

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA

COGEAE

GESTÃO EDUCACIONAL E ESCOLAR

FERNANDO RIBEIRO PIMENTEL

**A ESCOLA NO FACEBOOK: UMA ANÁLISE SOBRE A
COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL NA EDUCAÇÃO**

SÃO PAULO

2015

FERNANDO RIBEIRO PIMENTEL

**A ESCOLA NO FACEBOOK: UMA ANÁLISE SOBRE A
COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL NA EDUCAÇÃO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Pontifícia Universidade Católica - COGEAE, como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Gestão Educacional e Escolar.

Orientadora: Profa. Dra. Ana Maria Di Grado Hessel

SÃO PAULO

2015

RESUMO

A partir da análise de postagens de uma página do Facebook, este trabalho propõe uma discussão sobre a comunicação institucional de uma escola particular de São Paulo com sua comunidade (familiares, alunos, professores, funcionários e seguidores). Após um período de dois meses de coleta de dados no Colégio Oswald de Andrade, foram construídas quatro categorias de análise que emergiram das temáticas trazidas nas postagens: aparições na mídia, atividades curriculares, eventos e outros. Trata-se de uma pesquisa de campo exploratória, com tratamento quantitativo e qualitativo. Tendo como ponto de partida a pergunta “Que uso é feito da página do Facebook pela comunidade escolar do Colégio Oswald de Andrade?” a discussão se desenvolve a partir dos indicadores obtidos automaticamente na página (opções “curtir”, comentários e compartilhamentos), da descrição dos conteúdos e de informações complementares trazidas pelo próprio autor das postagens. A escolha da instituição se deve ao fato de se tratar de nosso local de trabalho, o que permitiu um olhar mais atento e minucioso aos elementos do cotidiano escolar, que se somaram à discussão. Os resultados obtidos indicam que as publicações sobre discussões conceituais ou que descrevem a rotina dos alunos são as que recebem maior aprovação por parte da comunidade. Por fim, é sugerido que a comunicação institucional feita por meio de redes sociais seja ainda mais explorada, principalmente no que se refere ao seu contato com o setor educacional.

Palavras-chave: Educação; comunicação; Facebook.

ABSTRACT

By analysing posts from the Facebook page of a private school in São Paulo, namely Colégio Oswald de Andrade, this paper aims at discussing how the institution chooses to communicate with its community (relatives, students, teachers, staff and followers). After collecting data for two months, four thematic axes emerged from the content discussed in such posts: media appearances, curricular activities, events and others. This is an exploratory field research, with quantitative and qualitative treatment. Taking as its starting point the question "How the school community of Colégio Oswald de Andrade uses its Facebook page?", the discussion emerges from automatic indicators (likes, comments and shares) and the description of contents and additional information brought by the author of the posts. The choice of the institution was given to the fact that it is our everyday workplace, which enabled a closer and more attentive look to the school routine. The results indicate that publications dealing with conceptual discussions or describing daily activities receive greater approval from the community. It remains as suggestion to further explore institutional communication via social networks, especially considering its relationship with a wider educational sector.

Keywords: Education; communication; Facebook.

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO..... | 5 |
| 2 UMA NOVA INTERNET..... | 10 |
| 2.1 Redes Sociais..... | 13 |
| 3 O CONTEXTO DA INVESTIGAÇÃO..... | 16 |
| 4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS..... | 19 |
| 4.1 Aparições na mídia..... | 20 |
| 4.2 Atividades curriculares..... | 24 |
| 4.3 Eventos..... | 30 |
| 4.4 Outros..... | 35 |
| 5 CONCLUSÃO..... | 38 |
| 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 41 |

1 INTRODUÇÃO

Nasci no final dos anos 80 e, como muitos da minha geração, tecnologias digitais sempre fizeram parte da minha vida. À procurar na memória, não consigo me lembrar um momento em que não tivemos um computador em casa. Eu e meus dois irmãos sempre fomos muito interessados nesse equipamento e em descobrir seu funcionamento.

Antes que eu nascesse, meu pai já havia traçado um caminho de aproximação do universo digital: em meados da década de oitenta, escreveu um livro sobre programação em “Linguagem C”, o que pode justificar o interesse em dispor dessas ferramentas em casa.

Entre os games digitais que eram disponibilizados em disquetes, fui me envolvendo com aquela ferramenta, criando intimidade. Foi então que a conexão à internet via linha telefônica se tornou uma realidade, inaugurando um novo campo a ser explorada.

No início, navegar pela internet era uma atividade coletiva. Nos reuníamos, eu e meus irmãos, para conhecer esse universo sobre o qual pouco entendíamos. Logo, a divulgação de músicas em formato MP3 passou a ser intenso na internet, o que nos aproximou ainda mais da *web*. Neste momento, meus irmãos passaram a estudar a criação de sites em linguagem HTML. Eu, ainda antes dos dez anos de idade, participava pouco, mas assistia de camarote as incursões destes novos navegantes em mares extremamente curiosos.

Os anos se passaram e meu contato com o computador e a internet só se intensificou. Os games, sites, softwares eram cada vez mais numerosos, complexos e conhecidos. A tecnologia digital deixou de ser um nicho conhecido por poucos que, por razões como as minhas, tinham um contato mais intenso com essas ferramentas e passou a ser um denominador comum, algo compartilhado por muitos da minha geração. Foi então que a informática passou a fazer parte da nossa vida escolar.

As aulas de informática da escola em que estudei eram bastante iniciais. Vinham na cauda das aulas de datilografia, muito populares até então. Aprendíamos a posicionar as mãos no teclado, a utilizar programas básicos, como editores de texto. Não os julgo por isso, afinal era raro encontrar algum profissional da educação que entendesse o suficiente para ensinar (com qualidade) o uso dessas

ferramentas, acredito. Creio que a maioria das escolas naquela época ofereciam cursos parecidos na área. Sua potencialidade ainda era desconhecida.

E assim minha relação com o computador se fez fora da escola. Em casa, na casa dos amigos e familiares eram os momentos em que realmente aprendíamos a mexer no computador. A seguir os modelos que encontrava em casa (dois irmãos mais velhos), sempre busquei aprender mais sobre esse universo. Acredito que, socialmente, foi aí que surgiu uma das maiores questões que as escolas hoje enfrentam quando o assunto é tecnologia: estudantes sabem mais que os professores. Não acho que se trata de um movimento que se deu de maneira intencional. Mas esse exemplo me coloca diante de uma verdade que assumo em minha vida: com tecnologia, é usando que a gente aprende.

Ao longo dos anos, muitas foram as mudanças que aconteceram na internet, no computador e com as tecnologias digitais em geral. A telefonia móvel, os computadores portáteis (laptops), a internet de banda larga, os palm-tops, a internet móvel, os smartphones e outros dispositivos portáteis foram realidades que se concretizaram em um período de tempo curto. Mas, com o aumento da complexidade, vinha um investimento importante por parte dos produtores - a intuitividade. Manuais de instrução são um elemento em processo de extinção hoje em dia. Toda nova tecnologia, software, site que é criado hoje, já contém em si um “tutorial”, um passo-a-passo de como operá-lo.

A minha vida enquanto estudante foi se adaptando a esse novo mundo. Durante meus anos como aluno, tanto da escola básica, como da graduação, fui vendo, pouco a pouco, o mundo absorver estas tecnologias. Envio de trabalhos por e-mail, compilações de materiais em drivers virtuais (Google Drive, DropBox, etc), foram realidades que vivi na minha trajetória. Chega então o início da minha vida profissional.

Psicólogo por formação, iniciei minha vida profissional na educação, dentro da sala de aula. Após um período como assistente de professor no Ensino Fundamental 1 do Colégio Oswald de Andrade (São Paulo), passei a atuar como assistente de coordenação, fazendo parte das discussões e planos de organização da instituição.

Neste momento, realizei duas constatações fundamentais: de que a comunicação é um ponto de tensão em qualquer organização, talvez pela importância que tem; e que aquela geração que havia tentado me ensinar a usar

tecnologia era agora a geração dos meus chefes e superiores, que ainda pouca intimidade tinham com o campo das tecnologias digitais.

Quando adolescente, cursei teatro por alguns anos. Talvez isso (mas não só) me ajudou a desenvolver uma capacidade de exposição oral bastante fluente. Pouco a pouco passei a ocupar o papel de porta-voz dentro do Colégio em diversos fóruns: avisos em classes, abertura de reuniões de pais, etc. Como reconhecimento a esta minha habilidade, fui sendo convidado também a pensar a comunicação da instituição de maneira mais ampla. Sempre vi na tecnologia uma potência muito grande para me ajudar nesta tarefa.

O ano era 2011 e o Colégio contava com um Coordenador de Comunicação, que já havia criado uma “Fan Page” no Facebook para a instituição. Apesar de, na época, o número de curtidas (seguidores) da página não ser muito elevado, era uma iniciativa inovadora - poucos Colégios de São Paulo dispunham dessa ferramenta de comunicação - e bem realizada, na minha visão. Foi então que me foi oferecida a oportunidade de, em parceria com o Coordenador de Comunicação, gerenciar a nossa página no Facebook.

Foram dois anos criando publicações, respondendo a comentários e vivendo, de maneira mais próxima, a gestão dessa ferramenta. Nesta época, como forma de inspiração e conhecimento do terreno em que adentrava, passei a seguir páginas de outros colégio no Facebook. A diversidade de formatos que encontrei foi muito grande.

Em seguida, após reconhecer a potencialidade da comunicação em plataformas digitais, o Colégio decidiu fortalecer essa perspectiva, criando um Departamento de Comunicação. Neste momento, a gestão da página saiu do meu rol de responsabilidades e passou a ser exercida por profissionais da área. Uma escolha acertada a meu ver.

Hoje temos uma página com cerca de 5 mil curtidas (seguidores), um número elevado considerando que a escola conta com pouco mais de 900 alunos. Falamos aí de pessoas que acompanham o trabalho da escola de perto (alunos, pais de alunos, funcionários), mas também de um número elevado de pessoas que não vivem essa realidade no seu dia-a-dia (ex-alunos, professores e funcionários de outras escolas, etc).

Ao longo destes anos, muitas experiências acumulamos na comunicação institucional via Facebook. Desde informações sobre a escola, até etapas de

projetos pedagógicos que envolvem o Facebook, uma variedade grande interações com os seguidores aconteceram. Acompanhando a página de outras escolas, participando de reuniões e conversas na minha instituição, dois princípios fundamentais da gestão escolar foram sendo vividos por mim: as opções políticas e filosóficas de uma instituição escolar devem se expressar em todas as suas atitudes (unidade, preservação da cultura institucional) e tal gestão deve se dar de maneira participativa. A comunicação institucional do Colégio Oswald de Andrade segue uma série de princípios, alinhados com o Projeto Político-Pedagógico.

Vivíamos ali uma perspectiva de expressar nossos princípios institucionais por meio das postagens. O Colégio tem como política não divulgar no Facebook material produzido por outra instituição que não seja parceira. Isso significa se abster do compartilhamento de conteúdos externos, sejam matérias de revistas e jornais, produções acadêmicas, notícias. Por acompanhar páginas de outras escolas, percebi que a publicação de notícias e reportagens relacionadas ao universo escolar e educacional configuravam um tipo de postagem que mobilizava bastante a comunidade. Não me cabe aqui discutir o conteúdo ou os princípios pedagógicos nos quais tais publicações midiáticas se apoiam, mas a observação desta dinâmica me deixou com uma pergunta: Se nós não fazemos este tipo de publicação, qual tipo de conteúdo mobiliza mais nossa comunidade?

Foi então que passei a pesquisar sobre o tema e pude perceber que pouca produção acadêmica existe sobre o assunto. Consegui encontrar estudos e artigos sobre a relação de empresas e seus consumidores via Facebook, mas um número irrisório de trabalhos relacionados ao universo escolar ou educacional e suas especificidades. Após me aprofundar nos estudos sobre a gestão escolar e conhecer mais daquilo que a gestão deste tipo de empresa tem de diferente frente a outros ramos de negócios, considero importante olhar para a comunicação institucional com sua especificidade. Seguindo a trajetória do campo da Gestão Escolar, considero que importar o conhecimento da área da comunicação organizacional de outros tipos de empresa talvez não seja o mais frutífero para o nosso ramo. E é essa a motivação à qual o presente trabalho responde, de poder oferecer uma reflexão sobre a comunicação institucional via Facebook de uma instituição escolar. Este estudo, tem como finalidade descrever um fenômeno observado, de maneira a permitir ao leitor uma reflexão acerca da Comunicação Institucional na Educação, a

partir da pergunta: “Que uso é feito da página do Facebook pela comunidade escolar do Colégio Oswald de Andrade?”

A pesquisa tem como objetivo descrever a relação entre uma instituição escolar e sua comunidade via Facebook. Para tanto, o delineamento será de um estudo exploratório, com tratamento quantitativo e qualitativo sobre os dados coletados durante dois meses, no primeiro semestre de 2015.

No capítulo “Uma nova internet”, uma breve descrição teórica de trabalhos que baseiam a análise será apresentada. Em seu subtítulo “Redes Sociais”, estudos voltados para este recorte do universo da internet serão discutidos. Em “O contexto da investigação” será traçada uma descrição sobre a instituição abordada no estudo. No capítulo “Análise e interpretação dos dados”, a informação obtida através da coleta será discutida, em termos quantitativos e qualitativos. Os subtítulos desta seção são as categorias de análise (“Aparições na mídia”, “Atividades curriculares”, “Eventos” e “Outros”), que emergiram dos conteúdos e temas tratados nas publicações analisadas. Por fim, a “Conclusão” se dedicará a sistematizar os resultados obtidos em uma reflexão que compartilha o cenário construído a partir das análises e discussões trazidos nesta pesquisa.

2 UMA NOVA INTERNET

A internet hoje ocupa lugar central na vida das pessoas. Todos os dias, nos diferentes ramos de negócios, a interação virtual costuma ser um importante canal de comunicação. No início da popularização da internet, os e-mails e serviços de busca talvez fossem os mais utilizados. Hoje muitas novas possibilidades de interação (redes sociais, *cloud computing*, P2P) estão disponíveis e são cada vez mais optados pelas empresas na interação entre seus colaboradores e seus consumidores.

Tais mudanças significativas no universo da internet se relacionam ao surgimento da WEB 2.0 (O'Reilly, 2005). No ano de 2001, após o estouro da bolha das ações das empresas ponto-com, este universo de negócios viveu uma série de reorganizações. "Muitos concluíram que a web tinha recebido uma publicidade exagerada quando, na realidade, bolhas e conseqüentes reorganizações parecem ser um traço comum a todas as revoluções tecnológicas." (O'Reilly, 2005, p. 1). A eclosão da WEB 2.0 não se trata, portanto, de um fenômeno tecnológico, mas sim de um movimento social, econômico e político.

Esse termo chega a ser questionado por alguns autores. O'Reilly (2005) coloca que tal expressão vem sendo menosprezada como um termo frequentemente utilizado de maneira errônea e bastante popular no universo do marketing. Lemos e Lévy (2010) propõe o termo *computação social* como referência a esse novo momento da internet.

Portanto, o surgimento da computação social se refere a uma mudança cultural significativa, que potencializa as transformações já trazidas pelo surgimento da internet. Lemos (2004 apud LEMOS e LÉVY, 2010) dá o nome de cibercultura ao

(...) conjunto tecnocultural emergente no final do século XX impulsionado pela sociabilidade pós-moderna em sinergia com a microinformática e o surgimento de redes telemáticas mundiais; uma forma sociocultural que modifica hábitos sociais, práticas de consumo cultural, ritmos de produção e distribuição da informação criando novas formas de sociabilidade e de comunicação social. (p. 21 e 22)

Mais uma vez o aspecto da organização social é evocado com força nessa definição. Trata-se uma evolução tecnológica que não pretende alterar a natureza diretamente, mas sim traduzi-la em informação. Neste sentido, a WEB 2.0 fortalece a cibercultura, produzindo novas formas de interação virtual.

A cibercultura carrega alguns princípios fundamentais. O primeiro e talvez mais importante descrito por Lemos e Lévy (2010) é a “liberação da palavra”. Referem-se a uma transformação social profunda nas comunicações: a produção e distribuição da informação deixam de estar restritos aos grandes veículos de comunicação massiva (mídias impressas, televisão, rádio, entre outros) e passam a estar sob o poder de qualquer usuário da internet. Neste contexto, a formação da opinião pública deixa de ser uma exclusividade dos sistemas massivos, dependentes de gigantescas operações financeiras e concessões do poder público para dar lugar a novos agentes, papéis sociais e abrindo espaço para novos pontos de vista.

Um outro princípio fundamental dessa nova perspectiva informacional é a conexão e conversação mundial. O rompimento de barreiras temporais e espaciais (característica fundamental da internet desde o seu surgimento) se fortalece, criando uma esfera da “(..) opinião pública ao mesmo tempo local e global” (Lemos e Lévy, 2010, p. 25). Esse princípio tem um forte valor social, pois permite a circulação da informação de maneira mais livre, dando visibilidade a grupos antes deixados de lado pelos grandes veículos de comunicação em massa.

Da convergência destes dois princípios surge o terceiro e último: a reconfiguração social, cultural e política. A alteração nas dinâmicas de produção e consumo de informação promovem importantes mudanças no contexto comunicacional. Saímos de uma noção de controle de emissão de informações, ao que é dado o nome de funções massivas da comunicação, para a liberação deste pólo, permitindo novas fontes de informações (usuários). A essa nova forma de troca de informações é atribuído, por Lemos e Lévy (2010), o termo *pós-massivo*, sugerindo a superação de um modelo anterior.

É importante ressaltar que esta reflexão não vem para criticar ou negar a importância deste primeiro momento histórico da comunicação por meio dos instrumentos midiáticos massivos - eles não devem acabar a partir das transformações que estamos vivendo, mas sim se adequar a um novo paradigma. São os sistemas massivos que criam um público, uma noção de pertencimento (Lemos e Lévy, 2010). No contexto atual, essa adaptação dos meios massivos já envolve a participação dos usuários, corroborando o princípio de maior participação do usuário e de flexibilização dos pólos produção/consumo de cultura. Estamos caminhando, na perspectiva dos meios de comunicação pós-massivos, para um

debate mais livre, mais personalizado, não mediado, no qual se envolvem, inclusive, os grandes meios de comunicação em massa.

A cibercultura é dotada de uma dimensão espacial, na qual as interações virtuais acontecem. O *ciberespaço* é um campo virtual que é constituído para e nas interações. Trata-se de um campo semântico, no qual as distâncias são medidas não em unidades espaciais (metros, quilômetros): “As distâncias semânticas são a verdadeira base da *ordem* do ciberespaço” (LEMOS e LÉVY, 2010, p. 202). Os hipertextos (links, palavras chaves) nos permitem navegar por assuntos próximos independentemente das distâncias temporais ou geográficas que os separam.

A facilidade de circulação pelos acontecimentos históricos é fruto também de uma outra característica do ciberespaço, que é a desterritorialização do sujeito. Estamos menos presos à localização geográfica, às classes sociais, às diferenciações de gênero e etárias quando adentramos o universo da internet. Podemos assim, nos aproximar daquilo que semanticamente nos atrai, nos relacionando assim com pessoas que, apesar das distâncias sociais e geográficas, comungam de princípios e crenças. “Nosso ‘corpo informacional’, virtualmente onipresente, se define cada vez mais por suas coordenadas no espaço semântico.” (LEMOS e LÉVY, 2010, p. 202)

A questão semântica se torna central quando trazemos à luz a ideia de ciberespaço. Mas ela não corresponde à uma estrutura estática pela qual navegamos a partir de rotas pré-definidas. A organização dos dados nessa perspectiva pode se dar de diversas maneiras, a serem definidas pelos usuários. A cada acesso, a depender nossas condições subjetivas (motivação, finalidade) podemos organizá-los de uma maneira específica. Neste sentido, o ciberespaço é concebido como a “copresença de diversos signos e ideias produzidos pela cultura humana, assim como o conjunto infinito de maneiras de as organizar” (LEMOS e LÉVY, 2010, p. 203). Tal espaço é constituído pela associação das inteligências dos usuários, que o produzem e o atualizam constantemente.

É neste contexto em que nos encontramos. Um universo virtual onde a palavra circula de maneira livre, permitindo a cada usuário divulgar sua opinião independentemente do lugar geográfico e social de onde fala, enquanto circula, por meio de hipertextos pelos campos semânticos que o atraem, construindo formas pessoais de organização deste conteúdo, que surgem as redes sociais. No presente estudo, o foco de reflexão será uma página do Facebook.

2.1 Redes Sociais

No universo da WEB 2.0, um dos temas mais falados são as redes sociais. Talvez por seu grande número de adeptos - o Facebook conta hoje com cerca de 1,4 bilhões de usuários ao redor do mundo (Folha de São Paulo, 2015) - este tema tem sido objeto de diversos estudos e pesquisas na área. Segundo pesquisa do governo brasileiro, é o site de rede social mais usado no país (Brasil, 2015).

Não é raro ouvir pessoas se referirem a sites como Facebook, Orkut, MySpace, Youtube como redes sociais. Porém, falamos aqui de um engano. Tais sites são suporte à redes sociais. Recuero (2014) aponta que “Sites de redes sociais são os espaços utilizados para a expressão de redes sociais na internet” (p.102).

Ao tratar das redes sociais na internet, Recuero (2014) as descreve como sendo portadoras, necessariamente, de dois elementos fundamentais: o ator (usuários, instituições) e suas conexões (relações, interações). Nessa perspectiva, os atores seriam representados por nodos, pontos de intersecção de diversas interações com outros atores. Já as relações, os fios desta teia, podem ter muitas formas e a sua variação é determinante das estruturas sociais que cada rede terá. Por este motivo, Recuero (2014) defende que as conexões se caracterizam como o foco do estudo sobre redes sociais.

O presente estudo se debruçará sobre uma Fan Page do Facebook. Tal instância se caracteriza como uma comunidade dentro de uma rede social. Recuero (2014) propõe:

“Deste modo, a comunidade virtual é um conjunto de atores e suas relações que, através da interação social em um determinado espaço, constitui laços e capital social em uma estrutura de *cluster*, através do tempo, associado a um tipo de pertencimento.” (p. 144)

A partir dessa definição, muitos termos necessitam de uma exploração maior. Anteriormente já discutimos a noção de ciberespaço e é nele que as diversas comunidades, a partir das interações entre seus membros, encontram seu loco. O tamanho de uma comunidade ou de uma rede social vai depender do seu número de usuários e da proximidade social (conjunto de interações) dos mesmos. É importante ressaltar que, conforme discutido no início deste capítulo, o ciberespaço não pode ser entendido a partir de uma perspectiva métrica.

Ao tratar do capital social, a autora defende que as relações no ciberespaço são trocas de informações que contribuem para a construção de um capital social.

Ele pode ser de dois tipos: relacional ou cognitivo (Recuero, 2014). No pólo relacional, encontramos as interações que tem como apelo a integração e o estreitamento dos laços sociais. No pólo cognitivo, o objetivo das interações é a transmissão de informação ou transmissão de conhecimento.

Sobre a sua estrutura, comunidades podem ser definidas como um conjunto de nós que estão mais conectados entre si do que com os outros. São estruturas dinâmicas que podem ser analisadas em níveis de interação (Recuero, 2014): em seu núcleo, encontraremos os usuários frequentes, aqueles que sustentam a comunidade. Em seguida, podemos descrever uma área média, na qual se localizam atores que estão em processo de aproximação ou distanciamento do núcleo. Por fim, na periferia, o restante da rede social, que tem pouca interação com seu núcleo. No núcleo da comunidade, encontraremos uma estrutura chamada *cluster*, que representa o conjunto de laços mais valorosos, que circulam maior capital social. Se trata de uma organização dinâmica, já que sua disposição é baseada nas conexões (interações) entre os atores, e, portanto, específica a cada grupo, a cada momento.

Tais organizações estruturais podem variar de acordo também com a natureza das comunidades. Diferentes origens promovem diferentes dinâmicas e, conseqüentemente, diferentes estruturas. Recuero (2014) propõe uma tipificação das comunidades frente à natureza das mesmas (o que, necessariamente, significa diferentes formatos de *cluster* em seu núcleo). Tais comunidades podem ser de três diferentes tipos, a saber:

- a. Comunidades emergentes: baseada em interações mútuas (recíprocas) dialógicas, esse tipo de comunidade tem em seu núcleo os *clusters* mais concentrados (o que significa relações mais profundas entre membros mais presentes) e menos em sua periferia. A noção de pertencimento neste tipo de grupo é construída na interação entre os indivíduos.
- b. Comunidades de associação ou filiação: nestes grupo, os participantes estão reunidos em torno de um elemento de identificação. Assim, a interação direta entre os participantes é pequena, não envolvendo reciprocidade. Por ser menos conectada entre seus nós, sua estrutura é mais fluida e encontraremos não somente um, mas diversos *clusters* que se relacionam na comunidade. A noção de pertencimento é construída pelo elemento de identificação.

- c. Comunidades híbridas: são comunidades que envolvem um pouco de cada uma das anteriores. Em seu núcleo envolvem interações mútuas, porém não tão fortalecidas como nos grupos emergentes, e envolvem também uma comunidade associativa, constituída por outros atores que não interagem entre si, mas querem estar associados a este.

“Este tipo de grupo, muitas vezes, parece não conter muita interação. Talvez porque a associação, como forma de pertencimento, independe de um esforço de sociabilidade, esse tipo de agrupamento tenha menos comprometimento por parte de seus integrantes” (p.152).

O referencial teórico apresentado neste capítulo servirá de base para a análise e interpretação dos dados coletados. O presente estudo se dedicará a analisar uma página institucional do Facebook, a fim de produzir uma discussão mais aprofundada sobre a relação de uma instituição escolar de nível básico e sua comunidade por meio deste site de rede social. Em uma nova realidade comunicacional, instituições de diversos ramos estão aderindo à novas dinâmicas de produção e difusão de informação. O objeto de análise desta discussão é uma experiência deste tipo.

3 O CONTEXTO DA INVESTIGAÇÃO

A pesquisa foi realizada por meio de análise das postagens da Fan Page do Facebook do Colégio Oswald de Andrade, escolar particular de São Paulo que oferece todos os níveis da Educação Básica. A escolha por tal instituição foi feita em função de ser o local de trabalho do pesquisador, que pode oferecer, na discussão dos resultados, uma visão mais completa e complexa sobre a realidade observada. Cabe aqui uma breve descrição da instituição.

Fundado em 1977, o Colégio Oswald de Andrade se caracteriza, desde sua fundação, como uma instituição inovadora. Iniciou suas operações com uma Unidade, localizada na Zona Oeste de São Paulo e hoje conta com três, na mesma região. É gerida atualmente por uma associação, composta por um grupo de sócios.

A opção por homenagear o poeta modernista em seu nome se relaciona à postura inovadora que Oswald de Andrade tinha no cenário da literatura brasileira. Como o autor coloca em seu “Manifesto da Poesia Pau-Brasil”: “O trabalho da geração futurista foi ciclópico. Acertar o relógio império da literatura nacional. Realizada essa etapa, o problema é outro. Ser regional e puro em sua época” (1924). E essa era a motivação dos fundadores - a partir da absorção das práticas pedagógicas vigentes, criar uma proposta educacional original, que não se tratasse de mera importação de práticas e teorias.

É importante ressaltar a relação desta motivação com seu contexto histórico. Sob o comando de Ernesto Geisel, o país vivia uma ditadura militar cruel, cuja repressão e perseguição política atingia a toda a população contrária ao regime. Neste cenário, criar uma escola na qual a participação dos alunos não se fizesse somente em relação ao universo pedagógico, mas também político e social era um passo arrojado e corajoso por parte dos seus fundadores.

Ao longo dos anos, o Projeto Político-Pedagógico do Colégio foi se aprimorando, se apoiando na valorização da tradição condizente com seus princípios, ao mesmo tempo que se lançava em mares antes desconhecidos. E falamos aqui de um processo consciente, não de meras experimentações inconsequentes. Apoiada em uma concepção construtivista de aprendizagem, a escola se debruça sobre diversos autores para a descrição de seu Projeto Político-Pedagógico.

“A escola conectada com o seu tempo oferece as condições necessárias para que o aluno possa compreender o mundo em que vive, desenvolver a capacidade para pensar, tomar posições e agir tendo em vista a promoção do bem estar individual e coletivo.” (COLÉGIO OSWALD DE ANDRADE, 2014, p.9)

O trecho acima, retirado do Projeto Político-Pedagógico do Colégio Oswald de Andrade, demonstra que a instituição preza pela sua atualização. Afinal, não é possível inovar se não estivermos a par do que acontece ao nosso entorno. E assim, as dinâmicas escolares se transformam, abrindo espaço para o novo, porém motivada por princípios solidificados ao longo de mais de 30 anos.

Hoje em dia, a palavra inovação raramente aparecerá distante da tecnologia digital. Para além da virtualização de processos internos e externos, o Colégio busca também instrumentalizar a geração de alunos e de funcionários para que disponham de fluência na relação com tais tecnologias.

São muitas as experiências, nas esferas pedagógicas e administrativas, que contam com a tecnologia digital a seu favor. E ao longo desta trajetória, as redes sociais virtuais compõem uma realidade que se impôs de maneira infalível no cotidiano escolar. E aí, ao invés de um grande inimigo, a instituição viu potência. Potência para novas práticas pedagógicas, como a criação de grupos de trabalho pedagógico, utilizando tais sites e softwares, e potência para práticas administrativas, como a criação de novos canais de comunicação.

Guiados pelo princípio de inovação ostentado pela escola, em 2008 seus gestores iniciaram uma nova caminhada. A partir de uma Gestão de Comunicação, desempenhada pela direção administrativa e por um Coordenador de Comunicação, foram criadas três novas vias de relacionamento com a sua comunidade, envolvendo redes sociais virtuais: um canal no site Youtube, para dar suporte à divulgação de vídeos institucionais, uma conta no Twitter e uma Fan Page no Facebook, a fim de circular nestes sites notícias e fotos sobre as atividades escolares. A página do Facebook é, entre os três canais apresentados, o mais movimentado (maior número de postagens e maior número de seguidores”, por isso a escolha por este objeto de análise.

A comunicação do Colégio já contava com parcerias relacionadas à comunicação antes desse momento. Na época, uma empresa de assessoria de imprensa, responsável pelo contato com a mídia e uma empresa de publicidade, responsável pela criação de peças de divulgação da instituição já eram parcerias

consagradas. A demanda, neste momento, era interna: como produzir materiais sobre o trabalho pedagógico para a circulação nestas páginas?

O Colégio contava, então, com duas Unidades em operação, sendo que seus setores administrativos se concentravam em uma delas. E aí se coloca um desafio para o qual a tecnologia digital é uma ferramenta fundamental para sua superação: a distância física entre os diferentes setores da instituição. Visto que o setor pedagógico se dividia entre duas Unidades, porém o setor de comunicação tinha sua sede em uma delas, havia uma frequência maior de divulgação de notícias da Unidade em que se encontrava o setor de comunicação.

A solução encontrada para a resolução deste desafio foi a eleição de um membro da equipe de coordenação da segunda Unidade para a alimentação da Fan Page do Colégio no Facebook. Assim, duas pessoas exerciam tal função: o Coordenador de Comunicações em uma Unidade e o Assistente de Coordenação Pedagógica em outra.

Tal organização foi suficiente por algum tempo. Porém, um crescimento no número de alunos da instituição, seguido de um aumento da visibilidade que o Colégio tinha, tanto virtual como material, fez necessária a adequação de tal estrutura. O investimento na área de comunicação foi sendo, a cada ano, maior. A partir desse novo cenário, buscava-se uma gestão mais capacitada destes canais de comunicação.

Foi criado então o Departamento de Comunicação, chefiado pelo Coordenador de Comunicação que já atuava na instituição. Hoje, tal departamento conta com quatro funcionários, sendo um Coordenador de Comunicação, dois Assistentes de Comunicação e uma estagiária. A formação acadêmica desta equipe se distribui nas áreas de Letras, Jornalismo e Audio-visual, a fim de permitir a criação de materiais para todos os canais de divulgação do trabalho da escola.

É neste contexto no qual a presente pesquisa se localiza. Com a finalidade de explorar o trabalho realizado na área de comunicação por uma instituição escolar que conta com um setor estruturado para essa finalidade, surge então a pergunta norteadora: “Qual uso é feito da Fan Page no Facebook pela comunidade do Colégio Oswald de Andrade?”

4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

A metodologia de pesquisa empregada na presente discussão é de um estudo exploratório. Pesquisas dessa natureza tem como finalidade “o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições” (Gil, 1946, p. 41). A opção por este delineamento de pesquisa se dá pela liberdade de organização que a mesma oferece, visto que o objeto a ser estudado ainda não conta com extensa bibliografia a respeito.

Retomando Recuero (2014), a página em questão se caracteriza como uma comunidade virtual do tipo associativa, pois é formada em torno de um interesse comum dos participantes e não a partir dos laços entre os mesmos. Seu capital social é cognitivo, pois tem como finalidade circular informações. Podemos aqui pensar que muitos dos seguidores são pais dos alunos de quem se fala, o que pode sugerir um apelo relacional (afetivo) ao capital social. Porém, ao analisarmos as postagens da página, podemos concluir que, em seu objetivo, apela mais ao capital social do tipo cognitivo.

Foram coletadas todas as postagens feitas pela página (www.facebook.com/colégiooswald) dos meses de abril e maio de 2015. Na época, a página contava com cerca de 5.500 seguidores. As 50 postagens foram analisadas e classificadas a partir de categorias que emergiram do conteúdo textual apresentado.

Distribuição das postagens coletadas

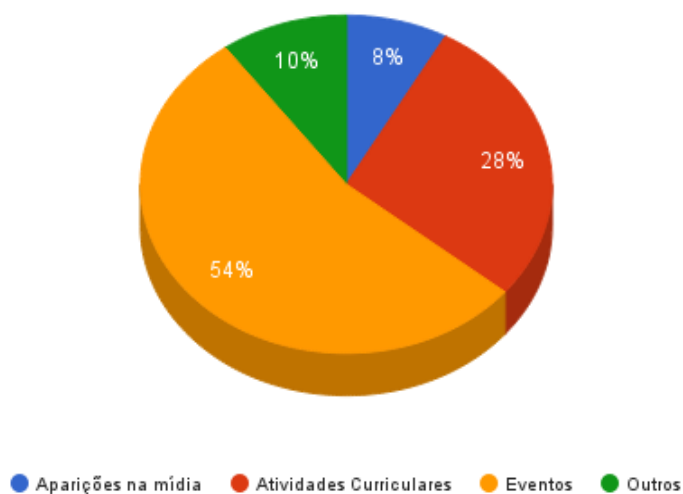


Figura 1: distribuição da frequência de postagens analisadas por categoria

Na figura acima, podemos perceber a distribuição das frequências de aparição de cada categoria na página. É possível perceber que há uma diferença grande em tais frequências, o que nos sugere uma tendência de uso dessa ferramenta por parte da instituição.

Tais classes serão analisadas a partir de três indicadores: número de opções “curtir” (opção de interação oferecida pelo software na qual usuários podem mostrar aprovação ao conteúdo), número de “comentários” (interação verbal dos usuários a partir do conteúdo postado) e número de “compartilhamentos” (replicações do conteúdo feita pelos usuários em sua própria página). Além do cruzamento dessas variáveis, outros elementos serão trazidos à discussão, a fim de promover um olhar mais complexo sobre o fenômeno. O quadro apresentado a seguir traz uma organização estatística dos dados.

| | Aparições na mídia | Atividades Curriculares | Eventos | Outros | Geral |
|------------------------------------|--------------------|-------------------------|---------|--------|-------|
| Número de postagens | 4 | 14 | 27 | 5 | 50 |
| Porcentagem | 8% | 28% | 54% | 10% | 100% |
| Número mínimo de opções “curtir” | 143 | 13 | 0 | 3 | 0 |
| Número máximo de opções “curtir” | 257 | 458 | 165 | 56 | 458 |
| Média de opções “curtir” | 190 | 148 | 57 | 30 | 106 |
| Moda de opções “curtir” | 200 | 233 | 83 | 30 | 229 |
| Número mínimo de comentários | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Número máximo de comentários | 6 | 30 | 19 | 13 | 30 |
| Média de comentários | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| Moda de comentários | 4 | 15 | 10 | 3 | 15 |
| Número mínimo de compartilhamentos | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Número máximo de compartilhamentos | 20 | 91 | 34 | 21 | 91 |
| Média de compartilhamentos | 12 | 10 | 2 | 5 | 7 |
| Moda de compartilhamentos | 12 | 46 | 17 | 11 | 46 |

Tabela 1: Organização estatística dos dados coletados.

4.1 Aparições na mídia

Esta categoria se refere a postagens nas quais o conteúdo publicado se refere a citações do Colégio em publicações midiáticas. Relacionando com Lemos e

Lévy (2010), trata-se de uma interação entre as funções massivas e pós-massivas de comunicação, corroborando a hipótese dos autores de que tais dimensões não são antagônicas, mas complementares. As postagens em questão foram, em sua totalidade, constituídas por replicações de links que levam à sites de jornais, como mostra a figura abaixo¹.



Figura 2: Exemplo de postagem de link de matéria da página do jornal O Estado de São Paulo.

Essa categoria é constituída por quatro postagens (8% do total coletado). Em relação ao número de opções “curtir”, podemos dizer que, comparando às outras categorias, tratamos de um valores altos, tanto no que se refere ao mínimo de

¹ Todas as imagens de postagens da página em questão foram editadas a fim de preservar a identidade dos usuários.

opções em uma mesma postagem, quanto ao número máximo (dentro dessa categoria). A publicação que recebeu menos curtidas obteve 143 destas - o maior valor dentre o mínimo de curtidas de todas as classes - enquanto o maior número em uma mesma postagem é 257. A média e a moda nessa categoria são valores próximos, o que nos sugere uma distribuição equilibrada das opções “curtir” nas postagens.

É a categoria que tem a maior média no quesito opções “curtir”. Apesar de a postagem com o maior número de “curtidas” se encontrar fora dessa categoria, as aparições na mídia constituem, em relação ao número de opções “curtir”, um conjunto que recebe grande aprovação dos seguidores da página. Tal aprovação se apresenta de maneira constante entre as postagens analisadas.

Já em relação aos comentários, temos uma frequência pequena: entre dois e seis comentários em uma mesma postagem. A moda e a média apresentam o mesmo valor, o que nos mostra uma distribuição equilibrada dessa frequência. Nessa categoria, comparativamente às outras, temos um número pequeno de comentários. Podemos dizer que se trata de uma classe de postagens que não promove muita interação verbal entre os seguidores. Ao analisar o conteúdo dos comentários, é possível perceber um padrão - a maioria deles é uma expressão verbal de aprovação da postagem, como mostra a figura a seguir:



Figura 3: Exemplo de comentários expressando aprovação do conteúdo postado.

A tabulação do número de compartilhamentos apresenta média e moda com mesmo valor, o que pressupõe uma distribuição equilibrada entre os valores nas diferentes postagens analisadas nessa categoria. Comparativamente, o número máximo de compartilhamentos desta classe está muito abaixo do número máximo de outras classes (20 desta classe contra 91 de “Atividades Curriculares”). Porém, o número mínimo encontrado é maior que das outras classes (zero). Podemos dizer que conteúdos deste tipo tem uma taxa de replicação não muito elevada, mas mais constante que das outras categorias, sendo que todas as publicações foram replicadas pelo menos 4 vezes.

Interpretando os dados analisados, é importante ressaltar aqui que a instituição, durante o período de coleta de dados, fazia parte de um grupo de escolas convidadas pelo jornal O Estado de São Paulo a manterem um blog dentro de seu site (www.estadao.com.br) sobre suas práticas. Era um contexto em que, apesar de sustentada por uma plataforma midiática massiva, a produção dos conteúdos era de responsabilidade da Instituição. Essas postagens foram dedicadas a apresentar práticas inovadoras do Colégio.

Um curso chamado “Oficinas”, oferecido aos alunos do 7º ao 9º ano do Ensino Fundamental, foi pauta de três das quatro postagens desta classe publicadas no período. Em tal curso, os alunos escolhem uma dentre doze opções de oficinas para cursarem ao longo de um ano letivo. Em relação aos temas, a proposta carrega a perspectiva de desenvolver saberes a partir de uma vivência prática, que tenham valor na vida concreta do estudante, permitindo que este se aproxime de áreas do conhecimento que tradicionalmente não são abarcadas pelos Colégios nesta faixa etária, ou que tenha uma vivência, em relação as disciplinas tradicionais, voltada à construção de um repertório prático, não só teórico.

A única postagem referente à outra prática foi dedicada à “Oficina da Ciência”, disciplina ministrada ao 5º e 6º ano do Ensino Fundamental. O termo “Oficina”, assim como na disciplina tratada anteriormente, se refere ao desenvolvimento de um repertório prático dos alunos, na formação de uma postura investigativa na área das Ciências Naturais.

É possível identificar aqui um padrão em relação aos conteúdos das postagens desta classe. Todas elas divulgam novas práticas curriculares do colégio, com diferentes faixas etárias, que contam com o “fazer prático” como eixo que as une. Trata-se de uma intenção do Colégio de apresentar um movimento pedagógico que tem se intensificado nos diversos níveis da instituição e que espera desenvolver o conhecimento, nas diversas áreas do conhecimento, por meio de experiências práticas.

Este investimento comunicacional se dá por enfatizar práticas consideradas inovadoras pela instituição. Nos últimos anos, o Colégio vem se dedicando a ressignificar sua realidade, promovendo novos tempos e espaços de trabalho aos alunos. E as oficinas se mostram como uma ferramenta importante nesta perspectiva. A partir do convite feito pela equipe do jornal O Estado de São Paulo para construção do blog do Colégio Oswald de Andrade, optou-se por dedicar as

publicações nesta plataforma às práticas escolares que diferenciam o currículo do Colégio Oswald de Andrade das demais instituições, visando um alcance maior que a plataforma do site do jornal pode oferecer.

Por tratar de práticas que extrapolam o currículo comum das escolas básicas, as publicações deste tipo tem maior adesão por parte dos seguidores da página. A frequência alta de curtidas e compartilhamentos demonstram, além da aprovação dos seus seguidores, uma mobilização no sentido de ampliar o alcance de tais publicações. Como coloca Recuero (2014), ao tratar da difusão de informações com apelo cognitivo: “(...) esse tipo de informação parece ter a tendência a espalhar-se mais, atingindo poucos nós em cada rede, mas com uma abrangência maior.” (p. 120). Quando os seguidores do Colégio replicam tais postagens em sua própria página, estão popularizando as ações comunicacionais da página institucional em seus círculos pessoais, ampliando a abrangência da informação produzida pela página, atingindo, assim, os objetivos da instituição.

4.2 Atividades Curriculares

A esta classe, foram atribuídas 28% (14) das postagens analisadas. Aqui se encontram publicações referentes às atividades escolares curriculares. Atividades feitas em sala de aula, trabalhos de campo e projetos em outros formatos fazem parte desta categoria. São atividades que voltadas para o grupo de alunos (em sua maioria realizadas dentro do período de aulas), não envolvendo famílias e a comunidade expandida do Colégio.

Em relação ao número de opções “curtir”, encontramos uma variação grande de frequência. A distância entre o valor mínimo e o máximo é o maior dentre as quatro categorias. A média (148) se localiza consideravelmente abaixo da moda (233), sugerindo uma concentração de frequência maior nos valores baixos. É nessa categoria que encontramos a postagem com maior número de opções “curtir”, sendo 458 em uma mesma publicação. Há também outra publicação que concentra uma frequência de 428 opções “curtir”. Essas publicações fizeram com que a moda da categoria se elevasse, justificando a diferença entre os valores de média e moda. Excluindo estas publicações a título de análise, encontraríamos uma variação de 13 a 191 interações deste tipo, intervalo encontrado ainda abaixo da moda da categoria.

Analisando o número de comentários nesta classe, encontramos uma variação grande também. Algumas publicações receberam 0 comentários, enquanto o número máximo chega a 30. Há uma diferença considerável entre a média e a moda, sendo a média bastante abaixo da moda. O mesmo fenômeno percebido em relação às opções “curtir” se mostra aqui novamente - uma única postagem recebeu 30 comentários, enquanto as outras contêm entre 0 e 10 comentários, elevando o valor da moda de comentários.

Os comentários desta classe de postagens envolvem, como descrito na categoria anterior, frases de aprovação por parte dos seguidores. Além desta forma, é possível encontrar, com bastante frequência, comentários que contêm a marcação de um amigo. No site de redes sociais Facebook, é possível fazer marcações de pessoas que constam na rede do usuário, para que esta pessoa seja notificada sobre a publicação. É uma maneira de “chamar a atenção” de amigos que possam se interessar por aquele assunto, a fim de divulgar tal informação. Em tais comentários, podemos ver marcações de familiares dos alunos, como também de seguidores que são educadores de outras instituições e acompanham o trabalho do Colégio Oswald de Andrade como referência, como mostra a figura a seguir:



Figura 4: exemplo de comentário com marcação de seguidores da página.

O cenário se repete ao analisarmos o número de compartilhamentos. Temos uma variação entre 0 e 91 compartilhamentos nessa categoria, sendo a média 10 e a moda 46. A mesma postagem que se destacou em relação às opções “curtir” e aos comentários, se destaca aqui em relação às replicações. Enquanto as outras postagens circulam entre 0 e 13 compartilhamentos, essa única publicação ostenta 91 interações deste tipo.

A escolha dos conteúdos a serem postados é pensada para que a página comunique atividades que revelem o trabalho da instituição no cotidiano escolar. Ao contrário da categoria anterior, as publicações não se dedicam a descrever conceitualmente projetos da escola, mas sim a comunicar sua execução. Todas as publicações dessa categoria contêm produções visuais ou audiovisuais (fotos ou

vídeos) e texto. Das 14 postagens analisadas, 4 delas se dedicam a comunicar produtos finais ou processos de atividades que ocorrem dentro da sala de aula e são, neste caso, relacionadas à Educação Infantil ou aos 5 primeiros anos do Ensino Fundamental.

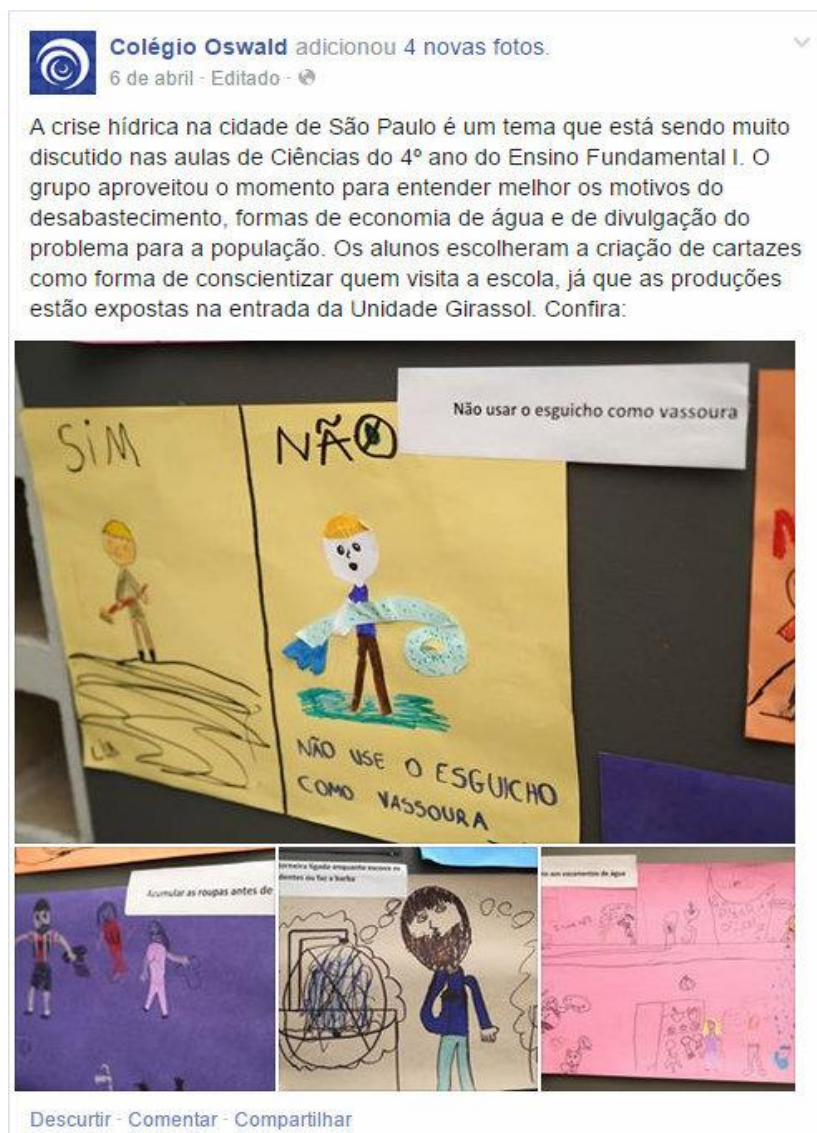


Figura 5: Exemplo de postagem divulgando trabalho de alunos do Ensino Fundamental 1.

Outras 4 publicações se referem a trabalhos de campo, ou seja, atividades que acontecem em espaços fora da escola, que tem relação com o conteúdo previsto no currículo escolar. Neste grupo, conteúdos relacionados aos 4 anos finais do Ensino Fundamental e do Ensino Médio também aparecem.



Figura 6: Exemplo de postagem divulgando trabalho de campo de alunos do Ensino Médio.

Três postagens são relacionadas à um projeto interdisciplinar chamado “Semana Literária”. Trata-se de um projeto anual, com duração de uma semana, que envolve todos os níveis escolares. Para promover um aprofundamento no universo literário de um autor selecionado previamente pela direção da escola em parceria com a equipe de educadores da área de literatura, os alunos se pesquisam diversos aspectos relacionados à vida e obra do mesmo, articulando saberes de diversas áreas, como História, Geografia, Matemática, Língua Portuguesa, Literatura, Teatro, entre outras.

Seguindo com a descrição dos conteúdos publicados, duas postagens retrataram uma atividade chamada Jornada de Profissões, voltada para alunos do 9º ano do Ensino Fundamental ao 3º ano do Ensino Médio. Tal atividade tem como

objetivo aproximar os alunos do universo acadêmico e profissional de diversas carreiras por meio de palestras e estandes montados no pátio do colégio.

Uma das postagens que compõe esta categoria se refere à um projeto chamado “Rede”. Tal projeto envolve alunos do Grupo 5 da Educação Infantil (faixa etária de quatro e cinco anos) e dos 5 primeiros anos do Ensino Fundamental em encontros semanais em agrupamentos interidades, compostos a partir de temas de interesse dos alunos. Nesta proposta, temas como sustentabilidade, futebol, astronomia, games digitais (entre outros) foram contemplados. Tais agrupamentos tem números de participantes diferentes, visto que os alunos se inscrevem naqueles que tem maior interesse. A postagem referente à este projeto se destaca em relação ao número de opções “curtir” (428).



Figura 7: Exemplo de postagem divulgando atividade do Projeto “Rede”, no Ensino Fundamental 1.

Nesta categoria encontramos a publicação que atingiu o maior número de “curtidas”, comentários e compartilhamentos de todo o período de coleta. Tal publicação envolve um vídeo, acompanhado de um texto de apresentação, que

sistematiza a forma como a instituição entende o trabalho da Educação Infantil. É um vídeo que, a partir de imagens do cotidiano dos alunos acompanhadas pela fala da coordenadora do nível em questão, expressa valores e princípios que norteiam a prática do Colégio.

Interpretando os dados coletados, tal categoria se caracteriza por descrever o dia a dia da instituição. Apesar de não mostrar nenhuma imagem do interior uma sala de aula, a intenção das postagens é mostrar como, alinhada às opções políticas e pedagógicas do Colégio, seu cotidiano é marcado por experiências de aprendizagens diversas. É um princípio da instituição que a aprendizagem se dê para além das carteiras e lousas.

O conteúdo das postagens foi produzido ora pela equipe de Comunicação da instituição, ora por educadores que acompanham tais atividades. As atividades em campo, por exemplo, geralmente são documentadas por membros da equipe pedagógica, que produzem tais registros como instrumento de trabalho. Já o conteúdo referente à projetos de maior porte, como a “Semana Literária” e o “Rede” são produzidos pela equipe de Comunicação, pois fazem parte de um plano de comunicação mais amplo.

O hábito de documentar práticas pedagógicas foi, durante o ano de 2013, tema da formação continuada dos professores e auxiliares de classe do Colégio. Nas reuniões de equipe semanais, a partir de uma assessoria externa, a equipe pedagógica da instituição foi convidada a refletir sobre a importância de documentar, a partir de diversas linguagens, os processos de trabalho dos alunos, uma vez que a aprendizagem destes se dá por meio de múltiplas linguagens².

Tal formação criou na equipe pedagógica essa prática de documentação, que favoreceu muito a comunicação da instituição, uma vez que disseminou na equipe tal dinâmica, fazendo com que a produção destes conteúdos não ficasse restrita à equipe de Comunicação do Colégio, além de produzir uma interferência menor nas atividades escolares.

Em relação às atividades de maior porte, como a “Semana Literária”, momento no qual a rotina da instituição é alterada de maneira significativa, envolvendo novas dinâmicas temporais e espaciais, a equipe de Comunicação traça, a cada edição (anual) um plano de comunicação, que dê visibilidade às diferentes

² EDWARDS, C.; GANDINI, L.; FORMAN, G. “As cem linguagens da criança”. Porto Alegre: Artmed, 1999.

abordagens e produções que os alunos de diversas faixas etárias se envolvem a partir de um mesmo autor estudado. Sendo assim, a presença de tal equipe nas diferentes unidades do Colégio é intensa, para que a produção destes registros atinjam um rigor conceitual e estético que contemple o plano traçado. O mesmo acontece a cada semestre em relação ao Projeto “Rede”, momento em que novos temas e novos agrupamentos são formados, porém este se dá somente em uma das unidades da instituição, o que significa um envolvimento menor da equipe de Comunicação.

4.3 Eventos

Mais da metade das publicações da página em questão durante o período de coleta foram dedicadas à eventos escolares. Nesta categoria estão contempladas postagens que envolvem a divulgação anterior a um evento da escola, assim como publicações em tempo real no decorrer da atividade e postagens posteriores. Somam 54% do total analisado (27 publicações). O investimento nesse tipo de postagem é uma maneira de comunicar à comunidade expandida do Colégio (familiares, funcionários e alunos) eventos que contam com sua participação.

Nessa categoria, a variação de frequência das opções “curtir” se dá entre 0 e 165 em uma mesma postagem. É a primeira classe em que é possível encontrar postagens nas quais nenhum seguidor da página optou por sinalizar a aprovação do conteúdo por meio desta forma de interação. A média se localiza no valor 57, enquanto a moda se encontra no valor 83, sugerindo uma frequência maior de valores baixos.

A única postagem que recebeu 0 opções “curtir” trata de um tipo de publicação ainda não descrito nesta discussão. O site de rede social Facebook permite aos atores (pessoas ou instituições) (Recuero 2014) customizarem suas páginas de duas formas principais. A primeira se refere à foto de perfil, que estará associada à qualquer informação que o perfil publicar no site, seja em sua própria publicação ou de outro autor. A segunda maneira é a foto de capa, visível apenas àqueles que acessam a página em questão. Como podemos ver na figura a seguir, a postagem trata-se de uma atualização de foto de capa, ou seja, de uma customização da página institucional do Colégio, a fim de divulgar um evento.



Figura 8: Exemplo de postagem de atualização de foto de capa.

A postagem acima se trata de uma atualização da foto de um evento em função da mudança da data limite de inscrição para a atividade. O mesmo evento já era tema da foto de capa anterior e a este fato podemos atribuir o nível baixo de interações com esta publicação.

Nesta categoria é possível encontrar dez postagens que variaram entre 0 e 10 opções “curtir”. Em nenhuma outra categoria é possível encontrar uma frequência tão alta de postagens que receberam poucas “curtidas”. Entre estas publicações, são tratados três diferentes eventos: o “Oswald em Movimento”, o “Concurso de Declamação de Poesias” e o “Oswald no Cinema”. Tratam-se de eventos tradicionais na instituição, sendo realizados a mais de cinco anos.

Já em relação aos comentários, o intervalo de frequência das interações deste tipo varia entre 0 e 19. A média tem valor 3, enquanto a moda dispõe de valor 10. Este dado aponta para uma distribuição em que os valores baixos aparecem em frequência maior. Podemos dizer que se trata de conteúdos que não provocam tanta interação entre os seguidores. Ao analisar o conteúdo dos comentários, vemos novamente comentários aprovando a publicação e outros contendo marcações de amigos, porém numa relação não dialógica entre si, como mostra o exemplo a seguir:



Figura 9: Exemplo de comentários em postagem.

Duas postagens obtiveram valores altos de comentários. Ambas envolvem a publicação de conteúdo produzido por alunos, mas os comentários dedicados a elas são em formatos próximos aos do exemplo acima, mantendo uma dinâmica de interação entre o usuário e a página (em oposição à interação usuário-usuário). Nesta categoria, são mais frequentes os comentários que carregam perguntas a serem respondidas pela instituição, porém todos em caráter informativo, em que as dúvidas se referem a dados operacionais do evento.



Figura 10: Exemplo de comentários com interação entre usuário e a página.

O número de compartilhamentos nesta categoria varia entre 0 e 34. A moda é 17 e a média 2. Ao analisar as postagens, a perspectiva de um maior número de postagens terem valores baixos de compartilhamentos é corroborada: das 27 postagens analisadas, apenas 12 foram replicadas, sendo somente duas delas replicadas mais de 5 vezes. As postagens que se destacam fazem parte das publicações que se destacaram também em relação ao número de comentários e carregam produções audiovisuais dos alunos em seu conteúdo. A maioria das postagens compartilhadas foram dedicadas a promover previamente o evento. Dentre as 12 que receberam interações deste tipo, apenas 3 não são publicações anteriores aos eventos de que tratam.

Interpretando o conteúdo coletado, entre as 27 publicações coletadas e classificadas nesta categoria, são tratados 5 diferentes eventos, todos de participação gratuita e que acontecem aos sábados. Um evento chamado “Sábado de Oficinas”, dedicado aos alunos e familiares da Educação Infantil, foi pauta de uma publicação posterior, que divulgou o registro fotográfico feito pela instituição. Tal evento tem um número restrito de convidados, em função da limitação espacial, sendo o convite estendido somente aos pais dos alunos. Devido à este fato, a divulgação prévia do evento se dá por e-mail enviado diretamente aos convidados. É intencional que esta atividade não figure com intensidade nos canais abertos de comunicação institucional, evitando assim a superlotação do mesmo.

O evento “Oswald em Movimento”, no qual a escola convida pais e alunos para atividades corporais (esportivas e culturais) foi tema de 13 publicações, sendo o mais abordado da categoria. Nesta atividade, os participantes devem realizar uma inscrição prévia, feita por meio de um website específico do evento. Em função dessa estrutura digital que o evento solicita, a equipe de Comunicação da instituição se empenha com intensidade. É de responsabilidade deles a produção deste site específico, além do acompanhamento das inscrições e a divulgação do evento por todos os canais virtuais que a escola dispõe (e-mail, site, página nos sites Facebook, Twitter e Youtube). Nesta edição do evento, o número de inscrições foi baixo comparativamente aos anos anteriores, o que fez com que a instituição prorrogasse o prazo de inscrição (como pode ser observado na figura 8) e intensificasse a divulgação prévia do evento, produzindo tal quantidade de publicações dedicadas a isto. Porém, a baixa adesão foi expressada também na rede social. Tal conteúdo figura nas postagens que tiveram menor frequência de opções “curtir”, de

comentários e de compartilhamentos desta categoria. Em relação à este evento, uma postagem se destaca e nela é publicada uma série de vídeos produzidos por alunos a fim de provocar a comunidade para a participação no evento.

Conforme descrito anteriormente, nesta categoria se destacaram postagens de divulgação de eventos contendo vídeos produzidos pelos alunos. Tais vídeos foram atividades de um curso de audiovisual, oferecidos aos alunos do Ensino Fundamental 2 e Ensino Médio, dentro da área de artes. Em tal curso, os alunos são convidados a fazer pequenos vídeos abordando diversos temas. Neste ano, pela primeira vez, a instituição propôs aos alunos a criação de vídeos curtos que permitissem à comunidade conhecer mais sobre os eventos em questão. Tal prática parece ter sido bem recebida pela comunidade, uma vez que o apreço expresso na página do Facebook é grande.

O terceiro evento tratado nas publicações desta categoria é o “Concurso de Declamação de Poesias”, ao qual foram dedicadas 10 publicações. Sendo o mais antigo dos eventos tratados no período de coletada, é uma atividade realizada no teatro do Colégio, em que os alunos, funcionários e familiares podem se apresentar declamando poesias e são julgados por um júri composto por educadores da instituição. Para tal evento, uma preparação teatral é oferecida para os alunos, pelo professor responsável pelas aulas de teatro, oferecidas para alunos do Ensino Fundamental 2 e Ensino Médio, dentro da área de artes. É um evento que envolve uma grande mobilização da estrutura da escola. A premiação oferecida aos que, segundo o júri, figuram nas primeiras posições é simbólica e não envolve valor material.

Neste evento, a adesão da comunidade é grande e estável, não havendo muita variação entre um ano e outro. Portanto, o esforço de promoção prévia do evento não necessita de muita intensidade. Mas, por se tratar de um dos maiores eventos da instituição, não pode passar timidamente pelos canais de comunicação do Colégio. Duas publicações contendo produções audiovisuais dos alunos se destacaram, como no “Oswald em Movimento”. Tais produções também foram produtos do curso de audiovisual.

O quarto evento tratado, ao qual se dedicaram 4 publicações é o “Oswald no Cinema”. Em tal atividade, o Colégio promove uma sessão exclusiva de um filme em uma sala de cinema, acompanhada por um debate envolvendo educadores da instituição e/ou pessoas relacionadas ao filme apresentado. É um evento que

acontece anualmente e os filmes apresentados tratam de questões socialmente relevantes. Nesta edição, o filme apresentado foi “A Lei da Água”, que problematiza o novo Código Florestal às situações de seca vividas nos grandes centros urbanos atualmente. Em seguida, o debate foi conduzido por uma das consultoras técnicas do filme. A atividade aconteceu em um sábado de manhã e não teve grande adesão da comunidade escolar. O período de divulgação da atividade foi curto e talvez por isso a adesão não foi tão intensa. A primeira publicação tratando do tema foi feita 5 dias antes do mesmo.

O último evento tratado na categoria foi uma Festa Junina produzida pelo grupo “Orema”, grupo de alunos formado a partir da disciplina “Projetos de Intervenção”, na qual os alunos do 3º ano do Ensino Médio são convidados a planejar, promover e executar uma ação de intervenção social. Nesta disciplina, são formados diversos grupos e cada um deve pensar em uma ação. O grupo em questão optou por realizar uma Festa Junina em praça pública, gratuita e voltada para a comunidade do bairro. A fim de colaborar com a divulgação da atividade, a instituição ofereceu ao grupo de alunos todos os canais de comunicação virtuais. O e-mail, o site e a página do Facebook foram os escolhidos. Em função da coleta ter se dado nos meses de Abril e Maio, somente uma publicação relacionada a este evento foi coletada. Tal publicação se destaca na frequência de opções curtir e de comentários.

4.4 Outros

A categoria em questão foi criada por terem sido encontradas postagens que não cabiam dentro dos critérios elencados para a criação das outras classes. Sendo assim, aqui se encontram agrupadas 5 postagens (10% do total) que publicam assuntos que não envolvem a aparição em mídias massivas, que não estão relacionadas à atividades curriculares ou a eventos da instituição.

Em relação às opções “curtir”, a categoria apresenta uma variação entre 3 e 56 interações deste tipo em uma mesma postagem. A moda e a média apresentam o mesmo valor (30), propondo uma distribuição equilibrada destas interações entre as postagens. Há duas publicações que chamam a atenção pelo número baixo de “curtidas”: tratam-se de postagens de atualização de foto de perfil e de capa, que são customizações da página, como exemplificado na figura 8. Tais publicações

tiveram 5 e 3 opções “curtir”. As outras postagens tiveram uma variação de interações deste tipo acima da média. Nenhuma publicação apresentou valor 0 neste quesito na categoria em questão.

Em relação aos comentários, foi encontrada uma variação de 0 a 13 comentários em uma mesma postagem, sendo a média 4 e a moda 7. Como sugerido pela relação entre média e moda, valores mais baixos são encontrados com maior frequência. Com exceção de uma publicação que obteve 13 comentários, encontramos uma com 5 comentários e as outras três variam entre 0 e 1 comentário.

Os compartilhamentos entre as postagens variam entre 0 e 21, apresentando média 5 e moda 11. Mais uma vez, encontramos uma publicação que se destaca com o valor mais alto interações deste tipo (trata-se da mesma publicação que se destacou em relação aos comentários). Desconsiderando esta a título de análise, encontraríamos uma variação entre 0 e 1 comentário.

A primeira postagem do período coletado atribuída a esta categoria se refere à uma postagem em um blog de um professor do Ensino Médio. Há alguns anos, era muito forte na instituição a prática de ter blogs mantido por professores do Ensino Médio, que tratavam das suas áreas de especialidade. Ao longo dos anos, tal prática foi enfraquecendo, de modo que hoje ainda existe somente um blog deste tipo, dedicado à área de física. A publicação em questão é uma análise do filme “Interestelar” a partir do olhar da ciência. Tal publicação foi a que mais obteve interações do tipo “curtir” e teve o segundo número mais alto de comentários dentro da categoria. Tais comentários se dedicaram a demonstrar verbalmente a aprovação do conteúdo e à marcação de amigos, a fim de chamar a atenção dos mesmos para tal publicação. A publicação foi replicada (compartilhada) uma vez.

A segunda publicação atribuída à categoria divulga uma notícia publicada no site da escola sobre o período de inscrição para o ENEM (Exame Nacional do Ensino Médio). Tal publicação obteve um número de opções “curtir” acima da média, apenas um comentário (em que o usuário marcou um amigo) e um compartilhamento.

A terceira e a quarta publicações tratam de customização da página, sendo a alteração da foto de perfil e da foto de capa, respectivamente. Na ocasião, estas eram temáticas do “Clube do Saber”, projeto que é tema também da quinta e última publicação desta classe. A proposta do “Clube do Saber” se dedica a, a partir de um site específico, criar a interlocução entre os que querem saber algo e aqueles que

querem ensinar algo. Trata-se de um espaço extra-curricular, no qual os temas tratados são bastante diversos. No site, formam-se grupos de investigação temáticos, que podem surgir a partir de alguém que proponha ensinar algo ou de pessoas que gostariam de aprender sobre um determinado assunto. Cursos de gaita, de xadrez e maracatu são exemplos de propostas que se efetivaram a partir do “Clube do Saber”.

Tal proposta recebeu grande investimento de trabalho por parte da instituição. Voltados para a comunidade expandida (familiares, alunos, ex-alunos e funcionários) do Colégio, os cursos são gratuitos e os professores não são remunerados. Trata-se de criar e promover espaços de aprendizagem colaborativa e comunitária, ampliando o universo cultural e cognitivo dos alunos, funcionários e familiares.

A publicação que nesta categoria se destacou em relação à comentários e compartilhamentos trata-se da divulgação de uma vaga de professor num grupo sobre fotografia que já contava com 30 inscritos, mas ninguém para ensinar. Os comentários incluíam marcações de amigos dos usuários e foi replicada 21 vezes.

5 CONCLUSÃO

Retornando à pergunta disparadora, é possível traçar algumas considerações. A partir da indagação “Que uso é feito da página do Facebook pela comunidade escolar do Colégio Oswald de Andrade?”, uma trajetória de análise foi pensada, que permitiu um olhar mais complexo sobre o fenômeno em questão, promovendo um aprofundamento na discussão sobre um tema atual e ainda pouco conhecido.

Nos dois meses de coleta de publicações na página, 50 postagens foram o objeto de análise da presente pesquisa. Todas foram analisadas a partir de três indicadores oferecidos pelo próprio site de rede social *Facebook*: número de opções “curtir”, de comentários e de compartilhamentos. À esta análise, adicionou-se a descrição dos principais conteúdos abordados nas publicações, seguida de interpretação baseada também em informações obtidas pelo autor na sua trajetória de trabalho na mesma instituição.

A instituição em questão coloca um peso grande na ideia da inovação, conforme apresentado na “Descrição do Contexto”. Olhando para as postagens coletadas, de modo geral a ideia de inovação se faz presente a todo o tempo, ora no conteúdo das postagens, ora na forma de comunicá-los. Além de ser um valor importante para a instituição, as postagens que se destacam nas diversas categorias descrevem práticas que não são vistas com muita frequência nos currículos escolares.

A primeira categoria de análise a ser abordada, “Aparições na mídia”, dedicou-se a tratar das postagens que eram compartilhamentos de matérias publicadas em plataformas de mídias massivas (Lemos e Lévy, 2009). Tais postagens tiveram, a partir dos indicadores tratados, uma aprovação grande e constante por parte da comunidade. O conteúdo de tais postagens carrega discussões de cunho mais conceitual, nas quais o Colégio apresenta e argumenta sobre práticas e propostas que considera inovadoras. A esta discussão pode ser atribuído o sucesso de tais postagens frente à comunidade. Além disso, o fato de tais textos terem como plataforma o site de um dos principais veículos de comunicação do país também há de ter contribuído para construir o cenário analisado. Tais discussões receberam bastante apreço por meio das opções “curtir” e foram bastante replicadas.

Na categoria “Atividades curriculares” a instituição apresenta publicações de caráter mais descritivo, sem se debruçar nas discussões conceituais. Nestas publicações, é possível identificar um alto índice de aprovação (opções “curtir”), mas não tão constante como na categoria anterior. As interações verbais por meio dos comentários é maior, mas com pouca interação entre os usuários. Foi identificada, nestas publicações, a presença de seguidores que não fazem parte da comunidade escolar, mas que são profissionais da área da educação que encontraram nestes conteúdos inspirações para o seu trabalho.

Nessa categoria, a perspectiva de reportar as práticas escolares é central e à isso podemos atribuir o alto grau de aprovação que as publicações deste tipo têm na página. Isso permite aos seguidores da página entrarem, ainda que virtualmente, no cotidiano do Colégio Oswald de Andrade. E é neste ponto que o capital de apelo cognitivo e o emocional (Recuero, 2014) se unem, na perspectiva dos pais que seguem a página, atribuindo grande atratividade à estes conteúdos.

Já em relação aos “Eventos”, encontramos uma frequência muito alta de publicações, mas com uma aprovação não tão expressiva da comunidade. As publicações que se destacam envolvem, em sua maioria, produções dos alunos. Neste ponto, podemos encontrar um campo a ser mais investido. A visibilidade que as publicações recebem tem relação direta com a quantidade opções “curtir”, comentários e compartilhamentos que as mesmas recebem - e esta é perceptivelmente maior quando a produção dos alunos é portadora da informação. Um investimento interessante para a instituição seja tornar mais frequente as publicações deste tipo, que passam a cumprir duas funções simultâneas: comunicar e promover uma atividade, além de expor trabalhos dos alunos que parecem ser bastante aprovados pela comunidade. É indispensável trazer à esta reflexão, mais uma vez, a questão da inovação: são poucas as escolas que trazem ao seu currículo um curso de audiovisual, permitindo aos alunos disporem de ferramentas conceituais e práticas para exploração dessa linguagem.

As publicações classificadas em “Outros” já tratam de uma perspectiva diferente. Por ser uma classe em que as publicações agrupadas não são unidas por um tema comum, é difícil traçar um padrão que seja conclusivo acerca das mesmas. Porém, pela publicação que se destaca, mais uma vez a prática que é pauta nos chama a atenção para a ideia de inovação - o “Clube do Saber”.

Sendo assim, concluo essa discussão sugerindo que o tema seja mais explorado, ampliando a análise para outras páginas e outros setores, permitindo que tais universos sejam cada vez mais conhecidos e, conseqüentemente, melhor aproveitados pela nossa sociedade - principalmente em relação ao universo educacional, campo pouco explorado pelas pesquisas na área. A questão da comunicação institucional vive, com as novas possibilidades de interações virtuais, advindas da WEB 2.0, um momento de mudança. Entre câmeras pelas quais os pais acompanham minuto a minuto a vida dos filhos (prática que tem se ampliado nas escolas de Educação Infantil) e projetos comunicacionais como o descrito na pesquisa, um vasto terreno a ser explorado se mostra.

Olhando em uma perspectiva mais ampla, a opção da instituição por carregar na sua página do Facebook somente produções de conteúdo próprias parece ser acertada. A mobilização dos seguidores é maior quando o Colégio mostra aquilo que é dela e só dela; aquilo que a diferencia das outras escolas. Expondo a produção e o processo de ensino e aprendizagem que os alunos vivem diariamente, a escola se mostra de maneira mais atraente para muitos de seus seguidores nas redes sociais e consegue, assim, amplificar aquilo que comunica.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS. **Facebook supera estimativa de receita de analistas; usuários já são 1,4 bi.** Folha de São Paulo, São Paulo, 2015. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2015/01/1581963-facebook-supera-estimativa-de-receita-de-analistas-usuarios-ja-sao-14-bi.shtml>> - Acesso em 19/07/2015

ANDRADE, O. **Manifesto da poesia Pau-Brasil.** Correio da Manhã, São Paulo, 1924. Disponível em <http://www.passeiweb.com/estudos/livros/manifesto_pau_brasil> - Acesso em 20/07/2015

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (2015). **Pesquisa Brasileira de Mídia.** Brasília, 2015, 156 p. Disponível em <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>> - Acesso em 19/07/2015

COLÉGIO OSWALD DE ANDRADE. **Projeto Político Pedagógico para um mundo em transformação.** São Paulo, 2014. 43 p. Localizado em: Secretaria Escolar do Colégio Oswald de Andrade.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4ª edição. São Paulo: Atlas, 2002.

EDWARDS, C.; GANDINI, L.; FORMAN, G. **As cem linguagens da criança.** Porto Alegre: Artmed, 1999.

LEMONS, A.; LÉVY, P. **O futuro da internet: Em direção a uma ciberdemocracia planetária.** São Paulo: Editora Paulus, 2010.

RECUERO, R. **Redes Sociais na internet.** 2ª edição. Porto Alegre: Sulina, 2014.

O'REILLY, T. **O que é Web 2.0: padrões de design e modelos de negócios para a nova geração de software.** 2005. Disponível em

<http://www.ideiamais.com.br/arquivos/pdf/o_que_e_web_2.pdf> - Acesso em 13/07/2015.