

# O USO DE MÍDIAS SOCIAIS COMO FERRAMENTAS DE AUXÍLIO AOS ESTUDOS POR ALUNOS DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR PRIVADA

*Roque Francisco Silva Oliveira*

E-mail: <roqueadm\_2011@hotmail.com>.

Faculdade Novos Horizontes

*Fernando Coutinho Garcia*

E-mail: <fernando.coutinho@unihorizontes.br>.

Faculdade Novos Horizontes

*Aleixina Maria Lopes Andalécio*

E-mail: <aleixina.andalecio@unihorizontes.br>.

Faculdade Novos Horizontes

*Pedro Favarini Aires de Lima*

E-mail: <favarinipedro@gmail.com>.

Faculdade Novos Horizontes

## RESUMO

As mídias sociais vêm se tornando um recurso cada vez mais útil no dia a dia das pessoas e nas organizações. Deste modo surge a seguinte questão: Como as mídias sociais são utilizadas pelos alunos de graduação em apoio a suas atividades acadêmicas? Para que se responda isso, foi definido como objetivo geral descrever como as mídias sociais são utilizadas pelos alunos de graduação de uma Instituição de Ensino Superior (IES) privada de Belo Horizonte, como ferramentas auxiliares para os estudos. O embasamento teórico desta pesquisa permeou o conceito de mídias sociais, suas diferentes categorias e o uso de mídias sociais na aprendizagem. A abordagem do estudo foi quantitativa, classificada como descritiva quanto aos fins e quanto aos meios, um estudo de caso. Os dados foram coletados através da aplicação de um questionário em três turmas de graduação. Os dados foram lançados e tratados em uma planilha do *Excel 2007* e confrontado com o referencial teórico da pesquisa. Concluiu-se que mesmo com pouco conhecimento sobre as mídias sociais os alunos percebem que seu uso é de grande auxílio na aprendizagem, seja na busca de novos conceitos, na obtenção de novos conhecimentos ou na troca de informações com os colegas.

**Palavras-chave:** Aprendizagem, Instituição de Ensino Superior, Mídias Sociais.

## 1 INTRODUÇÃO

O mundo se encontra em constante mudança, principalmente devido à interferência do homem, com suas criações e adaptações no meio em que vive. Uma dessas criações, sobre a qual

o homem ainda não possui total conhecimento, é a internet. Essa rede, que surgiu como forma de comunicação entre bases militares durante o período da guerra fria, tomou uma proporção gigantesca nos dias atuais. Segundo Schmidt e Cohen (2013), a internet se tornou uma enorme

fonte de benefícios e malefícios, cujos impactos em âmbito mundial, ainda mal se conhecem. De acordo com esses autores, “Nunca antes na História tantas pessoas em tantos lugares dispuseram de tanto poder nas pontas dos dedos” (Schmidt & Cohen, 2013, p.4).

Ainda para os autores, o uso da internet vem crescendo a um ritmo inédito. No início do século XXI, a quantidade de pessoas no mundo que dispunha de acesso a internet aumentou de 350 milhões para mais de dois bilhões, o que confirma a visão de Schmidt e Cohen (2013, p.5), para quem o uso da internet está a alastrar por todos os cantos do planeta e a um ritmo acelerado.

O Brasil não foge desta realidade. Como mostra os dados levantados pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), feita pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A existência de microcomputadores com acesso a internet, no ano de 2009, representava um percentual de 27,3% dos bens duráveis dos domicílios brasileiros e, na pesquisa mais recente, realizada em 2011, esse percentual subiu para a faixa de 36,5% (IBGE, 2012).

Diante desse cenário, as mídias sociais, que segundo Kaplan e Haenlein (2010), são um conjunto de aplicações para a internet que permitem a troca e criação de conteúdos criados pelo utilizador, vem se tornando um recurso cada vez mais útil no dia a dia das pessoas e nas organizações.

Entretanto, a utilização de mídias sociais em meio acadêmico é ainda pouco difundida, devido a questões polêmicas como, por exemplo, o uso recreativo dessas mídias e a facilidade para plágio, além de pouca prática que comprove sua eficácia ou não.

Com base neste escopo, a presente pesquisa visa responder o seguinte problema: Como as mídias sociais são utilizadas pelos alunos de graduação em apoio a suas atividades acadêmicas? Para isso, foi definido como objetivo geral descrever como as mídias sociais são utilizadas pelos alunos de graduação de uma Instituição de Ensino Superior (IES) privada de Belo Horizonte, como ferramentas auxiliares para os estudos.

Este objetivo central apoia-se em três objetivos específicos: a) investigar as mídias sociais utilizadas pelos alunos da instituição; b) identificar como os alunos utilizam as mídias sociais em atividades de estudo; e c) verificar se essa utilização é percebida pelos alunos como um auxílio à aprendizagem.

O presente estudo se justifica no âmbito acadêmico, pois visa contribuir para formação do

conhecimento, elevando o nível de conhecimento do mundo digital e globalizado, tendo como finalidade a inclusão social e a descoberta de novos meios de se obter conhecimento, de uma forma mais sofisticada e eficiente. Já na área organizacional, a pesquisa se faz necessária, pois abre novos horizontes para o assunto e, no caso da IES estudada, abre mais uma variedade de opções para uma possível expansão de seus serviços. Por fim, referente ao aspecto social, este estudo se faz relevante pela difusão do conhecimento sobre novas formas de apresentar os recursos que as mídias sociais oferecem.

Este artigo se divide em cinco capítulos, sendo o primeiro esta introdução a qual faz uma breve contextualização sobre o tema e apresenta a questão norteadora da pesquisa; o segundo capítulo trata do referencial teórico o qual aborda a base teórica deste trabalho; no terceiro capítulo apresentamos a metodologia com os métodos aplicados na pesquisa e a ambiência do estudo; no quarto capítulo é feito o tratamento e análise dos dados coletados; por fim, no quinto capítulo apresentamos as considerações finais, com os principais resultados da pesquisa, às limitações e sugestões para pesquisas futuras.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

O embasamento teórico desta pesquisa foi dividido em duas partes. A primeira mostra a definição e os diferentes tipos de mídias sociais. A segunda apresenta as contribuições das mídias sociais para o ensino e aprendizagem.

### 2.1 MÍDIA SOCIAL

Para um melhor entendimento do termo, faz-se necessário elucidar a definição de cada palavra. Segundo Dicionário Aurélio Ferreira (2009), social é algo relativo da sociedade, que diz respeito à vida social. Mídia significa, em sua forma literal, “O conjunto dos meios de comunicação, e que inclui, indistintamente, diferentes veículos, recursos e técnicas, como por exemplo: jornal, rádio, televisão, cinema, etc.” (Ferreira, 2009, p. 1328).

As mídias sociais representam uma forma mais complexa de comunidade virtual de relacionamentos pessoais, governamentais e organizacionais, visto que há uma infinidade de definições cabíveis. As mídias sociais atualmente são vista

como ferramentas indispensáveis para o nosso dia a dia, principalmente para o público mais jovem, por passar o sentimento de estar conectado com o mundo exterior a todo o momento, sendo possível estar conectado com várias pessoas ao mesmo tempo, trocando informações em tempo real. (Barwinski & Korelo, 2016, p.5)

Assim mídias sociais seriam os meios de comunicação que dizem respeito à vida social. Entretanto esse termo tem sido atualmente associado à comunicação feita por meio da *World Wide Web (W W W)*, ou apenas *Web*, que segundo Lévy (2005, p. 27) “é uma função da *internet* que junta, em um único e imenso hipertexto ou hiperdocumento (compreendendo imagens e sons), todos os documentos e hipertextos que a alimentam.

Safko e Brake (2010, p. 5), no que diz respeito a mídias sociais, afirmam que:

Mídia social se refere a atividades, práticas e comportamentos entre as comunidades de pessoas que se reúnem *online* para compartilhar informações, conhecimentos e opiniões usando meios de conversação. Meios de conversação são aplicativos baseados na Web que permitem criar e transmitir facilmente o conteúdo na forma de palavras, imagens, vídeos e áudios.

Em uma analogia apresentada pelos autores, a internet seria uma estrada de quatro vias e a *web* são os inúmeros veículos que transitam nesta rodovia.

Kaplan e Haenlein (2010) classificam a mídia social em seis categorias:

- a. Projetos colaborativos - de acordo com os autores, esses permitem que os usuários finais criem em conjunto e simultaneamente, vários tipos de conteúdos. O maior exemplo é uma enciclopédia virtual disponível em mais de 230 idiomas, a *Wikipédia*.
- b. *Blogs* - é a representação mais antiga de mídia social, são páginas de *Web* pessoais que se assemelham bastante a um diário pessoal, geralmente gerenciado por um único usuário, mas que permitem contribuições, críticas e sugestões através de comentários. Por suas raízes históricas, os blogs baseados em textos ainda são dominantes, mas os *blogs* começaram a assumir diferentes formatos de mídia. Por exemplo, o *blog* Justin.tv permite que os usuários criem canais de vídeos personalizados através dos quais eles podem transmitir imagens de sua webcam, em tem-

po real, para outros usuários.

- c. Comunidades de conteúdo - têm como objetivo o compartilhamento de diferentes tipos de mídias entre os usuários, incluindo texto (por exemplo, *BookCrossing*, pelo qual mais de 750.000 pessoas, demais de 130 países compartilham livros), fotos (por exemplo, *Flickr*), vídeos (*YouTube*) e apresentações do *PowerPoint (Slideshare)*.
- d. Sites de redes sociais - são aplicativos que conectam os usuários através de perfis. Esses usuários podem convidar amigos e colegas para ter acesso aos seus perfis e compartilhar mensagens instantâneas, e também fotos, vídeos, áudio e *blogs*, além de informações pessoais. Entre os mais populares sites de redes sociais podem se destacar: *Facebook*, *MySpace*, *LinkedIn*.
- e. Mundos de jogos virtuais - é, provavelmente, a manifestação final da mídia social, uma vez que fornecem mais alto nível de presença social e riqueza de mídia de todas as aplicações discutidas até agora. São plataformas virtuais que reproduzem tridimensionalmente um ambiente em que vários usuários interagem na forma de personagens pré-definidos (avatars), e interagem uns com os outros, como fazem na vida real. O exemplo clássico deste tipo de mídia social é o jogo *World of Warcraft*, que conta com mais de 8 milhões de usuários.
- f. Mundos sociais virtuais - permitem os habitantes escolherem o seu comportamento de forma mais livre, essencialmente, viver uma vida irreal. Assim como nos mundos de jogos virtuais, usuários do mundo social virtual aparecem na forma de avatares para interagir entre si. Um exemplo deste tipo é o *Second Life*.

Safko e Brake (2010) descrevem quatro grandes categorias da mídia social: 1) Comunicação: quando uma pessoa se comunica com outra enviando um e-mail, ou mesmo espalhando uma breve mensagem para um grupo de amigos através do *Twitter*; 2) Colaboração: a participação em bate-papo ou fórum de discussão é por si só um dos níveis de colaboração; 3) Educação: muitas ferramentas podem auxiliar e dinamizar o processo de ensino, como pode ser feito com vídeos (através do *YouTube*), áudio (*podcasts*) ou seminários virtuais (realizados no *Second Life*); e

4) Entretenimento: utilizando de ferramentas (vídeos no *YouTube*, por exemplo) para fixar, através de um olhar mais divertido, uma marca ou produto. A terceira categoria, que se refere à educação, será o alvo deste trabalho.

## 2.2 MÍDIA SOCIAL E APRENDIZAGEM

Esta seção discute a relação entre mídias sociais e aprendizagem.

De acordo com Franco (2009, p. 197), o processo de mudança que se obtém através da experiência construída por uma série de fatores neurológicos, emocionais, cognitivos, relacionais e ambientais, é um dos possíveis conceitos de aprendizagem. E que mesmo sendo um processo de mudança, se tornaria uma mudança de comportamento, mesmo que esse comportamento possa ou não ser observável. A autora complementa que

Sobre aprendizagem, pode-se falar sobre o sujeito da aprendizagem, sobre a interação que se estabelece entre seus atores e coautores, sobre suas modalidades, sobre suas condições facilitadoras, sobre a mediação social e cultural, sobre dificuldades e distúrbios de aprendizagem, sobre a avaliação de seus resultados, sobre as representações sociais que são elaboradas a seu respeito e assim por diante (Franco, 2009, p. 197).

Para Mota e Pereira (2014), a eficácia no processo de aprendizagem depende de inúmeros fatores como, por exemplo, o talento do professor, o tipo intelectual do aluno, as oportunidades que são oferecidas pelo ambiente da escola e as perspectivas que o aluno tem para sua vida no futuro. As autoras defendem que a escola atualmente tem o papel de levar o aluno a desenvolver um compromisso, um senso crítico e otimista em relação à aprendizagem. E através desse processo de aprendizagem, que possam compreender as coisas a sua volta, e que permita um ajuste em seu ambiente físico e social.

Formentin e Lemos (2011) diz que inserção dos alunos no mundo virtual é uma realidade. Por meio da Internet, o aluno não se limita ao conhecimento que lhe é entregue dentro da sala de aula, podendo romper as barreiras por meio de sites como o *YouTube*, *Google*, entre outros. Essas ferramentas permitem informações instantâneas e práticas, podendo ser acessadas por *smartphones* e *tablets* em qualquer lugar.

O uso da internet se popularizou de tal modo que se faz necessário ter uma abordagem em relação às suas contribuições para a criação e disseminação do conhecimento.

Formentin e Lemos (2011) complementam que, na forma tradicional de educação, os professores possuem o papel de transferir para os seus alunos as informações. Nesse aspecto, o professor é quem detém o conhecimento. Os autores ainda destacam que:

A popularização da internet permite que o aluno que chega à sala de aula esteja conectado as mais diferentes redes. Elas lhes fornecem informações instantâneas. Além do mais a mesma informação que é passada pelo professor em sala de aula na Internet aparece de forma muito mais atraente com vídeos, áudios, entrevistas e pontos de vista diferentes (Formentin & Lemos, 2011, p. 6).

Isso faz pensar que o professor não pode viver afastado desse mundo, pois além de deixar de ser o detentor do conhecimento, ele deixa de fazer parte do mundo em que seu aluno se encontra, dificultando assim suas formas de transmitir conhecimento. De acordo com os autores, quando o professor possui o conhecimento da ferramenta que seus alunos gostam e utilizam, ele poderá gerar novos conhecimentos através destas ferramentas, ainda com mais eficiência e com a colaboração dos alunos.

Formentin e Lemos (2011) apresenta ainda alguns pontos positivos sobre o uso das mídias sociais como atividades complementares: (a) a possibilidade de maior construção do conhecimento; (b) melhorar e utilizar novas práticas que estimulem a pesquisa; (c) trabalhar teoria e prática em conjunto; (d) estabelecer espaços colaborativos de esclarecimentos e, por fim, (e) difundir e tratar de assuntos que vão além do conhecimento em si e que envolvem questões éticas e legais, por exemplo.

Aguiar (2008, p. 65) complementa dizendo:

A necessidade de implementação do uso de novas tecnologias na educação requer um repensar da prática pedagógica em sala de aula, requer uma mudança nos currículos, de maneira que contemple os interesses do aluno, já que o aprender não está centrado no professor, mas no processo ensino-aprendizagem do aluno, quando, então, sua participação ativa determina a construção do conhecimento e o desenvolvimento de habilidades cognitivas.

Ainda de acordo com Aguiar (2008), nos ambientes virtuais de aprendizagem é exigida uma gama de interatividade, colaboração e cooperação entre professores e alunos, para que dividam o desejo de aprender e construir conhecimento, ao mesmo tempo em que buscam superar os limites. Assim, serão apresentados aqui possíveis usos das diversas categorias de mídias sociais no ensino e na aprendizagem.

### 2.2.1 PROJETOS COLABORATIVOS

São as mídias sociais que permitem que os usuários finais criem simultaneamente e em conjunto, diversos tipos de conteúdo.

Em relação ao uso da internet no processo de aprendizagem, Bet, Frozza, Bonfim e Busnelo (2004) expõem a existência dos clubes de ciências que unem professores e alunos para praticar as teorias estudadas em sala de aula, e ressaltam ainda que, com a influência da internet, com sua grande capacidade de acesso a informações, surgiu a ideia de um projeto colaborativo nomeado Clube Virtual de Ciências, o qual leva para a internet o que acontece em um clube de ciências no mundo real.

Segundo os autores, o conteúdo será composto por arquivos de texto, sons e imagens, e poderá ser acessado por todos através do site. Dentro do projeto também existem a) catálogo de projetos, que utiliza *fóruns e chats* para a interação e incentivar o desenvolvimento cooperativo de novos projetos; b) laboratórios virtuais, que simulam experimentos relacionados às disciplinas do clube; c) banco de desafios, que traz testes e que, além de incentivar o ensino, usa os resultados para criar um perfil de cada usuário, permitindo uma orientação de estudo individualizada.

### 2.2.2 MUNDO DE JOGOS DIGITAIS

São plataformas virtuais e tridimensionais que reproduz um ambiente onde, vários usuários interagem entre si na forma de avatares.

De acordo com Savi e Ulbricht (2008) os jogos de computadores e vídeo game fazem parte da vida das crianças, jovens e adultos e já é um dos setores que mais cresce no mercado mundial de mídia e entretenimento. O público jovem geralmente é o mais seduzido, pois oferecem uma infinidade de ambientes, funções e personalidades que fazem um paralelo com a imaginação desse público.

Marinho, Giannella e Struchiner (2003) buscam identificar a relação entre os estudos e a criação e interação com os jogos digitais, em especial aqueles que trazem uma abordagem colaborativa e construcionista, e ressaltam que:

Nela o estudante é posto como protagonista de sua própria aprendizagem e tem a possibilidade de se desenvolver a partir da interação com seus colegas e professores, cada um colaborando de acordo com seus níveis de experiência e interesse (Marinho, Giannella & Struchiner, 2003, p. 5).

Em contra partida, Kirriemuir e Mcfarlane (2004) apontam que os jogos digitais absorvem uma quantidade enorme de horas dos adeptos que poderiam ser aproveitados de uma forma diferente, como por exemplo, o estudo e as atividades de interação física e social. Diante disso, os pais tendem a ter um preconceito contra os jogos digitais, por passar uma impressão de inutilidade e vício para os seus filhos.

Os autores mostraram que, ao fazer parte da criação de jogos, os alunos aprenderam a cooperar mais, a pedir e dar auxílio, expandir suas ideias em sala, porém um controle dos jogos por parte dos pais se faz necessário, além da classificação do conteúdo que seus filhos estão acessando, levando ao lazer saudável e sendo ao mesmo tempo uma ferramenta educativa.

Segundo Zille (2001, p.148), os games são ambientes de interação sociotécnicas, pois estabelecem processos de criação e difundem a inovação tecnológica. E complementa:

Os games possibilitam novos conhecimentos, visto que são geradores de conflitos cognitivos. Os games são meios para o desenvolvimento de múltiplas habilidades, pois permitem potencializações no âmbito do cognitivo, do prático e do social. Além disso, os games são instâncias favoráveis à construção e consolidação de identidades no momento em que se estabelecem como função psicossociocultural (Zille, 2001, p. 148).

### 2.2.3 BLOGS

Os *blogs* são páginas pessoais de *Web*, que se assemelham a um diário pessoal, gerenciado por um único usuário, porém, permite contribuições, críticas e sugestões por meio de comentários de outros usuários.

De acordo com Barefoot e Szabo (2016) os blogs surgiram em meados da década de 1990 e só em 1999, foram lançados os primeiros servi-

ços, como por exemplo, o *Blogger* e o *LiveJournal*. A partir de 2002 a popularidade da rede social cresceu devido à popularização dos computadores e do acesso à *internet*. Com o crescimento do número de usuários, os blogs se tornaram uma ferramenta de informações democrática e útil, visto que uma diversidade enorme de informações era publicada a todo o momento.

Santos, Grossi e Parreiras (2014) complementam que os *blogs* são formados por pequenos textos (*posts*), uma vez que a leitura *online* deve primar na economia de tempo exigido pela visualização. E se apresentam como uma importante ferramenta para a interação, debate, comunicação e divulgação.

Os autores ressaltam que a adoção do *blog* por instituições de ensino, significa a adoção de um novo recurso pedagógico que trará grandes contribuições para a relação de ensino e aprendizagem. Isso por que o perfil dinâmico dos *blogs*, que são uma importante ferramenta de divulgação, comunicação, debate e interação social, os torna um recurso de potencial construção e reconstrução do saber.

#### 2.2.4 COMUNIDADES DE CONTEÚDO

Permite o compartilhamento de diversos tipos de mídias (como por exemplo, fotos, vídeos, livros, etc.), entre os usuários.

Barefoot e Szabo (2016) apontam que as comunidades de conteúdo podem ser consideradas como ferramentas tecnológicas que incentivam a comunicação, a colaboração e o compartilhamento de informações entre os usuários. Essas ferramentas possuem a característica de conectar o mundo em tempo real, democratizando o conhecimento cultural, acadêmico, musical, entre outros. As comunidades mais conhecidas atualmente são, *YouTube*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Snapchat*, sendo responsáveis por mais de 80% dos usuários na internet atualmente.

Mattar (2009, p. 3) expõem que os vídeos se tornaram um recurso pedagógico muito utilizado. Seu uso na educação aborda diferentes estilos de aprendizagem, pois “os alunos aprendem melhor quando submetidos a estímulos visuais e sonoros, em comparação com uma educação tradicional, baseada principalmente em textos”.

Segundo o autor, com o *Youtube* pode se construir ambientes personalizados de aprendizagem, através dos recursos de favoritos, lista

de reproduções, inscrições, amigos etc. Por esse motivo não é errado ter dois tipos de interação distintos:

Uma interação básica, já que o usuário pode parar e voltar o vídeo quando quiser, e uma interatividade mais ampla, que pode ser construída por *playlists* (listas de reprodução) e links que permitem que o usuário pule de um vídeo para outro, além do recurso de comentários disponível no *YouTube*. Dessa maneira, o usuário do *YouTube* pode facilmente construir seu ambiente pessoal de aprendizagem (Mattar, 2009, p. 3).

Schneider, Caetano e Ribeiro (2012, p. 3), complementam dizendo que independente da estratégia utilizada, os vídeos são mídias que colaboram com o processo de ensino e aprendizagem, uma vez que faz uso de várias informações que podem ser apresentadas de diversas maneiras.

#### 2.2.5 SITES DE REDES SOCIAIS

São aplicativos que conectam usuários através de perfis. Estes usuários podem convidar amigos para ter acesso a seus perfis e compartilhar mensagens, fotos, vídeos etc. De todas as categorias de mídias sociais os sites de redes sociais são as mais utilizadas e o *Facebook* é que mais se destaca.

Uma pesquisa realizada pelo IBOPE Mídia revela que 86% dos internautas brasileiros já navegam nos sites de redes sociais como uma atividade rotineira (IBOPE, 2013).

Grossi, Lopes, Jesus e Galvão (2014) demonstram que os novos hábitos dos alunos que utilizam das redes sociais, despertam nos educadores o interesse de identificar como adquirir vantagens ao fazerem uso de tais ferramentas como, por exemplo, o *Facebook*, de modo a aliá-las aos tradicionais métodos de ensino e aprendizagem.

Barefoot e Szabo (2016) corroboram dizendo que um novo modelo de educação está surgindo, onde os usuários passaram a ter autonomia para analisar, criticar, filtrar, compartilhar as informações em tempo real, desempenhando um papel ativo na disseminação de notícias e acontecimentos. Porém, é importante ressaltar que nem sempre as informações obtidas são de fontes confiáveis, sendo necessário um senso crítico para não ser enganado por falsos rumores que estão expostos na rede.

Machado e Tijiboy (2005, p. 8) revelam que a escola pode enfrentar um conflito na utilização das redes sociais, “que é o papel descentralizador que o professor deverá ocupar”. Antes o professor detinha o poder sobre os saberes que permeavam a sala de aula, com as redes sociais, ele perde o controle deste espaço e grupo, essa é uma mudança de paradigma.

Os autores ressaltam que essa proposta remete aos alunos maior autonomia e responsabilidade por conduzirem suas aprendizagens, fazendo do professor um agente coparticipante.

### 2.2.6 MUNDOS SOCIAIS VIRTUAIS

Mitchell e Savil Smith (2004) apontam que o mundo virtual possui a característica de dar ao usuário um sentimento de prazer e aventura, pois são ricos em estética visual e espacial, seduzindo facilmente seus fãs, levando a uma imersão fictícia e ao mesmo tempo real.

Um exemplo clássico de mundo social virtual é o *Second Life*, que é um mundo virtual criado a partir da realidade virtual e tem como base o mundo real.

Chagas e Lessa (2014) relatam que, desde seu lançamento em 2003, *Second Life* vem trazendo, em seu interior, grandes possibilidades de aprendizagem. A facilidade de interação no mundo virtual é uma de suas virtudes educacionais. Os autores revelam que dentro deste mundo virtual, os professores podem passar vídeos para os alunos, e disponibilizar apresentações em *Power Point* ou imagens. E ainda:

A aula poderá ser totalmente gravada em áudio ou em vídeo e ficar disponibilizada para aqueles que não puderam estar presentes, podendo ser feito por qualquer aluno, sem precisar de recursos caros, como filmadoras e gravadores digitais, pois o próprio mundo virtual disponibiliza ferramentas para tal. A grande vantagem desses recursos é que o aluno poderá modificá-los ou acrescentar algo no momento da aula e re-disponibilizar, ou seja, estará desconstruindo e construindo um novo conteúdo, fazendo parte do processo como parte atuante dele (Chagas & Lessa, 2014, p. 7).

Na próxima seção, serão descritos as técnicas e métodos utilizados para o desenvolvimento da pesquisa.

## 3 METODOLOGIA

A presente seção aborda o método utilizado para obtenção e tratamento dos dados, tendo em vista que a presente pesquisa buscou descrever como as mídias sociais são utilizadas como ferramentas auxiliares para os estudos, a partir da percepção dos alunos de graduação de uma IES privada de Belo Horizonte.

### 3.1 A INSTITUIÇÃO

A IES estudada, cujo nome será mantido em sigilo, foi criada no ano de 1999, com o objetivo de atuar em diversas modalidades de educação. De acordo com site institucional (IES, 2014) a IES recebeu, em 2001, a autorização do Ministério da Educação (MEC) para o funcionamento dos cursos de Administração e Ciências Contábeis, que teve seu início no primeiro semestre do mesmo ano. Em 2004 a IES teve o reconhecimento de seus cursos pelo MEC, bem como a formatura das suas primeiras turmas e a abertura de cursos de graduação tecnológica em Gestão Comercial e Gestão de Cooperativas.

No ano seguinte, a IES recebeu a autorização para ofertar o curso de Direito, e estruturou os cursos de pós-graduação *latu sensu*. Dois anos depois, foi formada a primeira turma de Mestres em administração.

Hoje, a IES possui três unidades, onde são ofertados onze cursos de graduação, sendo seis de graduação Bacharelado e cinco de graduação tecnológica, além de cursos de pós-graduação *latu sensu* (Especialização e MBA) e um Programa de Mestrado Acadêmico em Administração, com mais de 370 mestres já formados (IES, 2014).

### 3.2 A PESQUISA

Este trabalho trata-se de uma pesquisa de abordagem quantitativa, que, segundo Michel (2009) considera que tudo pode ser melhor entendido quando expressado em forma de números, sejam opiniões, informações, problemas etc.

De acordo com a autora a pesquisa quantitativa:

Trata - se da atividade de pesquisa que usa a quantificação tanto nas modalidades de coletas de informação, quanto no tratamento dessas,

através de técnicas estatísticas, desde as mais simples, como: percentual, média, desvio - padrão, às mais complexas, como coeficiente de correlação, análise de regressão, etc. (Michel, 2009, p. 37)

Ainda para a autora, essa abordagem tem caráter objetivo e o pesquisador atua remotamente da pesquisa, na qual ele descreve, explica e prediz.

A pesquisa se classifica, quanto aos fins, como descritiva. Segundo Vergara (2013) e Michel (2009), a pesquisa descritiva busca expor e explicar, com a precisão possível, os fatos, problemas, características de determinada população ou de fenômenos da vida real, estabelecendo assim relações e conexões entre as variáveis e as influências que o ambiente exerce sobre elas.

Quanto aos meios, é classificada como estudo de caso. Para Vergara (2013), o estudo de caso permeia uma ou poucas unidades de estudo, como por exemplo: pessoas, produto, família, empresa, entidade pública, entre outros. O estudo de caso “tem caráter de profundidade e detalhamento. Pode ou não ser realizado no campo” (Vergara, 2013, p. 44). O estudo de caso desta pesquisa foi feito uma IES privada de Belo Horizonte.

A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário, o qual foi dividido em duas partes: a primeira busca identificar os dados sócio-demográficos dos alunos e a segunda parte busca captar a percepção dos alunos sobre as mídias sociais e o uso delas como ferramentas auxiliares para os estudos.

Foram distribuídos 105 questionários, divididos em três turmas: uma do 5º período de administração, uma do 5º período de ciências contábeis e uma do 10º período de direito.

Do total de questionários distribuídos, foram devolvidos 92. Destes, foram feitos 20 cortes (21%), por incoerência nas respostas, e 16 cortes (17%) por relevância, pois perguntas chaves para a pesquisa não foram respondidas, de modo a validar a pesquisa feita. Sendo assim, o total da amostra válida foi de 58 questionários, que correspondem a 62% da amostra.

O tipo de amostra é caracterizado como não probabilística e foi selecionada por acessibilidade, que de acordo com Vergara (2013) é feita longe de qualquer procedimento estatístico, e o pesquisador escolhe os elementos por possuir facilidade de acesso a eles.

Para o tratamento e análise, os dados foram lançados em planilhas do *Excel 2007* e submetidos ao método de estatística descritiva, através das fórmulas de porcentagem, média e desvio padrão.

## 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção, é apresentada a análise dos resultados obtidos na coleta de dados realizada por meio do questionário. Primeiramente, são apresentados os dados relevantes sobre a amostra, e, posteriormente os aspectos demográficos dos alunos respondentes. Em seguida, mostra-se o uso que eles fazem das diferentes mídias sociais e suas percepções acerca do papel das mídias sociais em seu processo de aprendizagem.

### 4.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

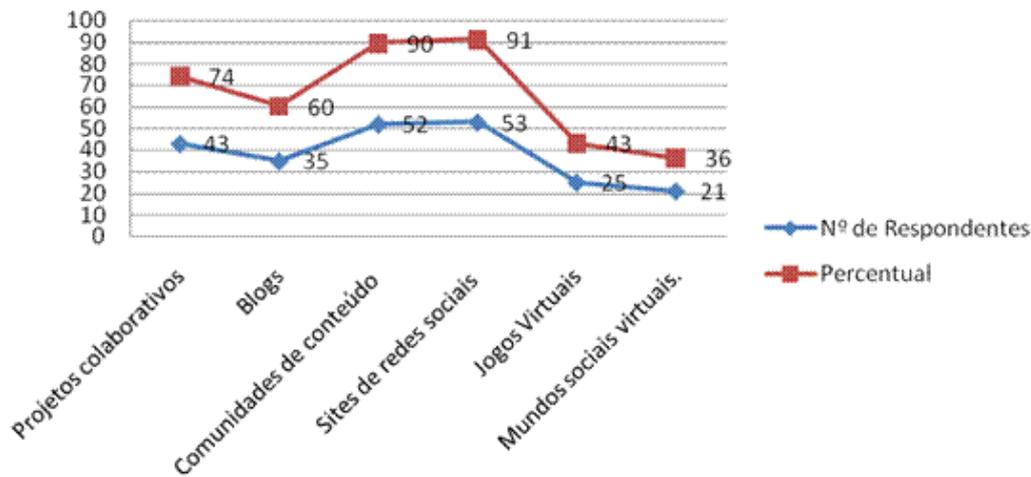
Foram considerados válidos 58 questionários.

A quantidade de alunos representantes por curso foi de 17 da administração, 19 de ciências contábeis e 22 do direito. Do montante de 58 alunos, 26 (45%) são do sexo masculino e 32 (55%) do sexo feminino. Em relação a faixa etária, a maior parte dos alunos está acima dos 30 anos, com 19 (33%). A segunda faixa etária predominante é a de 22 a 25 anos, com 17 alunos (29%), seguidos de 12 alunos (21%) entre 18 a 21 anos e 10 alunos (17%) na faixa de 26 a 29 anos. Não houve nenhum representante da faixa de até 18 anos.

### 4.2 USO DAS MÍDIAS SOCIAIS

Nota-se que 53 (91%) dos 58 alunos respondentes utilizam os sites de redes sociais. Em seguida, em ordem decrescente em relação à utilização, estão as comunidades de conteúdo, com 52 (90%) dos alunos, projetos colaborativos, com 43 (74%), blogs, jogos virtuais e mundos sociais virtuais com 35 (60%), 25 (43%) e 21 (36%) respectivamente. Conforme pode ser visualizado no gráfico 1.

Gráfico 1 – Frequência de uso das mídias sociais



Fonte: Dados da pesquisa

Pode-se perceber que estes dados vão ao encontro dos dados divulgados na pesquisa realizada pelo IBOPE Mídia, onde 86% dos internautas utilizam os sites de redes sociais.

#### 4.3 USO DAS MÍDIAS SOCIAIS NA APRENDIZAGEM

Os projetos colaborativos foram apontados como fontes de comparação de conceitos, e base de buscas para referências, o que acompanha o exposto por Bet *et al.* (2004) em sua colocação sobre o clube de ciências, onde alunos e professores praticam as teorias estudadas durante as aulas.

Os blogs eram acessados caso fosse de algum professor renomado, ou que traziam benefícios para os estudos. Santos *et al.* (2014) apontam que as adoções de tais recursos aprimoram a relação de ensino. Este fato é percebido pelos alunos respondentes, pois eles buscam conteúdos em blogs de professores, para agregar valor em seus estudos.

Já nas comunidades de conteúdos, a que é mais conhecida e utilizada é o *Youtube*, que fornecia vídeo aulas sobre os assuntos relevantes. O exposto por Mattar (2009) e Schneider *et al.* (2012) revela a importância da utilização do *Youtube* no processo de aprendizagem, através da absorção de estímulos visuais e sonoros. Embora os alunos respondentes, utilizem esse recurso, não possui um conhecimento que tornaria esta ferramenta mais eficaz.

A quebra do paradigma apresentado por Machado e Tijiboy (2005) é comparada através da análise feita sobre as respostas dos alunos. Para eles, as redes sociais foram apontadas como uma forma útil e efetiva de comunicação, para defini-

ções de assuntos relacionados ao convívio social e também como auxílio na troca de informações acadêmicas. O paradigma se quebra no momento em que o professor não é mais o único foco para a obtenção do saber, esse cargo passou a ser compartilhado pelos outros colegas.

Os jogos digitais e os mundos sociais digitais foram associados apenas ao lazer.

#### 4.4 PERCEPÇÃO DOS ALUNOS QUANTO AO AUXÍLIO DAS MÍDIAS SOCIAIS À APRENDIZAGEM

Para essa análise, se fez o cálculo da média e do desvio padrão, tendo como base as escalas de 1 a 10, sendo 1 o extremo positivo (concordo totalmente) e 10 o extremo negativo (discordo totalmente). A média e desvio padrão calculados são apresentados abaixo, na Tabela 1.

Com base nos dados da Tabela 1, pode-se inferir que os alunos percebem que as mídias sociais têm importância na vida acadêmica, e que embora os professores não sejam favoráveis ao uso das mídias sociais como fontes de informação, os alunos vêm que o mesmo não ocorre com a instituição, que incentiva o uso dessas mídias. Percebe-se também que o aumento na produção de conhecimento na aprendizagem e a troca de informações entre colegas de grupos são facilitadas pelo uso das mídias sociais, fazendo destes alguns dos benefícios apontados pelos alunos. Embora possuam pouco conhecimento sobre as mídias sociais, os alunos não associam isso como um limitador para sua aprendizagem e também não deixa de utilizar as mídias sociais como ferra-

**Tabela 1** – Média, desvio padrão e variação do questionário

QUESTÕES	MÉDIA	DESVIO PADRÃO	VARIAÇÃO	
As mídias sociais têm grande importância na minha vida acadêmica.	5,271	1,813	3,458	7,084
Os professores aceitam bem o uso de mídias sociais como fonte de informação.	5,688	0,589	5,099	6,276
A instituição em que estudo incentiva o uso de mídias sociais como fonte de informação.	5,229	0,887	4,343	6,116
Um dos benefícios das mídias sociais é o aumento na produção de conhecimento na minha aprendizagem.	4,875	1,470	3,405	6,345
A troca de informações entre colegas de turma é facilitada pelo uso das mídias sociais.	5,500	0,803	4,697	6,303
O pouco conhecimento de mídias sociais é um limitador para minha aprendizagem.	6,583	0,734	5,850	7,317
Limito o uso de mídias sociais como ferramentas de auxílio a aprendizagem, pois elas facilitam o uso de plágios e trazem grandes volumes de informações falsas.	4,417	0,834	3,582	5,251
Ao utilizar as mídias sociais como ferramentas para a aprendizagem, verifico a veracidade das informações.	3,229	1,426	1,803	4,655
Recomendo e incentivo meus colegas a usar mídias sociais como ferramentas de auxílio aos estudos.	5,667	0,506	5,161	6,173

Fonte: Dados da Pesquisa.

mentas de auxílio aos estudos devido o volume de informações falsas, uma vez que, eles verificam a veracidade e confiabilidade das informações. Os alunos também demonstraram que recomendam e incentivam seus colegas a usarem as mídias sociais como ferramentas de auxílios aos estudos.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos dados obtidos na confrontação dos questionários com as bases teóricas desta pesquisa permitiu observar que os alunos fazem uso das diversas categorias de mídias sociais, sendo os sites de redes sociais os mais utilizados seguidos das comunidades de conteúdo, projetos colaborativos, *blogs*, jogos virtuais e mundos sociais virtuais, respectivamente.

Conclui-se que, mesmo com pouco conhecimento sobre as mídias sociais, os alunos percebem que seu uso é de grande auxílio na aprendizagem, seja na busca de novos conceitos, na obtenção de novos conhecimentos ou na troca de informações com os colegas. Sendo assim, o problema de pesquisa foi respondido, uma vez que todos os objetivos, geral e os específicos tenham sido alcançados.

Este estudo teve como limitação, o grande índice de eliminação de questionários devido à entrega com respostas incoerentes ou não respondido; o pouco material referente ao tema, uma vez que este assunto é recente e não possui muitas publicações; ter poucos estudantes respondentes; e ter como objeto de estudo apenas uma instituição. Sugere-se, portanto, que outra pesquisa seja feita tanto de caráter tanto quantitativo quanto qualitativo, abrangendo uma amostra maior, e até outras IES's para que se tenha uma visão mais ampla e profunda do assunto.

## REFERENCIAS

- Aguiar, E.V.B. (2008). *As novas tecnologias e o ensino-aprendizagem*. Macaé, v. 10, n. 1/3, p.63-71, jan, 2008. Recuperado em 17 setembro, 2008, de <http://essentiaeditora.iff.edu.br/index.php/vertices/article/viewArticle/34>
- Barefoot, D., & Szabo, J. (2016). *Manual de marketing em mídias sociais*. Novatec Editora, São Paulo.
- Barwinski, L., & Korelo, J. C. (2016). *Marcas e Conteúdo em Mídias Sociais: O Ajuste da Mensagem ao Modelo de Probabilidade de Elaboração em Comunidades Virtuais*. VII Encontro de Marketing da ANPAD. Belo Horizonte, 15 a 17 de maio de 2016.

- Bet, S., Frozza, A. A., Bonfim, V. D., & Busnelo, T. A. (2004). Um ambiente colaborativo para auxílio ao aprendizado: clube virtual de ciências. In. XII Simpósio Brasileiro de Informática na Educação -SBIE, 2004, Florianópolis. *Anais...* Florianópolis: UNIPLAC.
- Chagas, A.M., & Lessa, L.L. (2014). *Aprendizagem No Second Life: Possibilidades E Dificuldades*. II Simpósio de Educação e Comunicação. Tiradentes. 2014.
- Ferreira, A.B. de H. (2009). *Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa*. 4.ed. Curitiba: Positivo, 2120 p.
- Formentin, C. N., & Lemos, M. (2011). *Mídias sociais e educação*. In. III Simpósio Sobre Formação De Professores - SIMFOP, 2011, Tubarão. *Anais...* Tubarão: SIMFOP.
- Franco, M. L. P. B. (2009) *A atividade de aprendizagem: da origem a algumas de suas implicações*. *Psicol. educ.*, São Paulo, n. 28, jun. 2009. Recuperado em 27 setembro, 2014, de [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1414-69752009000100011&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-69752009000100011&lng=pt&nrm=iso)
- Grossi, M. G. R., Lopes, A. M., Jesus, P. M., & Galvão, R. R. O. (2014). *A Utilização Das Tecnologias Digitais De Informação E Comunicação Nas Redes Sociais Pelos Universitários Brasileiros*. *Texto Digital*. Florianópolis, v. 10, n. 1, p. 4-23, jan./jul. 2014. Recuperado em 17 setembro, 2014, de <http://dx.doi.org/10.5007/1807-9288.2014v10n1p4>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. (2012). *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2011 – Síntese de indicadores*. Rio de Janeiro: IBGE, 2012. 282p. Recuperado em 17 setembro, 2014, de [ftp://ftp.ibge.gov.br/Trabalho\\_e\\_Rendimento/Pesquisa\\_Nacional\\_por\\_Amostra\\_de\\_Domicilios\\_anual/2011/Sintese\\_Indicadores/sintese\\_pnad2011.pdf](ftp://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilios_anual/2011/Sintese_Indicadores/sintese_pnad2011.pdf)
- Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística-IBOPE. (2013). *Número de usuários de redes sociais ultrapassa 46 milhões de brasileiros*. 26 mar. 2013. Recuperado em 17 setembro, 2014, de <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Numero-de-usuarios-de-redes-sociais-ultrapassa-46-milhoes-de-brasileiros.aspx>
- Instituto Ensino Superior Novos Horizontes (IES). (2014). *História*. Recuperado em 17 setembro, 2014, de <http://www.unihorizontes.br/fnh/historia/>
- Kaplan, A. M.; & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. *Business Horizons*, n.53, p. 59-68.
- Kirriemuir, J., & McFarlane, A. (2004). *Literature Review in Games and Learning*. Bristol: Futurelab, 2004. 39 p.
- Lévy, P. (2005). *Cibercultura*. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 260 p.
- Machado, J. R., & Tijiboy, A. V. (2005). *Redes Sociais Virtuais: um espaço para efetivação da aprendizagem cooperativa*. *Novas Tecnologias na Educação*. v. 3, nº 1, Maio.
- Marinho, F. C. V., Giannella, T. R., & Struchiner, M. (2014). *Estudantes do ensino básico como desenvolvedores de jogos digitais: contextos autênticos de aprendizagem para educação em ciências e matemática*. Recuperado em 17 setembro, 2014, de <http://www.nutes.ufrj.br/abrapec/viiienepec/resumos/R1626-1.pdf>
- Mattar, J. (2009). *Youtube Na Educação: O Uso De Vídeos Em EAD*. 11f. São Paulo. Recuperado em 17 setembro, 2014, de <http://www.joaomattar.com/YouTube%20na%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20o%20uso%20de%20v%C3%ADdeos%20em%20EaD.pdf>
- Michel, M. H. (2009) *Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 138 p.
- Mitchell, A., & Savill-Smith, C. (2004). *The use of computer and video games for learning: A review of the literature*. Londres: Learning and Skills Development Agency (LSDA). Recuperado em 17 setembro, 2014, de [http://dera.ioe.ac.uk/5270/7/041529\\_Redacted.pdf](http://dera.ioe.ac.uk/5270/7/041529_Redacted.pdf)
- Mota, M. S. G., & Pereira, F. E. L. (2014) *Processo de construção do conhecimento e desenvolvimento mental do indivíduo*. Recuperado em 17 setembro, 2014, de [http://portal.mec.gov.br/setec/arquivos/pdf/3/tcc\\_desenvolvimento.pdf](http://portal.mec.gov.br/setec/arquivos/pdf/3/tcc_desenvolvimento.pdf)
- Safko, L., & Brake, D. K. (2010). *A Bíblia da Mídia Social: Táticas, Ferramentas e Estratégias para construir e transformar negócios*. São Paulo: Blucher, 543 p.
- Santos, A. J., Grossi, M. G. R., & Parreiras, M. L. (2014). *O Blog como recurso pedagógico no processo de ensino e aprendizagem*. *Revista Lugares de Educação - RLE, Bananeiras*, v. 4, n. 8, p. 92-109, Jan./Jun., 2014. Recuperado em 17 setembro, 2014, de <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/rle>
- Savi, R., & Ulbricht, V. R. (2008). *Jogos Digitais Educacionais: Benefícios e Desafios*. CINTED-UFRGS, *Novas Tecnologias na Educação*. UFSC. V.6, Nº2, dez.
- Schimidt, E., & Cohen, J. (2013). *A nova era digital: Reformulando o futuro das pessoas, das nações e da economia*. Alfragide: D. quixote, 372 p.
- Schneider, C. K., Caetano, L., & Ribeiro, L. O. M. (2012) *Análise De Vídeos Educacionais No Youtube: caracteres e legibilidade*. *Novas Tecnologias na Educação*.v.10 nº 1, julho.
- Vergara, S. C. (2013). *Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração*. 14. ed. São Paulo: Atlas, 94 p.
- Zille, J. A. B. (2011). *Games, Indicadores E Geradores De Possibilidades Educacionais*. *Revista Ibero-Americana de estudos em educação*. Araraquara, v.6, n.3, 2011. Recuperado em 17 setembro, 2014, de <http://seer.fclar.unesp.br/iberoamericana/article/view/5008/4157>

## ABSTRACT

Social media is becoming an increasingly useful tool in the daily lives of people and organizations. Thus arises the question: How social media are used by graduate students to support their academic activities? In order to answer that was defined as a general objective to describe how social media are used by undergraduate students of a Higher Education Institution (HEI) deprived of Belo Horizonte, as an important tool for studies. The theoretical basis of this research permeated the concept of social media, the different categories and the use of social media in learning. The approach of the study was quantitative, classified as descriptive as to the purposes and in the means, a case study. Data were collected by applying a questionnaire in three undergraduate classes. The data were released and treated in an Excel 2007 spreadsheet and confronted with the theoretical research framework. It was concluded that even with little knowledge of social media students realize that their use is of great help in learning, whether in search of new concepts in obtaining new knowledge or information exchange with colleagues.

**Keywords:** Learning, Higher Education Institution, Social Media.