

**UNIVERSIDADE DE SANTO AMARO**  
**PROGRAMA DE MESTRADO INTERDISCIPLINAR EM**  
**CIÊNCIAS HUMANAS**

**Vânia Amaro Gomes**

***WHATSAPP* EM SALA DE AULA:  
COMUNICAÇÃO DOCENTE E DISCENTE**

São Paulo

2017

**Vânia Amaro Gomes**

**WHATSAPP EM SALA DE AULA:  
COMUNICAÇÃO DOCENTE E DISCENTE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* da Universidade de Santo Amaro – UNISA, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciências Humanas.  
Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Patrícia Margarida Farias Coelho

São Paulo  
2017

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste estudo, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

AMARO GOMES, VÂNIA  
WHATSAPP EM SALA DE AULA: COMUNICAÇÃO DOCENTE E  
DISCENTE / VÂNIA AMARO GOMES. -- São Paulo , 2017  
127 f.

Dissertação (CIÊNCIAS HUMANAS) - Universidade de Santo  
Amaro, 2017

Orientador(a): PATRÍCIA MARGARIDA FARIAS COELHO

1.WhatsApp. 2.Comunicação. 3.Educação. 4.Interdisciplinaridade.  
5.Cibercultura. I.COELHO, PATRÍCIA MARGARIDA FARIAS, orient.  
II.Universidade de Santo Amaro III.Titulo

**Ficha catalográfica gerada automaticamente pelo  
Sistema de Bibliotecas da Universidade de Santo Amaro - UNISA**

**Vânia Amaro Gomes**

**WHATSAPP EM SALA DE AULA:  
COMUNICAÇÃO DOCENTE E DISCENTE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* da Universidade de Santo Amaro – UNISA, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciências Humanas.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Patrícia Margarida Farias Coelho.

São Paulo, 8 de março de 2017.

**Banca Examinadora**

---

Prof<sup>a</sup>. Dra. Patrícia Margarida Farias Coelho – Universidade de Santo Amaro – UNISA

---

Prof. Dr. João Mattar – Universidade Anhembi Morumbi

---

Prof<sup>a</sup>. Dra. Alzira Lobo de Arruda Campos – Universidade de Santo Amaro – UNISA

## DEDICATÓRIA

Ao meu amado esposo, Rogério, pelo carinho, companheirismo, incentivo, compreensão, e paciência ao colaborar para a concretização desta pesquisa. às amadas Karine, minha filha, e Tayla, minha neta, pelo amor constante, e, principalmente, à minha orientadora Patrícia Coelho, pela atenção e dedicação.

## **AGRADECIMENTOS**

Inicialmente, quero agradecer a Deus, que é o principal responsável pela minha existência, e, por conseguinte, a razão fundamental por eu ter conseguido desenvolver esta obra.

Quero agradecer também a meu esposo, Rogério Alves Pinto, que com toda a sua compreensão e amor me ajudou a chegar até aqui.

A todos os meus familiares, que são vários, e como não é possível citar todos, agradeço pela força e apoio de forma igual a cada um.

À minha orientadora Patrícia Margarida Farias Coelho, pela disposição, confiança, dedicação e ajuda que depositou em cada ensinamento direcionado à realização desta pesquisa.

Às professoras doutoras Alzira Lobo de Arruda Campos e Maria Auxiliadora Fontana Baseio, pela participação na banca examinadora da apresentação desta dissertação e por suas orientações durante o processo de pesquisa.

A todos os meus colegas da Universidade, que estiveram sempre próximos me ajudando e me divertindo com suas conversas e distrações.

Aos professores de todas as disciplinas da UNISA, pois os conhecimentos adquiridos foram essenciais à minha formação e, por isso, agradeço igualmente a cada um pela dedicação e esforço na difusão do conhecimento.

Aos amigos Edson Alves e Alcides da Cruz Júnior, sem os quais não teria conseguido chegar até aqui. Muitas vezes, quando o desânimo e o cansaço tentaram me abater, eles sempre estiveram me incentivando. Muito obrigada pela amizade constante, pelo apoio dado em todos os momentos e pela singela e tão importante companhia.

Ao meu professor e amigo Marcos Rogério Martins Costa, que me ajudou a tornar as palavras do discurso científico menos herméticas, a sintaxe dos períodos mais organizada e a semântica mais acessível.

Ao coordenador do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas da UNISA, Prof. Dr. Álvaro Cardoso Gomes, que com seu apoio e compreensão conseguiu me mostrar novos rumos em momentos delicados dessa pesquisa.

A todos os colaboradores da UNISA que de forma direta ou indireta auxiliaram nesta pesquisa.

Muito obrigado a todos aqueles que, de uma forma ou de outra, incentivaram, orientaram e discutiram os caminhos teóricos e metodológicos propostos neste trabalho.

*Os que se encantam com a prática sem a ciência são como os timoneiros que entram no navio sem timão nem bússola, nunca tendo certeza do seu destino.*

Leonardo da Vinci

## RESUMO

Com a educação se constrói a cidadania e o desenvolvimento social. As mídias digitais, como ferramentas interativo-digitais, possibilitam o acesso e a difusão de informações, e podem contribuir nesse processo. Observando essas potencialidades, esta pesquisa investiga, a partir de um estudo de caso, como o aplicativo de comunicação instantânea, nomeado *WhatsApp*, lançado em 2009, é utilizado na sala de aula do ensino superior brasileiro. Três são os objetivos específicos desta pesquisa: (i) explorar e discutir os conhecimentos relacionados à comunicação de massa e digital na Educação, definidos pela recente literatura científica; (ii) descrever as principais funções e usos do aplicativo *WhatsApp*; e (iii) analisar, com base em um estudo de caso, como o *WhatsApp* pode ser aplicado em salas de aula do ensino superior brasileiro, discutindo, para tanto, como pode se tornar uma ferramenta pedagógica e como seu uso na prática docente influencia o processo de ensino e aprendizagem. A metodologia utilizada parte de uma perspectiva interdisciplinar, pois ela articula, respeitando a epistemologia de cada área, diferentes campos de conhecimento, como Educação (FREIRE, 2011; MORIN, 2001; PERRENOUD, 2010), Comunicação (COELHO, 2013; LEMOS, 2010; SANTAELLA, 2010) e Tecnologia (CASTELLS, 2010; MCLUHAN, 1974; RECUERO, 2009). O método de pesquisa empregado é o de caráter bibliográfico, pois se realiza uma revisão da literatura existente sobre os meios de comunicação e os processos de ensino e aprendizagem; mas também a pesquisa faz uso de um estudo de caso para examinar empiricamente a pertinência e a ocorrência dos pressupostos teóricos debatidos na etapa de revisão conceitual da pesquisa. O *corpus* de análise do estudo de caso é composto pelas mensagens e pelas ilustrações de dois grupos de *WhatsApp*, coordenados por professores universitários e com a participação ativa de alunos de graduação, com dados coletados no período de outubro de 2015 a outubro de 2016. Os principais resultados alcançados por esta pesquisa foram desenvolver um debate teórico e prático sobre os usos e as potencialidades do aplicativo *WhatsApp* em sala de aula, demonstrando a sua eficácia e importância como ferramenta pedagógica.

**Palavras-chave:** *WhatsApp*. Comunicação. Educação. Interdisciplinaridade. Cibercultura.

## ABSTRACT

Education builds citizenship and social development. Digital media, such as interactive-digital tools allow access and dissemination of information, and can contribute to this process. Noting this potential, this research investigates, from a case study, how the instant message application, named *WhatsApp*, launched in 2009, is used in classroom of Brazilian higher education. Three are the specific objectives of this research: (i) to explore and discuss knowledge related to mass communication and digital communication in education, defined by recent scientific literature; (ii) describe the main functions and uses of the *WhatsApp* application; and (iii) analyze, from a case study, as *WhatsApp* can be applied in classrooms of Brazilian higher education, discussing how it becomes an educational tool and how its use in teaching practice influences the process of teaching and learning. The methodology used starts of an interdisciplinary perspective, because it articulates, respecting the epistemology of each area, different fields of knowledge as Education (FREIRE, 2011; MORIN, 2001; PERRENOUD, 2010), Communication (COELHO, 2013; LEMOS, 2010; SANTAELLA, 2010) and Technology (CASTELLS, 2010; MCLUHAN, 1974; RECUERO, 2009). The research method used is bibliographical, because it carries out a review of existing literature on the media and the processes of teaching and learning; but also the research uses a case study to empirically examine the relevance and occurrence of theoretical assumptions discussed at the stage of conceptual review of the research. The corpus of analysis of the case study is composed by the messages and the illustrations of two groups of *WhatsApp*, coordinated by university professors and active participation of undergraduate students, and the data were collected from October 2015 to October 2016. The main results achieved by this research was to develop a theoretical and practical discuss about the uses and the *WhatsApp* application potentiality in the classroom, indicating its effectiveness and relevance as a pedagogical tool.

**KEYWORDS:** *Whatsapp*. Communication. Education. Interdisciplinary. Cyberculture.

## LISTA DE FIGURAS\*

<b>Figura 1.</b> Página inicial do <i>Facebook</i> .....	61
<b>Figura 2.</b> Página inicial do <i>Youtube</i> .....	62
<b>Figura 3.</b> Página inicial do <i>Instagram</i> .....	64
<b>Figura 4.</b> A identidade visual do ícone do <i>Instagram</i> : a máquina fotográfica .....	64
<b>Figura 5.</b> Exemplos de <i>tweets</i> .....	66
<b>Figura 6.</b> Página inicial do <i>Twitter</i> .....	67
<b>Figura 7.</b> Página inicial do <i>WhatsApp</i> .....	69
<b>Figura 8.</b> <i>WhatsApp</i> : os significados de símbolos ou ícones utilizados.....	70
<b>Figura 9.</b> Exemplos de pertencimento de grupo .....	77
<b>Figura 10.</b> Exemplo de linguagem com o uso de ícone .....	78
<b>Figura 11.</b> Exemplos de trocas de experiências extracurriculares.....	80
<b>Figura 12.</b> Interação aluno-aluno e professor-aluno .....	81
<b>Figura 13.</b> Imagens de <i>Emoticons</i> .....	85

---

\* Tratamos como *figuras* toda e qualquer representação gráfica (figura, gráfico, tabela etc.) trazida à luz para elucidação do pensamento disposto no corpo do texto, exceto quadros que possuem lista própria.

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1.</b> Tipos de Tecnologias e seus usos.....	51
<b>Quadro 2.</b> Termos utilizados no <i>Twitter</i> .....	65
<b>Quadro 3.</b> Tipos de grupos estudados .....	83
<b>Quadro 4.</b> Respostas coletadas .....	84
<b>Quadro 5.</b> Categorias temáticas .....	86
<b>Quadro 6.</b> <i>Emoticons</i> mais utilizados pelos grupos .....	103

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	14
<b>2 A COMUNICAÇÃO E SEUS MEIOS:</b>	
<b>HISTÓRIA E DESENVOLVIMENTO DE TECNOLOGIAS</b> .....	22
2.1 Tipos de comunicação e suas tecnologias .....	26
2.2 Internet e redes sociais .....	36
2.3 Comunicação na Era Digital .....	45
2.4 Tecnologias digitais na Educação .....	48
<b>3 REDES SOCIAIS E SEUS USOS: FACEBOOK, TWITTER, WHATSAPP</b> .....	55
3.1 Redes sociais na Era Digital .....	56
3.2 <i>Facebook</i> .....	59
3.3 <i>Twitter</i> .....	65
3.4 <i>WhatsApp</i> .....	68
<b>4 WHATSAPP NA SALA DE AULA: UM ESTUDO DE CASO</b> .....	73
4.1 As especificidades da prática docente na Era Digital .....	74
4.2 Aplicação de grupos de <i>WhatsApp</i> no ensino superior .....	75
4.2.1 Grupo I: alunos e professor .....	77
4.2.2 Grupo II: entre professores .....	78
4.3 <i>WhatsApp</i> como ferramenta pedagógica .....	82
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	89
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	93
<b>APÊNDICES</b> .....	100
Apêndice 1. Autorizações de uso acadêmico-científico das imagens e ilustrações dos dois grupos analisados .....	101
Apêndice 2. Quadro dos <i>emoticons</i> mais utilizados pelos grupos analisados .....	103
Apêndice 3. Símbolos ou ícones mais utilizados no <i>WhatsApp</i> .....	106
<b>ANEXOS</b> .....	107
Anexo 1. Digitalização das conversas do Grupo I .....	108
Anexo 2. Digitalização das conversas do Grupo II .....	118

## 1 INTRODUÇÃO

---

Com advento das novas mídias e sua popularização devido ao crescimento da internet móvel, os processos de comunicação se modificaram. Assim houve, como salientam diversos estudiosos (MCLUHAN, 1994, MIZUKAMI, 2003; SANTAELLA, 1992; dentre outros), uma revolução midiática. Para entender esse fenômeno em processo, este estudo investiga uma das ferramentas de comunicação mais utilizadas atualmente: o *WhatsApp*.

De forma geral, pode-se definir essa ferramenta como um *software* empregado principalmente em telefones celulares inteligentes, chamados *smartphones*. De acordo com o *Dicionário de informática & internet*, de Sawaya (1999, p. 436), o termo *software* designa suporte lógico, típico de programação, ou seja, uma espécie de conjunto de programas, métodos e procedimentos, regras relacionados com o funcionamento e manejo de um sistema de informações e dados. Desse modo, o aplicativo serve, essencialmente, para troca de mensagens de texto instantaneamente. Todavia, por meio dele podem também ser enviados vídeos, fotos e áudios. A transmissão desses dados é feita utilizando-se uma conexão à internet. Seu lançamento ocorreu oficialmente em 2009, financiada pela Yahoo, uma das empresas americanas especialistas em serviços para a internet. Em 2014, o aplicativo foi vendido para o *Facebook*. Atualmente, ele é compatível com as principais marcas e sistemas operacionais de celulares do tipo *smartphone*.

A grande popularidade do *WhatsApp* se deve a diversos motivos, dentre eles, o mais importante, a sua maior praticidade e economia em relação, por exemplo, ao SMS – sigla para *Short Message Service* (em português, serviço de mensagem curta), que faz uma cobrança por mensagem enviada. Já no *WhatsApp*, não há essa cobrança adicional para o envio de mensagens, sendo estritamente necessárias a compatibilidade com o aplicativo e a conexão com a internet.

Acrescenta-se, ainda, que o *WhatsApp* é o aplicativo mais utilizado pelos brasileiros. Esse dado é resultado da pesquisa realizada pela SECOM, plataforma *web* do Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística (IBOPE), que é, por sua vez, uma multinacional brasileira de pesquisas de opinião e estudos de mercado. Essa pesquisa foi realizada entre internautas brasileiros e revelou que o *WhatsApp* é utilizado por, pelo menos, 93% dos entrevistados. Ressalta-se, ainda, que essa pesquisa é consequência do primeiro *CONNECTAi Express* ([www.conecta-i.com](http://www.conecta-i.com)), que constitui uma *investigação online multiclientes* que serve para evidenciar os dados representativos das atividades da população de internautas brasileiros.

Observando toda essa potencialidade dos processos de comunicação por meio do aplicativo *WhatsApp*, este estudo restringe sua investigação aos usos na esfera educacional e, dentro dela, à utilização pela comunidade universitária. Para tanto, pretende-se investigar a comunicação docente e discente a partir de um estudo de caso de dois grupos: um composto pelos alunos e pelo professor da disciplina, outro por professores de um mesmo curso universitário, todos eles pertencentes à esfera universitária brasileira de uma mesma faculdade.

Dentro do escopo de investigação desta pesquisa, três são os objetivos específicos a serem alcançados. Primeiramente, pretende-se explorar e discutir os conhecimentos relacionados à comunicação de massa e digital na Educação, definidos pela recente literatura científica. Em segundo lugar, tenciona-se descrever as principais funções e usos do aplicativo *WhatsApp*. E, em terceiro lugar, busca-se analisar, a partir de um estudo de caso, como o *WhatsApp* pode ser aplicado em salas de aula do ensino superior brasileiro, discutindo, para tanto, como ele pode se tornar uma ferramenta pedagógica e como o seu uso na prática docente influencia o processo de ensino e aprendizagem.

Esses três objetivos servem para validar a aplicabilidade da hipótese em que esta pesquisa se sustenta, a saber: o uso do *WhatsApp* como ferramenta pedagógica pertinente e eficaz dentro do processo de comunicação do público docente e também do discente no ensino superior brasileiro. Ressalva-se que o uso da expressão *ferramenta pedagógica* não se refere apenas ao processo de ensino e aprendizagem, como se generaliza no senso comum, mas também aos diferentes e distintos processos de comunicação que ocorrem na esfera da educação. De acordo com Vygotsky (2010), a aprendizagem é uma experiência social e se atrela intrinsecamente com a interação pela linguagem e pela ação. Logo, a comunicação, como geradora de mensagens e, por isso, propulsora da interação interpessoal (SANTAELLA, 1992), é um campo a ser investigado no processo de ensino e aprendizagem. Para tanto, esta pesquisa insiste no potencial das novas mídias como ferramenta pedagógica auxiliar para a emergência, a promoção e a difusão das mensagens.

Outro ponto a ser destacado é que, nesta pesquisa, o foco de análise de interesse está nos processos de comunicação entre docentes e discentes. Em outros termos, parte-se da esfera da Educação e sustenta-se o *WhatsApp* como uma ferramenta pedagógica; e, a partir desses pressupostos, far-se-á a análise do

estudo de caso. Com os resultados dessa análise, pode-se afirmar que os pressupostos sustentados foram suficientes ou não para confirmar a hipótese. Essa é a organização lógico-científica que ampara esta investigação.

A justificativa que credencia este trabalho científico diz respeito às 2.580 materiais bibliográficos acerca dessas novas mídias aplicadas à área do ensino superior brasileiro e, em específico, 173 sobre o *WhatsApp* como ferramenta pedagógica. Embora exista uma gama de trabalhos científicos que atendem às novas mídias, o uso delas como ferramenta pedagógica é ainda um dissenso entre os estudiosos, seja entre os especialistas da comunicação, seja entre os pedagogos. Logo, fazer um trabalho científico sobre o uso do *WhatsApp* na sala de aula é importante para fomentar essa discussão tão relevante para as diferentes linhas de pesquisa vigorantes, tanto no campo da Educação quanto no da Comunicação.

Assim, o tema da revisão bibliográfica prevista nesta pesquisa abarca as investigações sobre as possibilidades de associar pedagogicamente as mídias digitais às práticas escolares. Os estudos sobre essa vertente procuram observar as diversas dimensões dessas possibilidades, seja como campo em construção, seja como prática social que avança para o espaço extraescolar. Daí surge a necessidade de se fazer uma reflexão sobre o que está sendo teorizado na cultura digital e seus encaminhamentos no campo da educação.

Destaca-se que, como a educação constrói a cidadania, as mídias digitais podem servir como ferramentas auxiliares nessa construção, por exemplo, democratizando o acesso à informação e agilizando a difusão de dados e informações pertinentes ao cidadão. Diversos recursos midiáticos podem ser utilizados em atividades escolares para articular os conteúdos de maneira interdisciplinar.

Ressalta-se, também, que este não é o primeiro estudo a presumir o uso da tecnologia como uma ferramenta pedagógica. Diversos autores defendem essa perspectiva de análise, por exemplo, os estudos de Almeida (2002), Fazenda (1995), Mattar (2013) e Valente (2003). Pode-se acrescentar que o uso das tecnologias da informação e comunicação (TICs) está previsto inclusive nos Parâmetros Curriculares Nacionais (BRASIL, 1997). É pertinente ressaltar, portanto, que as TICs aplicadas ao ambiente de aprendizagem podem facilitar a construção do conhecimento, tornando o ensino mais cooperativo, ativo e interdisciplinar, como,

por exemplo, defendem Coelho e Costa (2013), ao contrastarem a mídia livro com a mídia jogo educativo. É com base nesse cenário teórico que se sustenta a hipótese e a relevância deste trabalho.

Salienta-se, ainda, que o uso *sala de aula* no título desta pesquisa, compreende o espaço de aprendizagem em que interagem diferentes individualidades e saberes em um tipo de *sala de aula*. Logo, os dois grupos selecionados para compor a análise constituem uma sala de aula, mas no modo de existência virtual, isto é, construído na e *pela* mídia digital, no caso, pelo *software WhatsApp*. Por isso, não se refere ao ambiente físico da sala de aula, mas sim, ao espaço de ensino e aprendizagem que ele representa.

Sobre a metodologia utilizada, esta pesquisa parte de uma perspectiva interdisciplinar, pois ela articula, respeitando a epistemologia de cada área, diferentes campos de conhecimento, como Educação (FREIRE, 2011; MORIN, 2001; PERRENOUD, 2010), Comunicação (COELHO, 2013; LEMOS, 2010; SANTAELLA, 2010) e Tecnologia (CASTELLS, 2010; MCLUHAN, 1974; RECUERO, 2009). O método de pesquisa empregado é o de caráter bibliográfico, pois se realiza uma revisão da literatura existente sobre os meios de comunicação e os possíveis tipos de processos de comunicação evocados no momento de ensino e aprendizagem. Outro método utilizado será o estudo de caso – essa tipologia do tipo de método de pesquisa utilizado foi cunhada por Gil (2010) – que é próprio para examinar empiricamente a pertinência e a ocorrência dos pressupostos teóricos debatidos na etapa de revisão conceitual desta pesquisa.

Com efeito, temos o seguinte critério teórico-metodológico para realizar esse estudo, que, conforme Fiorin (2008), o conceito de interdisciplinaridade pressupõe uma convergência, isto é, um tipo de complementaridade, que significa tanto a transferência de conceitos teóricos e de métodos quanto a combinação de áreas. Por isso, conforme explicam Coelho e Costa (2016), é possível e profícuo o encontro interdisciplinar entre diferentes áreas do conhecimento.

O *corpus* de análise do estudo de caso é composto pelas 5.683 mensagens e pelas ilustrações de dois grupos de *WhatsApp* coordenados por professores universitários e com participação ativa de alunos de graduação, com dados coletados do período de outubro de 2015 a outubro de 2016. Sobre o *corpus* e sua referência neste trabalho, tratamos como *figuras* toda e qualquer representação gráfica (figuras, vídeos, quadros etc.) trazida à luz para elucidação do pensamento

disposto no corpo do texto, exceto quadros que possuem lista própria. Um grupo, nomeado de *Grupo 1*, é composto pelo professor e seus alunos de uma mesma disciplina, *Introdução à propaganda*, de uma mesma faculdade. O outro grupo, denominado *Grupo 2*, é composto por apenas professores, todos eles docentes de um mesmo curso presencial, o de Administração, inseridos no quadro funcional de uma mesma instituição de ensino superior. Ressalta-se que em anexo está a seleção de algumas das trocas de mensagens, exatamente como se encontram, e, como apêndices, as autorizações de uso científico-acadêmico das mensagens e ilustrações desses dois grupos de *WhatsApp* assinadas pelos administradores dos respectivos grupos.

De modo geral, esta pesquisa possui três naturezas: exploratória, explicativa e descritiva, conforme a nomenclatura proposta por Gerhardt e Silveira (2009). É *exploratória*, pois se constrói a hipótese a partir do levantamento bibliográfico, a qual é primordial em qualquer pesquisa, preferencialmente de fontes já consagradas, estimulando a compreensão crítica do objeto de pesquisa; em nosso caso, o uso das novas mídias nas práticas pedagógicas. É *explicativa*, porque se busca a compreensão dos fatores que contribuem para a ocorrência de um determinado fenômeno; em nosso caso, teremos a validação ou refutação da pertinência e da eficácia do uso do *WhatsApp* como ferramenta pedagógica no ensino superior brasileiro a partir do estudo de caso analisado. É *descritiva*, porque o intuito é esboçar os fatos de uma determinada realidade possível; em nosso caso, o uso do *WhatsApp* na sala de aula.

Os teóricos de base nesta pesquisa estão divididos conforme as três seguintes áreas do conhecimento: Educação, Comunicação e Tecnologia. Na Educação, afiliamo-nos às propostas de Freire (2011), Morin (2001) e Perrenoud (2010), dentre outros especialistas da área, porque acreditamos ser a educação, além de um processo formativo, também uma forma de atuação crítica das atividades humanas. Nessa linha de pensamento apoiamos, conseqüentemente, uma proposta vygotskiana que apreende o ensino e a aprendizagem como processos de interação com a linguagem e a ação. No entanto, não nos aprofundaremos em demasia nessa perspectiva, pois ela não é o ponto de interesse desta pesquisa, como já ressaltamos.

No heterogêneo campo da Comunicação, dentre as diversas perspectivas existentes, percorremos uma linha teórica que se sustenta na interface entre o

homem e a máquina, como defendem os estudos de Coelho (2016, 2015, 2013), Lemos (2010) e Santaella (2010; 2005a; 2005b; 1992), uma vez que esses estudiosos consideram os diversos aspectos sociais, culturais, históricos e técnicos que ocorreram *com* e *nos* processos comunicacionais a partir do advento da internet e das tecnologias de inteligência digital. Nessa visada teórica, também acolhemos os conceitos de *nativo* e *imigrante digitais*, propostos por Prensky (2012; 2001a; 2010b), porque entendemos, junto ao estudioso, a necessidade de se investigar como e por que os nascidos antes da emergência e da profusão das tecnologias digitais (isto é, os imigrantes digitais, segundo o autor norte-americano) se comportam de uma maneira tão distinta daqueles nascidos já imersos nessa cultura digital (nativos digitais, na concepção do estudioso norte-americano).

Lembramos que, na contemporaneidade, os nativos e os imigrantes digitais convivem no mesmo espaço. Eis um cenário peculiar de atuação das novas mídias nos dias de hoje: a fronteira entre os nativos e os imigrantes. Nesta pesquisa, exploramos essa proposta de Prensky (2010a), sem exauri-la, uma vez que este estudo mais dela se apropria do que a reelabora.

No que se refere ao campo da tecnologia, limita-se a entender os contornos teóricos que alguns estudiosos, como Castells (2010), McLuhan (1974) e Recuero (2009), delineiam a partir das ferramentas e dos aparatos tecnológicos nos processos de interação homem-homem e homem-máquina. Com isso, ressaltamos que não aprofundaremos detalhes técnicos em relação à estrutura física e científica de organização dos aparelhos. Com efeito, enfatizamos o interesse desta pesquisa pelo uso das tecnologias e suas consequências nos processos comunicacionais.

Salienta-se que foi dividido, metodologicamente, este trabalho em três capítulos, sendo um teórico, um descritivo e um de análise. No primeiro capítulo, apresenta-se, de forma sucinta, a comunicação humana desde a oralidade até a comunicação digital, passando pelos diversos tipos de comunicação e suas tecnologias, segundo Santaella (2007), por seis Eras da comunicação. Neste capítulo também evidencia-se a proposta de McLuhan (1974), de que o meio é a mensagem, relacionando-o aos conceitos de nativos e imigrantes digitais (PRENSKY, 2010a). Trabalha-se ainda o conceito sobre as redes sociais e seus processos comunicacionais com base nos estudos de Lemos (2010) e Coelho (2013).

O segundo capítulo é de caráter descritivo, pois nele apresentamos as redes sociais e seus usos. Para tanto, traz-se à luz uma descrição dos principais recursos e funções de quatro diferentes plataformas de rede social: *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e *WhatsApp*. Essas quatro plataformas foram escolhidas porque as redes sociais digitais que nelas se encontram são as mais acessadas pelos brasileiros, conforme a já citada pesquisa do *CONNECTAi Express*.

No terceiro capítulo, realiza-se a análise do estudo de caso dos dois grupos de *WhatsApp* selecionados para esta pesquisa. Nessa análise, discutem-se os usos, os recursos e os resultados obtidos em cada grupo. A partir desses dados, debate-se a hipótese fulcral deste estudo – a pertinência e a eficácia do *WhatsApp* como ferramenta pedagógica. Depois desse capítulo, apresentam-se as considerações finais deste trabalho, avaliando a efetivação dos objetivos e as projeções teórico-metodológicas que esta pesquisa lança no cenário acadêmico brasileiro. Pretende-se, assim, fomentar uma área de investigação ainda carente de pesquisa, principalmente no panorama brasileiro.

Logo, esta é uma perspectiva científica que, desde o seu nascedouro, faz-se necessária e pertinente.

**A COMUNICAÇÃO E SEUS MEIOS:**  
HISTÓRIA E DESENVOLVIMENTO DE TECNOLOGIAS

---

A palavra *comunicação* é de difícil definição, e isso se deve, não porque lhe faltam sentidos e concepções, mas por haver um excesso de acepções e terminologias, segundo as mais diferentes correntes teóricas e epistemológicas. Todos os campos das humanidades, da filosofia às ciências sociais, nesta especialmente, possuem definições específicas de comunicação, adaptadas e (re)adequadas à delimitação das fronteiras do conhecimento e aos recortes de mundo da comunidade científica. Dentre essas definições, partimos da compreensão trazida por Santaella (1992, p. 12):

De um modo geral, pode se dizer que, onde quer que uma informação seja transmitida de um emissor para um receptor, tem-se aí um ato de comunicação. Não há, portanto, comunicação sem informação. Mas não há também transmissão de informação sem um veículo ou canal através do qual essa informação transite, assim como não há comunicação ou ligação entre um emissor e um receptor se estes não compartilharem, pelo menos parcialmente, do código através do qual a informação se organiza na forma de mensagem.

Essa definição parece razoável, mas ainda há indagações frente a ela, como, por exemplo, a exposta por Martino (2006, p. 12): “como não saber o que é comunicação, se é através dela, pelo seu exercício, que se desenvolvem atividades como o ensino ou o confronto de ideias?”. Logo, de forma geral, entende-se por comunicação, na sua realização mais simples, a situação de diálogo (mensagem-resposta). Em outros termos, a capacidade ou processo de troca de pensamentos, ideias, informações por meio da fala, de gestos, de imagens, seja essa troca realizada de forma direta ou intermediada por meios técnicos (meios de comunicação). Sanchez (2003) entende esse processo de comunicação da seguinte forma:

O processo de comunicação humana não se diferencia do processo do nosso comportamento, ou seja, a determinado estímulo correspondemos com uma resposta (andar, ler, olhar, sorrir, gritar, trabalhar, estudar). O estímulo, a associação de ideias e imagens e minha experiência anterior, é que permitirão que eu expresse e entenda a mensagem recebida. É neste ponto que encontramos as mais diversas dificuldades no processo comunicacional. As pessoas e os próprios profissionais da área, normalmente, não levam em consideração que as pessoas processam sua comunicação de acordo com suas experiências e conhecimentos. A mensagem nunca chegará pura ao receptor, pois ele está abastecido de conceitos e ideias, que foram sendo inculcados em seu interior durante todo seu processo de vida e aprendizado, pela família, trabalho, escola, amigos, meios de comunicação, etc. (SANCHEZ, 2003, p 79-80).

Evidencia-se que, de acordo com recentes estudos nas áreas das ciências sociais e linguísticas, os termos *receptor* e *emissor* possuem outras interpretações nos processos de comunicação. Isso ocorre, uma vez que se compreende que no processo de comunicação os sujeitos podem emitir e receber informações, alternadamente ou até simultaneamente. Logo, seguindo essas possibilidades, o processo não é unidirecional; por isso, pode-se deduzir que todo receptor também pode vir a ser um emissor e, conseqüentemente, ele também é um agente ativo no processo de comunicação.

Compreendendo esse processo mais dinâmico da comunicação, a pesquisadora Janet Murray (2003) propõe o termo *interator*. Como explica essa estudiosa, tanto o emissor quanto o receptor cumprem papéis intercambiáveis na comunicação. Por isso, todo emissor é receptor e vice-versa. Com efeito, eles são interatores, isto é, *agentes de interação ativos no processo da comunicação*. Nesta pesquisa, partimos dessa proposta de Murray (2003) para compreender os participantes do processo de comunicação.

Outro tópico importante a se definir é a diferença entre informação e comunicação. A função dos atos de comunicação depende da transmissão intencional de informação. O ato comunicativo sempre mantém, residualmente, uma margem de conteúdo informativo que escapa ao controle e da própria intencionalidade dos agentes envolvidos na comunicação. Esse resíduo informativo pode ou não ser captado pelo receptor/interator, e, sendo captado, pode ou não ser consciente. Por isso mesmo, a informação cobre o campo semântico do conteúdo das mensagens e de seus sentidos, e a comunicação todo o processo de interação e participação dos interatores.

Retomando os fatos da historicidade, da comunicação face a face, passando pela comunicação escrita, chega-se à comunicação eletrônica. Ela se inicia no século XIX, quando o americano Samuel Morse criou o telégrafo, em 1837. Esse era, naquela época, o meio rápido e urgente de transmissão de mensagens a longas distâncias. Em 1876, surge o primeiro telefone, inventado por Alexander Graham Bell. É atribuído ao italiano Guglielmo Marconi o mérito por popularizar o rádio quando, e a primeira transmissão ocorreu em 1.900. No Brasil, a primeira transmissão radiofônica oficial só foi realizada em 1922.

Depois de constituídos o jornal e o rádio, surgiram as imagens em movimento, isto é, a televisão, já em 1924. O *kinoscópio*, aparelho precursor da televisão, foi

inventado na Rússia, em 1929, e a TV na Alemanha, em 1935. A televisão é um sistema de recepção de imagens e sons, projetada para transmitir informação a qualquer ponto do globo, sem perda de dados e de qualidade. Esse dispositivo funciona a partir da conversão de som e luz em ondas eletromagnéticas que, posteriormente, serão transmitidas para outro receptor. Em 1950, nos Estados Unidos, foram realizadas as primeiras experiências com a cibernética, e as redes de comunicação mundial precursoras da internet surgiram – foram as primeiras redes. Todo esse movimento pode-se afirmar que a comunicação possui um papel central nas sociedades. Muito do que ocorre hoje em relação à globalização, tecnologias e todas as suas transformações, iniciaram-se justamente porque a sociedade foi aprimorando seus meios de comunicação, do papel à internet. Seja individualmente, ou coletivamente, todos os humanos são submetidos a uma verdadeira obrigação de se comunicar, conforme afirmam Serra (2007) e Lemos (2015).

Resgatando a etimologia das palavras, o termo *comunicação* é uma palavra derivada do termo latino “*communicare*”, que tem o significado de partilha, de tornar algo comum (NASCENTES, 1955. p. 87). Assim, por meio da comunicação, os humanos perpassam e partilham diferentes concepções e significados. Procurando, ainda, outras definições, compreende-se a comunicação como a interação social que acontece pelas e nas sociedades. Nesse sentido, “[...] os estudos de comunicação remontam pelo menos a Platão e a Aristóteles, e às suas tematizações da linguagem em geral e da retórica e da poética em particular” (SERRA, 2007, p. 9). A teoria da comunicação possui praticamente a mesma idade que o seu objeto de estudo, como imprensa, rádio, filme, televisão, conforme reflete Denis (2002). Esse mesmo autor destaca que as teorias da comunicação possuem uma intrínseca relação com a realidade social e com suas tecnologias.

Diante disso, ressaltamos ainda que os diversos veículos de massa da atualidade, em uma perspectiva mais ampla, podem ser compreendidos como o progresso da capacidade de se comunicar do *homo sapiens* (do latim “homem sábio”, pessoa, gente ou homem). Percebe-se, conseqüentemente, que as mudanças revolucionárias exerceram e continuam exercendo influência sobre o pensamento, comportamento e cultura de indivíduos, conforme afirmam diversos autores e especialistas das ciências sociais e humanas (LEMOS, 2015; McLUHAN, 1974; SANTAELLA, 2013). Discutamos alguns desses tipos de comunicação e suas principais tecnologias.

## 2.1 Tipos de comunicação e suas tecnologias

A produção e a interação de conhecimentos e de conteúdos simbólicos iniciaram-se na sociedade há séculos. Como alerta Lévy (2010), desde tempos remotos, os homens se comunicavam oralmente e por demonstrações simbólicas. No século XV, com o desenvolvimento da comunicação, da escrita e das técnicas de impressão, propagaram-se palavras, notícias, conhecimentos e diversas informações na forma escrita, aumentando, assim, a interação entre indivíduos, que antes somente ocorria por meio do diálogo face a face, conforme sustenta Thompson (1998). Há muito tempo, o livro impresso transformou a informação em objeto transportável. Todavia, na Antiguidade e Idade Média, era reservado a poucos privilegiados, como eruditos religiosos e nobres. Na contemporaneidade, o suporte do livro colabora para a expansão da capacidade de leitura de muitos cidadãos pelo mundo, sendo, ainda, uma das principais mídias de informação e transformação das realidades social, política e cultural da humanidade.

Por meio do material escrito, rompem-se as barreiras do tempo e espaço (LEMOS, 2015; SANTAELLA, 2007). Isso quer dizer que, aos poucos, o livro foi sendo incorporado à tradição, e os indivíduos não dependiam mais tão somente da oralidade para se comunicar. Desde a escrita e a invenção da imprensa, o homem viveu diversos apogeu da palavra e, conseqüentemente, da comunicação e de suas tecnologias (SANTAELLA, 2013; THOMPSON, 2008). Com os textos impressos, foi e continua sendo possível “[...] transmitir tradições, costumes, cultura e saberes para diversos indivíduos em diferentes contextos temporais e geográficos [...]” (THOMPSON, 2008, p. 3).

Em confluências com as mídias e seus suportes, Thompson (1998) explica três tipos de interações possíveis entre indivíduos, a saber:

- *a interação face a face*: ocorre quando o emissor e o leitor estão face a face literalmente, no mesmo espaço e tempo;
- *a interação mediada*: precisa de um meio técnico, como uma folha ou até fibra óptica (nos dias atuais), e por isso não está fixada no tempo e espaço;
- *a quase interação mediada*: as mensagens são produzidas e transmitidas por e para as diversas mídias (televisão, rádio, jornal, livros etc.), não

estando presas ao tempo e espaço, afinal, são disseminadas em contextos distintos. Todos os meios de comunicação de massa possibilitam e perpassam as relações sociais de quase interação mediada, segundo esse autor.

Entende-se essa proposta de Thompson (1998), pressupondo que os meios de comunicação foram originados pelo homem e são constantemente alimentados por ele. Quanto mais o homem se modifica, mais suas técnicas e tecnologias vão evoluindo e se aperfeiçoando. Com isso, aumenta-se exponencialmente o poder da humanidade de articular os diversos conhecimentos. Nesse processo, a comunicação é fator determinante.

A comunicação faz com que as pessoas se relacionem entre si, compartilhem experiências, ideias e sentimentos. Transforma a sociedade, colaborando na transformação das crenças, valores e comportamentos, pois é uma interação social por meio de mensagens. Estas só são emitidas porque o homem precisa se relacionar com o mundo e ele só consegue isso mediante uma comunicação efetiva.

Assim, pode-se afirmar que o homem criou um modo de se comunicar. Segundo Sanchez (2003), para que a comunicação ocorra é preciso que os elementos básicos da comunicação interajam, sendo estes:

- 1 – Fonte de Comunicação (Emissor) – O iniciador da comunicação. Transmite a mensagem.
- 2 – Codificação – Conversão de uma mensagem de comunicação em formato simbólico (oral, escrita, visual, não verbal, etc.)
- 3 – Mensagem – O que é comunicado.
- 4 – Canal (Meio/Veículo) – A mídia por meio da qual a mensagem viaja.
- 5– Decodificação – Tradução da mensagem enviada pelo emissor (processo que ocorre no receptor).
- 6 – Receptor – O destinatário da mensagem.
- 7 – Feedback (ou melhor, o retorno positivo da Comunicação, não no sentido de concordância, mas sim de entendimento da mensagem que foi recebida) – Elo final do processo de comunicação; devolve a mensagem ao sistema para verificar sua compreensão (SANCHEZ, 2003, p 79).

A comunicação é eficiente quando se dá entre o que é transmitido e o que é recebido. No entanto, comunicar não significa apenas falar, mas sim também ouvir, já que ouvir, assim como falar, formam a comunicação.

A comunicação pessoal, inicialmente, a única disponível, foi evoluindo aos poucos. Os nossos antepassados, em seus primórdios, usavam a linguagem oral, depois a comunicação corporal, até chegarmos à linguagem escrita. Foi com a

criação do alfabeto e da escrita que o panorama comunicacional começou a dar passos mais largos, como destaca Majó (2012, p. 68): “A invenção da escrita rompeu as barreiras do tempo e do espaço graças à invenção de um código (letras, ideogramas) e a aparição de um armazém físico externo ao cérebro (papiros, pergaminhos, livros)”.

Houve um avanço enorme na comunicação a partir da tipografia criada por Gutemberg, pois ela facilitou a impressão de livros e outras reproduções. Esse fato colaborou muito para o avanço da imprensa escrita que, com a nova técnica, possibilitou aos jornais uma reprodução pensada para um grande número de leitores. Isso demonstra o desenvolvimento da comunicação por vários meios e formas.

Mesmo para os profissionais da área da comunicação, existem dificuldades em distinguir os principais meios, mídias, suportes e tecnologias. Isso porque nunca houve uma real preocupação com uma tipologia geral e exaustiva, o que, em muitos casos, seria um trabalho hercúleo e moroso. Uma crítica que Sanchez (2003, p. 76) faz, diz respeito à “[...] necessidade de falar, mostrar, persuadir e quase nunca a de entender a mensagem que está sendo transmitida e/ou recebida”. Por isso, muito mais importante do que classificá-la, é entender a função da comunicação.

Relacionada à sua função, temos a tecnologia. É por ela, e mediada por ela, que a comunicação hoje se desenvolve. A tecnologia evoluiu e trouxe com ela novos meios de comunicação, revolucionando, assim, a forma como a interação humana ocorreu, como aponta Lévy (1999, p. 89):

As tecnologias digitais surgiram, então, como a infra-estrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento.

Partindo, assim, da proposta de Santaella (1992), que divide a história da cultura das mídias em seis eras culturais – cultura oral, cultura escrita, cultura impressa, cultura de massas, cultura das mídias e cultura digital – pode-se admitir alguns tipos de comunicação e suas principais tecnologias.

### a) *Cultura oral*

Por séculos, a forma de transmissão de conhecimentos armazenados na memória do homem se dava pela comunicação oral. Os mais idosos transmitiam todo esse conhecimento acumulado. A memória auditiva e visual eram os únicos recursos de que dispunham as culturas orais para o armazenamento e a transmissão do conhecimento às futuras gerações. Em muitas culturas, a memória da comunidade era disseminada por meio de contadores de histórias, cantores, dentre outros. Esse é um exemplo de que a oralidade apresentou papel principal na comunicação humana durante anos, e estudiosos contemporâneos concordam com sua influência na estrutura do pensamento de sociedades letradas ainda hoje.

A comunicação oral é dividida em dois tipos: primária e secundária. A oralidade primária é do tipo que não é influenciada de nenhuma forma pela escrita ou impressão, pois não possui contato com elas. A oralidade secundária depende totalmente da cultura escrita e impressa e faz parte da cultura eletrônica. (ONG, 1998).

Basicamente, a retórica demonstra a capacidade do orador de refutar ou demonstrar um argumento. Os sermões e as pregações nas ruas e praças eram exemplos da importância do discurso oral para a Igreja. No século XV, o desenvolvimento do comércio mudou consideravelmente a comunicação oral. O aumento do intercâmbio de mercadorias e o nascimento das bolsas comerciais criavam o ambiente perfeito para a prática oral (BRIGGS, 2004; LÉVY, 1993, 2001; ONG, 1998).

A cultura da oralidade é flexível, criativa e adaptável ao momento da narrativa, que pode ser alterada para satisfazer os seus ouvintes. Quando não havia escrita e o povo não era alfabetizado, a cultura oral tinha um lugar muito importante. O principal é que falar bem não é falar em demasia, nem pouco, mas o suficiente para ser compreendido. Apesar de a comunicação oral ser fundamental, não se pode viver sem a comunicação escrita, pois ela consegue registrar tudo o que é importante para não haver esquecimento de fatos relevantes e históricos.

### *b) Cultura escrita*

A comunicação escrita exige um conhecimento prévio de símbolos (letras). O alfabeto, composto por letras de uma determinada língua, são símbolos que unidos formam as palavras, constituindo um código. Os idiomas, o Braille, o Morse etc., são exemplos de comunicação.

Há alguns outros tipos de comunicação: carta pessoal, social, telegrama e redação técnica. A carta pessoal, como o próprio nome diz, é pessoal e, por isso, enviada para alguém muito próximo. A principal característica é a informação, pois quem a recebe precisa entender o seu conteúdo. Alguns itens são obrigatórios, como data, local, saudação e assinatura, mas o restante é livre. Exemplos: carta, recado ou bilhete.

Já a carta social é enviada ou recebida por pessoas do seu vínculo de amizade, mas sem intimidade. Exemplos: felicitações ou pêsames, e fazer convites e comunicados. Sua característica é ser objetiva, clara, e com um único assunto. O telegrama é uma mensagem curta, urgente e confidencial para uma entrega rápida.

A redação técnica é um texto mais elaborado, formal. Suas características são a clareza, a lógica, a concisão, de fácil leitura e precisão das ideias. O objetivo é o de informar, solicitar, registrar, esclarecer, dentre outros. Exemplos: ata, circular, certificado, contrato, memorando, parecer, procuração, recibo, relatório, currículo.

Em meados de 1450, Gutemberg inventou a prensa, e isso possibilitou a impressão de cópias de panfletos e livros. Com essa nova tecnologia, houve uma revolução no Ocidente, e no final do século XVI, milhões de livros já haviam sido impressos. Um texto pode ser lido, relido e corrigido. A leitura e a escrita, antigamente, era destinada apenas a uma minoria dominante, o clero e a nobreza, mas, depois de Gutenberg, tornaram-se acessíveis a qualquer pessoa que passava pelo processo de alfabetização.

Enquanto se fala, pode-se perder o raciocínio, mas quando está escrito, esse registro permanece por muitos anos, chegando a quaisquer lugares. A memória de uma sociedade ficará registrada independentemente dos indivíduos, sem sofrer perdas, pois pode ser guardada e consultada sempre que for necessário. Durante anos, as palavras eram a única forma para divulgar as informações e produzir o conhecimento. Mas com a tecnologia, cada vez mais as imagens de vários tipos e

formatos começam a mudar as formas de representação. Nasce, assim, a cultura impressa.

### c) *Cultura impressa*

O primeiro jornal fundado em 59 A.C foi gravado em tábuas de pedra, A *Acta Diurna*, publicava fatos diversos, notícias militares, listagem de eventos entre outros assuntos, que era afixado nos espaços públicos. Já o primeiro jornal impresso surge em 713 D.C na China em Pequim - *Notícias Diversas*, que foi publicado como um panfleto manuscrito.

O alemão Johannes Gutenberg descobriu uma maneira de juntar caracteres móveis em metal e os aperfeiçoou. O uso de letras moldadas em chumbo, ordenadas e umedecidas em tinta para imprimir textos sobre o papel, e com esta nova técnica foi possível fazer a reprodução de várias cópias de um mesmo exemplar. nasceu assim a tipografia (do grego *typos* — “forma” — e *graphein* — “escrita”) em 1440.

Começa, a partir daqui, a utilização de papel para o registro de informações e a transmissão do conhecimento passa a ser viabilizado, adquirindo plena eficácia com a invenção da imprensa. O fato mais importante dessa invenção é possibilitar a impressão de vários exemplares de uma mesma publicação a preços acessíveis, fazendo com que a informação se torne mais popular e mais democrática. Com essa invenção, o livro tornou-se disponível para qualquer leitor, desde que saiba ler, e aproximou as pessoas e os lugares.

No século XV, após a invenção da prensa, as folhas com as notícias comerciais e econômicas eram muito comuns nas ruas das cidades. O nome gazeta, muito utilizado na Idade Moderna e na Contemporânea, surgiu devido à moeda local em Veneza, na Itália, onde as folhas eram vendidas ao preço de uma gazeta. No ano de 1500, em mais de 200 cidades da Europa, havia oficinas de impressão, mas Veneza, a capital da imprensa, continuou seguida de Paris, Frankfurt, entre outras.

Em 1605, em Antuérpia, na Bélgica, surge a primeira publicação impressa periódica regular semanal. Já em 1609, são fundados os primeiros periódicos alemães. Em Portugal, A Gazeta, de Lisboa foi fundada em 1641. Em 1665, na França, surge a primeira revista, o *Journal des Savants* (Diário dos Sábios), em

Paris, com 12 páginas em formato de um boletim, sendo considerada a revista científica mais antiga da Europa. No Brasil, imprimir em folhas de papel, e encadernar textos selecionados eram um processo complexo. A censura foi uma das mais antigas consequências da impressão. Desde a criação da imprensa, ao longo da ditadura instaurada no Brasil, em 1964, as autoridades se preocupavam com a disseminação de textos contrários à ordem vigente no País. Ainda nesse período, surge a cultura de massa, principalmente difundida pelo rádio e TV.

#### d) *Cultura de massa*

Nessa cultura, a informação é transmitida de forma mais simultânea e uniforme, podendo ser destacado o papel do rádio e da TV. Os meios de comunicação de massa são os canais ou os meios que veiculam os produtos para as massas, tendo como exemplos: jornais, rádio, cinema, televisão, revistas, internet, dentre outros. O modelo da comunicação de massa vai se tornando um modelo de comunicação em rede. Apesar de a comunicação de massa não ser característica do século XX, já possui as suas manifestações no século XIX claramente delineadas. Fadul (1993) evidencia:

[...] é uma característica fundamental da sociedade de massa, à qual está ligada de forma indissolúvel. Assim, quem fala em sociedade de massa, fala em comunicação de massa. Portanto, se foi no século XIX que se iniciou uma das primeiras indústrias culturais – a do jornal diário –, vai ser no século XX que se terá o coroamento desse processo, com o desenvolvimento da TV no pós-guerra. A partir daí, a aceleração do desenvolvimento tecnológico deu origem às novas tecnologias que, a cada dia que passa, introduzem novas formas de comunicação, tais como: a TV a cabo via satélite, o videocassete, a TV de alta definição, o *compact-disc*, etc. (FADUL, 1993, p.57).

Conforme Romano et al. (2014) nos explicam, a cada ano surgem novas tecnologias que disponibilizam novos meios para o estabelecimento da comunicação, tornando-se ferramentas importantes e até fundamentais para os sujeitos sociais, como telégrafo, telefone, rádio, televisão, computador e Internet, trazendo novas possibilidades e ampliando o alcance da transmissão de informações.

Com a industrialização utilizando cada vez mais a tecnologia, e o

aperfeiçoamento crescente dos meios de comunicação, tais como a fotografia, o cinema e a imprensa, depois o rádio e a televisão possibilitaram que um maior número de pessoas tivesse acesso às informações. Vale lembrar ainda que a quase interação mediada possui relação com os meios de comunicação de massa (imprensa escrita, rádio, televisão e as outras tecnologias de comunicação). Esse conceito engloba a tecnologia computacional, abarcando a internet, mídia que proporciona uma série de diferentes formas de experiência, tornando o dia das pessoas diferente de suas gerações anteriores. A mídia digital continua alterando a forma com que os indivíduos se comunicam e a reciprocidade da interação é que transforma a internet (MARTINS, 2013; SANTAELLA, 1999). Com o uso crescente da tecnologia computacional no cotidiano, esta se torna uma ferramenta indispensável para que a comunicação seja ainda mais fluida no uso pessoal ou organizacional.

Vive-se numa época em que a produção e a distribuição de informação são velozes, e a mídia digital destaca-se justamente pela sua capacidade sem precedentes de gerar, manipular, distribuir e avaliar dados, tornando esse processo flexível (CAVALCANTI, 2008; SANTAELLA, 2012). Desse modo, a cultura de massa é a cultura produzida de acordo com as normas de fabricação industrial maciça, propagada pelos canais ou MCMs (meios de comunicação de massa) de difusão e destinada a uma massa social que vive nas cidades. Importante ressaltar, ainda, que a cultura de massa é diferente da cultura erudita e da cultura popular.

Conforme Correa (2016), a cultura popular constitui-se de manifestações que emanam do povo para atender às necessidades da sociedade de consumo. A cultura não é estagnada, e a cultura popular transforma eventos populares em espetáculos com grande difusão, como os desfiles das escolas de samba, por exemplo.

Há ainda a cultura erudita, sofisticada e formal, produzida por intelectuais e difundida por meio do sistema educacional, preferencialmente pelas universidades, a pessoas cultas (letradas, preparadas intelectualmente e possuidoras de conhecimentos) que detêm o poder social, econômico e político.

É possível verificar isso na literatura, na música e nas artes plásticas. Na academia também é usada como defesa do restrito, pois quem não tem poder aquisitivo não tem acesso. Há exemplos, como peças de teatro, ou obras de arte de artistas renomados, que não têm preços populares. A música clássica também faz

parte da cultura erudita como, por exemplo, Mozart, Beethoven, e no Brasil, a obra “O Guarani”, de Villa Lobos.

A comunicação não verbal é aquela que se dá na ausência da fala e da escrita. A comunicação não verbal é, portanto, constituída apenas de sinais não verbais que revelam as emoções dos envolvidos na comunicação face a face, por meio da linguagem gestual e/ou corporal. As formas de comunicação não verbal podem assim ser definidas:

- Cinésica - é a parte da semiótica que estuda os movimentos corporais como sinais não verbais de comunicação. Dividem-se em expressões faciais, gestos, postura e olhar (oculésia).
- Paralinguagem - é a forma de comunicação não verbal que considera as características da expressão vocal.
- Aparência física - é a forma de comunicação não verbal que considera o vestuário, os cabelos, os acessórios (óculos, bijuterias, sapatos, bolsas, dentre outros), as cores etc.
- Proxêmica - é a forma de comunicação não verbal que analisa a distância interpessoal. Divide-se em sociofugal (de um agrupamento de pessoas), disposta de modo que cada um possa manter alguma privacidade, e sociopetal (de um agrupamento de pessoas), disposta de modo que cada um pode ver e interagir com os outros.
- Tacêsica - é a forma de comunicação não verbal que analisa o ato de tocar o interlocutor e de tocar a si mesmo.
- Cronêmica - é a forma de comunicação que analisa os sinais não verbais decorrentes da percepção do tempo e da relação com ele. Divide-se em monocrômica e policrômica.
- Olfática - é a forma de comunicação não verbal que estuda os aromas exalados pelo corpo ou feromônios.

Durante todo o processo de socialização, o homem sempre buscou meios ou modos para expressar as suas necessidades. A comunicação evolui na medida em que encontra sinergia entre esses modos, meios e formas, fazendo também evoluir o conhecimento e introdução de novas tecnologias (CORRÊA, 2005). No próximo tópico, esclarece-se justamente como a comunicação digital e a presença de seus

elementos tecnológicos vêm transformando o modo de se comunicar, de se relacionar e de construir conhecimentos em uma sociedade.

#### *e) Cultura das mídias*

Santaella (1992) acredita que inversamente à cultura de massa, esta que é uma “pasta homogênea e disforme de mensagens” (p. 30), a cultura das mídias deve ser entendida como uma interação entre inúmeros códigos e processos de sentido cultural que atuam em cada uma das mídias, e que por consequência, produz no receptor dessas mensagens efeitos de comunicação e percepção totalmente singulares. Fica claro que as transformações culturais não ocorrem apenas por avanços na tecnologia, mas também pela influência que esses meios sofrem com novos signos, tipos de mensagens e processos de comunicação. A ocorrência é derivada dos ajustes realizados de uma cultura para a outra, resultando na integração entre as formações culturais (como Santaella (1992) prefere chamar de eras culturais).

A cultura das mídias é a combinação entre diferentes mídias, isto é, a utilização de vários meios para se comunicar, tais como TV, jornal, web dentre outras. Hoje, com o surgimento de aparatos tecnológicos mais acessíveis a todos, a informação e todos os meios de comunicação se tornaram ágeis. Pode-se afirmar, portanto, que a cultura das mídias é a cultura do disponível.

#### *f) Cultura digital*

A cultura das mídias enfatiza a seletividade da informação por meio do leitor. Essa, todavia, enfatiza a convergência de todas as mídias visando levar o maior número de informações ao maior número de pessoas, no menor tempo possível. A palavra chave para a cultura digital é *interatividade*. Cada vez mais o homem interage com todos os aparatos e suas tecnologias.

Atualmente, todas as mídias estão prestando o mesmo serviço: informar o leitor. Como exemplo, destacam-se os jornais, que buscam o leitor onde ele estiver, valendo-se do rádio, da TV, do jornal impresso, da internet, fazendo com que os

mais diversos “leitores” tenham acesso ao seu conteúdo, quer seja pelas mídias já apresentadas, quer seja por meio de *smartphones*, *tablets* e computadores.

Os meios digitais possibilitam uma busca fragmentada e individualizada da mensagem e da informação. Possibilita também a produção e disseminação de todos, para todos. É a cultura do acesso.

Com a chegada dos computadores e dos aparatos eletrônicos, surge a cultura digital, que traz uma linguagem diferente para estabelecer uma conexão entre o virtual e real. Surge da junção das palavras cultural e digital, Isto é, por meio da internet é possível ter acesso imediato a qualquer informação, construir conteúdos e partilhar experiências, sem barreiras geográficas, e com isso se relacionar com pessoas do mundo inteiro.

Hoje todos estão conectados de alguma forma ou utilizando algum aparato digital no seu dia a dia, seja para pagar as contas, com cartão de crédito ou débito, controle de acesso à portaria de prédios por controle de *biometria* (bio= vida) + metria (medida). Identificação única das pessoas por meio de características comportamentais e físicas.

## **2.2 Internet e redes sociais**

Após cinquenta anos do surgimento da TV, nasce uma nova tecnologia de comunicação, que é a internet. Com ela, ocorreu uma mudança na forma de se comunicar. Hoje percebe-se que cada vez mais a comunicação muda suas formas de se comunicar, inclusive pelo crescimento das mídias sociais. Além disso, ao mesmo tempo em que a vida cotidiana está plena de informação, o acesso a ela se mostra ainda fragmentado.

Da mesma forma, a internet e as redes sociais estão possibilitando o desenvolvimento de diversos tipos de relação com o conhecimento e com as pessoas. Cria-se, com isso, o que se nomeou de ciberespaço. Para se compreender o conceito de ciberespaço, faz-se necessário entender o que é virtual (LÉVY, 1996). Segundo Lévy (1996), o virtual é uma nova modalidade de ser. O ciberespaço pode ser considerado uma virtualização da realidade, uma migração do mundo real para um mundo de interações virtuais. O estudioso diz ainda que ciberespaço envolve

alterações profundas na nossa maneira de pensar, de dar sentido ao mundo, de nos relacionarmos uns com os outros e de organizar a sociedade, ou seja, uma nova abordagem do conhecimento. Alguns potenciais e tendências são perceptíveis, podendo-se citar três características principais da sociedade do conhecimento: convergência, interatividade e mobilidade.

O ciberespaço impõe transformações radicais na forma de acesso à informação, mediando e criando processos dinâmicos de produção e disseminação do conhecimento. O que parece surgir é uma nova cultura, com a sua estrutura de codificação e usos específicos das linguagens, para reprodução de uma conversa oral.

A cibercultura que se forma sob os nossos olhos mostra como as novas tecnologias são efetivamente ferramentas de compartilhamento de emoções, de convivialidade e de retorno comunitário, perspectivas essas, em se tratando principalmente do reino da técnica, colocadas à parte pela modernidade (LEMOS, 1996).

Quando propagada pelas tecnologias de informação e comunicação, a linguagem digital parece ser mais simples e articulada. Essa combinação resulta em uma maior flexibilidade do campo de atuação dos gêneros digitais: a partir deles, é possível buscar diversas informações, comunicar, interagir e aprender de forma particular.

A tecnologia iniciou seu caminho com a invenção do computador, em 1943, composto por uma máquina que ocupava uma sala inteira, e depois com sua evolução, em 1971, quando surgiu o primeiro microcomputador. Com a transformação dos computadores, apareceu a internet, desenvolvida em 1969 para fins militares, na época da Guerra Fria (1945-1991), sendo, no início, apenas um sistema de comunicação entre as bases militares dos EUA, nomeada de ArpaNet.

Com o fim da Guerra Fria, o sistema tornou-se praticamente desnecessário para fins militares. Assim, resolveram tornar público o seu acesso, e foi em 1971 que a internet passou a ser usada por acadêmicos e professores universitários, principalmente nos EUA, para troca de mensagens. Cada vez mais, a internet aproxima as pessoas conectadas na rede. O contexto da rede é o da globalização e o da evolução das tecnologias que, segundo Castells (1999), resultam em uma atualizada configuração social, ao que o autor chama de Sociedade em Rede. Com

a internet, a comunicação social passa a ser de muitos para muitos, e com isso rompe barreiras geográficas e temporais, modificando a cultura e o consumo.

Esse caminho de transformação foi o hibridismo, conceito que abrange a mistura de culturas, linguagens, e convergência de mídias e outras combinações. Santaella (2010, p. 93) chama a atenção para o papel fundamental desempenhado por aquele que aciona e interage com as múltiplas interfaces, “cooperando na sua realização”. A popularização da rede iniciou-se no ano de 1990, tornando-se gradativamente o que conhecemos atualmente.

Os avanços que se iniciaram com a escrita, a criação do papel, as impressões e o uso das primeiras tecnologias, alcançando um grande público e áreas geográficas, introduziram a Era da Tecnologia e da Informação. McLuhan (1996) foi um dos primeiros pesquisadores que começou a perceber que a estrutura da educação tradicional se tornaria cada dia mais aplicada à lógica da comunicação eletrônica.

Com o aprimoramento das tecnologias no século XX, e a conseqüente globalização, os meios de comunicação se modificaram, principalmente com a introdução, em 1994, da Word Wide Web (WWW), por Tim Berners-Lee, no Instituto de Tecnologia de Massachusetts, com suporte do CERN, DARPA (como foi renomeada a ARPA) e da comissão europeia. A W3C padronizava os protocolos e tecnologias usados para criar a web de modo que o conteúdo pudesse ser acessado largamente pela população mundial tanto quanto possível. É importante destacar essa ideia de que a evolução tecnológica não foi o único fator responsável pelo surgimento da cibercultura ou, como analisa André Lemos, “mais do que simples inovação técnica, o nascimento da microinformática (e da cibercultura) é fruto de movimentos sociais” (2008, p. 105).

Além da microinformática, o surgimento da cibercultura veio do desejo de estabelecer a comunicação em escala global, motivando as pessoas a desenvolverem as primeiras redes, antes de a internet ser ligada. A comunicação na cibercultura se deve ao uso do computador para relacionamento interpessoal, que por vezes ofusca os outros usos possíveis. Para Raquel Recuero, “o computador, mais do que uma ferramenta de pesquisa de dados e de trabalho, é hoje uma ferramenta social, caracterizada principalmente pelos usos convencionais” (RECUERO, 2012, p. 21).

Logo, depreendemos que os usuários desenvolvem distintas habilidades e competências com os meios tecnológicos, o que os caracteriza como verdadeiros ciborgues de nosso mundo digital, como salienta Santaella (2003; 2010). A autora define o termo ciborgue como a mutação dos corpos, fruto de uma simbiose do ser humano com as próteses tecnológicas, ou seja, é a capacidade do homem ampliada por aparelhos tecnológicos. Assim, essas transformações comportamentais emergentes do século XXI evidenciam que a contemporaneidade reflete a lógica da informação, graças às mudanças tecnológicas, que também exigiram e refletiram mudanças na cultura. Isso ganhou intensidade e se expandiu nos anos 1990, quando houve a difusão do computador e das redes (Internet).

Como afirma Lévy (2001), as comunidades virtuais são uma nova forma de se fazer sociedade. Essa nova forma é rizomática, transitória, despreendida de tempo e espaço, baseada muito mais na cooperação e trocas objetivas do que na permanência de laços. E isso só foi possível com o apoio das novas tecnologias de comunicação. É exatamente essa ambiguidade produzida pelo conceito de comunidade que a noção de rede social vem contornar (LATOURET, 2010).

O ciberespaço na tecnologia computacional realiza a cultura contemporânea. O desenvolvimento da cibercultura se dá com o surgimento da microinformática nos anos setenta, com a convergência tecnológica e o estabelecimento do *Personal Computer* (PC). A partir dos anos 80-90, iniciou-se a popularização da internet e a transformação do PC em um “computador coletivo”, conectado ao ciberespaço, a substituição do PC pelo CC (Lemos 2003) e, em pleno século XXI, com o desenvolvimento da computação móvel e das novas tecnologias (laptops, palms, celulares), trouxe à tona a mobilidade. Estamos na era da conexão, e isso caracterizou a primeira fase da internet, a dos “computadores coletivos” (CC): “A gente pode empregar como sinônimos cibercultura e cultura digital, que seriam nomes para a cultura contemporânea, marcada a partir da década de 70 do século passado” (LEMOS, 2009, p.136).

Iniciou-se então uma nova forma de comunicação com o mIRC, em 1995, um dos primeiros programas de mensagens utilizados no Brasil. O mIRC precisava ser instalado no computador, e até hoje vem sendo utilizado como ferramenta para discussão de *hackers*, *gamers* ou, simplesmente, gente que não gosta de programas com muitos recursos visuais.

Segue uma pequena exploração historiográfica sobre as principais plataformas de comunicação existentes, de 1995 até o momento.

a) *ICQ*

ICQ é um programa de comunicação instantânea criado em 1996. Foi o pioneiro do gênero na internet, um dos programas de mensagens instantâneas mais famosos do fim da década de 90. ICQ vem do acrônimo baseado na pronúncia das letras em inglês, *I Seek You*, em português, "Eu procuro você", mas popularmente conhecido no Brasil como "i-cê-quê". O sucesso no Brasil ocorreu, sobretudo, por ter se tornado popular na época em que a internet estava começando a ser utilizada de forma mais massificada. Era comum as pessoas se conectarem por meio da linha telefônica e, em muitos casos, passarem a madrugada utilizando o programa (nesse horário era mais barato). O *software* foi comprado pela AOL (América Online) e, em 2010, por um grupo de investidores russos.

b) *AIM*

AIM significa *AOL Instant Messenger*, e é um popular *software* de mensagens instantâneas da AOL lançado em outubro de 1997, que permite aos seus usuários registrados a comunicação em tempo real por texto, voz ou vídeo pela Internet. Seu lema nos Estados Unidos é "OMG since 1997" (algo como: "Oh, meu Deus, desde 1997"). Popular na América, o programa teve de se reinventar com o tempo e, atualmente, tem versões *mobile* permitindo integração com o *Google Talk* e o *Facebook*.

c) *Yahoo Messenger*

*Yahoo Messenger* é um programa criado em 1998 por meio do qual as pessoas podem conversar, escrever e se ver à distância. Como o nome diz, é um *software* da empresa Yahoo. Em 2006, o Yahoo inovou por ser um dos primeiros grandes comunicadores a fazer integração com o *Messenger*, que já era líder na época. O programa continua funcionando e agora permite conexão também com o

chat do *Facebook*, além de estar disponível para dispositivos móveis. Ainda exibe imagens e reproduz vídeos de sites como o *YouTube* quando um link é enviado a outro usuário.

d) *MSN Messenger*

*MSN Messenger* é um programa que permite conversas instantâneas entre usuários conectados à internet em qualquer parte do mundo e que deixou de existir em 2013. Foi criado pela Microsoft em 1999, chegou a ser o programa de mensagem instantânea mais utilizado no mundo – inicialmente, necessitava de convite para seu uso. Foi rebatizado de *Windows Live Messenger* em 2005, mas o nome não pegou, e até o fim era chamado de MSN. Em 2013, foi aposentado e substituído pelo *Skype*, apesar de muitos usuários não terem gostado da troca. Com o diferencial de oferecer conversas por vídeo, tenta se manter atualizado ao conectar-se com o chat do *Facebook*, com plataformas para conferência em *smart-TVs* e com videogames. A popularização dos *smartphones* fez com que o programa ganhasse versão compatível com os telefones celulares.

e) *Google Talk*

*Google Talk* é o comunicador instantâneo do Google que tem os recursos de enviar texto, bate-papo por voz, trocar arquivos e compartilhar links. O programa também funciona como notificador de novos e-mails em contas do GMail. Para utilizar o *Google Talk* é preciso ter uma conta no Google. O *Gtalk* é incorporado ao Gmail. É possível utilizar o comunicador pelo navegador enquanto se está na página do Gmail, podendo integrar as opções de áudio e vídeo, desde que se instale um *plugin* fornecido pela própria empresa. Foi criado em 2005. Diferente da maioria dos grandes programas de mensagem instantânea, o *Google Talk* começou na web e depois ganhou uma versão para ser instalada no computador. O serviço, que passou a se chamar *Hangouts* em 2013, está integrado a várias ferramentas do Google como e-mail (Gmail) e redes sociais (Google+). Também está disponível para dispositivos móveis.

f) *WhatsApp*

O *WhatsApp Messenger* é um aplicativo de mensagens instantâneas para *smartphones*. Com ele, os usuários podem se comunicar com seus contatos que também têm esse *software* em seus *smartphones*, sem precisar telefonar ou enviar mensagens. O *WhatsApp* foi criado em 2009 por dois ex-funcionários do Yahoo. Segundo a Nielsen, ( empresa de pesquisa que estuda os consumidores em mais de 100 países, recorrendo à diversidade das comunidades locais e nacionais para garantir o entendimento mais completo sobre o que os consumidores assistem e compram. Também oferece resultados acionáveis aos clientes para o ambiente digital e mobile, permitindo o acompanhamento de informações detalhadas sobre a atividade dos internautas.) ele era utilizado no começo de 2014 por 74% dos brasileiros donos de *smartphones*.

Em fevereiro de 2014, o *WhatsApp* foi adquirido pelo *Facebook* por US\$ 16 bilhões (mais US\$ 3 bilhões em ações), em uma tentativa de fortalecer sua participação em alguns mercados, e também entre públicos diversificados na rede social. A crescente popularidade do *WhatsApp* fez dele um sinônimo de comunicadores instantâneos para celular, e está disponível também para computadores.

#### g) *Viber*

O *Viber* é um aplicativo para celular criado em 2010 para enviar mensagens de texto e também realizar ligações telefônicas para usuários que também possuem esse aplicativo. O seu diferencial é um recurso chamado de *Viber Out*, que não é gratuito (serviço é cobrado por minuto), mas permite o seu uso para telefonar a números fixos utilizando a internet. Ele também pode ser usado no desktop.

O *Viber* tem como objetivo atrair mais clientes no Brasil e, portanto, ofereceu esse benefício gratuitamente por tempo determinado. Em fevereiro de 2014, a empresa israelense foi comprada por US\$ 900 milhões pela japonesa Rakuten.

#### h) *Facebook Messenger*

O *Facebook Messenger* é um aplicativo introduzido em 2011 que permite enviar mensagens gratuitas para os contatos do *Facebook* e do celular por meio de aparelhos

como Android, iOS e Windows Phone. O comunicador do *Facebook* tem como principal vantagem o fácil acesso do usuário a seus contatos na rede social. Ele permite uma conversa privada ou em grupo, além do envio de arquivos e uso de figurinhas do *Facebook* e compartilhamento de sua localização. Existe ainda a possibilidade de fazer parte de *chats* em grupo ou conversar à vontade em um bate-papo privado.

i) *Line*

*Line* foi criado no Japão em 2011. É um aplicativo para celulares cheio de imagens coloridas e recursos como vídeos, fotos, ligações pela internet e muitas figurinhas. Os personagens mais populares entre os *stickers* (nome dado aos desenhos pelo programa) são o coelho Cony e o urso Brown. Em 2011, surgiu o *Wechat*, muito parecido com o *WhatsApp*, disponível para diversas plataformas (inclusive de computadores). A aba "Social" reúne os recursos de interação, permitindo compartilhar fotos com os amigos, curtir as imagens de outras pessoas e encontrar novos contatos.

j) *Blog*

*Blog* são páginas da internet em que regularmente são publicados diversos conteúdos, como textos, imagens, músicas ou vídeos, tanto podendo ser dedicados a um assunto específico ou de interesse geral. Podem ser mantidos por uma ou várias pessoas e têm normalmente espaço para comentários dos seus leitores. Blogueiro é o nome dado a quem publica num *blog* e blogosfera é o conjunto de *blogs*. Iniciou no ano de 1999, é uma ferramenta de comunicação para temas de interesse comum. Muitos blogueiros começaram a construir *blogs* para tratar sobre diversos assuntos, alguns para fazer "diários virtuais", outros para fazer humor, política, e assim por diante.

k) *Facebook*

O *Facebook* é uma rede social que permite conversar, compartilhar mensagens, links, vídeos e fotografias. Essa ferramenta foi criada em 2004 pelos

americanos Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Chris Hufghes e pelo brasileiro Eduardo Saverin, e também permite que se recebam as novidades das páginas comerciais preferidas, como veículos de comunicação ou empresas. O *Facebook* é traduzido livremente para o português como “o livro de caras” já que “*face*” significa *rosto* e “*book*” *livro*. É uma rede social gratuita que conecta pessoas de diversas partes do mundo e, devido ao seu alto alcance, já auxiliou pessoas que haviam perdido contato com amigos e familiares a se reencontrarem dentro do site.

Em janeiro de 2016, as ações do *Facebook* tiveram um aumento extraordinário, de U\$ 109 para U\$ 300 bilhões. No balanço de 2015, divulgado pela própria empresa, a rede social conta com mais de 1,59 bilhões de usuários em todo o mundo; isso quer dizer, que uma em cada quatro pessoas no planeta utiliza essa rede social, e dessas, cerca de 65% acessam a rede social todos os dias. Nesse mesmo ano, houve um crescimento de 25% conforme o site de notícias “Expresso” ([www.expresso.sapo.pt](http://www.expresso.sapo.pt)). O Brasil é o terceiro país em número de usuários, com 99 milhões de contas ativas.

### 1) *Twitter*

O *Twitter*, no entanto, surge em 2006, e foi fundado por Jack Dorsey, Evan Williams e Biz Stone. A ideia surgiu de Dorsey durante uma reunião de discussão de ideias (brainstorming), na qual ele falava sobre um serviço de troca de status, como um SMS. Entretanto, a palavra não agradou, pois não traduzia exatamente ao intenção do serviço. Ao buscar nomes parecidos no dicionário, Dorsey e os outros encontraram a palavra *twitter*, que em inglês tem dois significados: “uma pequena explosão de informações inconsequentes”, e “pios de pássaros”. Ambos combinavam perfeitamente com o conceito. A limitação de 140 caracteres se dá exatamente pela concepção inicial da ferramenta: mensagens SMS. Isto é, enviar mensagens curtas é o principal foco do serviço.

Hoje, o mundo das tecnologias tornou-se indispensável para nossa vida, pois estar conectado à rede mundial proporciona conhecimento, interatividade, diversão e, acima de tudo, comunicação. McLuhan (1964; 1996) foi o primeiro autor que para o fato de que a evolução das tecnologias transformaria os mais diversos tipos de relação. O século XXI, nomeado por Santaella (2003; 2010) como a *Sociedade*

*Digital*, é marcado, principalmente, pelos avanços tecnológicos e pelo aparecimento de um novo tipo de usuário: o nativo digital.

Com a chegada da internet e as novas tecnologias, a comunicação também evoluiu, principalmente devido ao aparecimento das redes sociais. Além da transformação na maneira de se comunicar, trouxe uma mudança comportamental.

### **2.3 Comunicação na Era Digital**

É fundamental que se realizem discussões sobre a comunicação digital e os processos envolvidos, correlacionando conceitos ligados à prática social, para que se possa perceber como as tecnologias vêm envolvendo os sujeitos, permitindo a produção e a interação de uma diversidade de signos (é tudo que simboliza ou representa algo – linguagens). É nesse sentido também que o cenário digital atual caracteriza-se como um ambiente que comporta e desenvolve uma série de identidades culturais.

Lucena (2013), sob a perspectiva educacional, descreve que educar é um processo de aquisição do conhecimento, que estimula o desenvolvimento de linguagens e modos de se comunicar. São as palavras que nomeiam os objetos, e os objetos são convencionalmente nomeados pelo homem, observando sempre que existe a comunicação nos processos de aprendizagem de linguagens e nos meios estabelecidos pelas fontes comunicativas.

Muitas invenções passaram a ser exploradas pelo homem, no que diz respeito à produção da escrita, afetando diretamente as suas práticas no processo comunicativo:

Hoje com telefones celulares não só escrevemos mensagens de qualquer lugar como também as enviamos em tempo real para variados destinatários. O uso do envio de texto pelo celular também tem nos forçado a ser mais sucintos em nossas mensagens, por questões que envolvem tanto a redução de custos, como também na praticidade de emitir várias mensagens com finalidades diferenciadas nos textos digitais (uso de abreviações, símbolos, dentre outros registros) (LUCENA, 2013, p. 17).

A disseminação e os avanços das tecnologias permitem o barateamento dos celulares, influenciando cada vez mais a vida dos alunos, pois grande parte dessa comunidade tem acesso aos aparelhos eletrônicos, que ficam mais sofisticados e

com mais recursos, permitindo-lhes mais tempo de conexão nas redes digitais.

Cazeloto (2007, p. 79) explica que “a interatividade, típica da comunicação digital em rede, multiplica não apenas as possibilidades de acesso à informação, mas, igualmente, o número de falantes possíveis, ao dissolver as fronteiras entre emissão e recepção”. Dessa forma, pode-se afirmar que a internet proporciona um valioso meio de comunicação e interação entre pessoas que não estão próximas geograficamente e que possuem interesses comuns. Por esse ângulo, Silva afirma:

As tecnologias voltadas à comunicação, sobretudo a internet, controlada pelas massas, pode gerar transformações inimagináveis de cunho social. Se a internet surge como um meio livre, onde a expressão não é dominada pelas grandes indústrias da comunicação de massa (por exemplo, a televisão) e nem por regras e concessões governamentais, a inclusão é o grande passo para a democratização da comunicação (SILVA, 2012, p. 63).

Percebe-se que a contemporaneidade, com o surgimento do ciberespaço, trouxe a multiplicação das diversas ferramentas de colaboração *online*, e as tecnologias de comunicação móvel se integraram às mídias tradicionais. Atualmente, são muitas as opções de tecnologias digitais, várias delas surgindo devido à popularização do computador e o avanço da internet. São inúmeras as ofertas de informação, comunicação, aprendizagem, administração, entretenimento e lazer. A verdade é que essas tecnologias influenciam comportamentos e estimulam ações intelectuais voltadas para essa nova realidade cultural e sociotécnica, marcadas pela utilização de ferramentas digitais (XAVIER, 2011). Para facilitar o dia a dia, existem aplicativos que auxiliam as tarefas mais simples, como, tomar notas das aulas, ou chegar a uma entrevista de emprego, dentre outras. Os aplicativos<sup>1</sup> ([www.universia.com.br/ciencia-tecnologia](http://www.universia.com.br/ciencia-tecnologia)) têm como objetivo transformar a rotina em algo mais descomplicado, ou ser um profissional mais produtivo, ou um aluno mais inteirado com as aulas, ou até mesmo deixar de se perder no trânsito. Cita-se alguns exemplos:

O *Google Maps* tem como objetivo oferecer experiências de geolocalização positivas ao usuário, indicando para ele grande parte dos lugares aonde precisa chegar.

Para manter-se em dia com aulas, palestras ou reuniões, o *Evernote* é o aplicativo perfeito. Além de permitir a gravação de notas de texto, o usuário também

---

<sup>1</sup> Disponível em: <[www.universia.com.br/ciencia-tecnologia](http://www.universia.com.br/ciencia-tecnologia)>. Acessado em: 4 nov. 2016.

pode capturar som, vídeo ou imagem, o que facilita a memorização e o entendimento do conteúdo.

O *Dropbox* permite acesso às suas informações a partir de outros dispositivos, além de disponibilizar o compartilhamento de arquivos com outras contas e armazenamento de dados.

O *ZITE* é um aplicativo que funciona como um agregador de notícias. Possui interface simples e permite a leitura de notícias importantes filtradas conforme o gosto pessoal do usuário. Além dessa função, o app também permite compartilhamento de links preferidos por meio das redes sociais ou mesmo via e-mail.

*WhatsApp*, aplicativo de mensagens instantâneas que permite a conversa via mensagens de texto. Além disso, o app permite o envio de imagens, vídeos e áudios, além do uso de *emoticons*. Os contatos são identificados a partir do número telefônico, facilitando a integração com a agenda do telefone.

O *LinkedIn* é um aplicativo da rede de contatos profissionais em que é possível encontrar empresas e profissionais de diversas áreas, cadastrar currículos, conferir novas oportunidades de emprego e compartilhar temas relevantes para o seu meio de atuação.

O *Google Search* aceita comandos de voz e oferece informações importantes para organizar o dia a dia, como o clima, o tempo de chegada ao trabalho, restaurantes próximos e até mesmo pontos turísticos na região.

Com tantos aplicativos disponíveis e a facilidade de obter conhecimentos e informações a qualquer hora, com uma sociedade centrada no uso, e consumo de conhecimentos, cujos pilares estão sendo alterados pela revolução tecnológica e os novos processos de aprendizado.

O aprendizado não é mais uma atividade interna, individual, pessoal. “Armazeno meu conhecimento fora de mim, nos meus amigos, nas organizações, nas redes. Conexões que nos permitem aprender são mais importantes do que nosso estado atual de conhecimento” (MATTAR, 2014).

Logo, a tecnologia e suas diversas plataformas deixam à disposição de cada um as melhores ferramentas para buscar o conhecimento.

## 2.4 Tecnologias digitais na educação

Atualmente, países de todo o mundo discutem a possibilidade de promoverem alterações em seus sistemas de educação e de investigação da educação superior (ES), no sentido de estimular e gerar novas formas de aprendizagem, de produção, gestão e aplicação do conhecimento. O que se discute de fato são a contribuição e o papel dos sistemas e das instituições de ES, na árdua tarefa de transmitir, produzir e disseminar conhecimento com compromisso e responsabilidade social, considerando os desafios globais e de construção de sociedades mais justas e igualitárias (SPELLER; ROBL; MENEGHEL, 2012).

Levanta-se nessas discussões a necessidade de mudanças para a construção de sistemas e instituições que promovam a igualdade e a ampliação dos mecanismos de inclusão social, mantendo, logicamente, a qualidade da formação. Dentro dessa perspectiva, foram indicadas como estratégias a ampliação das redes acadêmicas, bem como a construção de novos modelos que possibilitem a aprendizagem, a pesquisa e a inovação, de modo que as Instituições de Ensino Superior (IES) atuem com maior sentido e pertinência social (SPELLER; ROBL; MENEGHEL, 2012).

Esse debate tem sido promovido por alguns eventos, como: Fórum Nacional de Educação Superior (FNES/2009) e Conferência Nacional de Educação (CONAE/2010), com reflexões sobre as principais demandas e desafios da política de ES para a próxima década. O objetivo foi a elaboração do Plano Nacional de Educação (PNE-2011-2020). Esse documento aprofunda o debate, apresentando algumas experiências de inovação da ES em outros contextos e de como vêm sendo utilizadas as tecnologias, sem perder o foco da expansão qualificada (SPELLER; ROBL; MENEGHEL, 2012).

Entre o período de 2001 a 2010, manteve-se uma tendência, iniciada na década anterior, de crescimento da ES no setor privado. Vale esclarecer que somente no final desse período, observou-se um aumento também no setor público. De acordo com dados do Censo (2008), do total de 2.252 IES no Brasil, apenas 236, ou seja, 11% eram públicas, as demais, 89%, privadas. Conseqüentemente, o percentual de matrículas no setor privado também se elevou, correspondendo a 75%, enquanto o setor público, apenas 25%. Mesmo com um aumento expressivo

de IES e de matrículas, a partir da LDB/1996, a taxa de escolarização líquida da população de 18 a 24 anos continuou muito baixa (13,6%), especialmente, se considerada a meta do PNE 2001-2010 de, pelo menos, 30% dessa faixa etária, até o final da década. Nenhuma das regiões do País conseguiu atingir o índice desejado. Existe certa discrepância entre as regiões, algumas delas com menos de 10% com acesso à ES. Em 2009, no final da vigência do PNE 2001-2010, e diante do baixo desempenho do cumprimento de metas, muitos autores fizeram críticas aos problemas encontrados para a efetivação de políticas (SPELLER; ROBL; MENEGHEL, 2012). “O acesso ao ensino em níveis mais elevados não é apenas uma exigência econômica, é também um indicador do grau de democracia e justiça social” (PORTO; RÉGNIER, 2003).

Existem alguns desafios para a próxima década, caso seja realmente mantida a política de expansão de vagas e, ao mesmo tempo, a ampliação da qualidade de cursos e instituições, bem como a relação com a sociedade:

i) a democratização do acesso e permanência; ii) a ampliação da rede pública superior e de vagas nas IES públicas; iii) a redução das desigualdades regionais, quanto ao acesso e à permanência; iv) a formação com qualidade; v) a diversificação da oferta de cursos e níveis de formação; vi) a qualificação dos profissionais docentes; vii) a garantia de financiamento, especialmente para o setor público; viii) a relevância social dos programas oferecidos; e ix) o estímulo à pesquisa científica e tecnológica (SPELLER; ROBL; MENEGHEL, 2012, p. 31).

Para se atingir o objetivo de expansão da Instituição de Ensino Superior pública de qualidade e de políticas de educação superior de Estado que sejam realmente inovadoras, pertinentes e relevantes, é fundamental uma discussão aprofundada do conceito de educação superior pública, que reflète também no setor privado:

A experiência de algumas universidades comunitárias controladas efetivamente pela sociedade civil de sua região de abrangência, sem fins lucrativos e efetivamente enraizadas em seu entorno, pode e deve ser repensada em suas possíveis articulações em novas modalidades de ensino superior público. Não se trata de mera estatização, mas da consideração de experiências de sucesso na oferta de ensino superior de qualidade com pertinência social, ambiental e econômica (SPELLER; ROBL; MENEGHEL, 2012, p. 31).

Nesse sentido, é importante considerar a expansão da modalidade de Educação à Distância (EAD), como também as novas tecnologias de ensino-

aprendizagem presentes nas IES. Parece não restar dúvidas sobre o potencial de alcance da incorporação de novas e crescentes tecnologias de informação e comunicação na educação superior. Essa incorporação está se integrando na rotina das IES, de tal maneira, que será cada vez mais difícil distinguir o modelo presencial de ensino do modelo à distância, pois, está ancorado de forma crescente e inexorável no uso das TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação). Em conjunto, deve-se promover a avaliação e regulação criteriosas e consistentes da educação superior, nas duas modalidades, enquanto perdure sua diferenciação, evitando-se qualquer viés de mercantilização (SPELLER; ROBL; MENEGHEL, 2012, p. 31).

Diante dessas discussões, pode-se afirmar que o acesso ao ensino, em seus diversos graus (e cada vez mais elevados), não pode ser apenas um imperativo econômico correspondente à sociedade do conhecimento ou da informação. Deve se tornar um referencial político de expressão de índices de democracia e de justiça (PORTO; RÉGNIER, 2003).

A educação ganha cada vez mais centralidade quando se analisam todos esses elementos em conjunto. Pode-se observar uma passagem do modelo de desenvolvimento industrial para o modelo de desenvolvimento informacional, que aflorou do intenso movimento de transformação nas dimensões econômica, política, social e cultural das sociedades, mudando a capacidade de produção, interpretação, articulação e disseminação de conhecimentos e informações, ocupando espaço privilegiado na agenda estratégica dos setores produtivos e dos Estados. Percebe-se que a vantagem competitiva de um país em relação a outro depende da capacitação de seus cidadãos, da qualidade dos seus conhecimentos, da habilidade na transferência para os sistemas produtivos, da geração da ciência e tecnologia na produção de bens e serviços (PORTO; RÉGNIER, 2003).

Esse ambiente é desafiante e as nações precisam promover:

[...] condições necessárias à sua inserção (ou manutenção) no jogo econômico mundial. Ações estas que abrangem tanto a base tecnológica e a infraestrutura física (difusão das telecomunicações, dos computadores, do acesso às redes, por exemplo) quanto a elevação do patamar de aprendizado coletivo que permita aos agentes produtivos gerar inovações por meio da aplicação do conhecimento sobre o próprio conhecimento (PORTO; RÉGNIER, 2003, p. 7).

A educação está sendo encarada como a principal determinante para reverter

a pobreza estrutural e a única que pode vencer o círculo de ferro da exclusão (CARNERIO, 1994). No Brasil, o acesso a níveis mais elevados de ensino se coloca como uma questão fundamental para o País entrar consistentemente nessa sociedade da informação (PORTO; RÉGNIER, 2003).

Voltando ao aspecto do ensino superior, cita-se o documento anual do *Horizon Report* 2013, que identifica seis tecnologias emergentes que deverão se tornar populares até 2018, seis tendências e seis desafios que as universidades devem ter em até cinco anos. O relatório teve a participação de 51 especialistas em educação, tecnologia e futuro, além de escritores e pensadores. Em resposta às questões sobre quais os tipos de tecnologias teriam importância para o ensino, a aprendizagem e o questionamento criativo, foram indicadas as ferramentas que passariam a ser usadas nas instituições de ensino superior:

**Quadro 1.** Tipos de tecnologias e seus usos.

Tecnologias	Uso
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Moocs</i> (na sigla em inglês) – Cursos Online Massivos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• tornaram-se populares a partir de 2012, com iniciativas de peso, como edX, Coursera e Udacity. Essa popularidade é justificada pela possibilidade de aprendizado contínuo de nível superior e gratuito.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Gaming e gamificação</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O jogo tem por objetivo promover o engajamento dos alunos, desafiando seus conhecimentos em uma determinada disciplina. A gamificação integra elementos dos jogos, com níveis de <i>badges</i> e competição, ao currículo. É conhecida também como educação baseada em jogos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tablet computing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• São portáteis e facilitam o</li> </ul>

	<p>acesso à internet e o compartilhamento de documentos em qualquer ambiente. Por possibilitar que se baixe uma variedade de apps (softwares e programas), facilita um aprendizado customizado. Se tornou popular na medida em que foi se tornando mais barato;</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Learning analytics</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decifra tendências e padrões a partir do <i>big data</i> disponível sobre o aprendizado dos alunos. Ela se restringia a alunos com dificuldades de aprendizado, mas atualmente mostra-se como um recurso generalizado e útil para decisões pedagógicas, a partir de necessidades dos alunos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impressoras 3D</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferecem uma forma mais barata e rápida de se prototipar projetos. No cenário educacional, vêm sendo usada, com frequência, em pesquisas e por laboratórios.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecnologias para vestir</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conhecida como “wearable technology”, que integra equipamentos eletrônicos a roupas e acessórios. São características dessa tecnologia, a realidade aumentada e telas finas que podem ser acopladas a superfícies.</li> </ul>

Fonte: O ESTADO DE SÃO PAULO, 2013, p. 14.

Todas essas tecnologias poderão facilitar o dia a dia escolar e com novas intervenções nestes últimos 10 (dez) anos, em relação à presença e implementação de tecnologias recentes na educação.

As Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) podem ser utilizadas como uma estratégia para aproximar os estudantes das atividades e conteúdos escolares, principalmente se consideradas as grandes mudanças que vêm ocorrendo nos processos de ensino e aprendizagem motivadas justamente pelo desenvolvimento de novas ferramentas e tecnologias (MATTAR, 2014).

Compreendendo essas tecnologias, podem-se vislumbrar as seguintes tendências na educação, a partir de um estudo de Priscila Gonzalez, publicado no jornal *O Estado de São Paulo*, em 4 de fevereiro de 2013:

- Educação aberta – Conteúdos, dados e recursos abertos, transparência e acesso fácil à informação. É grátis, sem barreiras e estimula a interação.
- Cursos abertos e gratuitos – A partir dos *Moocs*, os cursos *online*, abertos e gratuitos, fortaleceram-se e se tornaram uma alternativa ao estudo tradicional.
- Habilidades do mundo real – O mercado de trabalho demanda dos recém-formados habilidades que também são adquiridas fora da escola (aprendizado informal).
- Novas fontes de informação – Para personalizar e medir a experiência do aprendizado. Caminhos podem ser rastreados pelo *analytics*, ferramenta em franco desenvolvimento.
- Novo papel do professor – Devido ao crescimento e valorização do aprendizado informal e dos recursos de educação, fizeram com que as funções de educadores fossem repensadas. Professores devem se portar muito mais como mentores e conectores de informações disponíveis, do que detentores do conhecimento.
- Novo paradigma – A educação caminha cada vez mais para o ambiente *online*, sendo híbrida e calcada em modelos colaborativos (ESTADÃO, 2013).

Tanto as tecnologias emergentes, quanto as tendências esperadas para a educação superior, estão atreladas a importantes desafios, como a capacitação de professores;

- Novas formas de avaliação de pares – A métrica que era usada para a avaliação de projetos científicos não conseguia responder com precisão a

trabalhos difundidos via internet. Novas formas de revisão de pares, como notas de leitores, inclusão e menção a *blogs* influentes, tagueamento e retuítes, já são valorizadas.

- Resistência interna – Em um futuro próximo, o próprio processo educacional limitará a adoção de novas tecnologias.
- Tecnologias e práticas inadequadas – Surgirão tecnologias capazes de oferecer um aprendizado cada vez mais personalizado.
- Modelos tradicionais são questionados – A popularidade dos *Moocs* está fazendo com que as instituições tradicionais de ensino superior repensem os seus papéis.
- Pesquisadores não usam tecnologias – Ainda existe um grande número de professores e pesquisadores que não usam as tecnologias digitais para as suas pesquisas e para ensinar (ESTADÃO, 2013).

Os aplicativos estão facilitando a vida de estudantes e professores, disponibilizando ferramentas e informações. Na atualidade, os *softwares* de redes sociais com elevadas audiências no Brasil, como o *WhatsApp*, vêm suportando atividades educacionais de instituições de ensino superior, aproximando alunos, professores, empresas e comunidade. No próximo capítulo, serão apresentadas algumas referências a respeito da utilização das redes sociais em seus principais usos e funções para que tenhamos um panorama geral do estado atual dessa associação entre novas tecnologias digitais e a Educação.

**3 AS REDES SOCIAIS E SEUS USOS:**  
*FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM, WHATSAPP*

---

### 3.1 As redes sociais na Era Digital

Com a invenção da internet, a comunicação *on-line* foi evoluindo até os dias atuais, e as redes sociais tornaram-se o que chamamos hoje de *redes sociais virtuais/digitais*.

Porém, a história das redes sociais não se limita à era *on-line*, já que elas sempre existiram fora da internet. Desde a época das cavernas, quando o homem se reunia em volta de uma fogueira para compartilhar a comida, o calor, e depois com o aparecimento do *lógos* (a palavra), havia reuniões para dividir ideias e interesses. As redes sociais surgiram pela necessidade de o homem trocar ideias, gostos e criar afinidades.

Quando a internet surgiu, em 1990, a única forma de comunicação entre os usuários era por meio do e-mail. Como o e-mail não evoluiu, a crescente necessidade de interação fez surgir o *chat*. *Chat* é um termo da língua inglesa que, traduzido para o português, significa *bate-papo* (conversa). Os *chats* têm o objetivo de unir várias pessoas em qualquer lugar do mundo para conversar, proporcionando a troca de ideias e opiniões, por meio da escrita e em tempo real.

Com as transformações tecnológicas e a exigência de mais comunicação, surgiram as redes sociais, inicialmente acessadas somente por meio de computadores. As redes sociais possibilitam aos indivíduos uma interação que, em algumas delas, ocorre até em tempo real. Essas novas plataformas sociais elevaram ao máximo o poder e a velocidade da comunicação entre as pessoas. As redes sociais inauguram um novo paradigma, no qual, agora, todos podem ser (co)produtores de conteúdo, expondo suas ideias, valores e imagens (COELHO, 2015).

As redes sociais representam as pessoas, a interação, as trocas de informações, os diálogos. Dentre os diversos tipos de rede social, algumas das características comuns são o compartilhamento de informações, de conhecimentos, interesses e esforços em busca de objetivos comuns. É por esse motivo que crescem cada vez mais os adeptos das redes sociais.

Para Terra (2010, p. 3), o conceito de rede social começou a ser agrupado à comunicação que ocorre no ciberespaço, com o surgimento da web 2.0. Em várias situações, como em área acadêmica ou profissional de comunicação, “mídia social”, “rede social” e “site de redes sociais” são palavras utilizadas de formas diferentes.

Entretanto, estudos recentes apresentam uma distinção conceitual entre esses termos.

É importante ressaltar que uma rede social não existe exclusivamente no espaço virtual da internet. Ambientes em que as pessoas se encontram devido a interesses comuns, como uma escola, igreja ou clube, também representam redes sociais (TERRA, 2010, p.4). Por definição, uma rede social seria “[...] um conjunto de dois elementos: *atores* (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas *conexões* (interações ou laços sociais)”. Segundo Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999 apud Recuero (2009a, p. 24), o termo rede representaria uma metáfora para considerar padrões de conexão entre um grupo social, tendo em vista as conexões estabelecidas entre os distintos atores.

Para Fernández (2008), rede social “não é mais que uma série de nodos ou pontos unidos entre si (rede) sendo estes nodos indivíduos (social)”. Para a autora, uma rede social na internet traz visibilidade dos conteúdos nas redes sociais de cada usuário, potencializando, assim, o grau de comunicação dos conectados, sendo fundamental buscar essa interação.

A popularização das novas tecnologias contribuiu para o fortalecimento das redes sociais e tem influência no aumento dos níveis de troca de conteúdo na internet (ROMANÍ, 2007, p. 64). Para VIVAR (2009, p. 74), a “internet é uma rede social por excelência”, e representa o estágio inicial de desenvolvimento de todas as redes sociais virtuais que se tornaram um fenômeno de massa.

Recuero (2009 p. 25) define que uma rede social “[...] é gente, é interação, é troca social, é um grupo de pessoas compreendido por meio de uma metáfora de estrutura, a estrutura de rede”. Segundo Terra (2010a, p. 30), “redes sociais digitais se apoiam em plataformas de mídias sociais que têm em seu bojo conceitos como colaboração, cooperação, replicação, fluxo, agilidade, nó, *hub* (ponto central), conexões, interação, engajamento, etc.”. A rede social no ambiente *on-line* “[...] é um ponto, um lugar de encontro, de reuniões de amigos e pessoas que possuem interesses comuns” (VIVAR, 2009, p. 74).

Explica Lemos (2003, p. 17) que as inovações nos meios de comunicação resultaram em novas práticas de convívio social, não substitutas das formas tradicionais – como o encontro pessoal, correio, telefone ou área pública real –, mas “novas relações mediadas”.

A evolução das redes sociais pode ser abordada de acordo com diferentes perspectivas. É possível analisá-la por meio da relação com as mídias massivas (PRIMO, 2008), considerando-se que as interações evoluem de acordo com a penetração e apropriação social das redes.

A comunicação em redes possui quatro modelos. O primeiro é formado pela comunicação interpessoal, realizado entre duas ou mais pessoas dentro de um grupo. O segundo modelo é a comunicação de um para muitos, em que uma pessoa envia uma única mensagem para um grupo limitado de pessoas. O terceiro modelo é a comunicação de massa, com utilização de tecnologias específicas de mediação, em que uma única mensagem pode ser enviada a uma massa de pessoas. O quarto modelo contemporâneo é a utilização e interligação em rede das mídias nos diferentes graus de interatividade permitidos pelos meios de comunicação atuais (CASTELLS, 2009; CARDOSO, 2008).

De acordo com as diversas perspectivas, houve uma evolução das redes sociais. A sociedade contemporânea é formada pela interligação dos meios de comunicação de massa e interpessoal e, conseqüentemente, pela emergência de mediação em rede sob diferentes padrões de interação. Esses padrões poderão tomar a forma de auto comunicação de massa (CASTELLS, 2009), que tem lugar quando utilizamos o SMS, *Twitter* ou *Blogs*.

Existem muitas redes sociais presentes no dia a dia de toda a população mundial que podem ser classificadas por sua funcionalidade principal, mas nesta pesquisa serão analisadas as mais utilizadas no Brasil de acordo com a pesquisa Brasileira de Mídias (PBM)<sup>2</sup> de 2015, realizada pela Secretaria de Comunicação Social (SECOM). A fim de compreender como o brasileiro se informa, a PBM 2015 foi realizada pelo IBOPE, com mais de 18 mil entrevistas. De acordo com os dados retirados da mesma pesquisa entre os internautas, 92% estão conectados por meio de redes sociais, sendo as mais utilizadas o *Facebook* (83%), o *WhatsApp* (58%), o *Youtube* (17%), o *Instagram* (12%), o *Google+* (8%) e o *Twitter* (5%).

Os usuários ficam conectados 24 horas por dia, não só em uma rede, mas em diversas delas, acarretando uma mudança no comportamento das pessoas e até nas empresas, pois buscam nas redes sociais interação com pessoas, empresas, entretenimento, relacionamento, negócios, dentre outros. No Brasil, essa

---

<sup>2</sup> [www.secom.gov.br/.../pesquisa/...pesquisas.../pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015...](http://www.secom.gov.br/.../pesquisa/...pesquisas.../pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015...)

participação vem crescendo rapidamente nessas comunidades sociais e destacamos as principais mais acessadas.<sup>3</sup>

### 3.2 Facebook

É a rede social mais utilizada em todo o mundo, com mais de 1,5 bilhões de usuários, destaca-se que, desse total, 83 milhões são brasileiros. Anteriormente, os brasileiros acessavam o *Orkut*, que também é uma rede social, criada em 2004, com o objetivo de ajudar seus usuários a conhecer pessoas e manter relacionamentos. A palavra *Orkut* vem do nome do criador do site, o engenheiro turco do Google, Orkut Buyukkokten. Após um ano de sua criação, ganhou versão em português, devido à grande quantidade de usuários brasileiros, conforme dados retirados do Wikipedia<sup>4</sup>. A sede do Orkut era na Califórnia até agosto de 2008, quando o Google anunciou que passaria a ser operado no Brasil, pelo Google Brasil. Com o tempo, o *Orkut* criou algumas ferramentas novas, como sugestões de amigos na página inicial, chat e temas. Porém, rapidamente foi substituído pelo *Facebook*.

No início, o *Facebook* era apenas para estudantes da Universidade de Harvard, e depois foi sendo utilizado por mais universidades, dentre outros como o Instituto de Tecnologia de Massachusetts, a Universidade de Boston, o Boston College, de Stanford, Columbia e Yale. O nome utilizado naquela época era “the *Facebook.com*”. Com o crescimento e a fama, outros alunos universitários foram convidando alunos de outros países por meio de e-mails para fazer parte da dessa rede social.

O *Facebook* envolve um serviço que une pessoas com interesses semelhantes, e também pode representar a transformação cultural e comportamental do século XXI, impulsionado, principalmente, pelos avanços tecnológicos do setor da comunicação. O empreendimento de penetração mundial chegou a proporções que até então nenhuma outra mídia social havia alcançado. Nos Estados Unidos, Reino Unido e Dinamarca quase metade da população desses países possuem perfis no website (TEIXEIRA JÚNIOR, 2010, p. 40). O site de redes

---

<sup>3</sup> Dados retirados da Pesquisa Brasileira de Mídias 2015 – Secom – Governo Federal. Acessado em: 8 jul. 2016.

<sup>4</sup>Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Orkut>>, Acessado em: 8 jul. 2016.

sociais disponibiliza a seus membros perfis personalizados que incluem informações pessoais, como, formação acadêmica, local de trabalho e principais interesses (ZYWICA; DANOWSKI, 2008, p. 2).

Com a criação de um perfil, o usuário reúne seus “amigos”, posta mensagens, pode visualizar outros perfis e participa de grupos virtuais cujos interesses são semelhantes (ELLISON; STEINFELD; LAMPE, 2007). Em dezembro de 2010, 250 milhões de pessoas se conectavam diariamente ao *Facebook* trocando um bilhão de informações, cerca de 42 milhões por hora (TEIXEIRA JÚNIOR, 2010, p. 35). Para VIVAR (2009, p. 75), trata-se de uma rede com enfoque generalista, cujo “principal objetivo é colocar as pessoas em contato e torná-las visíveis”. Essas características do *Facebook* – disponibilidade de informações sobre consumidores potenciais, possibilidade de reunir pessoas com interesses em certas marcas e produtos, mídia espontânea gerada pelos usuários e oportunidade de interação a baixo custo – motivam cada vez mais organizações privadas a criarem seu perfil corporativo, ou *fan page*, no *software* social. “Redes *online*, como *MySpace*, *Facebook*, *Bebo* e *LinkedIn* representam algumas das manifestações mais dinâmicas e promissoras da mídia social atual” (IAB, 2008, p. 6).

As redes *online*, como o *Facebook*, são gratuitas para os usuários, mas a publicidade veiculada gera receita, o que inclui banners e grupos patrocinados. Os internautas criam perfis que contêm fotos e contatos de interesses pessoais, trocando mensagens privadas e públicas entre si ou até participantes de grupos de amigos. Os dados dos membros são restritos e somente podem ser visualizados por uma mesma rede ou amigos confirmados, ou pode ser livre para qualquer um, desde que se configure a página para isso.

Possui várias ferramentas, como o mural, que é um espaço na página de perfil do usuário que permite aos amigos postar mensagens para serem visualizadas. Ele é visível a qualquer pessoa com permissão para ver o perfil completo, e posts diferentes no mural aparecem separados no “Feed de Notícias”.

O “Face”, como é mais conhecido, possui também aplicativos, com os mais diversos assuntos, e eventos, em que o usuário pode convidar todos os seus amigos para um determinado evento. Existem disposições adaptadas do *Facebook* aos diferentes sistemas – para *iOs*, *Android*, *Windows*, para telefones celulares e *smartphones* – que facilitam a visualização e a acessibilidade dos usuários.

**Figura 1** – Página inicial do *Facebook*.



Fonte: *Facebook* ([www.facebook.com](http://www.facebook.com)).

Basta digitar qualquer palavra no *Facebook* e surgirá uma lista sobre aquele assunto. É interessante ficar sintonizado nas novidades, participar de grupos, trabalhar o perfil pessoal, dentre outros.

Outra rede muito acessada é o *Youtube*, que cresce mais de 20% ao mês, e possui aproximadamente 6 milhões de vídeos.<sup>5</sup>

### ***YouTube***

O site foi criado em 2005 por três funcionários da empresa *Pay Pal* (serviços de pagamentos *online* com segurança para compradores e vendedores na rede), que procuravam compartilhar vídeos entre si. Esse site permite compartilhar vídeos por meio da internet. O nome do site, em inglês, é composto pela palavra “*You*”, que em português significa você, e “*Tube*”, tubo ou canal, numa tradução literal. Portanto, o significado do termo “*YouTube*” pode ser traduzido como “canal feito por você”.

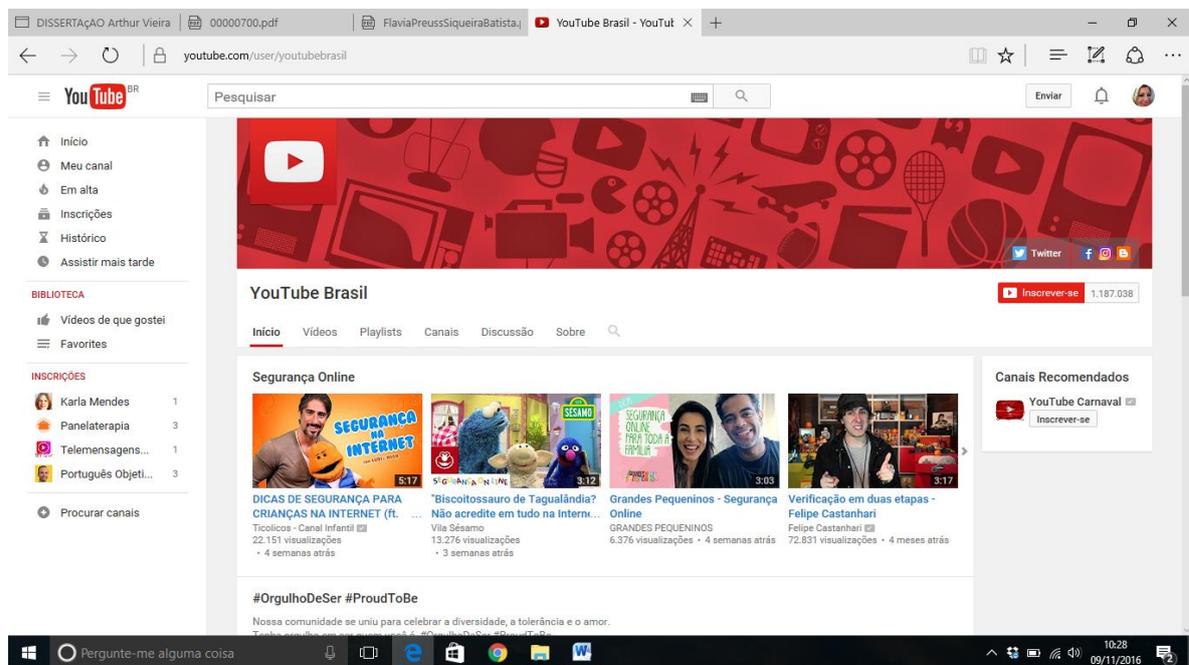
“Como empresa de mídia, o *YouTube* é uma plataforma e um agregador de conteúdo, embora não seja uma produtora do conteúdo em si” (BURGESS; GREEN, 2009, p. 21).

<sup>5</sup> [www.avellareduarte.com.br](http://www.avellareduarte.com.br) > ... > Internet no Brasil 2015 (estatísticas)

Há uma semelhança com a televisão, por possuir diversos canais que ficam disponíveis. Esses canais são desenvolvidos pelos próprios usuários com os mais diversos temas. É possível também incluir comentários sobre os vídeos. O *YouTube* tem características próprias em que o usuário cria um perfil e tem um canal, diferentemente das outras redes sociais.

O *YouTube* possui um acervo imensurável de filmes, documentários, vídeos caseiros, videoclipes musicais, além de transmissões ao vivo de eventos. Muitas pessoas desconhecidas apostam em seus vídeos caseiros e se tornam celebridades devido aos diversos acessos.

**Figura 2** – Página inicial do *Youtube*.



Fonte: <[www.youtube.com.br](http://www.youtube.com.br)>.

## ***Instagram***

Num passado próximo, era muito difícil editar e publicar uma fotografia. Essa atividade era praticada apenas por profissionais da área. Com a propagação da comunicação móvel e o avanço da tecnologia, tirar uma foto ficou muito fácil, e com o aplicativo *Instagram* tornou-se possível editá-la, colocar efeitos e compartilhá-la com amigos e seguidores.

O *Instagram*<sup>6</sup> é um aplicativo gratuito, considerado uma rede social *online*, foi lançado em 2010 e seus inventores foram Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger. O objetivo é permitir que os usuários possam compartilhar fotos e vídeos com duração de até 60 segundos, aplicar filtros digitais pelo seu aparelho móvel, e compartilhá-los em várias redes sociais, como *Facebook*, *Twitter*, *Tumblr* e *Flickr*.

O seu nome, *Instagram*, foi criado por meio da junção das palavras “*instant*” e “*telegram*”. Foi lançado ao público como um aplicativo de edição e compartilhamento de imagens para aparelhos iPhone.

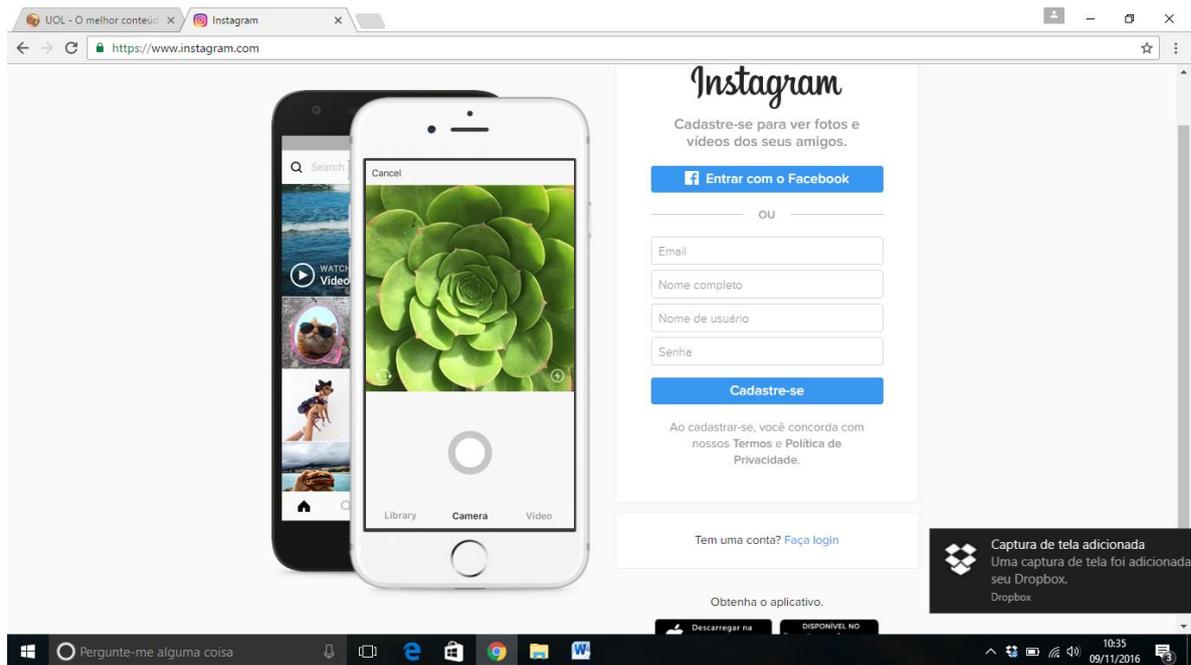
Atualmente, conta com mais 300 milhões de usuários no mundo. Já foram postadas em média 30 bilhões de fotos e acontecem 2,5 bilhões de curtidas totais por dia, segundo o próprio site do aplicativo. Desses usuários, 70% são de fora dos Estados Unidos. Está em mais de 90 países. O *Instagram* tem em sua característica um limite de fotos para uma forma quadrada, semelhante ao *Kodak Instamatic* e de câmeras analógicas da marca Polaroid, em contraste com a relação à proporção da tela de 16:9.

O *Instagram* foi comprado em 2012 pelo *Facebook* e assim ganhou notoriedade, popularidade e difusão. Teve algumas inovações pós-aquisição: a plataforma foi aberta para usuários de Android (80% do mercado de *smartphones*), tornou disponível para os usuários de *Windows Phone*, aperfeiçoou o recurso *Direct* (envio de fotos particulares) e o vídeo com 15 segundos (para entrar na concorrência com outros aplicativos, como o *Vine* do *Twitter*).

**Figura 3 - Página inicial do *Instagram*.**

---

<sup>6</sup> Disponível em: < <http://instagram.com/press/>>. Acesso em: 22 jun. 2016.



Fonte: < [www.instagram.com.br](http://www.instagram.com.br)>.

Quando comparado com as diferentes redes sociais de relacionamento até o momento, pode-se observar que o *Instagram* é a única ferramenta que demanda seu uso exclusivamente por meio de um *smartphone* ou *tablet* de última geração e com câmera. Não é possível editar e postar pelo computador, apenas visualizar e “curtir” uma fotografia. O *Instagram*<sup>7</sup> permite que o usuário compartilhe determinado momento, em tempo real, ou quase no mesmo instante. Essa rede vem crescendo assustadoramente desde o seu lançamento e, de acordo com informações do *Instagram*, 57% dos usuários acessam todos os dias e 35% mais de uma vez por dia. A permissão para o uso dessa rede é para usuários a partir de 13 anos de idade, como consta na política de uso do *Instagram*. Um usuário que não tem uma conta cadastrada no *Instagram* não tem acesso aos demais perfis.

Figura 4 – Logotipo do *Instagram*.



<sup>7</sup> Link: <<http://instagram.com/about/legal/privacy/>>. Acesso em: 22 jun. 2016.

A versão web é uma das mais acessadas no Brasil. O sucesso é total devido à grande utilização pelos famosos. O *Instagram*, apesar de ocupar hoje a quarta posição das redes sociais mais acessadas no Brasil, está crescendo mais rápido do que as outras redes.

### 3.3 *Twitter*

Criado em 2006, o *Twitter* é uma rede social que possibilita aos usuários a troca de atualizações pessoais por meio de textos de até 140 caracteres, conhecidos como *tweets*. Em julho de 2016, houve uma flexibilização desse número de caracteres, apesar de a limitação ainda existir para alguns itens como, por exemplo, links para fotos<sup>8</sup>, vídeos e enquetes. A ideia é passar um recado de forma rápida, clara e direta e deixar todo mundo informado em tempo real.

Pode-se escrever o que quiser, desde relatar o que se faz no momento, ou um breve relato do cotidiano. Exemplo 1: “Acabei de preparar uma lasanha para o meu jantar”, ou registrar algum acontecimento em tempo real. Exemplo 2: “Evitem a Marginal Pinheiros, uma moto e um carro se envolveram em um acidente na altura da Ponte Estaiada”.

No Quadro 2, é possível identificar as principais nomenclaturas utilizadas no *Twitter* e os seus significados.

**Quadro 2** – Termos utilizados no *Twitter*.

Termo	Descrição
<i>Hashtag</i> (#)	Nome dado a uma palavra destacada das demais em um texto. Permite fornecer uma identificação semelhante às tags.
<i>Re-Tweet</i> (RT)	Quando um usuário deseja replicar um <i>tweet</i> realizado por outra pessoa.
Seguir	É a ação de adicionar alguma pessoa aos seus contatos. Todos os <i>tweets</i> gerados por quem é seguido aparecem na <i>timeline</i> do seguidor.
Seguidores	Denominação para as pessoas que adicionaram uma outra, e recebem em suas <i>timelines</i> todos os <i>tweets</i> gerados por aquele usuário.

<sup>8</sup> <<http://dicastwitter.blogspot.com.br/2009/11/como-postar-fotos-no-twitter.html>>

<i>Timeline</i>	É o nome dado aos <i>tweets</i> que compõem o histórico de um usuário. É possível visualizar o dia hora e em alguns casos o local.
<i>Trending topics</i>	Termo utilizado para o recurso que permite identificar os assuntos mais falados na rede.
<i>Tweet</i>	Nome dado aos textos enviados por usuários.

Fonte: Autoria própria.

O *Twitter* é um serviço gratuito e pode ser utilizado por qualquer pessoa, sem a necessidade de receber um convite para ingressar no site; basta criar uma conta e começar a utilizar essa rede social. O Brasil é o segundo país em número de usuários nessa rede, e um dos mais ativos também. Celebidades e atletas adotaram o *Twitter* para divulgar suas fotos, eventos e outros assuntos.

Atualmente, possui uma base com 310 milhões de usuários ativos por mês (dados do mês de junho de 2016). No entanto, os números mais recentes divulgados pela empresa revelam que apenas 44% deles utilizam o aplicativo todos os dias. Com isso, os usuários ativos são aproximadamente 136 milhões e 1.500 milhões de *tweets* são enviados por dia. Aproximadamente 77% dos usuários estão fora dos Estados Unidos (TWITTER, 2014). Além das pesquisas simples por assuntos, é possível identificar os termos que se destacam no mundo em tempo real, por meio do recurso *trending topics*. Também pode ser usado para publicar links de notícias ou sites interessantes.

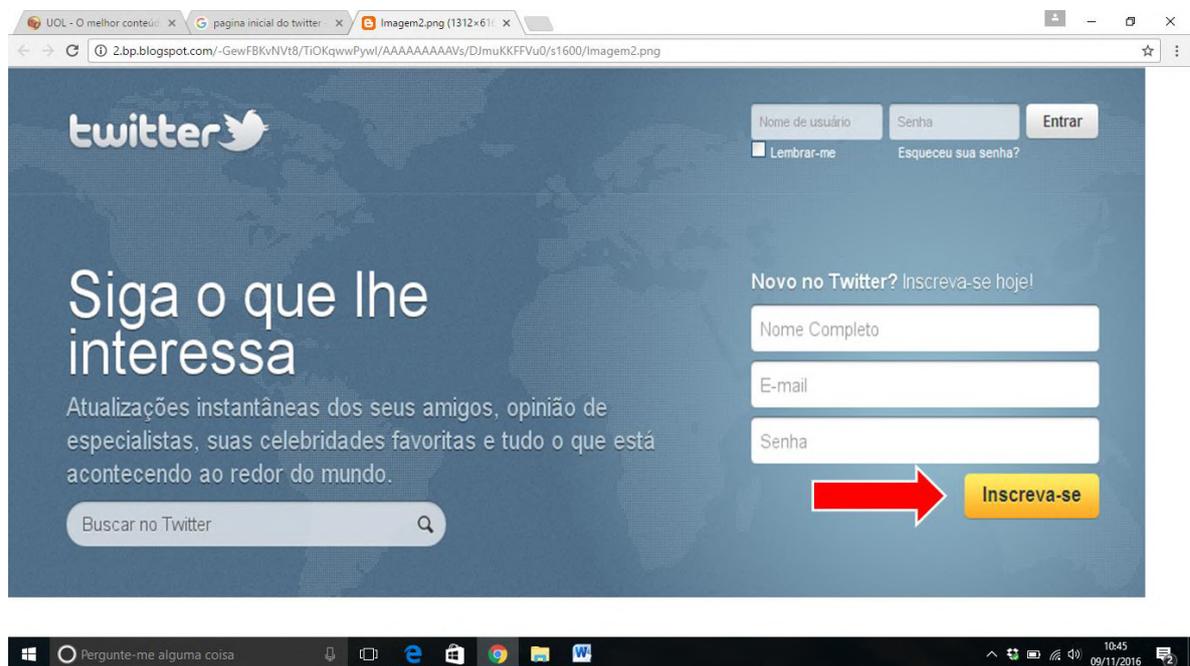
Figura 5 – Exemplo de *Tweets*.



Fonte: <www.pensarenlouquece.com>. Acessado em 4 ago. 2016.

Para que a rede social não perca sua essência de ser breve, a empresa buscou uma solução que não afastassem os novos usuários, assim como os que mais a utilizam com a limitação. Os vídeos são os mais populares para quem ainda não é seguidor, e 50% desses usuários não seguem ninguém no *Twitter*.

Figura 6 – Página inicial do *Twitter*.



Fonte: Site <www.twitter.com>.

Para criar uma conta, basta acessar a página inicial e se cadastrar, conforme ilustra a Figura 6.

Após entrar no site do *Twitter*, todos os *posts* das pessoas que se escolhe seguir aparecem. Para seguir alguém, basta clicar no perfil e em seguida em *follow*, ou também pode importar contatos de uma conta de e-mail e clicar em *Find & Follow*. As autoras descrevem:

[..] o *Twitter* como uma mídia social que, unindo a mobilidade do acesso à temporalidade *always on* das RSIs 3.0, possibilita o entrelaçamento de fluxos informacionais e o design colaborativo de ideias em tempo real, modificando e acelerando os processos globais da mente coletiva (SANTAELLA e LEMOS, 2010, p. 66).

Esses fluxos que recebem informações de diversos canais ao mesmo tempo podem enviar atualizações para quem assina o canal. “Quando seguimos alguém no *Twitter*, estamos fazendo uma ‘assinatura’ do seu canal de informações” (SANTAELLA e LEMOS, 2010, p. 73).

Atualmente, as pessoas ficam conectadas praticamente todo o tempo e acabam utilizando diversas redes de relacionamentos, principalmente os mais jovens. A grande vantagem das redes sociais é a inexistência de barreiras geográficas, tornando possível a comunicação com pessoas de outros estados ou até mesmo de outros países, simultaneamente.

### **3.4 *WhatsApp***

Nesta pesquisa optou-se pelo estudo do aplicativo *WhatsApp* a fim de apurar se esse meio realmente pode ser uma fonte de ensino-aprendizagem para além dos limites da sala de aula. Nessa rede social, as pessoas estão interligadas num ambiente virtual, muitas vezes com autonomia para escolher com quem querem se relacionar e formar grupos. Em outras situações, são elas as escolhidas por outros usuários para compartilhar ideias e trocar experiências.

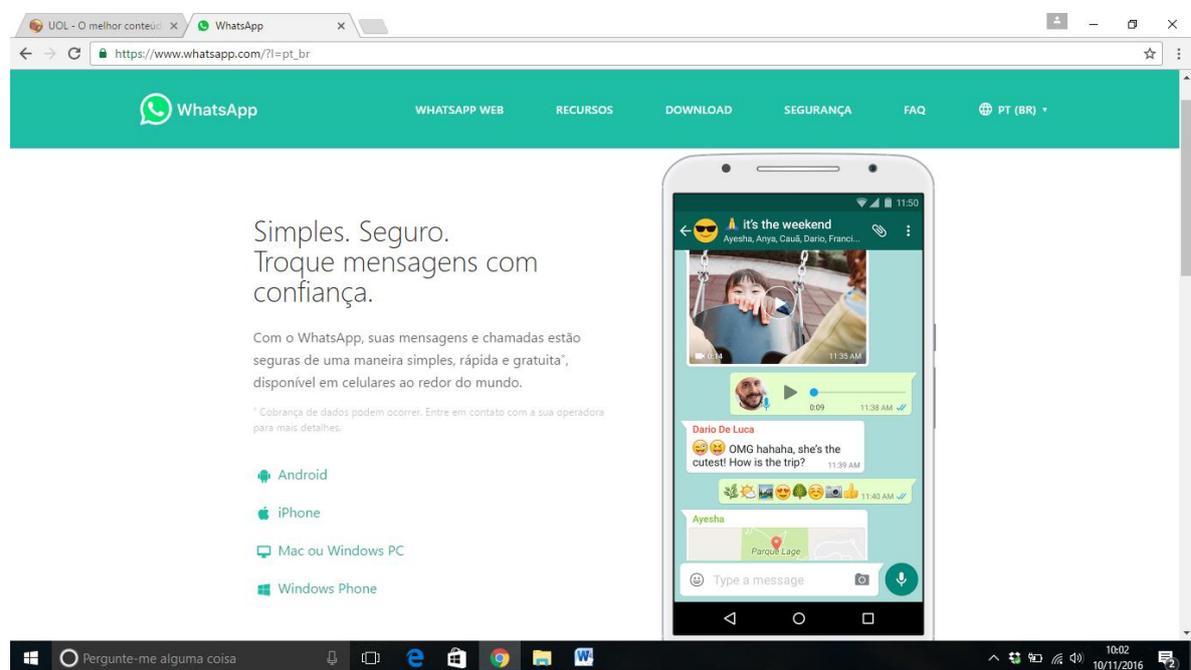
Esse espaço proporciona total liberdade para se expressar das mais diversas formas. Segundo Pretto (2010), a atividade educativa assume proporções significativas cada vez mais generalizadas na presença das tecnologias digitais de informação e comunicação em toda a sociedade, pois as redes sociais ligam diferentes pessoas que compartilham os mesmos assuntos, trocando conhecimentos numa rede interligada em todos os sentidos.

O *WhatsApp Messenger*, uma das redes mais recentes, foi criado em 2009. É um aplicativo de mensagens multiplataforma que permite trocar mensagens e chamadas de voz por meio do celular, sem custos. Está disponível para *smartphones* iPhone, BlackBerry, Windows Phone, Android e Nokia.

O *WhatsApp* foi criado para fornecer uma comunicação sem barreiras geográficas ou físicas. O intuito foi trazer facilidade e difusão na troca de mensagens entre os usuários. Ele utiliza o mesmo plano de dados empregado para enviar e-mails, SMS ou navegar na internet.

Com o *WhatsApp*, é possível participar de grupos, compartilhar vídeos e fotos, mandar mensagens de áudio e até fazer ligações utilizando o mesmo plano de dados do celular. Muitos usuários dessa rede ficam conectados 24 horas por dia. Segundo as pesquisas, hoje são cerca de 38 milhões de usuários brasileiros, equivalendo a 8% dos usuários mundiais, 95% dos jovens e adultos brasileiros com idades entre 15 e 33 anos que se consideram viciados em tecnologia e 63% utilizam o aplicativo *WhatsApp* (SOUZA, 2014).

**Figura 7** – Página inicial do *WhatsApp*.



**Fonte:** *WhatsApp* ([www.whatsapp.com](http://www.whatsapp.com)).

O aplicativo permite conversas em grupo com o máximo de 256 pessoas ao mesmo tempo, tornando possível fazer contatos com profissionais, familiares e colegas. A criação de grupos é ilimitada. Todo grupo criado tem um ou mais administradores que podem adicionar ou remover participantes, e também podem transformar os participantes em administradores. Qualquer membro participante de um grupo tem a liberdade de ficar ou sair quando quiser.

O *WhatsApp* foi idealizado com o objetivo de auxiliar as pessoas a fazer contato com sua rede, compartilhar informações emergenciais, como desastres naturais, unir familiares, dentre outros. Alguns usuários dividem sentimentos, eventos e momentos mais pessoais por meio do *WhatsApp*, e é por isso que

ultimamente foi inserida a criptografia para as mensagens, fotos, vídeos, mensagens de voz, documentos e chamadas, com o intuito de proporcionar segurança aos usuários.

A criptografia de ponta-a-ponta do *WhatsApp* assegura que somente os participantes da conversa podem ler o que é enviado, e ninguém mais, nem mesmo o *WhatsApp*. Destaca-se, ainda, que o aplicativo permite fazer chamadas, isto é, quando mensagens de texto não são suficientes, mesmo que estejam em países diferentes. As chamadas do *WhatsApp* também são criptografadas. As mensagens do *WhatsApp* enviadas não são armazenadas e também são criptografadas, portanto, nem o *WhatsApp* nem terceiros podem visualizá-las.

**Figura 8** – *WhatsApp*: o significado de símbolos ou ícones utilizados.

O que diz o WhatsApp...		O que significa na verdade...
	Enviando a mensagem	A conexão está lenta ou não funciona
	Mensagem enviada	A mensagem ainda não chegou ao destino
	Mensagem recebida	O amigo ou todo o grupo já recebeu a mensagem
	Mensagem lida	Chat foi aberto: será que a mensagem foi mesmo lida?
	Áudio pronto	Você ainda não escutou esta mensagem de voz
	Áudio escutado	Você já escutou esta mensagem de voz

Fonte: Softonic ([www.softonic.com](http://www.softonic.com)).<sup>9</sup>

## Mensagens de Voz

Esse recurso envia suas gravações de voz da mesma forma que emite uma mensagem de texto. Isso facilita o contato com as pessoas, quando nada substitui ouvir a voz de alguém.

## WhatsApp Web

<sup>9</sup> <[www.softonic.com](http://www.softonic.com)>. Acesso em: 22 out. 2016.

Atualmente, há uma nova opção de usar o aplicativo do *WhatsApp* também em computadores, isto é, manter-se conectado a qualquer hora e em qualquer lugar, – seja com o telefone móvel, computador de mesa ou *laptop*. O *WhatsApp Web* é o aplicativo que espelha e sincroniza as mensagens e conversas do celular. Com essa facilidade, a comunicação continua sem precisar utilizar o celular.

### **Criptografia de Ponta-a-Ponta**

Cada vez mais aparecem histórias sobre acessos indevidos ou roubos de arquivos capturados, ou ainda divulgados por meio de páginas das redes sociais sem a permissão dos usuários. Isso ocorre porque os dados pessoais ou empresariais são digitalizados, deixando, assim, a informação disponível.

Em 10 de maio de 2016, o *WhatsApp* tornou-se o pioneiro na proteção de suas comunicações pessoais: criou a criptografia de ponta-a-ponta completa. Com isso, todas as ligações e todas as mensagens, fotos, vídeos, arquivos e mensagens de voz enviadas, ficaram protegidos, incluindo as conversas em grupo.

No mês de fevereiro de 2016, aconteceu uma marca histórica para o *WhatsApp*, com um bilhão de pessoas utilizando-o no mundo. Um número importante, que indica uma em cada sete pessoas no planeta Terra utilizando o *WhatsApp* para se relacionar nessa rede, compartilhando textos, fotos e arquivos de uma forma simples, rápida e confiável.

Há alguns anos, o *WhatsApp* cobrava uma taxa após o primeiro ano de uso, como se fosse uma assinatura, mas hoje, o aplicativo é totalmente gratuito.

### **Processos Judiciais e o *WhatsApp***

Em dezembro de 2015, pela primeira vez no Brasil, ocorreu um bloqueio em nível nacional do uso do *WhatsApp*, por 48 horas, após seus responsáveis se recusarem a quebrar o sigilo e cumprir uma determinação da 1ª Vara Criminal de São Bernardo do Campo (São Paulo), sob multa de R\$ 50 mil por dia.

O segundo caso no Brasil ocorreu em fevereiro de 2016, e foi determinado por um juiz do Piauí, com um caso semelhante. O objetivo nesse caso era obrigar a empresa *WhatsApp* a entregar as conversas entre os réus que respondiam a um processo de pedofilia. Um desembargador da mesma cidade suspendeu essa

decisão. O *WhatsApp* argumentou que não armazena quaisquer informações sobre as interações entre seus usuários.

No mesmo ano, em abril, implementou uma criptografia com alta tecnologia para que somente as pessoas envolvidas nas conversas possam ter acesso ao seu conteúdo. Por isso, não pode divulgar quaisquer dados.

O segundo bloqueio por 72 horas ocorreu no dia 3 de maio de 2016, em Sergipe. Mais uma vez foi solicitado ao *WhatsApp*, devido a uma apreensão de drogas, que entregasse as informações desses usuários, mas a empresa negou o pedido.

O terceiro bloqueio ocorreu no dia 19 de julho de 2016, também em âmbito nacional, dessa vez no Rio de Janeiro – RJ, pelo mesmo motivo dos vetos anteriores. O *WhatsApp* tentou derrubar o bloqueio por meio de um mandado de segurança. O pedido agora não era apenas da divulgação das conversas, mas eliminar a ferramenta de criptografia para se ter livre acesso às conversas.

Mais uma vez, o *WhatsApp* informou não ter acesso às mensagens de seus usuários. Mesmo com todas essas ações movidas contra a empresa, em nenhum momento ela cedeu, pois entende que a tecnologia empregada e a credibilidade perante os seus usuários no mundo, não pode ser colocada à prova.

O *WhatsApp* informou que passos indiscriminados como esses ameaçam a capacidade das pessoas para se comunicar, administrar seus negócios e viver suas vidas, e não pode compartilhar informações às quais não têm acesso.

**4 *WHATSAPP* NA SALA DE AULA:  
UM ESTUDO DE CASO**

---

#### 4.1 Especificidades da aplicação de um estudo de caso

Atualmente, o estudo de caso é uma das ferramentas mais utilizadas na área de pesquisa da educação. Esta pesquisa apoia-se na proposta de André (2013) que afirma ser pertinente estudar fenômenos na área da educação com a metodologia de pesquisas qualitativas aplicadas ao contexto escolar:

Se o interesse é investigar fenômenos educacionais no contexto natural em que ocorrem, os estudos de caso podem ser instrumentos valiosos, pois o contato direto e prolongado do pesquisador com os eventos e situações investigadas possibilita descrever ações e comportamentos, captar significados, analisar interações, compreender e interpretar linguagens, estudar representações, sem desvinculá-los do contexto e das circunstâncias especiais em que se manifestam. Assim, permitem compreender não só como surgem e se desenvolvem esses fenômenos, mas também como evoluem num dado período de tempo (ANDRÉ, 2013, p. 97).

De acordo com essa proposta, utiliza-se o estudo de caso para entender como as redes sociais digitais, no contexto de ensino e aprendizagem, em particular o *WhatsApp*, pode ser empregado como ferramenta pedagógica no ensino superior.

Segundo Peres e Santos (2005), um estudo de caso possui três pressupostos básicos: 1) o conhecimento está em constante processo de construção; 2) o caso envolve uma multiplicidade de dimensões; e 3) a realidade pode ser compreendida sob diversas óticas. O primeiro pressuposto sugere uma maior flexibilidade teórica e metodológica. O segundo pressuposto indica que a metodologia aplicada deve acolher uma interdisciplinaridade entre os saberes – princípio amplamente aplicado neste estudo. O terceiro e último pressuposto alerta sobre a necessidade de acolher a contrariedade entre os dados, isto é, ao promover a maior e mais diferenciada quantidade de dados, deve-se selecionar tanto os dados que corroboram a hipótese do estudo quanto aqueles que podem refutá-la.

André (2012) concorda com esses pressupostos: “O conhecimento gerado pelo estudo de caso é diferente do de outros tipos de pesquisa porque é mais concreto, mais contextualizado e mais voltado para a interpretação do leitor”. (ANDRÉ, 2012, p. 67). Essa será a perspectiva teórico-metodológica aplicada no estudo de caso analisado nos tópicos que se seguirão.

Ressalta-se ainda, que nos próximos tópicos sejam discutidos os processos de aprendizagem no ensino superior a partir do uso de grupos de *WhatsApp*. Depois

de apresentar os dados e os resultados encontrados deste estudo de caso, eles serão problematizados com as propostas de Santos (2013), Oliveira et al.(2014) e Rocha (2016). Esse é o percurso de análise a ser seguido neste capítulo.

#### **4.2 Aplicação de grupos de *WhatsApp* no ensino superior: um estudo de caso**

Ressalta-se que todos aceitaram que seus nomes fossem utilizados nesta pesquisa, e que assinaram uma declaração de consentimento e não constrangimento com a divulgação científica. Apesar desta declaração, foram omitidos os nomes e números de telefones por uma questão ética e de segurança. Este estudo de caso é composto por dois grupos, nomeados de Grupo 1 e Grupo 2. O Grupo 1 é composto por quatro alunos, sendo três do sexo feminino e um do sexo masculino, com faixa etária em torno de 22 anos, e um docente. Foi criado em 23 de setembro de 2014 e é administrado pelo docente da disciplina “Introdução à Propaganda”. O Grupo 2 é composto por dezenove integrantes, todos docentes, sendo apenas quatro do sexo feminino e quinze do sexo masculino, com uma faixa etária na média de 32 anos. Esse grupo foi criado em 28 de janeiro de 2015 e é administrado pela coordenação dos cursos de Administração e Ciências Contábeis. Temos, assim, um grupo formado por professores e alunos e outro formado somente por professores.

Outra característica deste grupo é a finalidade pedagógica associada a sua criação e manutenção. O Grupo 1 foi criado com a finalidade de construir uma agência de propaganda. Destaca-se que existem nessa mesma sala diversos outros grupos de *WhatsApp*, mas a escolha se deu por esse ser um dos mais participativos e com o maior número de trocas de mensagens.

O Grupo 2 foi pensado a partir de outra perspectiva, ou seja, a formação digital e a troca de experiências pedagógicas entre os docentes. A proposta da instituição na criação de grupos de *WhatsApp* entre os professores é estimular seu uso como meio de comunicação entre eles, possibilitando-lhes a difusão de suas experiências pedagógicas. Percebe-se que, embora os grupos sejam muito distintos em relação às suas metas comuns, eles compartilham alguns valores:

- (i) sentimento de pertencimento de grupo;
- (ii) linguagem com o uso de ícones (emojis, ilustrações, figuras, dentre

outros);

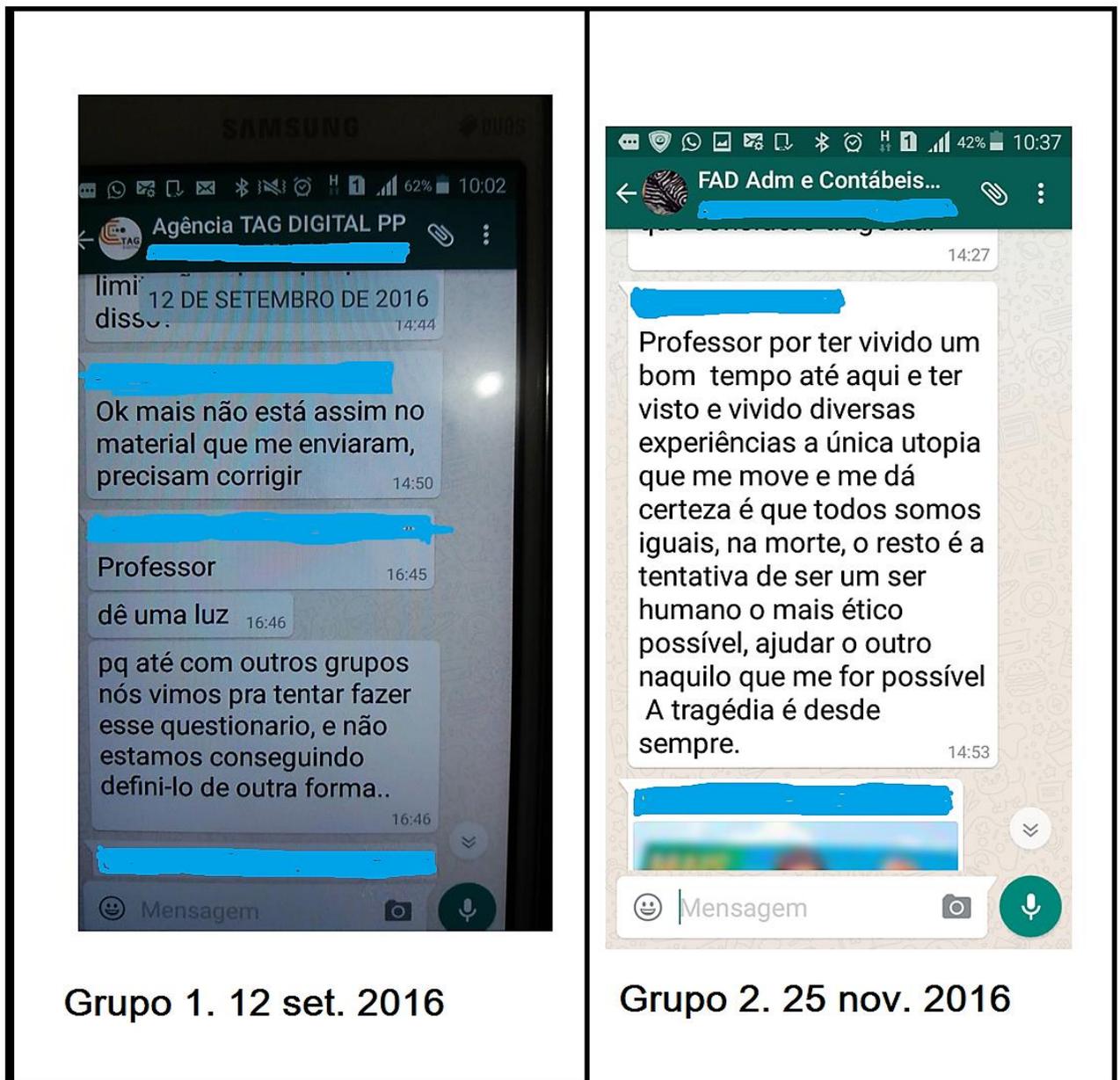
(iii) trocas de experiências da esfera universitária e também extracurriculares.

Esses três aspectos foram os mais destacados na observação que fizemos durante o período de um ano, de 1º de outubro de 2015 a 31 de outubro de 2016. Por isso, são analisados e exemplificados a partir do *corpus* reunido nos Anexos deste trabalho: Grupo 1 (cf. Anexo 1) e Grupo 2 (cf. Anexo 2).

Com relação ao sentimento de pertencimento de grupo, pode-se observar os seguintes aspectos: uma interação ativa, de descontinuidade e breve. Ativa, pois a rede social digital é constituída dentro desse grupo de *WhatsApp*, seja no Grupo 1 ou no Grupo 2, por diferentes membros que podem estar alternativamente *online* ou todos coincidentemente *online*, de modo que a rede sempre estará ativa, não importando se um ou outro usuário esteja ou não *on-line* ou *off-line*. Por isso, que se diz que ela é continuidade, por ter esse sentimento de grupo que é sempre reforçado continuamente dado às interações e atividades dos usuários dentro dessa rede. É de descontinuidade, por outro ângulo, porque as conversas nem sempre seguem um mesmo tópico ou um mesmo tema, e com isso os diálogos são atravessados por diversos assuntos diferentes. Pode-se falar de trabalho, de uma ida ao cinema, de ir ao shopping e outros assuntos. E é também breve, pois há uma troca rápida de mensagens curtas entre os usuários – ficam em torno de três linhas ou cerca de 15 palavras, nos dois grupos. O sentimento de grupo nasce da relação comum que eles têm, por estarem na mesma instituição, sejam eles professores-professores ou professores-alunos, mantendo também a convivência contínua dentro dessa própria rede social digital. Ao longo de aproximadamente 14 meses ocorreram à coleta das 5.683 mensagens observadas durante este período dos dois grupos. Para ilustrar esta pesquisa foram selecionadas dois exemplos de cada tipo de linguagem utilizadas pelos Grupos 1 e 2 conforme exemplos a seguir.

Seguem exemplos da linguagem utilizada pelos Grupos 1 e 2.

**Figura 9** – Exemplos de pertencimento de grupo.



Grupo 1. 12 set. 2016

Grupo 2. 25 nov. 2016

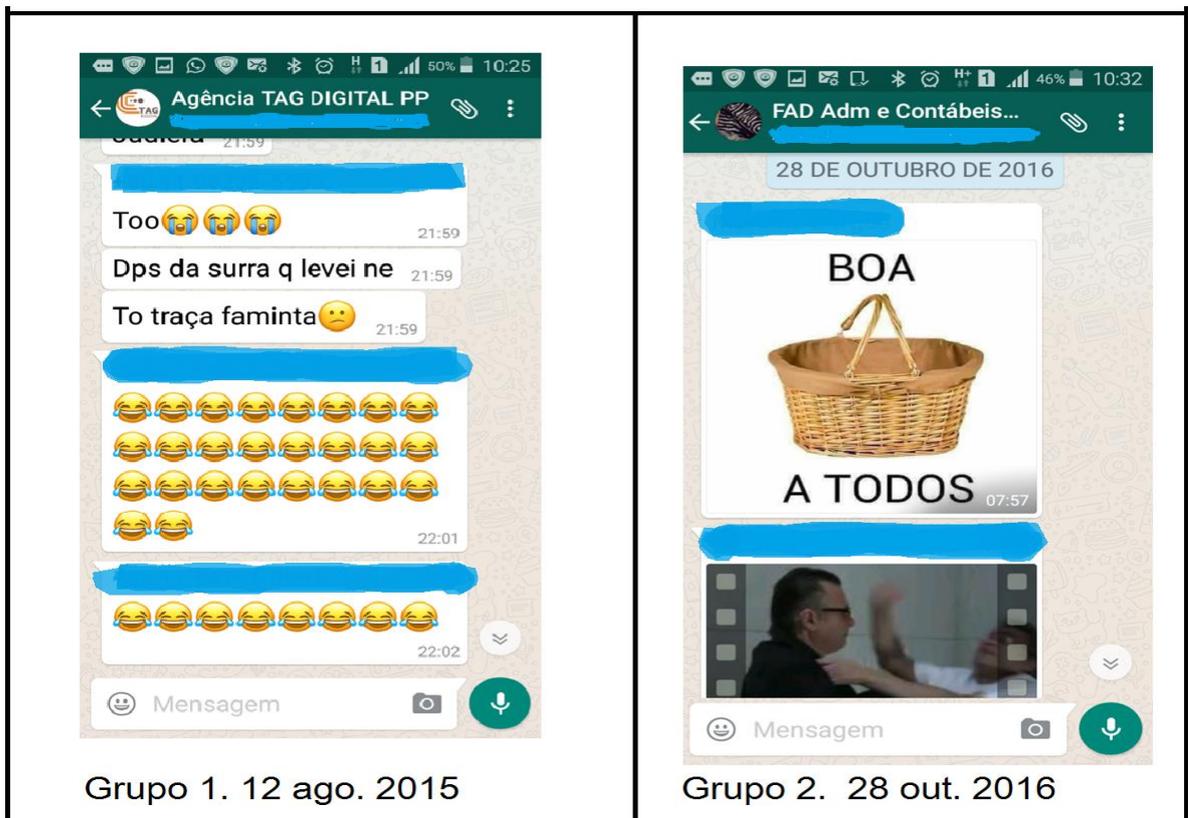
Fonte: Autoria própria.

No primeiro exemplo, o professor está orientando um trabalho que deve ser corrigido, e a aluna interage com ele, solicitando a sua ajuda. Pode-se observar que há uma comunicação viva entre eles de pouco tempo. As entradas da aluna são mais curtas temporalmente no tempo e espaço, começando às 16h45 e depois às 16h46, e novamente às 16h46, sendo que a primeira interação foi do professor, às 14h50, ocorrendo, então, uma lacuna temporal. Embora se compreenda que o *WhatsApp* é uma ferramenta de uso rápido, muitas vezes o rápido não quer dizer instantâneo. Pontuamos, na observação, que a interação no *WhatsApp* pode ser

mais rápida do que em outros meios, como exemplo, a carta, às vezes o e-mail, mas ela não é necessariamente instantânea, e isso se destacou plenamente neste estudo. Outro aspecto dessa mensagem é observado no Grupo 2, em que o sentimento de grupo é expresso pela membro, fazendo um relato pessoal da comunidade interna de professores, mas também revelando dados do cotidiano do professor do modo operante em que ele faz sua tarefa docente e da própria *práxis* docente como ele age, e como ele está habituado a agir, e também da própria doxa, ou seja, do modo como a sociedade vê o professor e o interpreta.

O segundo tópico tratado diz respeito à linguagem utilizando ícones. Isso ficou muito evidente no *corpus* (cf. Anexo 1 e cf. Anexo 2), pois observou-se o uso recorrente de *emojis*, já discutidos no capítulo anterior. Os *emojis* são ferramentas que podem ser de uso complementar e suplementar a linguagem. Para tanto, utilizamos como exemplo a figura a seguir e seus dados:

**Figura 10** – Exemplo de linguagem com uso de ícone.

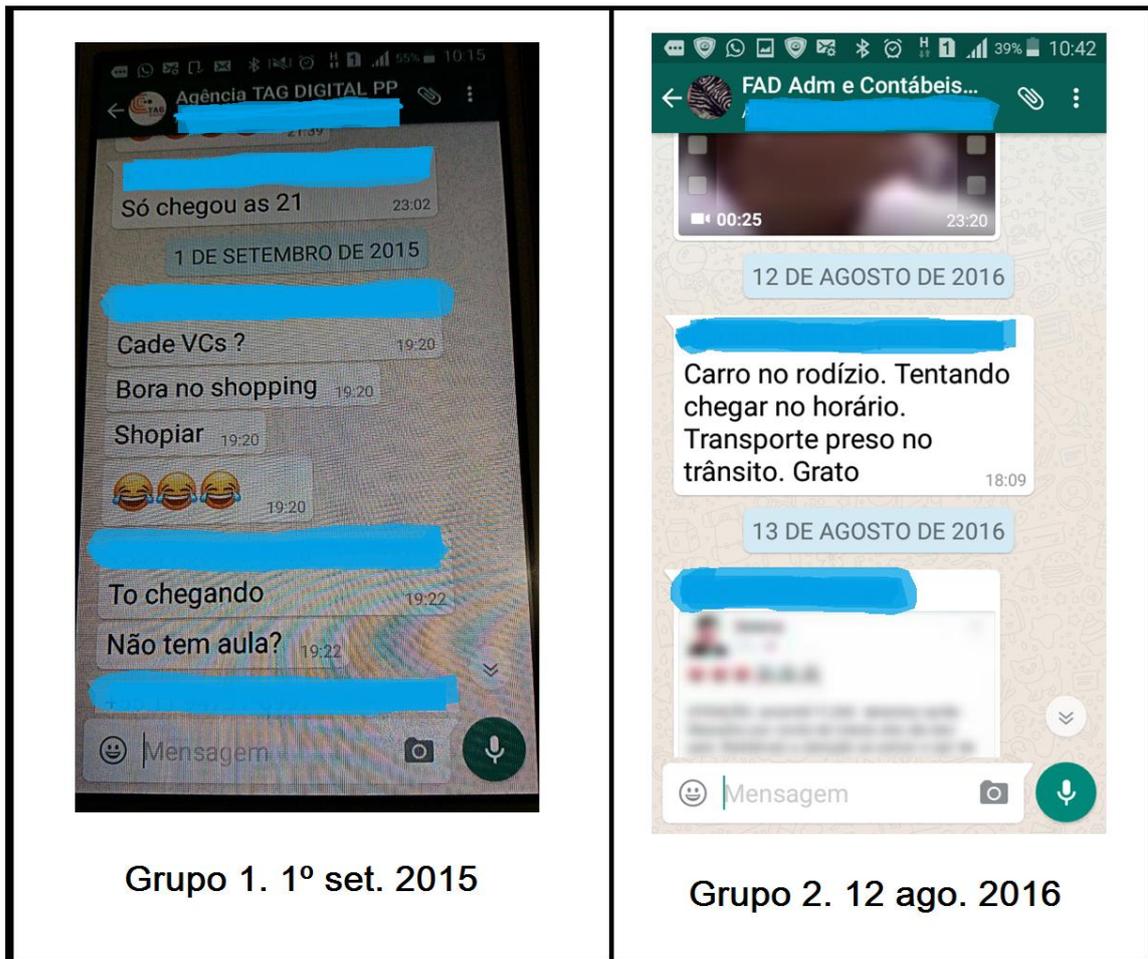


Com o uso suplementar a linguagem para acrescentar algo a mensagem já dita, como por exemplo, pode-se observar na figura, existem mensagens completamente escritas por *emojis* e mensagens contendo partes escritas e partes com *emojis*. Há também momentos em que se escreve algo e se completa com *emojis*. Quando é o enunciado verbal mais o enunciado com *emoji*, tem-se o uso suplementar, que acrescenta algo ao já dito. O uso complementar aparece quando necessariamente se corta parte do enunciado verbal, pois o *emoji* vai indicar o sentido desejado, como se observa no exemplo do Grupo 1, na mensagem do dia 12 de agosto de 2015. Quando aparece “Too”, mais o ícone que representa o choro, isso significa que a usuária está chorando, triste, desanimada com algo, explicando, a seguir, o motivo da tristeza. Assim, ela envolve o verbal e o visual, por isso, trata-se de linguagem sincrética, no sentido de que combina dois tipos de linguagens diferentes, a linguagem visual e a verbal.

No exemplo 2, do Grupo 2, em uma mensagem do dia 28 de outubro de 2016, podemos verificar a figura de uma cesta e as palavras “boa”, que a antecede, e “a todos”, que a sucede. Nessa organização visual, verbal e verbo/visual, podemos interpretar a mensagem como “boa sexta-feira a todos”, ou seja, foi utilizada a palavra homófona “cesta” (objeto) para ser entendida como “sexta-feira, dia da semana” fazendo uma associação entre o visual e o verbal. Temos, assim, o uso frequente dessas expressões e ficou patente entre todos os *corpora*, tanto no Grupo 1 como no Grupo 2.

No terceiro tópico abordado, foram observadas as trocas de experiências, tanto nas esferas universitárias como nas extracurriculares, nos exemplos contidos na figura a seguir:

**Figura 11** – Exemplos de trocas de experiências extracurriculares.



**Fonte:** Autoria própria.

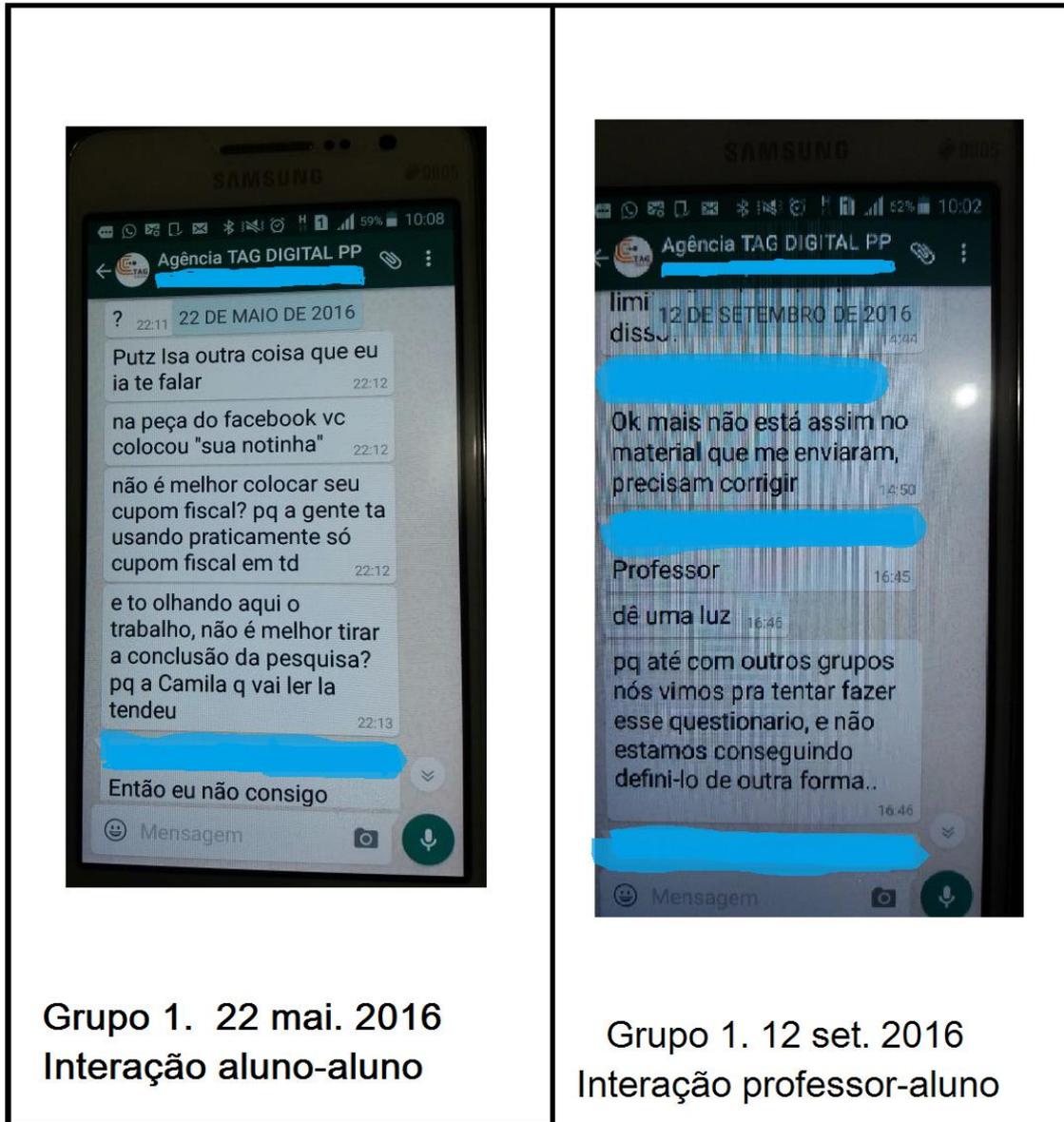
Na figura 11, pode-se observar uma chamada do Grupo 1 indicando um convite para ir ao shopping e, no Grupo 2, uma informação de que o professor provavelmente irá se atrasar, pois está no horário do rodízio e o trânsito está engarrafado, ou seja, os dois exemplos estão utilizando o *WhatsApp* como ferramenta para além do uso acadêmico científico. Logo, o *WhatsApp* pode ser uma ferramenta de múltiplos usos, tomando assim, o lugar de outras mídias.

Por exemplo, antigamente, usava-se o telefone para informar sobre chegar atrasado, convidar os amigos para sair, entre outros. Hoje, o *WhatsApp* esta sendo usado como esse meio de comunicação. Do mesmo modo se enviava cartas, um convite por meio do correio, atualmente a carta ainda é utilizada, mas de forma estratificada como convite de casamento. O e-mail ocupou muitas funções da carta. Depreendemos, assim, que o *WhatsApp* se liga a meios já bastante tradicionais,

mas envolve e transforma essas novas práticas para além do campo da educação.

Por fim, o último tópico analisado trata dos tipos de interação aluno-aluno e aluno-professor, como pode-se observar na figura a seguir:

**Figura 12** – Interação aluno-aluno e professor-aluno.



Fonte: Autoria própria.

Na figura 12 há exemplos apenas do Grupo 1, pois existem interações efetivas entre aluno-aluno e aluno-professor, e o Grupo 2, como já ressaltado, é composto apenas por professores por isso não haverá exemplo a ser apresentado deste grupo.

Observando a figura do Grupo 1, há uma orientação do professor sobre

determinado trabalho, e depois a ressalva de aluno-aluno, que quer mais informações, ou seja, com o *WhatsApp* houve uma resposta em apenas duas horas, ressaltando que a mensagem é instantânea, mas a resposta não, contudo, torna-se muito mais rápida do que o e-mail, por exemplo, tradicionalmente usado em instituições de ensino superior.

No segundo exemplo das figuras que uma interação entre aluno-aluno tem se o seguinte, nesta interação a aluna se sente um pouco preocupada de como irá dispor as ferramentas dentro do trabalho e com isso pede ajuda das amigas e também dá orientações, como uma prática que não era usual até pouco tempo e que poderia ser feita por telefone, por e-mail, ou outras mídias, mas se observa a rapidez de como foram feitas as trocas de respostas as 22h12 e 22h13, conseqüentemente observando o modo de interação muito mais célere embora não instantâneo. Ressalta-se novamente muito mais célere do que em outras mídias, mais uma vez o *WhatsApp* aponta ser uma ferramenta profícua, eficaz e de excelência para o ensino superior uma vez que ele aponta de forma contundente as relações de práticas já existentes e resignifica essas práticas existentes de modo a melhorá-las e um dos aspectos observados é este, de que a linguagem ela ganha novos formatos como observados pelos usos dos ícones, *emojis*, figuras, ilustrações, vídeos como também ela traz um sentimento de grupo como já ressaltado e por fim como se viu ela se mostra eficiente tanto na relação aluno-aluno como na relação aluno-professor bem como na relação entre as outras práticas envolvendo as outras mídias, como também toda a comunidade como um todo e estes foram os principais resultados que foi verificado nos *corpus* apresentados em anexo.

Neste estudo, foi verificado principalmente que o *WhatsApp*, como ferramenta de apoio à educação, tem pontos positivos, tanto na colaboração rápida do professor quanto nas interações entre aluno-aluno. No grupo de docentes, o aplicativo também se mostrou eficaz, já que a troca é rápida e mostra integração entre os participantes. Outros exemplos se encontram no *corpus* recortado contido nos Anexos.

#### **4.3 Contribuições do uso do *WhatsApp* como ferramenta pedagógica**

Santos (2013) parte de questionamentos que nos fazem refletir sobre o

motivo de os alunos realizarem várias práticas de leitura por meio das tecnologias, enquanto que em sala de aula o ato de ler tem fracassado. Diante desse distanciamento entre as práticas de leitura na escola e as novas tecnologias, que também possibilitam leituras, é sugerida uma proposta de utilização dos aparatos tecnológicos, os quais podem (e devem) ser vistos não apenas como suporte, mas como meio para a promoção de leituras mediadas pelos professores, os quais têm a responsabilidade de despertar novos conhecimentos nos alunos. Desmistificando um pouco a tecnologia, em especial a percepção de que se trata apenas de um recurso para o entretenimento dos alunos, a proposta é utilizar o *WhatsApp*, aplicativo considerado o mais acessado hoje em dia, para a promoção do letramento. Isso se dará, especialmente pela presença da multimodalidade, elemento de grande contribuição para o desenvolvimento das diversas leituras do mundo.

Utilizando o aplicativo *WhatsApp* com os seus alunos do ensino médio, como um meio para a leitura em sala de aula, “[...], já que é utilizado para se comunicar e interagir com o outro, o *WhatsApp* permite trabalhar com a multimodalidade textual, uma vez que, por meio dele, enviamos ou recebemos mensagens de texto, áudio, imagem ou vídeo” (SANTOS, 2013, p. 9).

Alguns participantes de um grupo de estudos e pesquisas sobre inovação em Educação, Tecnologias e Linguagens, apresentaram relato sobre um curso à distância com o *WhatsApp* para professores e tutores da Unidade de Educação à Distância da Universidade Federal da Paraíba. Alguns materiais foram utilizados e considerados fundamentais para o desenvolvimento do curso: imagens do material impresso, imagens informativas do curso, áudios a respeito dos pontos norteadores do curso, vídeos de análise de jogos, de reportagens, entre outros. Alguns grupos, com diferentes temáticas, foram criados:

**Quadro 3** – Tipos de grupos estudados.

Tipos de Grupos	Atividades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupo social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• com espaço livre e temas diversificados, para ambientação</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupo tira-dúvidas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mantido durante todo o curso</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupo semana 1</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• com as temáticas:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ M-Learning (Educação móvel),</li> <li>○ U-Learning (Educação Ubíqua) e</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ E-Learning (Educação eletrônica), para que os cursistas ficassem situados da modalidade de ensino que estavam inseridos</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupo semana 2</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• com temática <i>Games</i> e Gamificação, assunto do curso</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupo semana 3</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• com exemplos de <i>Games</i> para <i>Android</i> e proposta de gamificação</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupo semana 4</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• com processo avaliativo do curso e pesquisa de satisfação</li> </ul>

Fonte: OLIVEIRA et al., 2014; ROCHA, 2015.

Foi constatado que os cursistas ficaram mais próximos com o grupo social, apresentando e realizando comentários sobre as expectativas do curso. Ao final, muitos foram os comentários positivos, conforme Rocha:

**Quadro 4** – Respostas coletadas.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muito instigante o ambiente de aprendizagem;</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Induz os participantes a participarem;</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muito dinâmico e atual;</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confesso que comparado com os outros que já fiz, esse foi o que houve mais reciprocidade e aprendizado;</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deveria ter uma extensão da capacitação, ou um workshop;</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aguardaremos novas capacitações nessa perspectiva;</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vários cursos poderiam ser ofertados nessa plataforma de ensino;</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entre outros comentários (ROCHA, 2015, p. 83).</li> </ul>

Fonte: OLIVEIRA et al., 2014; ROCHA, 2015.

Isso demonstra que pode ser de grande valia a utilização do *WhatsApp* como apoio pedagógico. Para que a comunicação seja ainda mais efetiva, é necessário expressar as emoções da escrita por meio de figuras chamadas de *emoticons*, é forma de se expressar de maneira divertida em mensagens instantâneas. Forma de comunicação paralinguística, um *emoticon*, palavra derivada da junção dos seguintes termos em inglês: *emotion* (emoção) + *icon* (ícone) (em alguns casos chamados *smiley*) é uma sequência de caracteres tipográficos, tais como: :) , :( , ^-^ , :3 , e.e' , '- e :-); ou, também, uma imagem (usualmente, pequena), que traduz ou quer transmitir o estado psicológico, emotivo, de quem os emprega, por meio de ícones ilustrativos de uma expressão facial.

Também se costuma usar um *emoticon* para demonstrar ironia ou descontentamento com alguma atitude, tal como ciúmes ou sentimentos semelhantes.

O *smiley* foi criado em 1982 e foi o pioneiro dos *emoticons*, por Scott Fahlman, professor assistente de pesquisa de ciência da computação da Universidade Carnegie Mellon, nos Estados Unidos.

Na década de 90 surgem os *Emojis* no Japão e são caracterizados por figuras que pertencem a uma biblioteca. Eles foram concebidos por Shigetaka Kurita, que elaborou a palavra a partir das expressões japonesas “e” (imagem) e “moji” (personagem), significando em português “pictograma”. Por essa razão, os *emojis* também agrupam o *smiley* e outros símbolos originalmente considerados *emoticons*, porém apenas em suas versões em desenho.

**Figura 13** – Imagem de diversos *emoticons*.



**Fonte:** Site <tectotal.com.br>. Acessado em 2 jul. 2016.

É praticamente impossível hoje se comunicar por mensagens sem usar os *emoticons* e *emojis*, seja no microcomputador ou no celular, pois eles nos auxiliam na demonstração de emoções nas conversas.

Sob a ótica do *WhatsApp*, Santos (2013, p. 9) afirma que “com o envolvimento ativo dos alunos com a rede social, é possível elaborar uma sequência didática que estimule habilidades significativas de leitura e, também, de escrita”. Por meio do aplicativo, estimula-se o raciocínio do indivíduo e a sua produtividade, “[...] uma vez que se constroem conceitos, elaboram-se estratégias de leitura e interação, formulam-se hipóteses, enfim, desenvolve-se a análise e a reflexão, culminando na própria aprendizagem” (SANTOS, 2013, p. 10).

É importante saber utilizar a tecnologia a favor do docente para que os alunos possam buscar no aplicativo *WhatsApp* um consenso para questões em grupo, ou um auxílio para desenvolver um projeto ou um questionário. A pesquisa realizada por Reis (2013) que tem como objetivo analisar o conteúdo trocado entre participantes de um grupo de *WhatsApp*, ou seja, quais são as temáticas que ocorrem com maior frequência, remete o leitor a compreender o aplicativo como um meio que estimula a produção e a interação de conteúdos simbólicos, ou ainda, de conhecimentos múltiplos e diversificados. As quinze categorias de temáticas observadas foram:

#### Quadro 5 – Categorias temáticas

<b>Categorias</b>	<b>Situação</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• combinação de encontros (7%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• convites de um ou mais participantes para realizarem atividades juntos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• imagens e vídeos (8%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• compartilhamento de fotos dos próprios participantes, de mulheres, de eventos, capturas de telas das redes sociais etc.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• internet (1%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• compartilhamento de links, como vídeos e menções a sites e redes sociais.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• saudações (1%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• saudações, mensagens de bom dia, boa noite, entre outras.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• referentes à linguagem</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• risadas (10%), distribuição de <i>emoticons</i> e <i>emojis</i>(3%), onomatopeias e interjeições (3%), palavrões e gírias (7%).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• correção de palavras erradas;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilidade inclusa no aplicativo</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• notícias (1%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• compartilhamentos sobre futebol,</li> </ul>

	segurança, dicas culturais, gastronomia, notícias imediatas, como cancelamento de festas, sobre acidentes que acabaram de ocorrer, dentre outras.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• experiências do cotidiano ou do momento (21%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• relatos de saídas entre os próprios participantes ou entre eles e terceiros. Constatou-se que quanto mais os participantes interagem e se encontravam, mais assuntos tinham para compartilhar.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• relações afetivas (9%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• comentários dos participantes sobre a aparência de mulheres, relacionamentos em que estão envolvidos ou que até gostariam de começar.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• produtos culturais (25%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• partilha de filmes, séries, programas de televisão, música, shows, entre outros produtos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• opiniões (2%) e sugestões ou aconselhamentos (1%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• sobre produtos e serviços, marcas, preços e vantagens.</li> </ul>

**Fonte:** Autoria própria.

Não ocorreram alterações no texto, de modo a manter a originalidade das conversas, e também para que a cultura e hábitos do grupo fossem evidenciados. Também não foi possível criar um padrão para a rotina das conversas, uma vez que elas estão ligadas à iniciativa de alguns dos participantes, porém, de uma forma geral, envolvem experiências e situações comuns à maioria dos usuários (REIS, 2013).

Percebe-se assim, uma transformação e contribuições para a educação com

a inserção das mídias digitais, pois cada vez mais se depende dela para todas as funções cotidianas. Morin (2001) afirma que com toda a importância de ensinar as mídias, devemos destacar uma em especial, e é importante que a escola integre as tecnologias de informação e comunicação, pois elas já estão presentes em todas as áreas da nossa vida social.

Assim, vários recursos tecnológicos podem ser introduzidos no dia a dia escolar. A contemporaneidade está ligada às redes sociais, e esse é um caminho sem volta. Mesmo com a resistência de alguns educadores, é preciso entrar nesse mundo da web, a fim de atrair a concentração e o interesse em sala de aula. Ferraciolo (1999) concorda em relação ao estímulo que o educador deve desenvolver nos processos de ensino-aprendizagem, atizando o conceito da emoção ressaltado por Wallon (2012). É importante saber lidar com os nativos digitais que conseguem realizar diversas atividades ao mesmo tempo, como ouvir músicas, estar conectados ao *Facebook* e enviar mensagens pelo *WhatsApp* quando estão dentro ou fora da sala de aula.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

---

Devido à expansão das tecnologias e redes sociais presentes em nosso dia a dia, os processos de comunicação se modificaram, tornando frequente a utilização da internet móvel, seja para assistir vídeos, estudar, ouvir músicas, dentre outros. A fim de compreender esse fenômeno em processo, este estudo investiga uma das ferramentas de comunicação mais utilizadas atualmente: o *WhatsApp*. Com a sua popularidade, o *WhatsApp* é o aplicativo mais utilizado pelos brasileiros.

Para contribuir com esse debate, foi realizado o estudo de caso de dois grupos de *Whatsapp*: um composto por alunos e pelo professor da disciplina, e outro, por professores de um mesmo curso universitário. Cumprimos o primeiro objetivo específico desta pesquisa, quando descrevemos, no Capítulo 2, os conhecimentos relacionados ao breve histórico da comunicação oral à digital e sua ligação com a Educação, ressaltando a importância para o desenvolvimento das relações na sociedade.

No Capítulo 3, observou-se a mudança desses relacionamentos por meio das redes sociais e suas características, já que o comportamento das pessoas mudou. Descrevendo as principais funções e usos das redes sociais mais utilizadas e principalmente do aplicativo *WhatsApp*. Então se conseguiu responder proficuamente ao segundo objetivo específico deste estudo.

No Capítulo 4, por meio de análise do Grupo 1, foi possível reunir informações que descrevem algumas das oportunidades oferecidas pela aprendizagem móvel, mostrando os usos dos alunos e professor do curso de propaganda e publicidade do *WhatsApp*. Além disso, foi selecionado um dispositivo previamente conhecido e utilizado por eles. Tal fato facilitou o processo de aprendizagem e ajudou no desenvolvimento das ações e na interpretação dos resultados. Assim, considera-se importante o conhecimento adquirido anteriormente em relação à tecnologia a ser utilizada.

Já no Grupo 2, foi possível verificar que os usos são de caráter informativo, recreativo e integrado. Nessa parte, ressalta-se a forma como os dois grupos analisados utilizam a rede social, e levanta-se as questões de como o *WhatsApp* pode ser aplicado em salas de aula do ensino superior brasileiro, discutindo, para tanto, como torná-lo uma ferramenta pedagógica, e como a sua utilização na prática docente influencia o processo de ensino e aprendizagem. Com isso, contemplamos, de maneira satisfatória, o terceiro objetivo específico desta pesquisa.

No que diz respeito aos questionamentos levantados no início deste trabalho, pode-se afirmar, em consonância com os resultados obtidos, que o uso das redes sociais, de fácil acesso e ao alcance de praticamente todos os envolvidos, pode agregar e favorecer a rotina escolar.

Os docentes devem utilizar as redes sociais como recurso tecnológico no dia a dia para facilitar as atividades, aprimorar os estudos e os trabalhos, estando prontos para empregá-las em qualquer hora e lugar, seja no uso pessoal ou profissional. O processo de aprendizagem pode ser mediado pelo professor com rapidez, levando os discentes às novas descobertas no uso das redes sociais. Como resultado, o docente estará cada vez mais em sintonia com os alunos, aprendendo e ensinando ao mesmo tempo.

O presente estudo foi observado e coletado em cada grupo num período de aproximadamente um ano e meio. A utilização do *WhatsApp* dentro do enfoque da educação constatada pelas referências na literatura. Bouhnik e Deshen (2014) apresentam como vantagens educacionais a criação de um ambiente agradável e de maior proximidade entre os discentes, acessibilidade aos materiais de aprendizagem e a disponibilidade dos professores em interagir além do horário das aulas.

A utilização da tecnologia na educação resulta em novas maneiras de ensinar, aprender, pensar e comunicar. Apresenta-se aqui algumas estratégias para o uso de ferramentas na educação aos discentes atuais. O emprego de recursos tecnológicos são muito importantes, mas deve ser mediado pelo docente, que precisa ter a percepção sobre quais momentos deverá interagir com os discentes por meio das diversas redes sociais.

O sucesso dependerá do bom ou mau uso delas, por isso, a necessidade de conhecimentos didáticos empregados com habilidade e adaptação do professor, que deve se tornar íntimo da grande rede mundial (internet) (CASTELLS, 2000).

Esse discente deve incorporar as novas características, e precisa introduzir recursos que possam fazer parte do contexto da aula – interagir, pesquisar *online*, – a fim de que consiga ter motivação para participar da aula. Já o imigrante digital necessita conhecer todas as ferramentas tecnológicas para se manter atualizado.

Com isso, conseguimos confirmar a hipótese de que os dois grupos analisados interagem com diferentes individualidades, onde a sala de aula física, mas também, isto é, espaço de aprendizagem por meio do *WhatsApp*. Esta pesquisa não exauriu o tema aqui abordado e necessita de um aprofundamento, e

por isso, é necessário seguir o trabalho de outros pesquisadores e aprender sobre os usos de tecnologias e redes sociais no ensino aprendizagem entre os nativos e imigrantes digitais.

Contudo, esta pesquisa considera que o aplicativo, se utilizado pedagogicamente, auxilia no incremento das múltiplas fontes de conhecimento, resultando em um meio capaz de construir saberes de forma colaborativa, principalmente no campo profissional e pessoal.

A mídia *WhatsApp* não deve ser utilizada de forma artificial por docentes, mas sim de forma mais concreta, planejada, com objetivos e metodologias na educação, proporcionando um benefício de integração e proximidade com os discentes. A integração das TICs, seja com o uso do *WhatsApp* ou de qualquer outro recurso midiático, é uma realidade que já faz parte do cotidiano dos docentes e discentes.

Ao final, não há uma ênfase sobre o uso exclusivo da tecnologia, nem que devemos nos esquecer do tradicional caderno e caneta, mas que é fundamental, hoje em dia, saber usar esses recursos a nosso favor.

---

## REFERÊNCIAS

---

ALMEIDA, M. E. de. **Educação, ambientes virtuais e interatividade**. In: SILVA, Marco (Org.). Educação online. São Paulo: Loyola, 2002.

ANDRÉ, M. Estudo de Caso, uma alternativa de pesquisa em educação. **Educação do Campo**. 2012. Disponível em: < [http://web2.ufes.br/educacaodo\\_campo/down/cdrom2/pdf/texto4.pdf](http://web2.ufes.br/educacaodo_campo/down/cdrom2/pdf/texto4.pdf)>. Acesso em: 12 mar 2016.

\_\_\_\_\_. O que é um estudo de caso qualitativo em educação. **Revista da FAEEBA – Educação e Contemporaneidade**, Salvador, v. 22, n. 40, p. 95-103, jul./dez. 2013.

BARBERO, J. M. **A comunicação na educação**. Tradução de Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Dafne Melo. São Paulo: Contexto, 2014, p. 155.

BELTRÃO, L. **Sociedade de massa: comunicação e literatura**. Petrópolis: Vozes, 1972.

\_\_\_\_\_. **Subsídios para uma teoria da comunicação de massa**. São Paulo: Summus, 1986. p. 214.

BOUHNİK, D.; DESHEN, M. WhatsApp goes to school: mobile instant messaging between teachers and students. **Journal of Information Technology Education**, v. 13, p. 217-231, 2014.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros Curriculares Nacionais**: Brasília, DF: MEC/SEF, 1997.

BRASIL. Secretaria de Educação Média e Tecnológica. **PCN+ Ensino Médio**. Orientações Educacionais Complementares aos Parâmetros Curriculares Nacionais. Brasília: MEC; SEMTEC, 2002.

BRIGGS, A. e BURKE, P. **Uma história social da mídia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BURGESS, Jean; JOSHUA, Green. Youtube e a revolução digital: Como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. Tradução de Ricardo Giassetti. São Paulo: Aleph, 2009.

CARDOSO, M. C. **Baú de memórias: representações de ludicidade de professores de educação infantil**. 2008, 170 f. Programa Pós- Graduação - Mestrado em Educação/FACED/UFBA. – 2008, p. 170.

CARNERIO, R. A dinâmica de evolução dos sistemas educativos, in *Coloquio: Educação e Sociedade*, nº 6,. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, julho 1994

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. Tradução: Roneide Venâncio Majer. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

\_\_\_\_\_. **A sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura**. v. 1, 6. ed., 13. reimp. São Paulo: Paz e Terra, 2010.

CAVALCANTI, M. J. **Efeitos da mídia digital internet no cotidiano do jornalista da imprensa diária de Santa Catarina**. Florianópolis: 2008. Dissertação (Programa de Pós-Graduação Engenharia e Gestão do Conhecimento - Mestrado em Engenharia e Gestão do Conhecimento).

CAZELOTO, E. **A inclusão digital e a reprodução do capitalismo contemporâneo**. São Paulo, 2007. 180 f. Dissertação Programa de Estudos de Pós Graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

CHARLIE, G. "**Digital Culture**". London: Reaktion Books, 2002, p. 13.

CITELLI, A. (Org.). Meios de comunicação e Educação. Desafios para a formação de docentes. **UNI revista**, São Paulo, v. 1, n. 3, jul. 2001.

COELHO, P. M. F. Reflexões sobre as novas formas de conteúdo narrativo interativo para os games na TV Digital. **Revista GEMInIS**. São Carlos, n. 2, ano 2, v. 4, 2013, p. 125-134.

\_\_\_\_\_. **Um olhar semiótico sobre Game City Ville do Facebook**. Revista Hipertexto, v. 5, n. 1, jan./jun. 2015.

\_\_\_\_\_. Jogos móveis locativos: apropriação do espaço urbano. In: SANTAELLA, M. L. B. (Org.). **Cidades inteligentes: por que, para quem?** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016, v. 1, p. 217-231.

COELHO, P. M. F.; COSTA, M. R. M. Entre o game educativo e a obra literária: a educação inserida nas novas mídias. **Educaonline**. Rio de Janeiro, v. 7, n. 3, p. 91-111, 2013.

\_\_\_\_\_. Contribuições interdisciplinares da semiótica francesa e dos estudos bakhtinianos para as novas mídias: estudo da página informativo-persuasiva do game World of Warcraft. **Razón y palabra**, Monte Rey, v. 30, p. 512-530, 2016.

COELHO, P. M. F.; CARA, M. Os selfies especulares dos jovens. In: ROCHA, C.; SANTAELLA, L. (Org.). **A onipresença dos jovens na rede**. Goiânia: UFG Goiânia, 2015, v. 1, p. 229-245.

CORRÊA, E. S. **Comunicação digital: uma questão de estratégia e de relacionamento com públicos**. Disponível em: <[http://www.eca.usp.br/departam/crp/cursos/posgrad/gestcorp/organicom/re\\_vista3/94.pdf](http://www.eca.usp.br/departam/crp/cursos/posgrad/gestcorp/organicom/re_vista3/94.pdf)>. Acesso em: 30 jul. 2016.

COSTA, F. de A. M. da C. (Org.). **Educomunicação socioambiental: Comunicação Popular e Educação**. Brasília, DF: Ministério do Meio Ambiente, 2008.

DEMO, P. **Pesquisa e construção de conhecimento**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1996.

DENIS, M. "The future of communication theory". In: MIRANDA, J. A. B. de; SILVEIRA, J. F. da (Orgs.). **As ciências da comunicação na viragem do século**, Actas do I Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, Lisboa, Vega, 2002.

ELLISON, N. B.; STEINFELD, C.; LAMPE, C. The benefits of *Facebook* "friends": social capital and college students' use of online social network sites. **Journal of Computer-Mediated Communication**, ano 12, n. 4, art. 1, jul./2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>>. Acesso em: 3 set. 2015.

FADUL, A. **Indústria cultural e comunicação de massa**. Disponível em: <[http://www.crmariocovas.sp.gov.br/pdf/c\\_ideias\\_17\\_053\\_a\\_059.pdf](http://www.crmariocovas.sp.gov.br/pdf/c_ideias_17_053_a_059.pdf)>. Acesso em: 30 jul. 2016.

FAZENDA, I. C. A. **A formação do professor pesquisador: 30 anos de pesquisa**. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/curriculum/article/view/3111/2051>>. Acesso em: 8 jan.2016.

FERNÁNDEZ, S. Redes sociales: fenómeno pasajero o reflejo del nuevo internauta. **TELOS**, n. 76, jul.-set. 2008. Disponível em: <<http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=11&rev=76.htm>>. Acesso em: 18 out. 2015.

FERRACIOLE, L. Aprendizagem, desenvolvimento e conhecimento na obra de Jean Piaget: uma análise do processo de ensino-aprendizagem em ciências. **Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos**, v. 80, n. 194, p. 5-18, 1999.

FIORIN, J. L. Linguagem e interdisciplinaridade. **ALEA: Estudos neolatinos**. Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 29-53, jan./jun. 2008.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários á pratica educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

\_\_\_\_\_. **Pedagogia do oprimido**. 17. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1987.

- \_\_\_\_\_. **Educação como prática de liberdade**. São Paulo: Paz e Terra, 2011.
- GERHARDT, T. E; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.
- \_\_\_\_\_. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2010.
- IAB. IAB Platform Status Report: UGC, Social Media and Advertising – Na Overview. Abr. 2008. Disponível em: <[http://www.iab.net/media/file/2008\\_ugc\\_platform.pdf](http://www.iab.net/media/file/2008_ugc_platform.pdf)>. Acesso em: 29 jul. 2016.
- LATOURET, B. Redes que a razão desconhece: laboratórios, bibliotecas, coleções. In: PARENTE, A. (Org.). **Tramas da Rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação**, p 39-63. Porto Alegre: Editora Sulina, 2004, reimpressão, 2010.
- LAZARSFELD, P.; MERTON, R. Comunicação de massa, gosto popular e ação social organizada. In: COHN, G. **Comunicação e indústria cultural**. 3. ed. São Paulo: ETP/EDUSP, 1983.
- LEMOS, A. **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003, p. 231.
- \_\_\_\_\_. Cultura da mobilidade. **Revista FAMECOS**, v. 16, n. 40, 2009.
- \_\_\_\_\_. Você está aqui! Mídia locativa e teorias “Materialidades da Comunicação” e “Ator-Rede”. In: **Revista Comunicação e Sociedade**, São Bernardo do Campo – SP – Metodista, Ano 32 – n. 54, jul./dez. 2010a, p. 5-29.
- \_\_\_\_\_. **@reviravolta. Uma experiência em Twitteratura**. Porto Alegre: Simplíssimo, 2010b.
- \_\_\_\_\_. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2013.
- \_\_\_\_\_. Apresentação – faces da realidade. In: MACHADO, V. B. (Org.); SILVA, S. R. (Org.); MAIA, A. (Org.). **Comunicação e mídias digitais: uma perspectiva histórica e contemporânea**, v. 1. Volta Redonda: Editora UniFOA, 2015, p. 312.
- LÉVY, P. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996, p. 160.
- \_\_\_\_\_. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.
- \_\_\_\_\_. **As tecnologias da inteligência**. São Paulo: Editora 34, 2001.
- LUCENA, M. M. C. de. **Educomunicação: as mídias móveis na cultura escolar**. Sorocaba, 2013. 123f. Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba
- LUPTON, E. **Pensar com tipos: um guia para designers, escritores, editores e estudantes**. São Paulo: Cosac & Naify, 2006.
- MAJÓ, J. “Evolución de las tecnologías de la comunicación”. In: MORAGAS, M. de et al. **La Comunicación: de los orígenes a Internet**. Barcelona: Editorial Gedisa, 2012.
- MARCUSCHI, L. A.; XAVIER, A. C. (Orgs.). **Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção do sentido**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.
- MARTINS, S. A quase interação mediada na internet através do google. In: **9º Encontro Nacional de História da Mídia**. Anais. Ouro Preto, UFOP, 2013.

MARTINO, L. C. De qual comunicação estamos falando? In: FRANÇA, V.; HOLHFELDT, A.; MARTINO, L. C. **Teorias da comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MATTAR, J. **Design educacional: educação à distância na prática**. São Paulo: Artesanato Educacional, 2014.

\_\_\_\_\_. **Web 2.0 e redes sociais na educação**. São Paulo: Artesanato Educacional, 2013, p. 191.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução de Décio Pignatari. 4. ed. São Paulo: Cultrix, 1974.

MIZUKAMI, M. da G. N. **As abordagens do processo**. São Paulo: EPU, 2003.

MORIN, E. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. São Paulo: Cortez, 2001.

MURRAY, J. H. **Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.

NASCENTES, A. Dicionário etimológico da língua portuguesa 1955. Rio de Janeiro: Livros de Portugal, 1955.

ONG, W. **Oralidade e cultura escrita: a tecnologização da palavra (em português)**. São Paulo: Papirus, 1998, p. 223.

O ESTADO DE SÃO PAULO. **Tecnologias, tendências e desafios no ensino superior até 2018**. Disponível em: <[http://educacao.estadao.com.br/noticias/ geral,tecnologias-tendencias-e-desafios-no-ensino-superior-ate-2018,1026859](http://educacao.estadao.com.br/noticias/geral,tecnologias-tendencias-e-desafios-no-ensino-superior-ate-2018,1026859)>. Acesso em: 30 jul. 2016.

OLIVEIRA, E. D. S. et al. Proposta de um modelo de cursos baseado em mobile learning: um experimento com professores e tutores no WhatsApp. In: **Anais do XI Congresso Brasileiro de Ensino Superior a Distância**, 2014.

PERES, R.S.; SANTOS, M.A. **Considerações gerais e orientações práticas acerca do emprego de estudos de caso na pesquisa científica em psicologia**. INTERAÇÕES: VOL. X n.o 20 2005, p. 109-126

PERRENOUD, P. **Aprender a negociar a mudança em educação**. Curitiba: Melo, 2010.

PRENSKY, M. **Aprendizagem baseada em jogos digitais**. São Paulo: Senac, 2012.

\_\_\_\_\_. **Não me atrapalhe, mãe – eu estou aprendendo!** São Paulo: Phorte, 2010a, p. 320.

\_\_\_\_\_. Digital natives digital Immigrants. In: PRENSKY, M. **On the Horizon**. NCB University Press, v. 9, n. 5, out., 2001b.

PORTO, C.; RÉGNIER, K. O ensino superior no mundo e no Brasil: condicionantes, tendências e cenários para o horizonte 2003-2025, uma abordagem exploratória. In: **Seminário Internacional Universidade XXI: novos caminhos para a educação superior**. Brasília, 2003. Anais eletrônicos. Disponível em: <<http://www.mec.gov.br>>. Acesso em: 20 de jul. 2016.

PRIMO, A. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Meridional, 2007.

QUEIROZ, D. T et. al. Observação participante na pesquisa qualitativa: conceitos e aplicações na área da saúde. **Revista Enfermagem UERJ**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 2, abr./jun. 2007.

RECUERO, R. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

\_\_\_\_\_. A conversação como apropriação na comunicação mediada pelo computador. In: BUITONI, D. S.; CHIACHIRI, A. R. (Org.). **Comunicação, Cultura de Rede e Jornalismo**. São Paulo:

Almedina, 2012, p. 259-274.

\_\_\_\_\_. **Deu no Twitter, alguém confirma?** Funções do jornalismo na era das redes sociais. Artigo apresentado no congresso da SBPJor. Rio de Janeiro: nov. 2011.

REIS, B. S. S. dos. **“Você tem WhatsApp?” Um estudo sobre a apropriação do aplicativo de celular por jovens universitários de Brasília.** Brasília, 2013. 83 f. Monografia (Bacharelado em Comunicação Organizacional)—Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

ROCHA, A. L. C. da; ECKERT, C. Etnografia: saberes e práticas. In: PINTO, C. R. J.; GUAZZELLI, C. A. B. **Ciências humanas: pesquisa e método.** Porto Alegre: Editora da Universidade, 2008.

ROCHA, Cleomar (Org.). Anais do IV Simpósio Internacional de Inovação em Mídias Interativas. Goiânia: Media Lab / UFG, 2016.

ROMANÍ, C. C. Mapa de aplicaciones. Una taxonomía comentada. In: ROMANÍ, C. C.; KUKLINSKI, H. P. **Planeta Web 2.0:** Inteligencia colectiva o medios fast food. E-livro: Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic, México, 2007, p.61-88. Disponível em: <<http://www.planetaWeb2.net/>>. Acesso em: 21 jul. 2016.

ROMANO et. al. O impacto das mídias sociais digitais na comunicação organizacional das empresas. **Future Studies Research.** São Paulo, v. 6, n. 1, jan./jun. 2014.

SANCHEZ, L. **Afinal, o que é comunicação?** São Paulo: Caderno UniABC, v. 5, 2003. p. 75-83.

SANTAELLA, L. **Cultura das Mídias.** São Paulo: Razão Social, 1992.

\_\_\_\_\_. **Cultura e artes do pós-humano:** da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

\_\_\_\_\_. **Por que as comunicações e as artes estão convergindo?** São Paulo: Paulus, 2005a.

\_\_\_\_\_. **Matrizes da linguagem e pensamento:** sonora, visual e verbal. São Paulo: Iluminuras, 2005b.

\_\_\_\_\_. Subjetividade e identidade no ciberespaço. In: **Linguagens líquidas na era da mobilidade.** São Paulo: Paulus, 2007.

\_\_\_\_\_. **A ecologia pluralista da comunicação:** conectividade, mobilidade, ubiquidade. São Paulo: Paulus, 2010.

\_\_\_\_\_. **Comunicação ubíqua:** repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.

SANTOS, S. V. C. de A. **O uso do celular nas práticas de letramento.** VI Fórum Identidades e Alteridades e II Congresso Nacional Educação e Diversidade, 2013. Itabaiana/SE. Anais. UFS/Itabaiana/SE Brasil. p. 1-10.

SAWAYA, M. R. **Dicionário de informática & internet.** São Paulo: Nobel, 1999.

Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015 :** hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília : Secom, 2014.

SERRA, P. J. **Manual de teoria da comunicação.** Covilhã: Livros Labcom, 2007.

SILVA, A. D. da. **Comunicação digital:** desafios e oportunidades. Ijuí, 2012. 75f. Monografia de Graduação, Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul.

SOARES, M. **Letramento:** um tema em três gêneros. Belo Horizonte: Autêntica, 1998.

\_\_\_\_\_. **Educomunicação:** o conceito, o profissional, a aplicação. São Paulo: Paulinas, 2011.

\_\_\_\_\_. Novas práticas de leitura e escrita. Letramento na cibercultura. **Educação & Sociedade**, v. 23, n. 81, Campinas, p.143-160. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/es/v23n81/13935.pdf>>. Acesso em: 4 dez. 2015.

SOUZA, A. V. M. de. **Marcas de diferença**: subjetividade e devir na formação de professores. Rio de Janeiro: E-papers, 2007, p. 208.

SPELLER, P; ROBL, F; MENEGHEL, S. M. (Orgs.). **Desafios e perspectivas da educação superior brasileira para a próxima década**. Brasília: UNESCO, CNE, MEC, 2012.

TERRA, C. F. **Usuário-mídia**: a relação entre a comunicação organizacional e o conteúdo gerado pelo internauta nas mídias sociais. 2010, 217f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, ECA-USP. São Paulo, SP. Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-02062011-151144/pt-br.php>>. Acesso em: 1º jul. 2015. TERRA, 2010.

TEIXEIRA JÚNIOR, S. Uma história de cinema. **Exame**, Abril, São Paulo, ed. 981, n. 22, ano 44, p.34-43, 1º dez. 2010.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

UNIVERSIA BRASIL. **10 melhores aplicativos para educação**. Disponível em: <<http://noticias.universia.com.br/destaque/noticia/2012/04/27/925922/10-melhores-aplicativos-educaco.html>>. Acesso em: 30 jan. 2016.

VIVAR, F.; MIGUEL, J. Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. **Comunicar**, v. 17, n. 33, p. 73-81, 2009. Disponível em: <<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15812486009>>. Acesso em: 16 nov.2015.

VYGOTSKI, L. V. Quarta aula: a questão do meio da pedologia. **Revista Psicologia USP**, São Paulo, v. 21, n. 4, 2010, p. 681-701.

XAVIER, A. C. Letramento digital: impactos das tecnologias na aprendizagem da geração Y. **Calidoscópio**, v. 9, n. 1, p. 3-14, jan./abr. 2011.

\_\_\_\_\_. **Aprendizagem móvel dentro e fora**: livro de resumos. In: 5 Simpósio Hipertexto e Tecnologias na Educação e 1º. Colóquio Internacional de Educação com Tecnologias/ Antônio Carlos Xavier; Alex Sandro Gomes (Orgs.). Anais. Recife, UFPE, 2013.

WALLON, H. O conceito da emoção. **Revista Nova Escola**. 2012. Disponível em: <<http://revistaescola.abril.com.br/gestao-escolar/henri-wallon-conceito-emocao-648726.shtml?page=1>>. Acesso em: 16 abr. 2016.

WARSCHAUER, M. **Tecnologia e inclusão social**: a exclusão digital em debate. Tradução Carlos Szlak. São Paulo: Senac São Paulo, 2006.

WHATSAPP. **Como funciona**. Disponível em: <[https://www.WhatsApp.com/?l=pt\\_br](https://www.WhatsApp.com/?l=pt_br)>. Acesso em: 30 ago. 2015.

WIKIOSO. **Quem criou o WhatsApp**. Disponível em: <<https://wikioso.org/nome-do-criador-do-WhatsApp-quem-criou-o-WhatsApp/>>. Acesso em: 30 ago. 2015.

ZYWICA, J.; DANOWSKI, J. The Faces of Facebookers. **Journal of Computer-Mediated Communication**, n. 14, p.1-34, 2008. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2008.01429.x/pdf>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

## **APÊNDICES**

---

## Apêndice 1 – Autorizações de uso acadêmico-científico das imagens e ilustrações dos grupos analisados

**UNISA**  
Universidade de Santo Amaro

**AUTORIZAÇÃO**

Eu, Caroline Almeida Souza, RG. 48305838-6  
CPF. 401614088-93, professor da disciplina Introdução à Propaganda e administrador do **Grupo de WhatsApp Agência TAG Digital PP**, autorizo o uso das imagens, das mensagens, das ilustrações, dos vídeos, dos áudios trocados entre os membros do grupo supracitado, durante o período: 01/08/2015 a 31/10/2016, desde que com finalidade estritamente acadêmico-científica, sendo vetado o uso comercial desses dados, bem como a indicação vexatória de qualquer um dos membros deste grupo.

Por ser verdade, afirmo

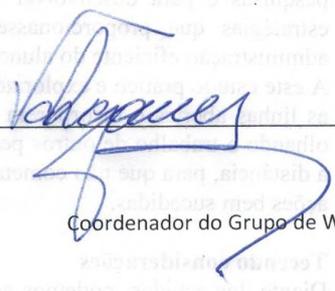
  
\_\_\_\_\_  
Coordenador do Grupo de WhatsApp



#### AUTORIZAÇÃO

Eu, Vânia Amaro Gomes, RG. 14.522.977-4, CPF. 116.670.358-43, coordenadora dos cursos de Administração e Ciências Contábeis e administrador do **Grupo de WhatsApp FAD Adm e Contábeis**, autorizo o uso das imagens, das mensagens, das ilustrações, dos vídeos, dos áudios trocados entre os membros do grupo supracitado, durante o período: 01/08/2015 a 31/08/2015, desde que com finalidade estritamente acadêmico-científica, sendo vetado o uso comercial desses dados, bem como a indicação vexatória de qualquer um dos membros deste grupo.

Por ser verdade, afirmo

  
Coordenador do Grupo de WhatsApp

**Apêndice 2 – Quadro 6 - *emoticons* mais utilizados pelos grupos**

<b>Emoticons</b>	<b>Significado</b>
	Morrendo de rir
	Baixa autoestima
	Ops, fez algo errado
	Apaixonado
	Esse emoji não significa que uma pessoa está orando ou um "high five", e sim, pedindo desculpas.
	Beijo de despedida
	Envergonhado (mico constrangedor)
	Aí (alguém que falou algo excitante)
	Sarcasmo
	Com muita raiva
	Emoji sorridente envergonhado: este emoji é usado para expressar o embaraço e simpatia ao receber algum tipo de elogio, por exemplo.

	Emoji polegar para cima: este emoji simboliza a aprovação ou consentimento de uma ideia ou opinião partilhada por outra pessoa.
	Oh, Meu Deus! Emoji gritando: esta carinha simboliza o espanto ou surpresa. Este emoji lembra a expressão de espanto do famoso quadro "O Grito", de Edvard Munch.
	Pensando ou analisando algo é o que representa o emoji pensativo.
	Emoji sorridente envergonhado: é usado para expressar o embaraço e simpatia ao receber algum tipo de elogio, por exemplo.
	Esse emoji mostra uma pessoa nervosa, que está derramando suor – provavelmente, por conta do estresse. Ele é usado em situações de alívio também. Algo como, "no fim, depois de muito suor e lágrimas, deu certo"
	Coração púrpura: o amor proibido.
	Essa carinha representa uma pessoa com um sorriso meio pateta. Além disso, também pode ser usado quando a pessoa está provando uma comida muito boa. Não é exatamente um emoji de "mostrar a língua", apesar de ser utilizado assim.
	Mostra uma pessoa bocejando, mas costuma ser confundido com o de uma pessoa dormindo.
	O sorriso enigmático. Ele pode ser usado em várias situações, já que essa boca fechada não demonstra sentimento algum.

	<p>O emoji "angelical" é usado quando uma pessoa está se sentindo bem após ter feito uma boa ação. Mas, ganhou um sentido totalmente contrário no uso popular. Ele aponta que a pessoa cometeu algum escorregão ou que fez algo maldoso intencionalmente.</p>
	<p>Esse é um sorriso malicioso, usado com conotação sexual ou para demonstrar presunção.</p>
	<p>Muitos usuários costumam utilizar esse emoji para expressarem que estão muito assustados com alguma coisa por causa dos olhos esbugalhados. Por outro lado, o significado dele é muito mais simples que isso: o emoji sem bocas significa o silêncio, ou pessoas que preferem ficar quietas.</p>
	<p>Babando</p>
	<p><i>facepalm</i>, famoso tapa na cara</p>

Fonte: Figuras dos *emoticons* retiradas do site do Midiatismo.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> Disponível em: <<http://www.midiatismo.com.br/emojipedia-saiba-o-significado-de-cada-um-dos-emoticons-existentis>>. Acesso em: 11 nov. 2016.

### Apêndice 3 – Símbolos ou ícones mais utilizados no *WhatsApp*



**Relógio:** a mensagem está tentando ser enviada, mas ainda não chegou aos servidores do *WhatsApp*. Acontece geralmente quando o celular está sem sinal, no modo avião ou a conexão à internet está muito lenta. Se apagar a mensagem nesse estado, ela não chegará ao destino.



**Tique único:** a mensagem chegou ao *WhatsApp*, que se encarregará de enviá-la ao celular do destinatário. A outra pessoa ainda não recebeu nada.



**Tique duplo cinza:** a mensagem chegou ao celular do destinatário, mas ele ainda não abriu o chat correspondente.



**Tique duplo azul:** trata-se do novo ícone que indica que a mensagem foi mostrada na tela do telefone. O mais provável é que o destinatário a tenha lido, mas não garante isso com toda a certeza.



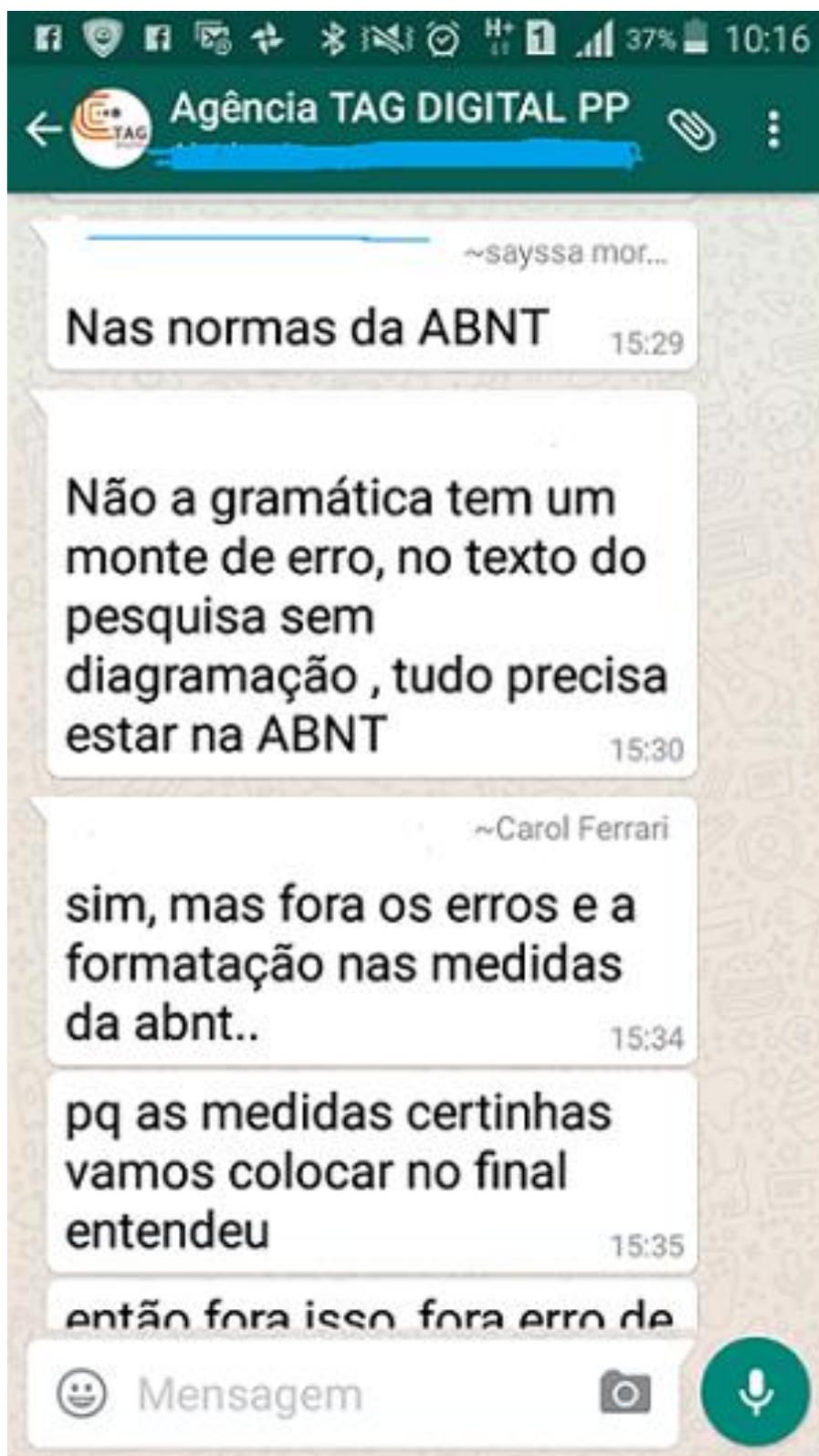
**Microfone verde:** aparece no telefone quando se recebe uma mensagem de voz. Indica que o áudio enviado por outra pessoa ainda não foi ouvido. Este símbolo aparece somente para quem recebe o áudio.



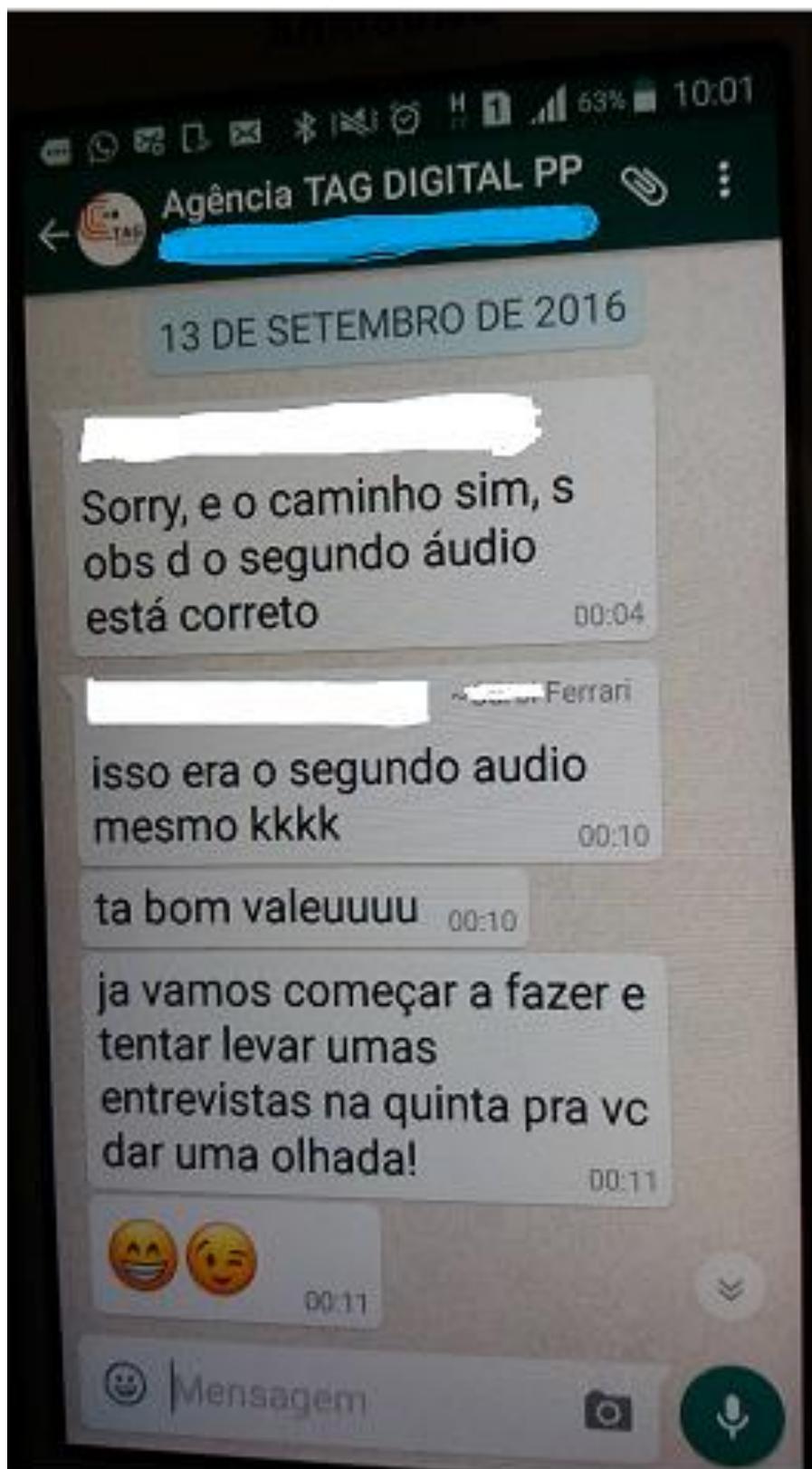
**Microfone azul:** indica que a mensagem de voz correspondente já foi ouvida. Assim como o microfone verde, só é visto por quem recebe o áudio. A pessoa que o enviou não tem nenhuma confirmação de que você o ouviu, sabe apenas que você o recebeu.

**ANEXOS**

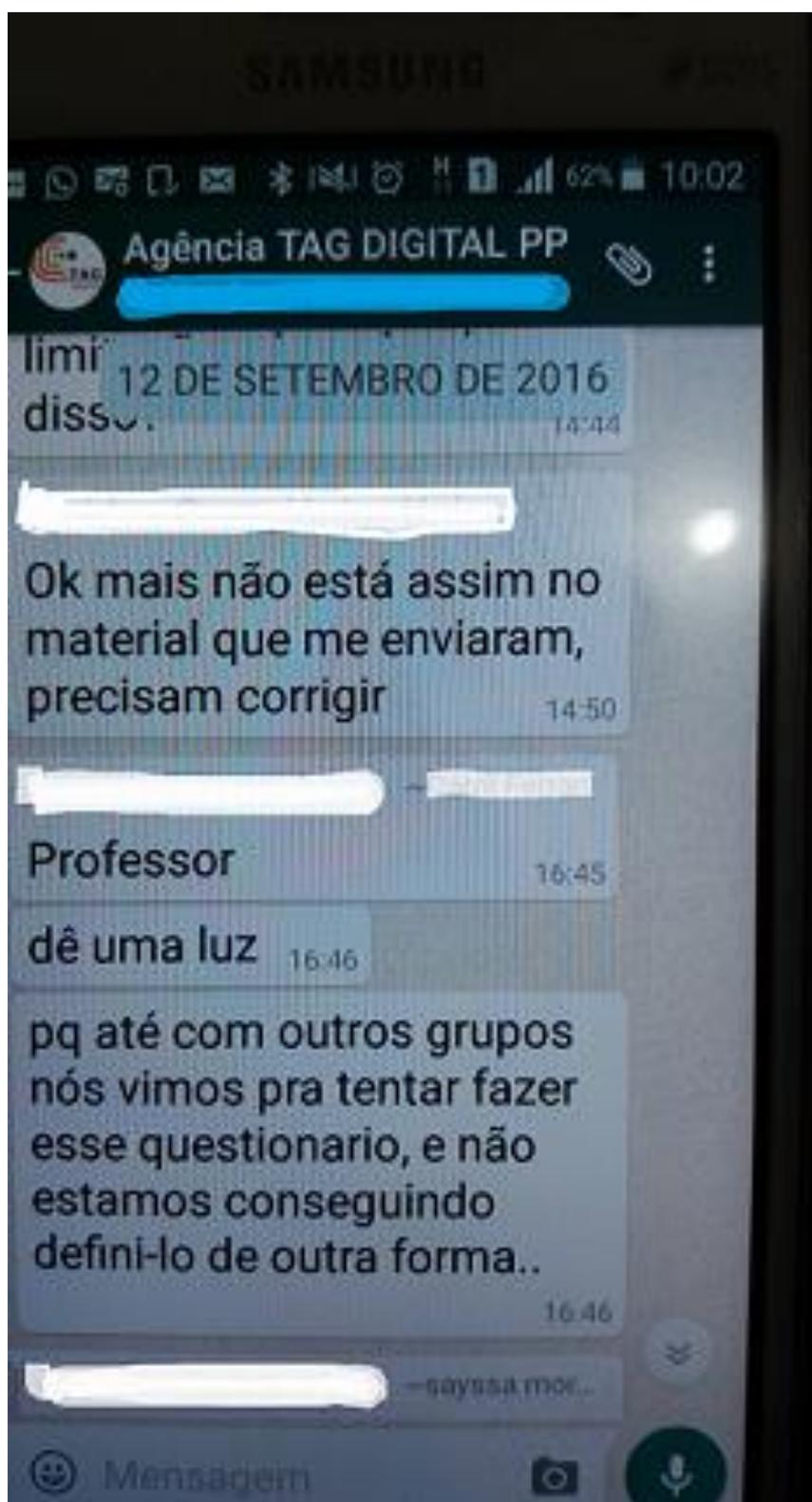
---

Anexo 1 – Digitalização do *corpus* do Grupo 1**Corpus 1 – Grupo 1** - Troca de Mensagens do dia 11.10.2016

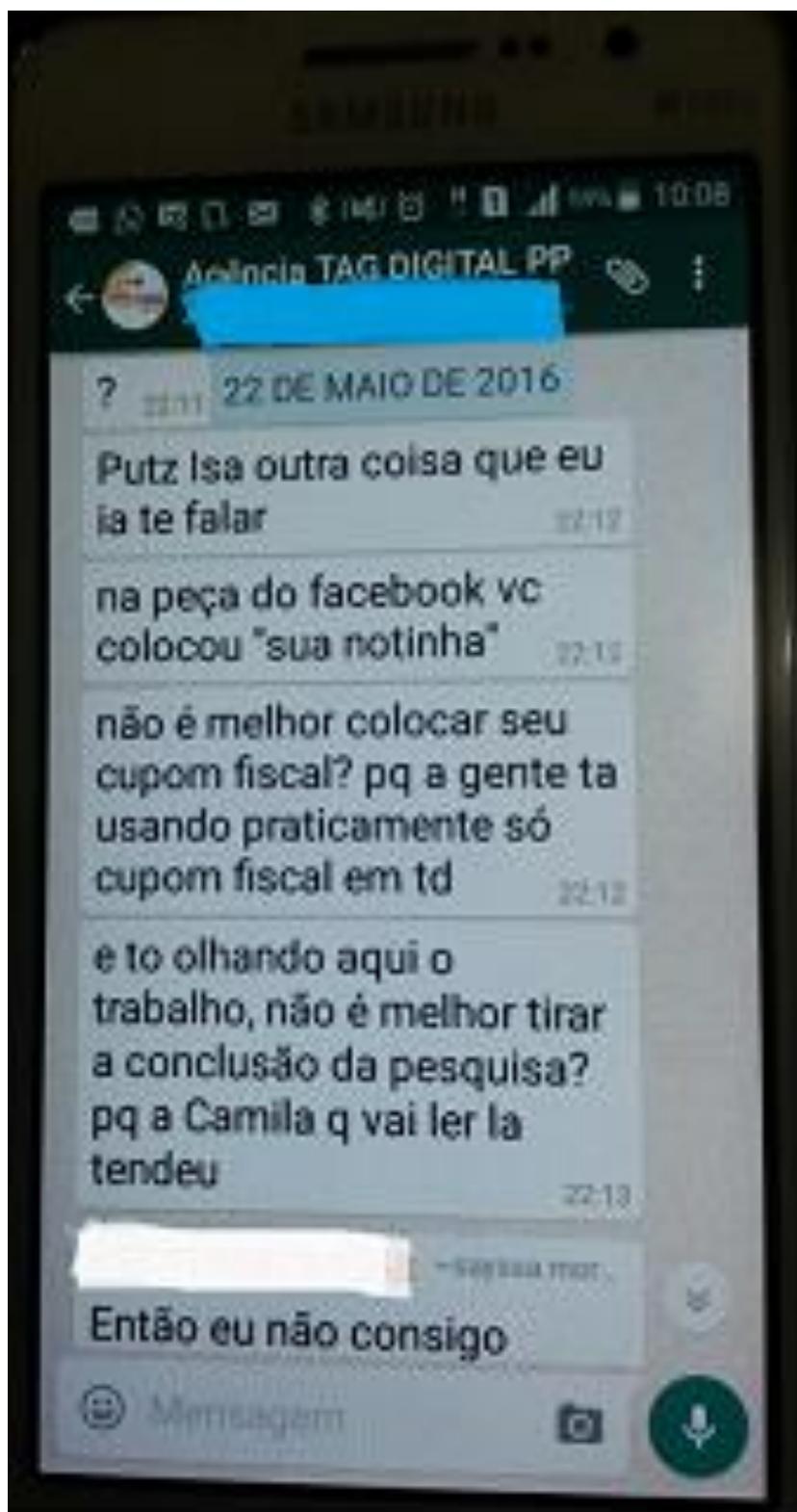
Fonte: Grupo do *WhatsApp*, autorizado pelos administradores.

**Corpus 2 – Grupo 1 - Troca de mensagens do dia 13.09.2016.**

Fonte: Grupo do *WhatsApp*, autorizado pelos administradores.

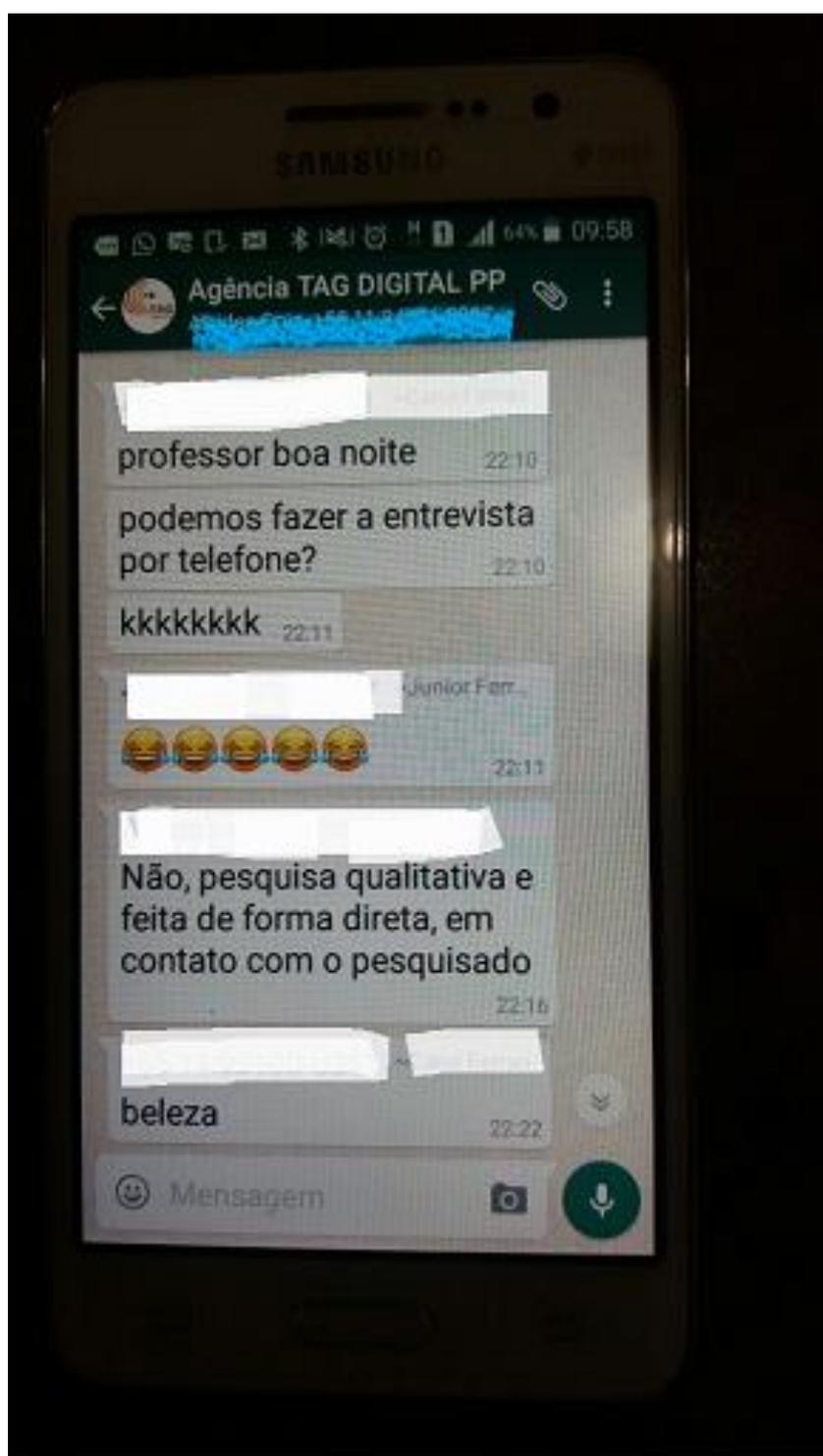
**Corpus 3 – Grupo 1 - Troca de mensagens do dia 12.09.2016.**

Fonte: Grupo do *WhatsApp*, autorizado pelos administradores.

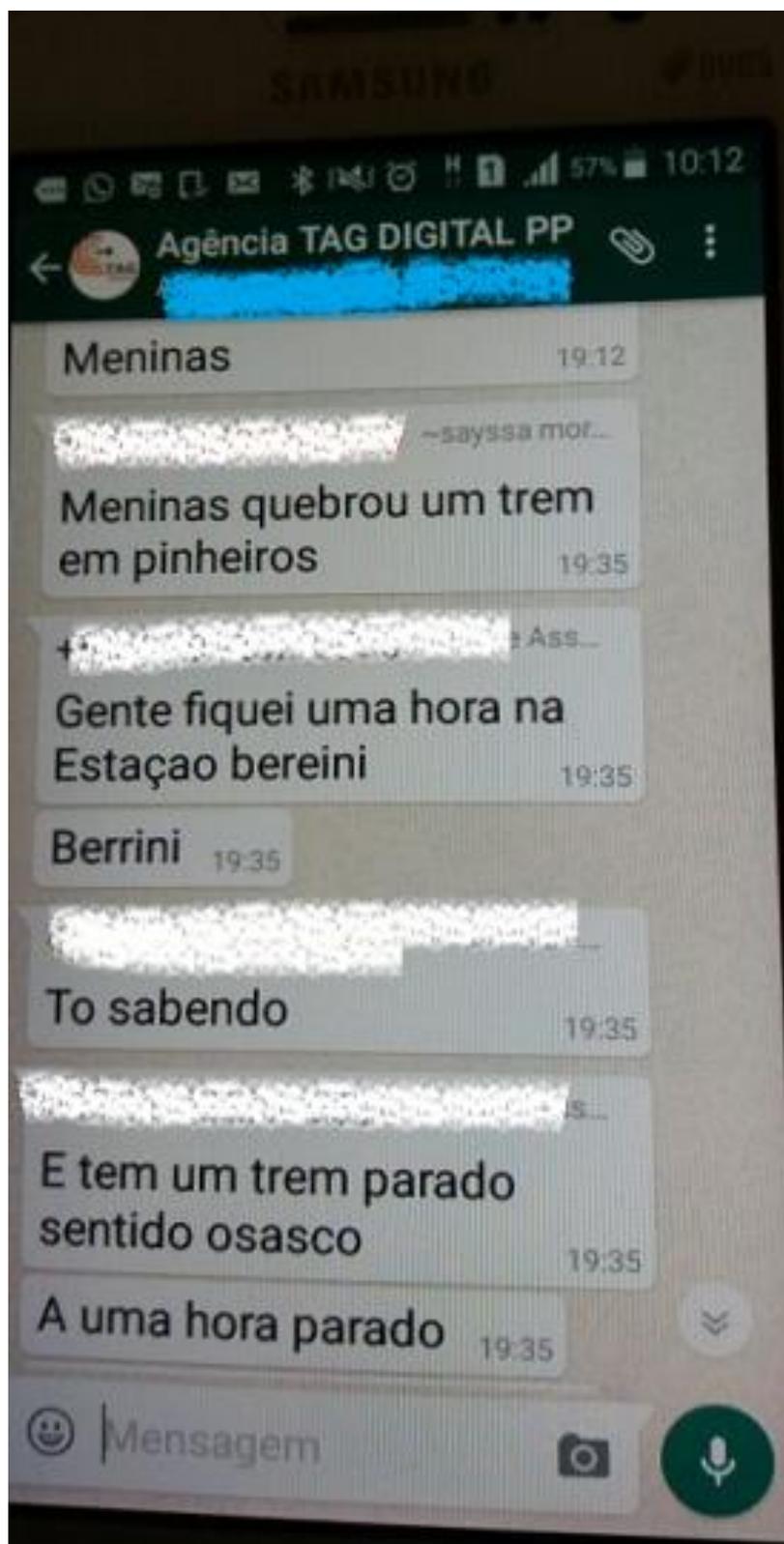
**Corpus 4 – Grupo 1 - Troca de mensagens do dia 22.05.2016.**

**Fonte:** Grupo do *WhatsApp*, autorizado pelos administradores.

**Corpus 5 – Grupo 1 - Troca de mensagens do dia 12.09.2016.**

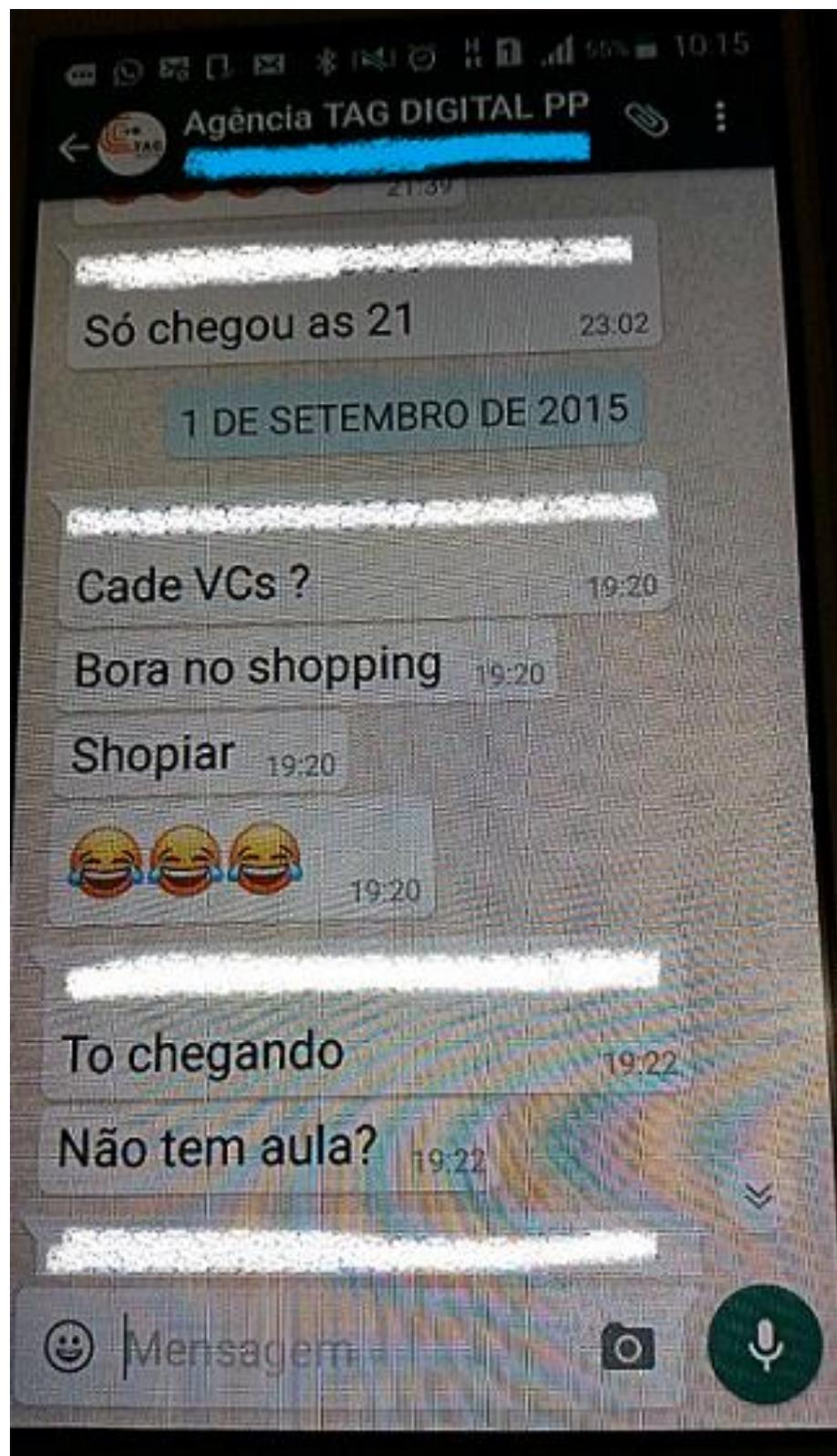


**Fonte:** Grupo do *WhatsApp*, autorizado pelos administradores.

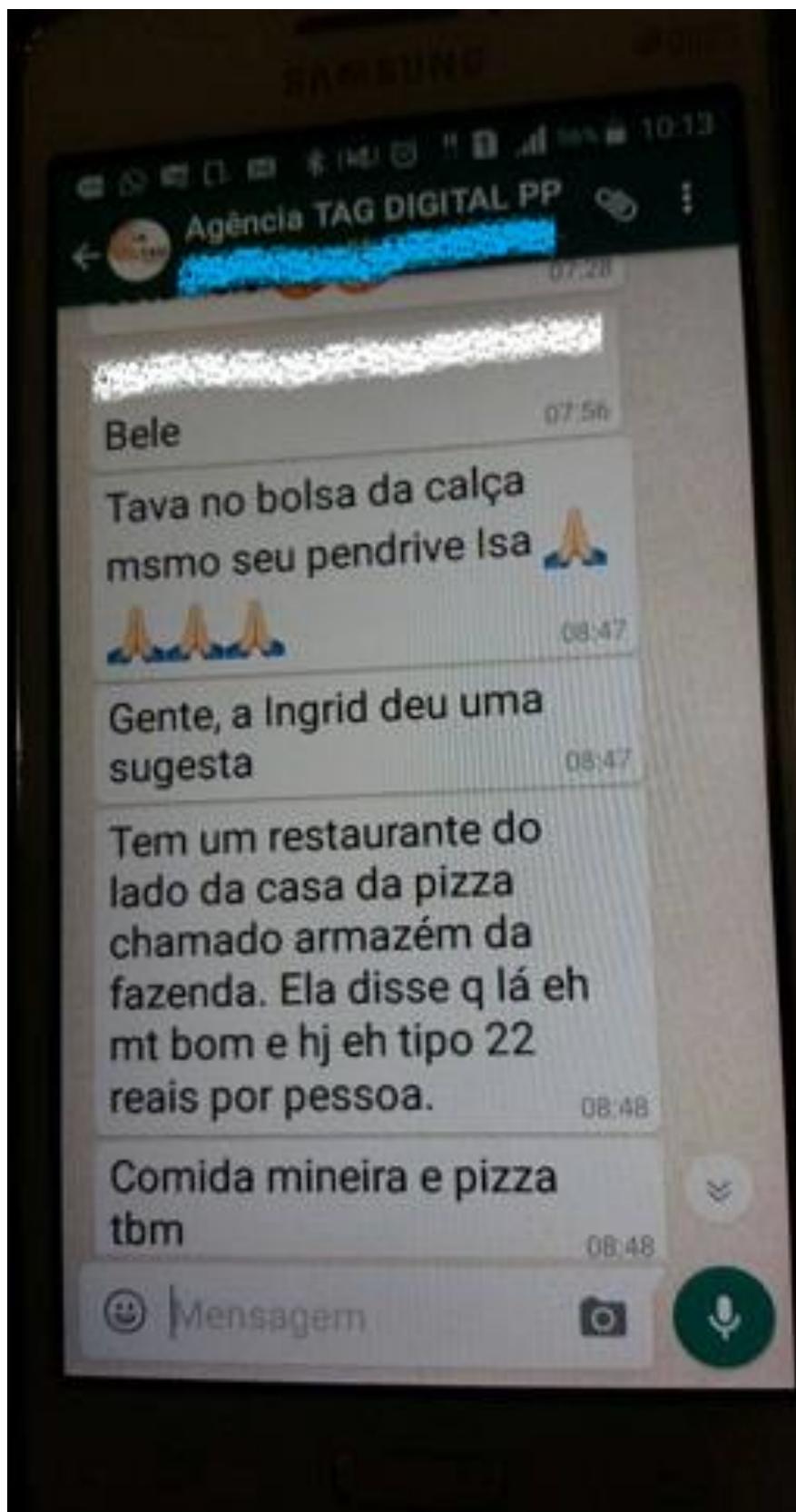
**Corpus 6 – Grupo 1** - Troca de mensagens do 17.09.2015.

**Fonte:** Grupo do *WhatsApp*, autorizado pelos administradores.

**Corpus 7 – Grupo 1 - Troca de mensagens do dia 01.09.2015.**

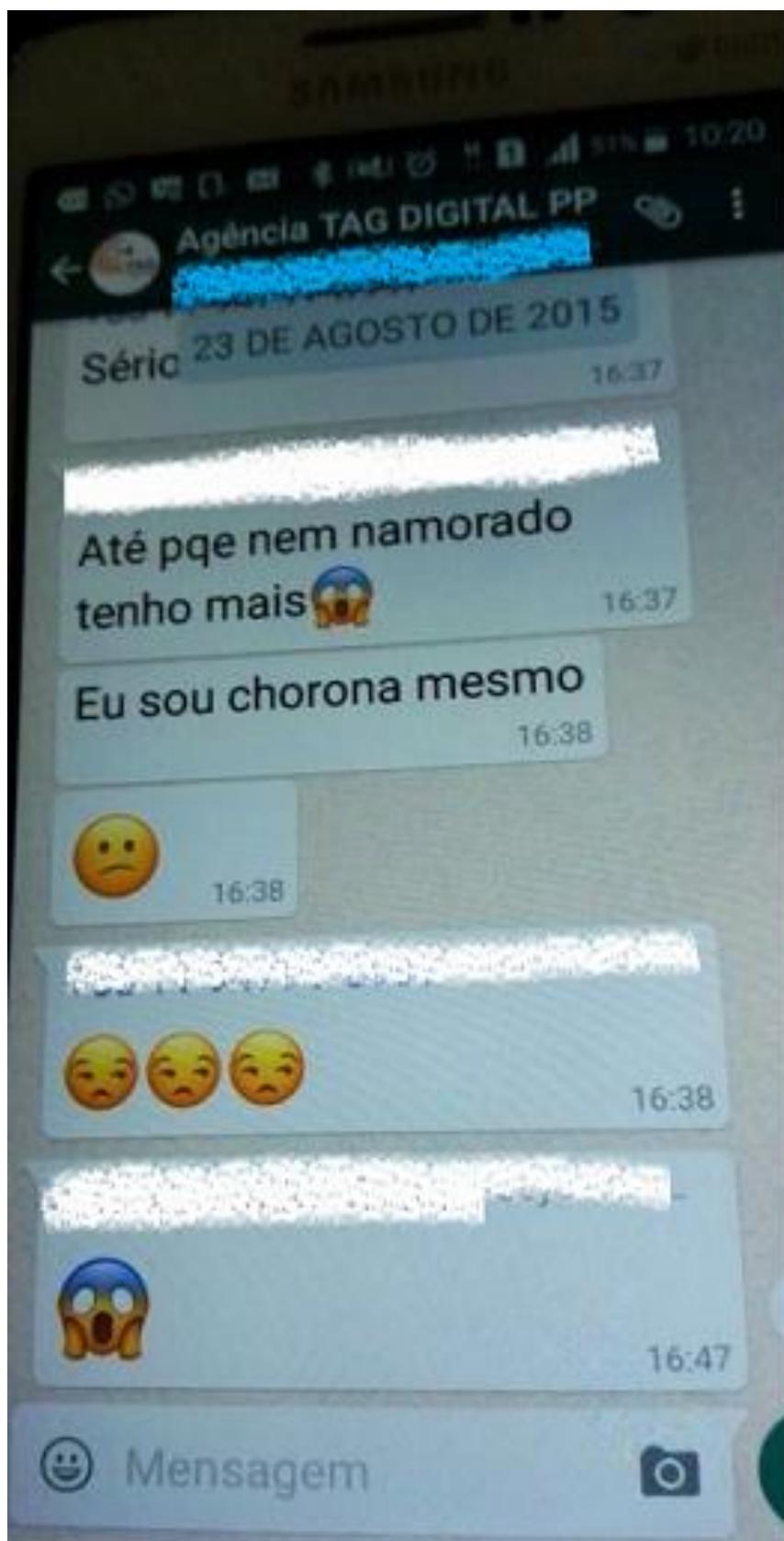


**Fonte:** Grupo do *WhatsApp*, autorizado pelos administradores.

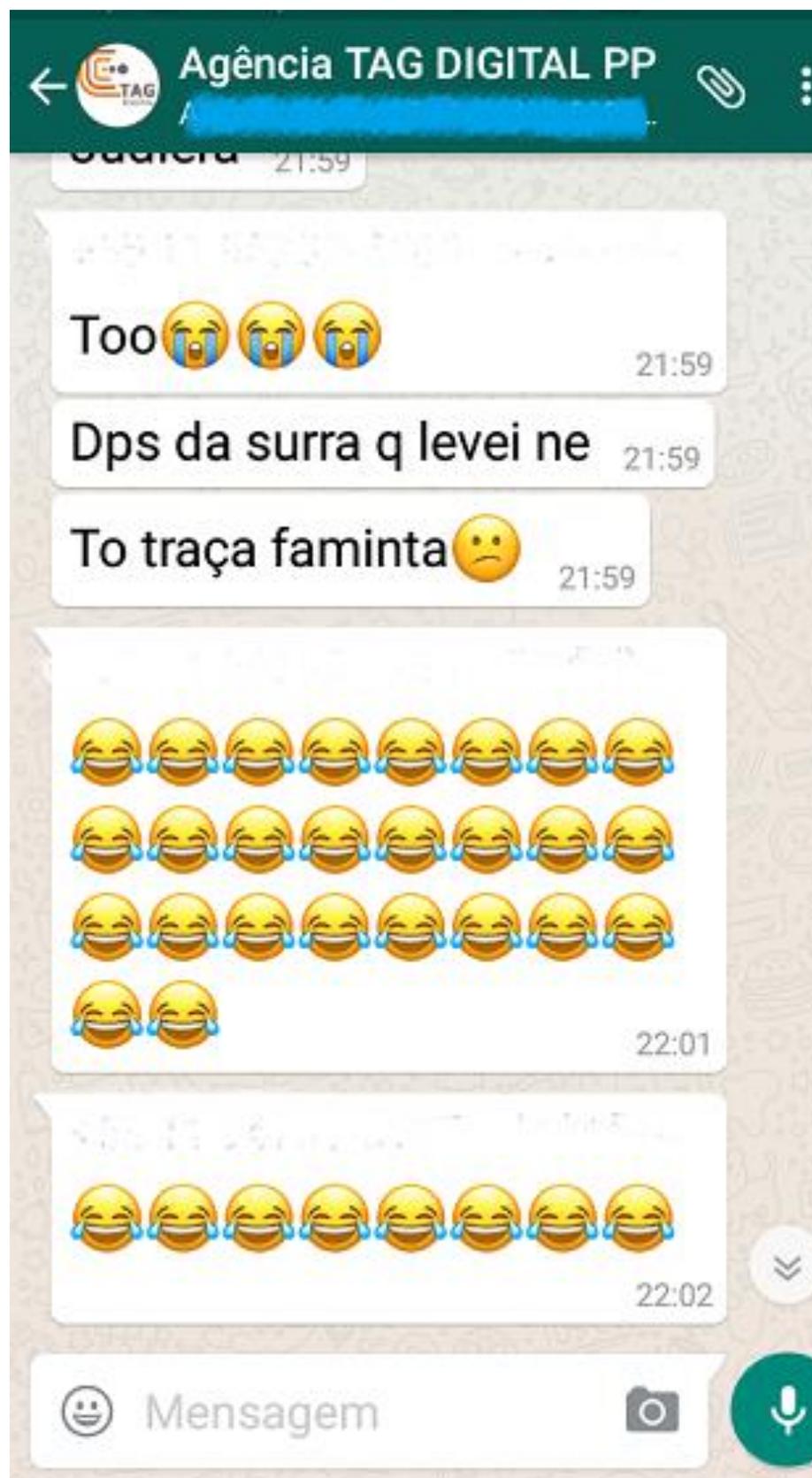
**Corpus 8 – Grupo 1 - Troca de mensagens do dia 11.09.2015.**

**Fonte:** Grupo do *WhatsApp*, autorizado pelos administradores.

**Corpus 9 – Grupo 1 - Troca de mensagens do dia 23.08.2015.**



**Fonte:** Grupo do *WhatsApp*, autorizado pelos administradores.

**Corpus 10 – Grupo 1 - Troca de mensagens do dia 11.09. 2015.**

Fonte: Grupo do *WhatsApp*, autorizado pelos administradores.

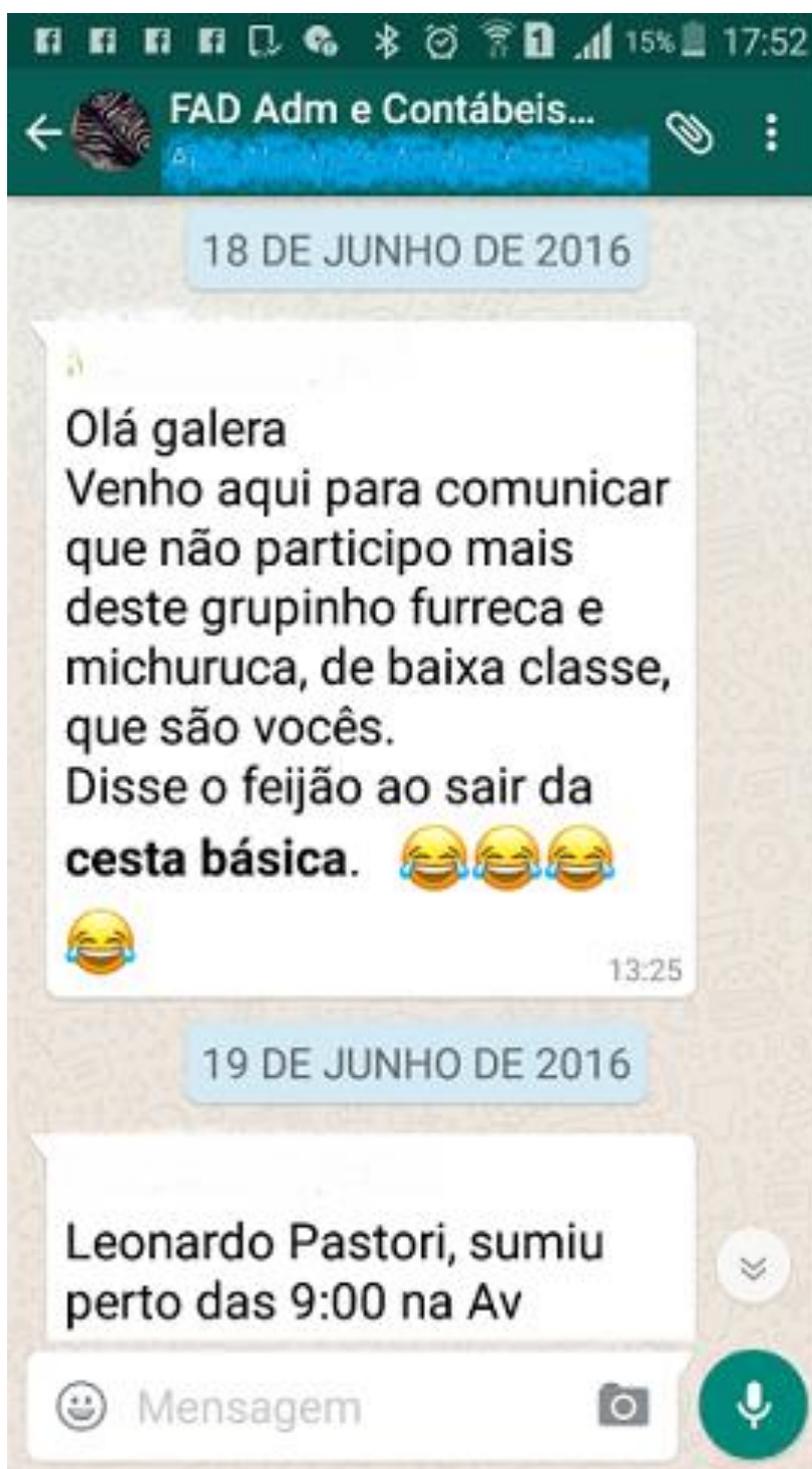
## Anexo 2 - Digitalização do *corpus* do Grupo 2

**Corpus 1 – Grupo 2** - Troca de mensagens do dia 02.11.2016.

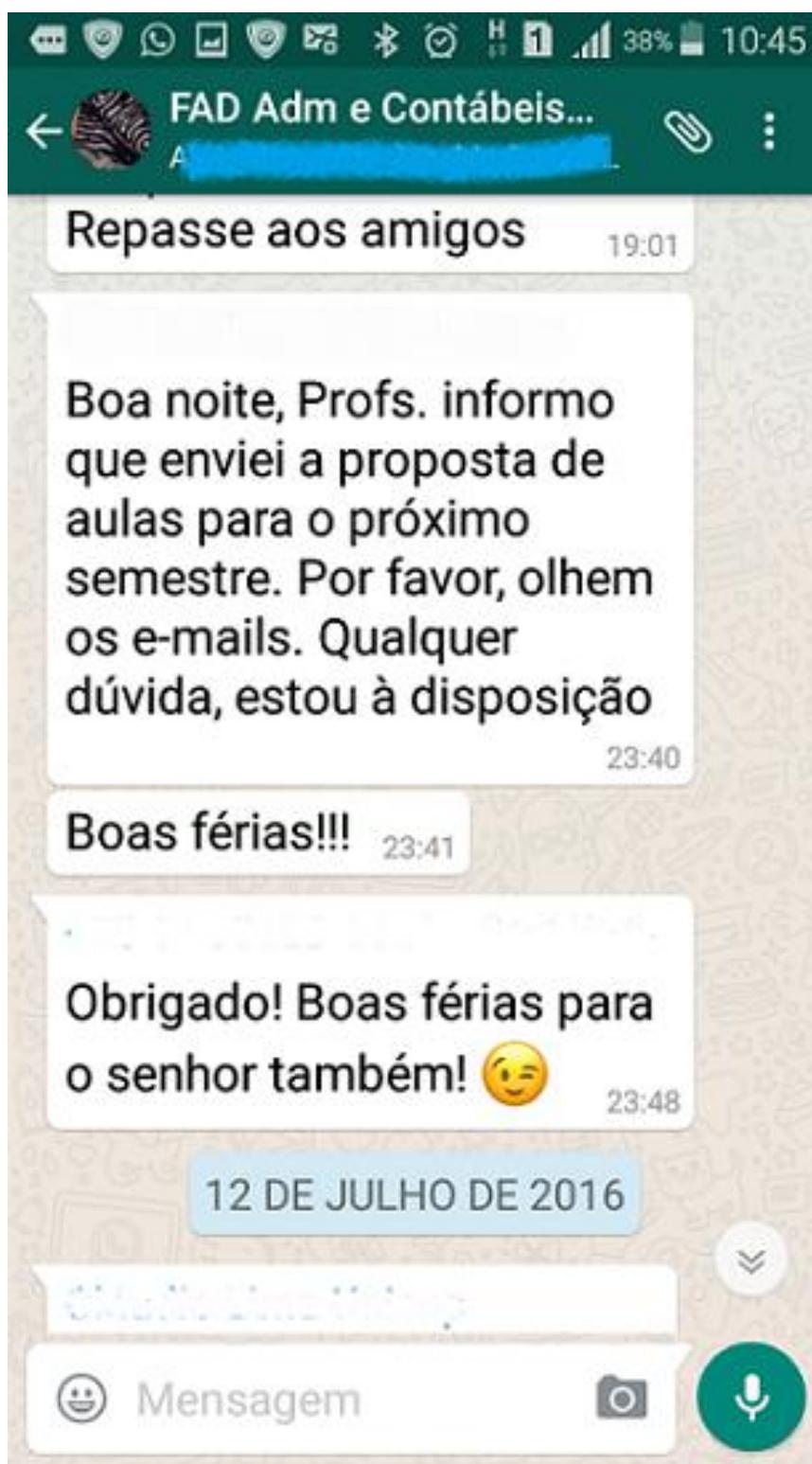


**Fonte:** Grupo do *WhatsApp*, autorizado pelos administradores.

**Corpus 2 – Grupo 2 - Troca de mensagens do dia 18.06.2016.**

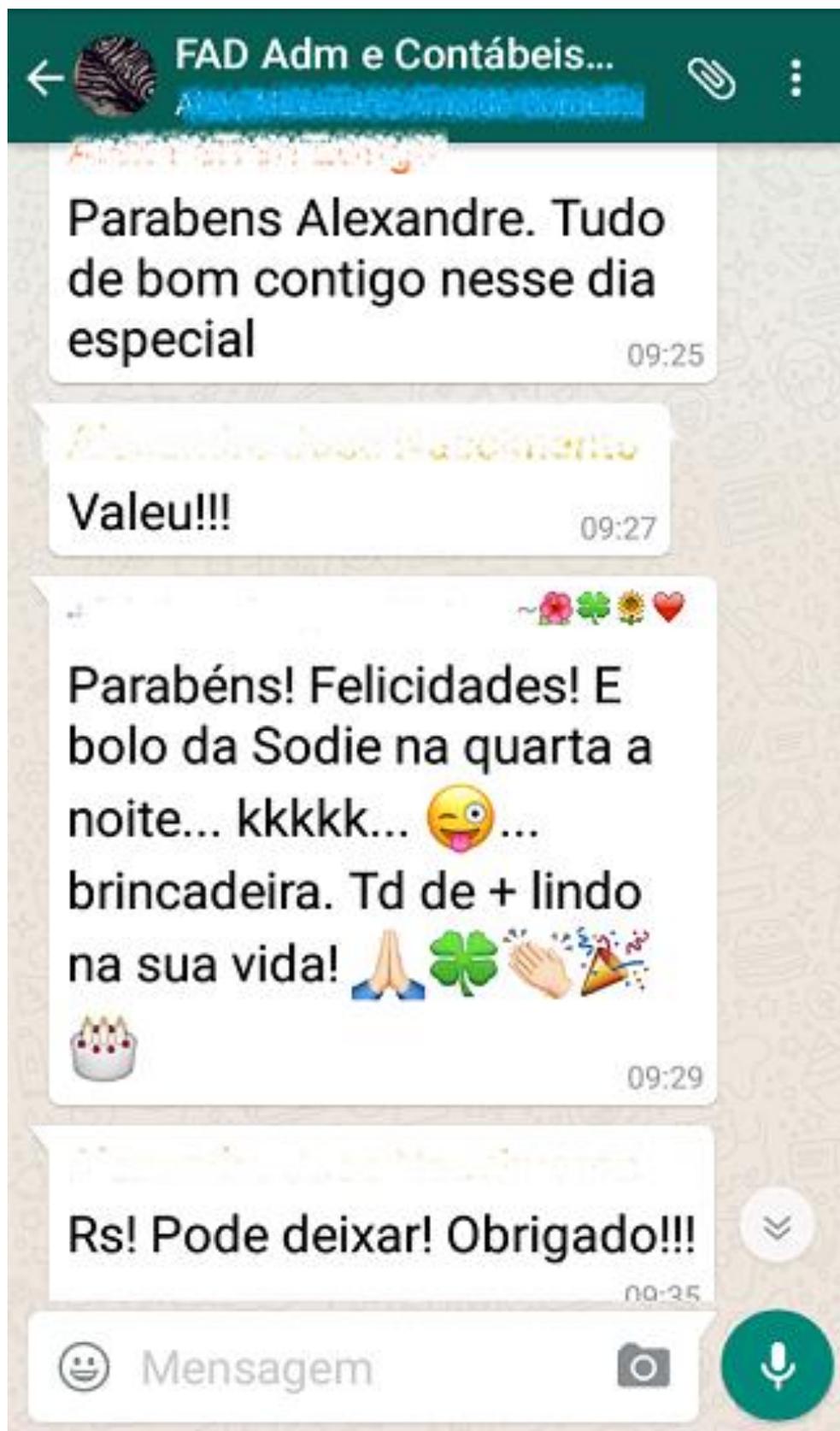


**Fonte:** Grupo do *WhatsApp*, autorizado pelos administradores.

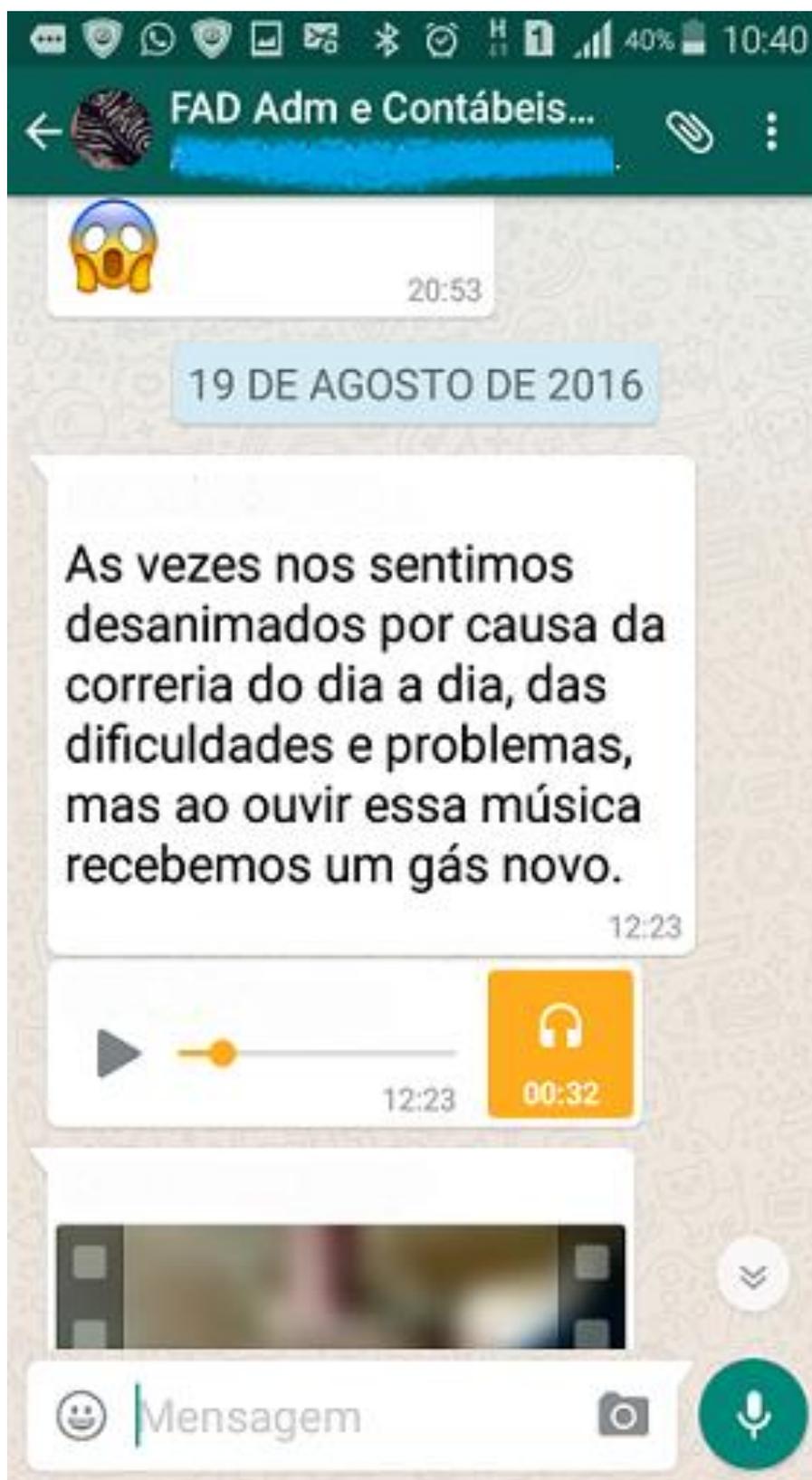
**Corpus 3 – Grupo 2 - Troca de mensagens do dia 11.07.2016.**

**Fonte:** Grupo do *WhatsApp*, autorizado pelos administradores.

## Corpus 4 - Grupo 2 - Troca de mensagens do 05.08.2016



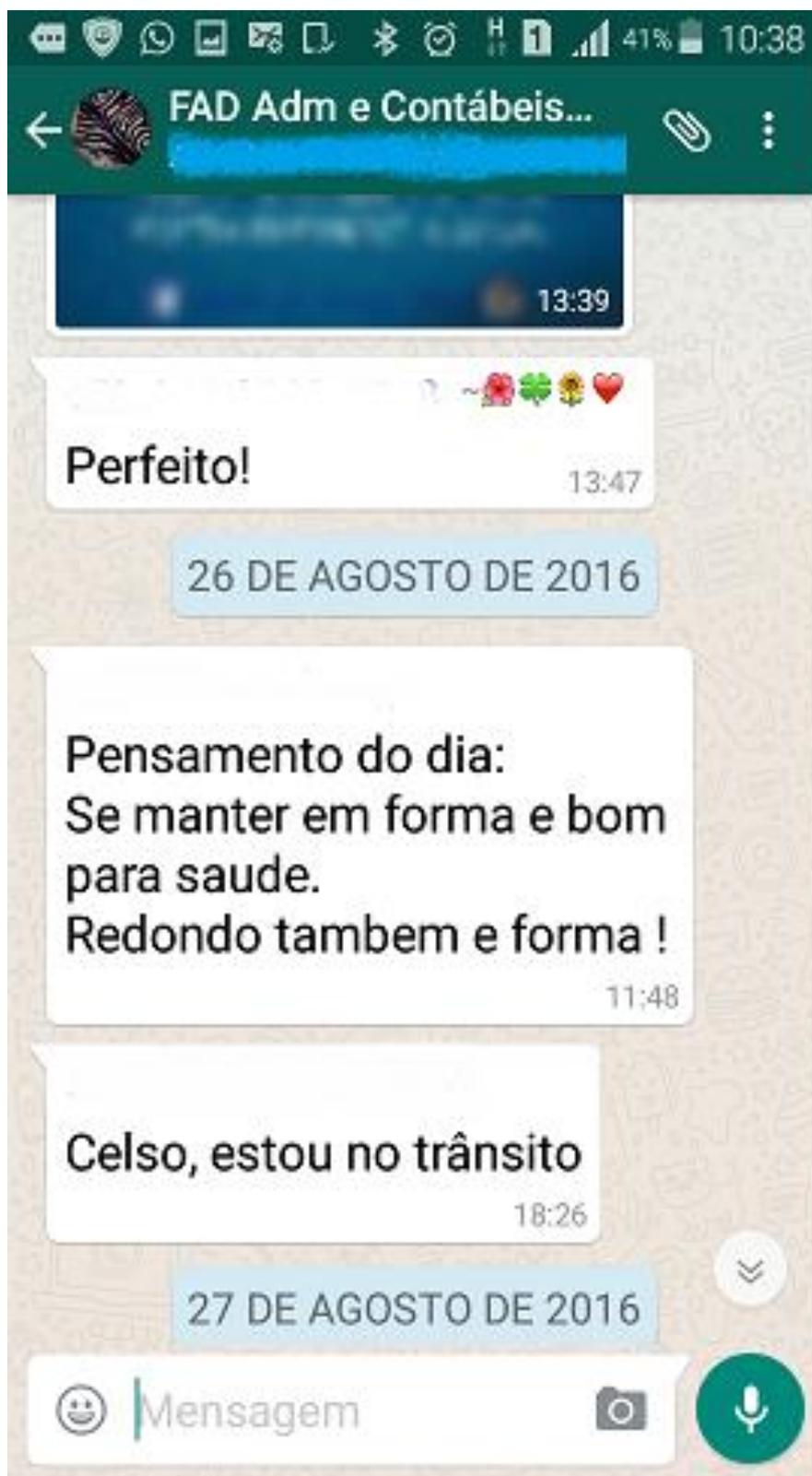
Fonte: Grupo do *WhatsApp*, autorizado pelos administradores.

**Corpus 5 – Grupo 2 - Troca de mensagens do dia 19.08.2016.**

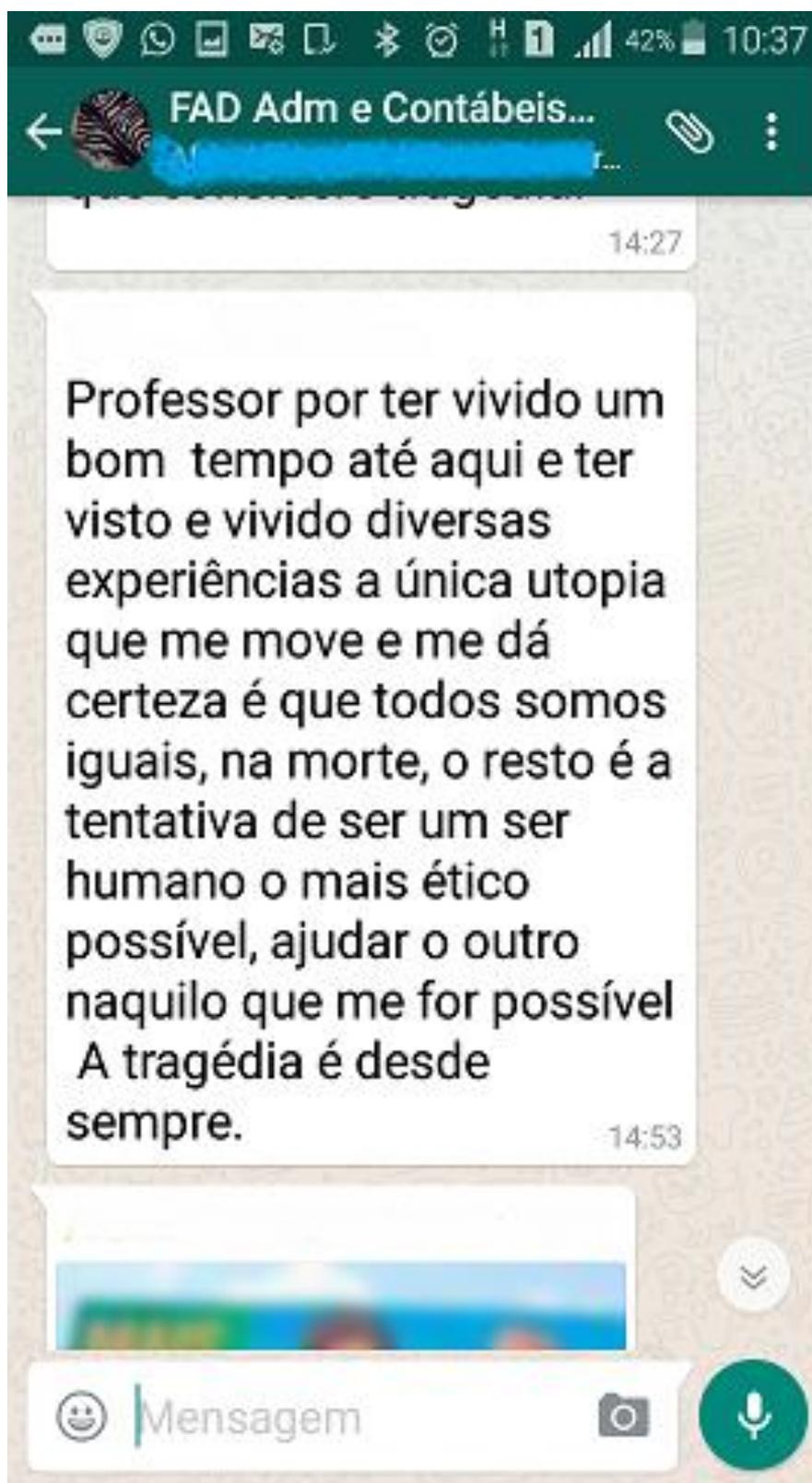
**Fonte:** Grupo do *WhatsApp*, autorizado pelos administradores.

**Corpus 6 – Grupo 2 - Troca de mensagens do dia 12.08.2016.**

**Fonte:** Grupo do *WhatsApp*, autorizado pelos administradores.

**Corpus 7 – Grupo 2 - Troca de mensagens do dia 26.08.2016.**

**Fonte:** Grupo do *WhatsApp*, autorizado pelos administradores.

**Corpus 8 - Grupo 2 - Troca de mensagens do dia 12.05.2016**

Fonte: Grupo do *WhatsApp*, autorizado pelos administradores.



**Corpus 10 – Grupo 2** - Troca de mensagens do dia 28.10.2016.



**Fonte:** Grupo do *WhatsApp*, autorizado pelos administradores.