muito mais alargados ao que se tem aqui em Portugal. Nós, pois é, da ordem, das centenas de milhares de pessoas que nos veem enquanto que no Brasil, um alguém que esteja, sei lá, alguém que esteja, por exemplo, no canal ciência todo o dia tem milhões de interações cada post e, portanto, essas pessoas têm o poder de negociá-lo com marcas e muito maior, portanto, a possibilidade que seguramente que vão fazer. Eu vim, foi mais disso, não é? Nós vivemos bem no sentido em que somos financiados essencialmente fundações e não tanto por marcas.

00:12:46 Pesquisadora – Parte 2

Entendi, professor, agora pensando no público que vocês estão construindo na internet. Como o senhor disse, vocês ainda estão trabalhando neles... Eu sei que tem o seu canal também, mas, o fruto aqui da nossa observação foi o canal do XXXXX. Pensando nesse público do

digital (...) Consideras os seguidores como membros de uma comunidade, tanto no YouTube quanto nas redes sociais?

00:13:29 Professor E

Não sei, não sei se me se chamaria comunidade, porque na prática trata se de um grupo de pessoas que em algum momento clicou, deu like no canal YouTube ou no ou numa rede social. Em certos momentos geram discussões seja em comentários, num vídeo ou em ou em comentários no post, que nós tenhamos fizemos e geram-se pequenas discussões em torno de qualquer coisa, mas não é propriamente uma discussão talvez de comunidades. É mais uma discussão de alguém com aquilo... Não se trata de comunidade, não existe, de facto, o conceito de comunidade. Neste caso, é simplesmente um grupo que tem um gosto em comum gostam de deste tipo de conteúdos. E, portanto, seguem esse tipo de conteúdos. Só isso, sim.

00:14:23 Pesquisadora

E na sua experiência em ambiente online, e aqui o senhor pode abrir também para a sua própria conta na rede social, Instagram, enfim, outras mídias também. Quais estratégias educacionais têm se mostrado mais eficazes para fomentar uma colaboração, uma interação entre os participantes desse grupo eu o senhor participa, voltado para a matemática.

00:14:46 Professor E

Eu acho que basicamente, no meu caso, o que eu tento fazer é criar conteúdo ao qual as pessoas não fiquem indiferentes, ou seja, que surpreende, que choca um bocadinho, talvez. Eu, por exemplo, utilizo, no meu caso particular, muitos esquetes humorísticos, às vezes me visto de personagens e coisas, e isso choca um bocadinho as pessoas. E eu acho que eu acho que é bom no sentido. No fundo, no fundo, o que nós lutamos é contra a indiferença, não é ? Nós queremos que as pessoas nos vejam, queremos chamar a atenção do nosso público. E, basicamente as nossas técnicas são utilizar seja, seja através da forma como eu estou vestido ou do sítio onde eu estou. Há sempre uma certa provocação no espectador. Ou seja, ele vai olhar e vai pensar, mas porque é que ele está dentro de um comboio ou porque é que porque é que de repente ele vai andar de bicicleta por meio de não sei o quê? Ou porque é que ele está a saltar exatamente no meio do Rio? E isso, é uma é uma técnica, uma técnica de comunicação, não é? Nós temos de ser saltar no meio do Rio muitas vezes...Mas, temos de provocar mais do que fazemos na nossa vida real. Eu, por exemplo, eu enquanto XXXXX cidadão não sou exatamente aquilo que sou no programa de televisão. Por quê? Porque percebi que tenho de adotar um certa personagem. Até quando se provocam as pessoas através de algum conceito matemático, algo inesperado ou algo que que deixa as pessoas curiosas ou algo deixa as pessoas baralhadas. E isso é, mais uma vez, uma forma de incentivar, basicamente, a discussão dentro

dessas redes sociais, embora cá está, este conteúdo não se usa produzir directamente para as redes e, claramente, sempre que há qualquer coisa mais polémica, no sentido de pode ser discutido em tudo isso... Claro que gera mais, mais interação, não tenho qualquer dúvida.

00:17:31 Pesquisadora

Certo, professor, é possível construir um ambiente de aprendizagem online por meio de comunicação assíncrona. E como pensar a colaboração e a comunicação nesse cenário? Então isso pode pensar também ali no YouTube, né? Por mais que o material seja produzido para TV. Mas o senhor pode pensar que isso vai reverberar ali no YouTube? Então o senhor compreende que é possível criar esse ambiente de aprendizagem online de forma síncrona?

00:18:00 Professor E

Acho que não. Ou melhor, até certo ponto, a resposta é não, o. Nós temos que perceber que vários tipos de conteúdo têm vários objetivos diferentes. E o objetivo dentro da comunicação de ciência, temos desde pessoas que têm o puro objetivo de entreter, em que há ali uma pitada de ciência. Mas, na verdade, o puro objetivo de entreter foi usado. Há como que um degradê de pessoas. Cada vez têm pessoas com mais conteúdo, um pouco mais profundo. E aí começa a apanhar pessoas que estão realmente curiosas para saber algo, para entender, algo que ainda não perceberam depois. A pouco e pouco vai se entrando em cada vez mais vídeos, cada vez mais conteúdo. Está em altas. É como se tivéssemos dois gráficos, não é? O entretenimento começa a baixar e o conteúdo começa a subir. Não é. Temos todo esse degradê de material agora. A maior parte desse material, pelo menos no a não ser que se dizer, mas já no extremo em que já não existe praticamente entretenimento, já só existe conteúdo pelo próprio conteúdo. Aí é natural que haja um processo de aprendizagem, mas eu, por exemplo, no meu caso, que eu diria que o meu conteúdo está ali a meio, digamos, entre o entretenimento e o ter conteúdo realmente. Os meus programas têm conteúdo muito duro, mas também têm muito entretenimento. E eu, por exemplo, eu não vejo o meu programa como forma de ensinar matemática a alguém. Ou seja, não vejo isto como uma ferramenta de aprendizagem. Eu vejo como uma ferramenta que pode ser um auxiliar na aprendizagem, ou seja, eu vejo como uma ferramenta que pode funcionar muito bem para inspirar as pessoas, para ajudar as pessoas a relacionar temas que estejam a estudar e que algum dia tenham visto no sistema de aprendizagem mais tradicional. Pode ajudar a um professor a exemplificar uma certa matéria pode ajudar, por exemplo, o aluno. Um grande contributo que tem estes programas é mostrar a quem está a aprender uma matéria, que aquela matéria que está a aprender tem significado para além da escola. E tem todo um mundo para além da escola, onde aquela matéria interesse a tudo isso, isso acho que ajuda no processo de ensino. Agora quando terminam esse tipo de

conteúdo, ficam sempre mais qualquer coisa, mas eu normalmente vejo isso como um como um produto, como um subproduto daquilo que é o conteúdo, essencialmente entretenimento e, principalmente, da alteração da percepção das pessoas sobre a matemática. No meu caso, que falo sobre a matemática, a aprendizagem, eu acho que é um processo mais sistemático. Mas, é necessariamente tem de te concentrar mais, tem? De super agir mais. Exige muito mais da pessoa do que uma simples visualização de um vídeo. É algo que só aprendeu qualquer coisa interessante. Eventualmente vai contar a alguém e no final se achou que o mesmo muito interessante, talvez partilhe, mas, no final, não é algo, principalmente porque é algo que será sempre um pouco superficial. Será bom para abrir horizontes. Seguramente que a pessoa aprendeu qualquer coisa, mas não é uma coisa muito estruturada sequer.

E, nesse ponto de vista... Não exatamente as coisas que eu produzo, mas é conteúdo que esteja mais direcionado nesse sentido. Atualmente nós temos no YouTube muito conteúdos que se produzem, há um canal que eu que eu acho brilhante e que gosto imenso, que é fantástico. E aí? E aí já se trata de facto de produzir conteúdo onde as pessoas estão, estão ali para aprender. Mas normalmente eu acho que esse conteúdo tem de ser tem de ser misturado depois com alguma prática mais sistemática de estudos para, no fundo, para maximizar o efeito desse conteúdo. Enquanto eu, por exemplo, não sei. Estou neste momento a ensinar em uma faculdade que tinha um curso que se chama análise complexa, que é um curso para engenheiros e curiosamente eu partilhei dois vídeos de YouTube da minha plataforma... E partilhei no meio de todo o conteúdo que eu coloquei, partilhei dois vídeos do YouTube. Vídeos que me pareceram interessantes e que são inspiradores. Mas, não é um processo de aprendizagem, não sei porque...Sempre há alguma aprendizagem, mas numa aprendizagem sistemática.

00:24:01 Pesquisadora

Sim, professor, o senhor já está aí há 12 anos nesse projeto XXXXX. Na sua opinião, quais são os elementos chaves para manter a motivação? E o envolvimento das pessoas em torno do canal?

00:24:15 Professor E

Eu acho que não tem grandes truques no sentido em que o meu conteúdo é atemporal. Ah, a ciência em geral é atemporal, não é? O treino de Pitágoras é válido ainda há 2000 anos e continua a ser válido hoje e continuará a ser válido no futuro. E seguramente muitos mais vídeos de Pitágoras se vão fazer. E o que é original talvez seja um bocadinho a forma da apresentação desses conteúdos. E isso e isso talvez tenha alguma originalidade, mas o truque de me manter isto durante muito tempo? É basicamente a ser perseverante e protegendo conteúdos e basicamente ter a sorte de ter um tipo de produtos que é bastante "vendável" entre

aspas, que que as pessoas gostam, por um lado, público gosta, por outro lado os nossos patrocinadores, quem nos financia, acreditem que seja uma coisa que tenha valor. Eu, às vezes, costumo dizer que se eu estivesse a fazer um programa de antropologia, coisas desse género, não sei se teria tanto sucesso como o meu. Eu costumo dizer a matemática é por si só, mediática. As pessoas ouvem matemática e pensam "isso deve ser é intrigante". É misterioso. Há uma certa ideia de que as pessoas quando fazem matemática, supostamente são inteligentes, não é? E esta coisa que é uma coisa, se calhar não está assim tão correta, mas talvez seja um bocadinho, não sei. E há um certo, por exemplo...Basta pensar na quantidade de filmes que já foram feitos por matemáticos ou histórias em torno da matemática. Eu falava da física também. Já foram feitos muitos, mas há muitos da matemática... A matemática, é de facto, mediática. Eu tenho alguma sorte de trabalhar nesta área, de fazer comunicação na área da matemática. Sobretudo porque tenho a atenção, tenho muita atenção do público, e, portanto, eu acho que é por isso que que é possível fazer isto durante tanto tempo. E continuar a ser bem recebido. Pelo menos essa é a minha percepção.

00:26:59 Pesquisadora – Parte 3

Maravilha, professor, a gente vai aqui para a parte 3. Eu pulei algumas perguntas porque o senhor conseguiu contemplar na sua resposta, então vamos falar agora sobre literacias digitais e a influência pessoal como elo fortificador da comunidade. Como o senhor se vê, né, nesse ambiente, tanto digital como das dos médias tradicionais? Um líder educacional, um influenciador da área da educação, um criador de conteúdos, um apresentador. Como o senhor se vê nesse cenário?

00:27:32 Pesquisador E

Eu acho que sou tudo disso. Eu sou o criador de conteúdos. É basicamente, eu acho que é um dos meus grandes, das minhas atributos é seleccionar conteúdos e seleccionar os conteúdos correctos. Não, não, não é. E, portanto, eu eu vejo me como como criador, seguramente, mas depois também me vejo como apresentador, eu acho que eu tenho a sorte, talvez de ter de ter um certo tipo de personalidade que em que eu me entusiasmo bastante, sou bastante expressivo e isso dá-me uma certa vantagem em relação aos outros criadores de conteúdo. E, portanto, isso torna-me, na verdade, um apresentador desse conteúdo. Mas a verdade é que também nunca fui muito além dessa coisa de apresentar matemática de um momento ao outro. Apresentei outras coisas, mas não assim tanto. Portanto, também não se pode ser considerado propriamente só apresentador, mas também sou influenciador, sim e influencio. E, seguramente que também estou a influenciar pessoas e, portanto, sou líder. Eu gosto muito de pensar que sou um líder, mas não sei... não sei. Acho que a minha modéstia me

obrigada a ser... Que se calhar não ficasse sem modéstia. Se calhar só um pouquinho. Claro que quando os professores vêm o meu conteúdo, eu espero que os inspire e que que repliquem essas ideias na sala de aula e tudo isso. E, portanto, esse ponto estou a liderar um certo movimento que mais ver a matemática de uma forma acho eu mais positiva e não tanto cinzenta, um bocado mais mais dinâmico. Eu acho mais centrada nas ideias, como gosto de pensar e gosto de chamar e não tão centrado em algoritmos um bocado. Às vezes eu acho que faz falta na matemática as pessoas pensarem... Os estudantes, quem gosta de matemática, pensar sobre as coisas e não ver Matemática como não sei formas de resolver equações ou qualquer coisa, acho que há sempre um monte de ideias ali por trás. A parte mais interessante da matemática? E há. E nesse desse ponto de vista, eu estou a tentar vender o meu peixe, como se diz aqui em Portugal, não é? Estou a vender a forma de ver a matemática. Estou a tentar apaixonar outras pessoas por essa forma de ver a matemática e espero que isso contagie outras pessoas e que elas depois vão mudar a sua forma também de apresentar a matemática para outros. Portanto, de certa forma, há aqui uma certa liderança...

00:30:55 Pesquisadora

Professor, na sua visão, de que maneira, então, essa influência que o senhor exerce, né? Seja no digital, com YouTube e as redes sociais, seja nos média, pode ser usada para superar barreiras geográficas e aí, quem sabe, promover a construção realmente de uma possível comunidade educacional global.

00:31:18 Professor E

E sem dúvida, sim, sem dúvida. Ou seja, os média têm esse potencial e principalmente a internet, YouTube e redes sociais por quê? Porque chegam basicamente ou quase a todo o lado. Neste momento mesmo uma pessoa vai tipo assim, tanto na África nos pôs uns poucos sítios que tive as pessoas usam smart pontos e mesmo que tenham de o buscar rede lá da do centro, da pequena aldeia ou mesmo tenho de carregar lá do que não tenho eletricidade em casa. Há uma grande quantidade de pessoas a usar smartphones já em todo o mundo, mesmo os países mais pobres. E é valorizada também muitas vezes nesses sítios, de forma que não é valorizada muitas vezes em sítios onde se têm acesso mais fácil a informação, não é, porque muitas vezes nesses sítios essa é a única forma de aceder ao conhecimento, não é? E, muitas vezes, é a única forma de se ter se criar aqui uma certa...Subir em termos sociais e de aceder a níveis de escolaridade mais alta e tudo isso...Ter uma informação mais alta e, portanto, e, não tenho qualquer dúvida assim, que é que é uma ferramenta e nós temos muitas. Não sei exatamente dizer de cor, mas uma considerável parte dos nossos seguidores são seguidores de falantes de língua portuguesa em África para além também. Nós temos isso, tem mais ou menos números.

Nós temos cerca de 2/3 dos nossos seguidores nas redes sociais são brasileiros. Eu acho que isso tem de ser posto em perspectiva, porque a dimensão de Portugal para o Brasil é isto (demonstra por expressão nas mãos o tamanho da diferença). Para isto, nós somos 10.000.000 e aí são 500?

00:33:26 Pesquisadora

É 210...

00:33:28 Professor E

210 e, portanto, a proporção é brutal. Ah, e isso quer dizer o quê? Quer dizer que embora nós tenhamos 1/3 dos nossos os seguidores sejam portugueses. E se ainda assim constitui uma maior percentagem de portugueses que vê o Brasil, nós acabamos. Embora 2/3 dos nossos seguidores sejam brasileiros, eu estou convencido que no Brasil...Não conseguimos entrar no Brasil profundo, no sentido em que, "Ah, estamos basicamente a captar pessoas muito especiais". Professores que já têm uma, já têm um certo interesse específico por este tipo de conteúdo, enquanto porque também não estamos na televisão no Brasil, não é? E isso faz com que em Portugal, muitos dos nossos seguidores foram captados na televisão, são cá estas pessoas que não tinham interesses especial em matemática. Mas embora seja matemática, gostam. Porque gostam de comentários, científicos e veem aquilo como um comentário científico. Gostam simplesmente da piada. Gostam porque acham intrigante os casos que nós trazemos. E essa pessoas? São pessoas que acabam por nos seguir. No Brasil, nós não temos esse tipo de fenómeno. Ou seja, o nosso público no Brasil é muito mais orgânico, de certa forma, porque vem através de alguém que vê qualquer coisa, o que é interessante, e depois normalmente passa outro grupo de professores. Este tipo de conteúdo, portanto, é um conteúdo mais orgânico e que chega a uma população, embora sejam 2/3 cá está, é uma população, uma franja muito mais restrita da população.

00:35:16 Pesquisadora

Certo, professor? Quais literacias digitais o senhor considera como fundamentais, né, para um professor, um cientista que almeja ingressar aí nas redes educacionais online, sejam elas formais, não formais ou informais...Então a gente tem as literacias relacionadas, é ao conhecimento, a de edições de fotografia, né, que são literacias de imagem. Temos as literacias também, sócio emocionais, porque temos que saber lidar também, né, com esse ambiente, então, entre outras comunicacionais. Então, quais o senhor acredita que sejam fundamentais, né, para um professor que quer também ingressar nesses espaços.

00:36:03 Professor E

Eh, eu vou tentar não me esquecer das várias, como me fui lembrando enquanto estava a ouvir a sua pergunta. Ah, uma das literacias que eu acho que é mais essencial para o professor ou alguém que esteja interessado em ciência, é ter uma boa capacidade de seleção de conteúdos. A internet atualmente está cheia de conteúdos. Algum bom, o outro não tão bom e algum que vem de fontes que nós podemos confiar. E é preciso ser rigoroso no YouTube...Quer produzir por sem qualquer rigor e sem uma grande falta de rigor científico e, portanto, a primeira coisa eu acho que é ser muito, ser muito criterioso. E selecionar esse material, perceber onde é que estão os vários níveis de especialização de uma certa matéria, quer dizer, desde níveis de artigos, de divulgação de até ter que se completamente científico sobre aquela matéria. Perceber onde é que encontra cada um desses tratos, perceber que é onde é que tem de ir para obter uma certa informação ou para se documentar sobre qualquer tema... É sempre uma das coisas.

00:37:37 Professor E

A segunda coisa de facto é se quiser ser assim, ter ativo nas redes sociais, e na produção de conteúdo é ser de facto quente no uso de redes sociais e também no uso de técnicas de edição de vídeo. Que é tudo isso. A verdade é que nós hoje nós estamos num mundo competitivo. E o nosso mundo em geral é muito competitivo e as redes sociais ainda são mais. Por quê? Porque as redes sociais são competição pura. Pensemos, por exemplo, no YouTube...O vídeo entra e ele vai misturá-lo de acordo com o potencial dele, de acordo com o potencial que ele acredita. Foi a origem, ou seja, quem o colocou, quem fez o upload, tem um certo ranking de credibilidade. Depois, as pessoas que o visualizam vão lhe dar mais informação ao algoritmo, se vai continuar a propagar esse material, esse tipo de conteúdo. E, portanto, é altamente competitivo o mercado atualmente...As redes sociais e os média são altamente competitivo também. Porque nós vivemos no mundo global. Eu, eu costumo dizer, quando eu era criança, eu fazia coisas e fazia coisas inspirado nos melhores da minha escola. Agora, as pessoas fazem coisas inspirados no melhor do mundo, do melhor da internet, que é basicamente o melhor do mundo. E quando se trata de produção de conteúdos, estão mesmo a ver exactamente aquilo que é o melhor do mundo. Por quê? Porque é essencialmente o YouTube mostrando, principalmente para quem fala inglês, mostrando coisas, conteúdo produzido em inglês no mundo inteiro. E. Portanto, se nós não formos eficientes criar esse conteúdo, não vamos, não vamos ter uma grande projeção do nosso na nossa atividade. E, basicamente eu acho que estes são as duas grandes valências que qualquer pessoa que pense fazer algum tipo de atividade, de divulgação, de trabalho, de criação, de conteúdo ou qualquer coisa deve ter.

00:39:52 Pesquisadora

Professor, quais são os desafios éticos relacionados à influência? Não só na televisão, como também nas redes sociais. E como que eles podem ser mitigados, minimizados?

00:40:19 Professor E

Sim, esses desafios existem. São. É uma das coisas como tenho mais no meu percurso. Quando nós produzimos conteúdo e principalmente quando nós quando produzimos conteúdo para grande público temos de ser sempre cuidadosos porque vamos estar a produzir um conteúdo que vai influenciar pessoas e vai influenciar pessoas, não só através da matemática que nós falamos do nosso conteúdo específico, científico, mas vai influenciar pessoas na forma como nós falamos, na forma como nós damos exemplos, na forma como nós, como nós nos apresentamos, no sítio onde nós estamos a falar disso tudo isso vai influenciar as pessoas. E temos de estar sempre atentos, principalmente no meu caso, que que produzo um humorístico também, e o humor é muito fácil entrar em questões éticas. Sobre quais os limites devo censurar? O que é que não devo censurar? O que deve censurar para mim próprio? Atenção quando eu produzo o conteúdo...Nós próprios tivemos uma evolução ao longo desses 12 anos. Veja, 12 anos não é quase nada na história da na história da humanidade. Mas nesses 12 anos, nós mudamos... Havia piadas que nós dizíamos nas primeiras temporadas e que já não dizíamos nas últimas. Por quê? Porque tinham como alvo uma pessoa em particular...Nós sonhamos um conteúdo que supostamente é um conteúdo também humorístico. Ah, não é esse o principal objectivo? E não queremos, não queremos alienar o público do nosso programa porque ficou chocado com algum tipo de piada ou coisa tipo de graçola. E por isso nós temos de ser sempre muito cuidadosos. E isso inclui também ser não só ser cuidadosos com exemplos que damos, mas ser cuidadosos com quem convidados, por exemplo. Na minha opinião, é muito importante ter grande diversidade de género em termos de convidados ou de pessoas que estão envolvidas no programa. Isso é algo seguramente que eu tenho em conta quando produzimos o conteúdo e principalmente quando produzimos conteúdo e também quando se decide como apresenta-lo.

00:43:26 Pesquisadora

Professor, com a ampla influência que o senhor exerce em diferentes meios.. O Senhor não acredita que essa influência ela possa ser importante, vital para que o senhor comece a pensar uma liderança de uma comunidade voltada para a matemática, no online especificadamente.

00:43:59 Professor E

Eu acho que...Não sei, não, não é uma coisa, não é uma coisa que tenha em mente, eu acho. É assim, há comunidades, mas são muito específicas de, de, de certas, sei lá, comunidades de professores de matemática ou comunidades de professores que se dedicam a resolver puzzle

ou coisas esses centram problemas de matemática, isso existe... Mas eh, eu acho que quando nós somos comunicadores de ciência, nós temos de nos especializar num tema. É como nas espécies biológicas, não é? Cada espécie tem o seu nicho ecológico que procura e taxa. É que é ali que funciona bem. Tem, digamos, mais valias para estar ali para ocupar aquele nicho. Eu acho que também tem o meu nicho enquanto comunicador, que obriga-me a ter certas opiniões...Que não estão certas nem estão erradas...Ou seja, na minha opinião, é simplesmente uma opção. Outras pessoas têm outras características são mais populares ou mais? Não sei...Conteúdo com uma outra característica, mais diferenciadora, e eu acho que o nicho conseguiu chegar a pessoas... Eu acho que consigo, em relação aos outros comunicadores de ciência, levar conteúdos com um alto nível de valor em termos de conteúdo científico a um público consideravelmente vasto e acho que essa é a minha mais valia. Eu conseguir apaixonar pessoas na matemática... Várias vezes eu recebo e-mails de alguém a dizer coisas desse gênero. "Eu nunca pensei gostar a matemática até ver o seu programa". É, basicamente aquilo que eu acho que é o meu grande peso. É conseguir atrair pessoas que nunca gostaram de matemática.

00:46:16 Professor E

E, desse ponto de vista, eu podia agora dedicar-me eu podia, sei lá.. Dedicar-me aqui a criar uma comunidade, claro, uma comunidade depois tem que ter ali um interesse mais concreto. Não sei algum "banco", algum tipo de característica que que faça as pessoas se juntarem em torno daquela comunidade. E eu podia fazer isso, mas estou melhor a fazer outras coisa, que é produzir conteúdo sem qualquer pensamento de "OK, isto direcionas isso para este tipo de pessoa". Eu quando passo isto, quando passo conteúdo para televisão, o conteúdo é feito essencialmente para qualquer pessoa, para qualquer. Pode ser um adolescente, pode ser uma pessoa que um engenheiro. Pode ser alguém que fica a olhar e diz "nunca tinha pensado sobre isto". E, basicamente, é isso que eu gosto. Portanto, acho que neste momento, não estou muito preocupado em criar uma comunidade, mas eu acho que é válido e acho que é muito interessante o que eu faço. E participo numa ou outra e dessa comunidades, mas como participante e não tantos a pensar;"OK, eu vou tentar criar aqui algo meu com liberdade..."

00:47:45 Pesquisadora

Olha, professor, pelo que eu observei, analisei... Eu acho que vai ser um processo muito natural e que isso já está em encaminhado...

00:48:00 Professor E

Sim, é possível.

00:48:02 Pesquisadora – Parte 4

Certo, vamos agora para a parte 4, que é bem pequenininha. A gente já está encerrando, que é o mercado educacional online. Queria saber, professor, na sua visão, né? Se essa construção de comunidades, pelo que o senhor observa de fora tem relação direta com o mercado educacional online, de forma geral?

00:48:26 Professor E

Tem, porque se se tem uma relação, eu acho que é o objetivo que tem, porque muitas vezes, quando geram essas comunidades, tem algum tipo de ... As pessoas nunca são puramente altruístas, não é? Têm sempre algum tipo de ideia, algum tipo de negócio por trás. Qualquer coisa, seja vender livros, seja uma comunidade de influência para depois trabalhar com essa influência...Muitas vezes isso não é explícito e muitas vezes não é explícito sequer para as próprias pessoas. Mas há sempre. Sei lá quando, quando seja, por várias razões.

Não é quando nós queremos e, portanto, seguramente que é importante quando nós queremos lançar um produto operacional online, quando o facto de termos comunidade de partida receptiva e que, eventualmente vai ser a primeira, a primeira linha talvez de recepção desse produto, seja, sei lá, uma plataforma de ensino, seja um livro, seja um conteúdo direto de canais de ciência ou qualquer coisa. Eu acho que isso é sempre uma mais valia. Portanto, sim, eu acho que seguramente estão associados...

00:49:48 Professor E

Podemos pensar na comunidade, quer dizer... Eu não sei exactamente o que, qual é que é a sua definição de comunidade. Mas eu acho que se calhar sim, se calhar. Pessoas que se reúnem em torno de uma personagem na internet, se calhar são consideradas um comunidade...E uma comunidade do ponto de vista matemático, é meio unidirecional. Não é porque está toda a gente, muitas vezes, a direcionar um tema para aquela personagem e não, não há tanta interação tão generalizada entre as pessoas. Mas desse ponto de vista, se for assim, não tenho qualquer dúvida. Atualmente isso é válido na matemática é válido em qualquer atividade. Ah, cada vez mais nós queremos, depende também do nível que nós estamos a fazer. Mas quando nós queremos fazer qualquer atividade tenha impacto numa franja considerável da sociedade, é essencial criar redes e criar aglomerados de gente em torno de uma página de Instagram ou de Facebook ou de qualquer coisa que que depois, no fundo, sirva para promover o nosso material.

00:51:15 Pesquisadora

Certo é, quais fatores o senhor consideraria essencial, pela sua observação, para que um professor pudesse ter uma carreira estável, uma carreira gratificante especialmente e exclusivamente no ambiente online, que a gente já vê muito isso acontece no mundo afora. Não

é o seu caso, né? Mas o que é que o senhor consideraria como fatores essenciais, se o senhor quisesse hoje deixar a universidade e viver somente desse digital ou do da apresentação na televisão?

00:51:52 Pesquisador E

Eu acho que há coisas que nós podemos controlar. E cá está o queremos falar sobre esta questão de ser ter uma grande, ter uma capacidade de criar material novo, portanto à partida, um grande conhecimento do material, do tema que quer passar, depois de ter grande capacidade de se mover nas redes sociais. Não só de produção de conteúdo digital, mas também de se mover no sentido de perceber que estratégia é que funcionam nas redes. E tudo isso, isso claramente são coisas que nós podemos controlar. Nós podemos obter formação específica para esse, para esses objetivos depois, há uma parte que não é controlável, que é uma parte que tem a ver com muitas vezes com o carisma. E isso e isso e isso tem um peso brutal no sucesso de alguém em nas redes sociais. E nós não conseguimos controlar e, muitas vezes, não conseguimos sequer perceber exatamente o que é que é. Ou seja, se me perguntar o que é que o Pedro do "Ciência Todo Dia" tem de especial, eu não sei. O que torna uma pessoa atraente, carismática, é também uma certa paixão por aquilo que diz. Mas é difícil eu dizer, "foi por isto", porque vai se encontrar muitas outras pessoas também têm essas características e que não tiveram esse sucesso. E eu estou convencido que a diferença entre o sucesso e o não sucesso, enquanto comunicador de ciência ou de outra coisa, é algo como um sistema complexo. A matemática nós temos uma coisa, se chama teoria de caos. São condições iniciais muito próximas que temos no futuro. Coisas completamente diferentes e aqui acontece um bocado isso. As pessoas são muito sensíveis a pequenos truques e pequenas coisas que nós às vezes não conseguimos controlar, muitas vezes são fruto do acaso, no sentido em que um professor lança um canal no momento certo...Lançou e já tinha ali uma comunidade que deu porque o primeiro *boost* ao canal. Depois, entretanto, apareceu no momento certo, porque envolveu, vamos supor, uma certa polêmica de qualquer coisa que está nos *média*, e ele pegou exatamente naquele tema. Exatamente, lançou ouvido exatamente no momento certo e as pessoas pegaram aquilo, viralizou e isso e isso gera todo um ciclo de sucessos posteriores. Você que trabalha em ciências sociais e sabe que em ciências sociais é difícil replicar as experiências. Mas imagine... Vamos fazer como Einstein. Fazer aqui estas experiências imaginárias. Imaginemos que temos 2 universos. OK, temos no universo. Um comunicador b lançou um canal e aquilo que o canal entrou num certo dia e aquilo foi um sucesso brutal, se ele tivesse o universo, o outro universo ao lado lançado aquilo um dia diferente ... Porque naquele dia se não tivesse o jornalista, não sei o quê, pegado naquele tema, naquela matéria, às tantas, trazido aquilo para um órgão de

comunicação, para uma Globo ou qualquer coisa, teria sido completamente diferente. E, nós agora estamos aqui a tentar explicar porque é que esta pessoa teve sucesso, quando na verdade houve muitos a tentar ter sucesso e algumas foram bem sucedidas. E a explicação para isso, claro, está em algumas coisas objetivas do gênero, como dominar bem as redes, ser bom, fazer conteúdo, esses coisas, mas em parte está na sorte que a pessoa tem. Eu às vezes digo que há coisas que nós podemos escolher na vida, e outras coisas não. Ou seja, há coisas em que nós podemos fazer a nossa própria sorte. Nós podemos estudar muito, podemos obter formação, podemos, podemos ser muito ativos, podemos trabalhar muitíssimo, podemos criar networking, podemos, podemos fazer isso tudo. E isso seguramente vai ter um papel em fazer a nossa própria sorte. Mas depois há uma parte que é difícil de decidir, de perceber qual é uma parte que nós não conseguimos controlar que. E, eu diria, tão determinante quanto a outra neste tipo de atividade. Atenção. Se estivermos a falar numa outra atividade, como "Ah, ser e ser engenheiro civil". Se eu quiser ser engenheiro civil, eu vou para um curso de engenharia civil e tiro esse curso e quase de certeza vou arranjar um trabalho como engenheiro civil. E, portanto, as coisas não vão depender assim tanto do acaso como como depende deste tipo de atividade.

00:57:25 Pesquisadora

Então o senhor não consideraria um novo modelo de negócio para os educadores, o digital, a construção de comunidades online?

00:57:34 Professor E

Eu acho, seguramente, que é um modelo de negócio, porque há pessoas que estão a ocupar esse nicho. E, agora, o que eu tenho a dizer é? É uma grande aventura. É uma grande aventura no sentido em que é um terreno difícil, competitivo muito, extremamente competitivo e alguém o vai ocupar porque há necessidade de alguém o ocupar. Porque as pessoas têm necessidade desse tipo de comunidades e desse tipo de conteúdo. Portanto, alguém o vai ocupar. A questão é como? Quando? eu quando às vezes um adolescente vem a ter comigo, a dizer "eu gostaria de ser apresentador de televisão", "o que é que eu tenho de fazer para um dia ter um programa com o senhor na televisão?" . Eu digo: "podes trabalhar muitos, podes aprender uma coisa muito bem. Mas no final há uma parte que é caso que é sorte neste tipo de coisa.

00:58:40 Pesquisadora

Maravilha, professor, muito obrigada, sua entrevista foi muito esclarecedora, muito rica e eu lhe agradeço muito por esse momento, viu?

00:58:51 Professor E

OK, eu é que agradeço.

APÊNDICE V – QUESTIONÁRIO PARA MAPEAMENTO DE PROFESSORES

Mapeamento Digital de Professores e Cientistas do Maranhão que Atuam em Redes e Mídias Sociais Digitais

Olá professor e professora do Maranhão,

Sou a Walline Alves Guimarães, professora e doutoranda em Educação pela Universidade Lusófona de Portugal. Desenvolvo atualmente a pesquisa **CONSTRUÇÃO DE COMUNIDADES EDUCACIONAIS ON-LINE POR MEIO DE DINÂMICAS COMUNICACIONAIS**, com orientação do

Dr. Vitor Duarte Teodoro e apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA).

Estou fazendo um mapeamento digital de professores e cientistas do Maranhão que atuam em Redes e Mídias Sociais Digitais, com produção de conteúdos educacionais. **Se este é o seu caso, preciso muito da sua colaboração :)**

Busco por professores e cientistas, com residência no Maranhão, que atuem nas redes sociais com conteúdos educacionais e científicos para participar de um projeto colaborativo. O objetivo é mapear esses profissionais a fim de criar uma rede de especialistas que, ao serem vozes influentes em suas áreas, possam amplificar a propagação de seus conhecimentos nos meios de comunicação digitais e tradicionais.

O que irei fazer com esse mapeamento?
O projeto é criar um Banco de Profissionais, no qual irei organizar um banco de dados com os professores e cientistas mapeados, com suas áreas de expertise e @ nas redes sociais digitais, para facilitar a conexão com outras iniciativas, a exemplo da imprensa, ou instituições interessadas em conteúdo educacional ou científico.

A ideia é popularizar a educação e a ciência no Maranhão, por meio das redes sociais digitais
Essa iniciativa pretende popularizar e fortalecer a divulgação científica e educacional no estado, bem como aumentar a possibilidade de formação de comunidades em torno de temáticas específicas, promovendo um impacto positivo e transformador na sociedade. Ao unir esforços, teremos mais chances de alcançar um público maior e de fomentar discussões enriquecedoras em várias áreas do conhecimento.

Gostaria de convidar você a se juntar a essa rede em construção e colaborar ativamente nesse processo de amplificação de vozes que estão fazendo a diferença na educação e na ciência. Se tiver interesse em participar, ficarei muito feliz em saber mais sobre o seu trabalho nas redes sociais e explorar como podemos potencializar ainda mais essa troca de saberes e iniciativas.

Topa me enviar algumas informações básicas sobre sua atuação no digital ?

* Indica uma pergunta obrigatória