CALL-TO-ACTION: FACEBOOK NA EDUCAÇÃO, BREVE RELATO

CURITIBA/PR MAIO/2018

Alvaro Martins Fernandes Júnior - UNINTER - alvarojunior777@gmail.com

Siderly do Carmo Dahle de Almeida - UNINTER - siderly.c@gmail.com

Antoine Youssef Kamel - UNINTER - aNTOINE.K@uninter.com

Andrea Benetti de Oliveira - UNINTER - ANDREA.O@UNINTER.COM

Tipo: Relato de Experiência Inovadora (EI)

Categoria: Métodos e Tecnologias

Setor Educacional: EDUCAÇÃO SUPERIOR

RESUMO

O trabalho explicita uma ação educacional utilizando as redes sociais, mais especificamente a página no Facebook de dois cursos superiores, o tecnólogo em Gestão de Serviços Jurídicos e Notarias e o Bacharelado em Ciência Política. A ação consistiu na postagem de uma notícia, seguida de um Call-to-action, na página do curso tecnólogo, em seguida o compartilhamento no curso bacharelado, onde a ação esperada realmente aconteceu. Embora os números não sejam os maiores motivadores e o grande catalisador do sucesso na ação, as postagens realizadas pelos seguidores foram de grata surpresa. Antes da exposição da experiência são explorados alguns números de suas grandes pesquisas brasileiras sobre o uso e acesso a internet no Brasil, isso aconteceu no intuito de justificar a falta de interação dos alunos e também para desconstruir alguns senso comuns que citamos na introdução do trabalho.

Palavras-chave: Call-to-action, facebook, Ensino Superior

AGRADECIMENTOS

AGRADECIMENTO AO CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL UNINTER POR NOS PERMITIR PROPICIAR MOMENTOS DE APRENDIZAGEM AOS NOSSOS ALUNOS.

INTRODUÇÃO

Sempre que uma tecnologia fica disponível para o consumo da sociedade como um todo, se começa a questionar as potencialidades do seu uso na educação. E ainda mais, como ela pode “revolucionar” a educação fazendo com que os alunos “realmente se interessem” por estudar dado que o professor passa a “considerar a realidade do aluno” então, isso vai garantir maiores aprendizagens por parte dele.

As aspas, claro, são ironia, em referência ao senso comum que se estabelece dessa relação educação e tecnologias. Onde todo discurso é seguido de: “o professor TEM que usar tecnologia na sala de aula”, ou “todo mundo TEM celular, o professor tem que usar ele na sala de aula”, e por fim, mas não a última, “todo mundo TEM acesso a internet, ela é o caminho”.

O trabalho é um relato de caso que demonstra pequenos avanços na área tecnologias na educação, mais especificamente fazendo o uso de redes sociais (uma frase com ela também poderia estar no parágrafo acima), mas também desmistifica os senso comuns dos parágrafos acima.

Portanto o que será compartilhado neste trabalho são alguns dados referentes ao acesso as tecnologias pelos pela população brasileira, em seguida, compartilha-se uma experiência considerada exitosa fazendo o uso de redes sócias como uma meta-atividade na educação a distância.

Embora, possa parecer não haver relação entre o compartilhamento de dados sobre acesso aos meios de comunicação pelos alunos e o êxito da experiencia na rede social, nas considerações finais é realizado a costura dos dados, justificando assim, a relação proposta.

O ACESSO A INTERNET NO BRASIL E O GRAU DE CONFIANÇA NELA

A Pesquisa Brasileira de Mídia (PMB) 2016 é desenvolvida pela Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República, e foi realizada com mais de 15.000 brasileiros de todas as Unidades Federativas do país demonstrando um resultado que já rechaça o senso comum do acesso a informação fazendo o uso da internet, a pesquisa que possui nível de confiança de 95% demonstra dados interessantes

A PBM do ano de 2016 verifica que a rede mundial de computadores se cristaliza como segunda opção dos brasileiros na busca de informação, atrás somente da televisão. Quase a metade dos brasileiros (49%) declarou usar a web para obter notícias (primeira e segunda menções), percentual abaixo da TV (89%), mas bem acima do rádio (30%), dos jornais (12%) e das revistas (1%). (BRASIL, 2016, p. 11)

Essa questão de confiança no que se vê na internet apresenta mais pontos interessantes, onde 45% dos analfabetos afirmam nunca confiar em notícias que circulam em sites, enquanto 61% de pessoas com superior incompleto (prováveis alunos do ensino superior) afirmam confiar poucas vezes no noticiário da rede mundial de computadores, e apenas 12% destes nunca confiam. O dado contrário também é de relevância, 4% dos analfabetos e 21% dos que possuem superior incompleto confiam muitas vezes, e 9% dos analfabetos e 5% do outro grupo confiam sempre. (BRASIL, 2016)

Quando o assunto são as redes sociais encontramos um grau de desconfiança bem alto também, onde 13% dos analfabetos confiam sempre, 21% nunca confiam e 46% confiam poucas vezes. Com relação aos que possuem superior incompleto encontramos que apenas 3% confiam sempre, seguidos de 23% que nunca confiam e 62% que confiam poucas vezes.

Isso é ponto relevante, afinal segundo estudo do Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação (Gpopai) da Universidade de São Paulo (USP), 12 milhões de brasileiros difundem “fake News” políticas. (MARTINS, 2017).

A internet, então, se estabelece sobre um paradoxo, é fonte de informação, mas não de confiança, afinal como foi visto a televisão ainda é a maior fonte de busca de informação, ou seja, e também quem “valida” as informações do mundo virtual, portanto, se a internet não se consolida como um meio que transmite confiança, ela deve ser passível de questionamento e uso reflexivo quanto ao seu uso educacional.

Então, embora haja um consumo frequente de produtos da internet é nos meios convencionais que a população afirma buscar a validação do que costumam ver na internet, “os internautas se conectam com forte intensidade, mas ainda buscam nos meios tradicionais a validação daquilo que veem.” (BRASIL, 2016, p.08)

A internet como um todo provê o acesso a informação, enquanto a educação busca pelo conhecimento.

Outra pesquisa, a TIC Domicílios 2016 que entrevistou mais de 23 mil brasileiros aponta que 97% dos lares brasileiros possuem TV, seguido por 93% que possuem telefone celular, e bem atrás, o rádio presente em 66% dos domicílios. Porém, celular não é sinônimo de acesso à internet, dado que 46% dos municípios brasileiros não possuem acesso a ela, seja por banda móvel ou fixa. (CETIC, 2017)

Entre as atividades on-line, as mais mencionadas continuam sendo o uso da Internet para envio de mensagens instantâneas (89%) e uso de redes sociais (78%) – proporções que se mantiveram estáveis em relação à edição anterior da pesquisa. (CETIC, 2017, p. 121)

Outro grande problema é uso que as pessoas fazem com o seu acesso a internet, dado que na pesquisa não foi apontada a opção de que usa a internet para estudar, o mais próximo disso foi a opção “leu jornais, revistas ou notícias on-line” que teve 50% das intenções dos respondentes. E isso se aproxima da afirmação da PBM 2016 que quase metade (49%) de seus entrevistados mencionam o fato de acessar a rede mundial de computadores como meio para se informar mais sobre o que acontece no Brasil.

O que é preocupante é que os entrevistados, de ambas as pesquisas, não entendam esse ato como educativo, e pior, não citam que usam a internet para atividades educativas. Mesmo com o advento da educação a distância e o aumento da oferta de cursos na modalidade, a opção “uso a internet para estudar” já deveria figurar entre assertivas de pesquisas sobre usos da internet.

Então, para tentar tornar o ato educativo mais intencional e considerando os índices de acesso as redes sociais do brasileiro é que se cita a experiência no capítulo seguinte.

CALL-TO-ACTION, DANDO VOZ AOS ALUNOS

Call-to-action, CTA, (em português, Chamada para ação) é a principal forma de convidar o seguidor de uma página a realizar uma ação nela. A mera postagem de um conteúdo não gera interações e engajamento dos seguidores, costuma apenas gerar reações (curtir, amei, haha, uau e triste). Geralmente o CTA leva o usuário a clicar em um link e ser levado para uma página externa a rede social e esta pode conter um produto a venda ou um formulário a ser preenchido.

Aa experiência relatada aconteceu no Facebook, e constitui na postagem de uma notícia sobre a presença da inteligência artificial nas eleições japonesas [\[1\]](#) seguida de um CTA, ou seja, foi postado um trecho da notícia, seu link e ao final foi realizada uma questão sobre a opinião dos seguidores sobre o tema. A matéria foi postada na página do Curso Superior de Gestão em Serviços Jurídicos e Notariais (tecnólogo) de uma IES privada e em seguida compartilhada na página do curso de Ciência Política (bacharelado) da mesma IES.

A página do curso de Gestão em Serviços Jurídicos e Notariais possui 5118 seguidores e com a publicação citada teve 16 compartilhamentos, 1 comentário e alcançou 1855 pessoas, ou seja, a mensagem foi exposta à todas essas pessoas. Porém, a ação a ser

relatada aqui aconteceu na página de Ciência Política, que possui 3625 seguidores, e que contou com 7 compartilhamentos e 6 comentários.

Embora os números sejam baixos, o sucesso vem da análise da qualidade dos comentários expostos na página. A rede social contabiliza apenas 6 comentários pois desconsidera os comentários dentro dos comentários, e o administrador da página respondeu a todos sempre deixando espaço para que o seguidor fizesse mais alguma interação.

Como a reportagem era sobre a presença de inteligência artificial nas eleições japonesas foi questionado se um robô pode ser um gestor político melhor que o ser humano. O resultado foi a apresentação de várias respostas de alto nível, como a resposta que se segue

“É de se pensar. A inteligência artificial foi programada por um ser humano, passível de ser corrompido, que pode programar variáveis para que ela não execute seu mandato de forma legal e ética. Se pensarmos que vários perfis já estão sendo utilizados nas redes sociais por inteligência artificial para "controlar" as opiniões e as notícias, interferindo em eleições como foi nos Estados Unidos. À quem interessa este tipo de manipulação? Onde há democracia ela está sendo desenvolvida como deveria? A meu ver no Brasil não está. Tem vários seres humanos "robôs" repetitivos de ideias disseminadas, sem conseguirem fazer um juízo crítico de situações, como as políticas, somente repetindo o que uma ou outra corrente diz. Mas, em se tratando de Japão, é outro nível, né! Talvez lá dê certo!”

Essa postagem teve retorno do administrador da página com a seguinte resposta

“Excelente contribuição Adriana. Concordo que os países devem estar preparados eticamente para receber esse novo mecanismo. Vamos ver o que acontece, as vezes pode ser apenas mais uma ação de marketing de alguma grande empresa, vamos esperar!!!”

E por fim o seguidor terminou,

“Obrigada Ciência Política Uninter! É isso aí, talvez só seja marketing, vamos aguardar. Estou amando o curso!”

Um outro seguidor foi mais a fundo no debate com o moderador da página

“Será que num futuro distante, essa IA/robô teria capacidade analítica para fazer julgamentos e atuar no judiciário? Já que é impossível um juiz ser plenamente imparcial, por questões naturais da nossa espécie - ser parcial em qualquer juízo de valor.”

E teve como resposta

“Olha Felype, é bem complicado. E a resposta você mesmo já deu no seu comentário: o ser humano é imparcial por natureza, e o robô é feito por seres humanos, então?! Aliás, tem como ser imparcial? todo mundo tem um lado,

ou não?”

Que voltou a interagir

“De fato os robôs são criações humanas, mas não quer dizer que o mesmo se tornará a sombra dos seus criadores - já que os mesmos podem aprender sozinhos e criar uma nova percepção da realidade. Acredito que a imparcialidade seja possível, e a IA pode ajudar na compreensão disso. Contudo, apesar de alguns avanços, acredito que estamos engatinhando (ainda), todavia, estamos livres para debater acerca desse assunto tão formidável, e imaginar um futuro completamente diferente, com outras problemáticas e soluções.”

A ultima postagem de um seguidor, e que ainda não foi respondida é a que segue,

“O IA/Robô pode até contribuir, sendo uma ferramenta para ajudar na tomada de decisões na gestão pública, mas a palavra final tem que ser sempre dos líderes humanos, não sou a favor de entregar o poder executivo à uma máquina, se não daqui a pouco vamos viver uma Ditadura robótica, onde as decisões de um robô sobrepõem à vontade humana, não acredito em uma política desse nível, o homem ainda com a existência de tecnologia avançada deve estar sempre acima das suas criações. A evolução política e social do homem deve ser aprimorada e executada pelo próprio homem, o robô deve ser uma "extensão" do homem no poder e não um substituto! E os robôs devem respeitar a democracia e passarem pelos mesmos dispositivos eleitorais que os humanos, ou seja, se um robô quiser tomar uma decisão isolada sobre o Estado eu não concordaria, ainda que defensores de um Estado totalitário digam que: "o robô é mais inteligente que nós, ele sabe o que está fazendo, nós somos humanos falhos e devemos nos submeter à inteligência artificial perfeita do presidente, prefeito, juiz robô..." nossa que loucura pareceria coisa de filme, eu particularmente não aceitaria a sua decisão e a população deveria ter o direito de trocar os robôs. Mas pela lógica, o robô deve ser perfeito para corrigir a falha humana, não precisaria ser substituído. Mas será? Não acredito! Fiquemos com os homens, eles têm sentimentos e são substituíveis, ou pelo voto ou pela morte natural. Imagina... robô não morre, ficaria no poder para sempre! Rss”

Conforme já adiantado, os números não são o que mais importam na experiência relatada, mas sim a qualidade dos comentários dos seguidores da página, e a isso se deve a experiência exitosa. As tecnologias não são, jamais, substitutos do conteúdo e da interação proporcionada por meio delas. Como aponta m Mahlmeister e Mattar (2016, p. 5), os docentes é que devem ter “a intenção de despertar nesse aluno o desejo de se entregar cognitivamente ao conteúdo e ao método proposto”, “pois sem isso de nada adiantarão a tecnologia, as redes sociais ou o quadro-negro”. E esse intuito é efetivado nas páginas do Facebook dos cursos mencionados por meio de interesse ativo e despertar à ação. As hipóteses que se levantam do número de interações não ser maior se relacionam com o apresentado no capítulo 1, onde não é toda a população que possui acesso a internet, e que embora as pessoas acessem as redes sociais, o fazem para outras ações, não para atividades educativas. Por fim, o desinteresse dos seguidores pelo assunto também deve ser considerado nesta análise, e é mais uma hipótese para não haver maior número de interações.

No estudo de caso de Ferreira Lima *et al* (2016), dois elementos fortes, dentre os ali citados, foram constatados em comparação à presente aplicação: a motivação e a

sociabilidade. Quanto à este, os alunos interagem entre si neste ambiente de uma maneira informal e aberta que não é de todo possível no ambiente estritamente acadêmico, concebido pelo ambiente virtual de aprendizagem. E, quanto àquele elemento, foi percebido que a presença do professor é necessária, e, ao contrário, a ausência do professor por alguns dias faz com que os alunos percam a motivação de participar. Essas constatações fazem com que o trabalho de gestão da página do curso seja feita com maior presença do docente e maior incentivo à participação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os números são um alento aos professores que ainda não aderem as “tendências na educação”, dado que somando o número de seguidores das duas páginas envolvidas era de se esperar uma maior quantidade de comentários (mesmo que mais curtos), e reações (curtir, haha, amei, triste e uau), e porque não compartilhamentos. Ou seja, embora não seja novidade, e o senso comum insista em dizer o contrário, a tecnologia não é a solução dos problemas na educação, porém, ela está aí para contribuir.

A experiência é exitosa do ponto de vista da qualidade dos comentários, demonstrando que o ensino a distância é formada por alunos competentes e críticos da realidade social. É mais uma pesquisa, dentre poucas, que abordam as redes sociais na educação considerando ela como mais uma alternativa, mas não a salvadora da Pátria.

Se entre os usuários de internet do Brasil, 78% das pessoas a utiliza para acessar as redes sociais era de se esperar maior interação com a postagem. Porém, conforme elencado no capítulo anterior, a falta de interesse dos alunos pelo assunto também deve ser considerado.

REFERENCIAS

FERREIRA LIMA, Danilo Lopes *et al.* Utilização da rede social facebook como ferramenta de interatividade em disciplina a distância. *In: Anais do 22º Congresso Internacional ABED de Educação a Distância*, 2016. Disponível em: <<http://www.abed.org.br/congresso2016/trabalhos/108.pdf>>. Acesso em: 22 maio 2018.

BRASIL, Presidência da República. Secretaria Especial de Comunicação Social. Pesquisa brasileira de mídia 2016 : hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília : Secom, 2016.

CETIC. Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos

domicílios brasileiros : TIC domicílios / Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR [editor] -- São Paulo -- Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2017.

MARTINS, Alexandra. Na web, 12 milhões difundem fake news políticas. Disponível em: <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,na-web-12-milhoes-difundem-fake-news-politicas,70002004235> Acesso em: 19 mai. 2018.

MAHLMEISTER, Leticia; MATTAR, João. Facebook e ambientes virtuais de aprendizagem: análise da interação na educação a distância. *In: Anais do 22º Congresso Internacional ABED de Educação a Distância*, 2016. Disponível em: <<http://www.abed.org.br/congresso2016/trabalhos/29.pdf>>. Acesso em: 22 maio 2018.

[1] <https://www.ab2l.org.br/inteligencia-artificial-e-candidata-eleicoes-municipais/>