

# CONHECIMENTO ALÉM DAS FRONTEIRAS DO AMBIENTE VIRTUAL DE APRENDIZAGEM: ESTIMULANDO A BUSCA E COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTO A PARTIR DE REDES SOCIAIS E BLOGS

MARINGÁ/PR MAIO/2017

FERNANDO ALBERTO JORGETO - CENTRO UNIVERSITÁRIO CESUMAR - fernandojorgeto@gmail.com

DIOGO XAVIER SAES - CENTRO UNIVERSITÁRIO CESUMAR - diogo.saes@unicesumar.edu.br

ELIANE ZANONI - CENTRO UNIVERSITÁRIO CESUMAR - elianezanoni@gmail.com

RENATA RAMOS PAVAN TERRA - CENTRO UNIVERSITÁRIO CESUMAR - renata.terra@unicesumar.edu.br

EDNAR RAFAELA MIEKO SHIMOHIGASHI - CENTRO UNIVERSITÁRIO CESUMAR - miekoead@gmail.com

WAINER CRISTIANO CANCIAN - CENTRO UNIVERSITÁRIO CESUMAR - wainercristian@gmail.com

CECILIA ADRIANA DA SILVA - CENTRO UNIVERSITÁRIO CESUMAR - cecilia.silva@unicesumar.edu.br

SIMONE OLIVEIRA DOS SANTOS CARDOSO - CENTRO UNIVERSITÁRIO CESUMAR -  
admsimonecardoso@gmail.com

EDNILSON BARBOSA DE OLIVEIRA - CENTRO UNIVERSITÁRIO CESUMAR - ednilsonbo@gmail.com

**Tipo: RELATO DE EXPERIÊNCIA INOVADORA (EI)**

**Categoria: MÉTODOS E TECNOLOGIAS**

**Setor Educacional: EDUCAÇÃO SUPERIOR**

## RESUMO

*O processo de ensino-aprendizagem conta com constantes inovações, sobretudo na atual sociedade, denominada sociedade do conhecimento. Novas tecnologias impulsionam novas metodologias e vice-versa. A busca por um compartilhamento eficaz de conhecimento é uma constante na realidade das instituições de ensino que zelam pela sua qualidade. Com esta necessidade de inovação, as metodologias ativas se mostram como ótimos recursos para promover discussão entre os acadêmicos e estimular a resolução de problemas de uma maneira integradora. A integração a ser buscada pode ser multidisciplinar ou multimidiática, por exemplo. Assim, o presente artigo busca apresentar uma ação desempenhada pelo núcleo de educação à distância de uma instituição de ensino superior, que buscou integrar disciplinas diferentes e plataformas distintas para estimular em seus alunos a busca por informações fora do ambiente acadêmico. Os resultados obtidos mostraram um engajamento significativo, reforçando a ideia de que a construção do conhecimento não se restringe a uma sala de aula, seja esta tradicional ou virtual, e que conteúdos obtidos a partir de redes sociais e blogs institucionais podem se tornar interessantes para tornar o aluno como um ser atuante na construção e compartilhamento do conhecimento, despertando o interesse dos professores em fazer com que os alunos acessem os conteúdos antes das aulas e tragam este conhecimento para discussão na plataforma virtual de aprendizagem.*

**Palavras-chave: metodologias ativas; ensino a distância; Facebook; LinkedIn.**

## 1 INTRODUÇÃO

Conectividade, ação, pró-atividade, resiliência e entusiasmo. Essas são algumas características que um professor deve explorar em seus alunos, procurando engajá-los de formas distintas a um contexto diferenciado que otimize o processo de ensino e aprendizagem. Pensando nisso, é possível lançar mão das metodologias ativas para promover maior envolvimento e despertar maior interesse dos acadêmicos acerca dos temas que são articulados em sala de aula, seja ela física ou virtual.

Uma das formas que pode ser utilizada para promover este contexto único é a tentativa de expansão dos ambientes utilizados para a transmissão de conhecimento. Afinal, depois de graduado, o profissional de uma área irá se deparar com situações em diferentes cenários, diferentes plataformas, diferentes ocasiões. Assim, estimular uma integração de ambientes diferentes faz com que os alunos evitem ancorar sua construção de conhecimento a um único suporte, seja ele um livro, uma sala de aula, um ambiente virtual de aprendizagem (AVA) ou qualquer outro.

Pensando nisso, o presente artigo tem como objetivo mostrar como plataformas não focadas no processo de ensino e aprendizagem podem ser administradas para promover impactos múltiplos nos alunos do ensino à distância (EaD) de uma instituição de ensino superior, ajudando a despertar o interesse por temas específicos e a buscar, fora do AVA, conteúdo que auxiliarão em sua jornada acadêmica.

O estudo foi realizado em um centro universitário localizado na cidade de Maringá, Estado do Paraná, com mais de 20 anos de atuação na educação superior e a mais de 10 anos atuando na educação à distância. Reconhecida nacionalmente por sua qualidade educacional, está entre os 4% das melhores instituições do Brasil, destacando-se como o melhor centro universitário do sul do país. Na última avaliação do MEC, manteve IGC 4 (Índice Geral de Cursos). Resultado obtido por seis anos consecutivos. Atualmente possui mais de 100 mil alunos em diversos cursos de graduação e pós-graduação, lato-sensu e stricto-sensu.

Neste estudo proposto, serão explorados os resultados atingidos com a midiatização de conteúdos direcionados para o Dia do Consumidor de 2017, comemorado em 15 de Março, focando acadêmicos de cursos da área de gestão.

## 2 A APLICAÇÃO DE METODOLOGIAS ATIVAS NA SOCIEDADE DO

## CONHECIMENTO

Pensar em novas formas de aprendizagem no mundo dinâmico no qual a sociedade tem vivido é sem dúvida um campo de estudos que merece uma atenção especial, sobretudo quando pensamos nos alunos que compõem esta sociedade e que estão inseridos na educação à distância. Esta sociedade atual vive no imediatismo do mundo virtual e da busca pelas informações em uma rede onde é possível encontrar tudo e a todos. É a chamada sociedade do conhecimento. Desta forma, pensar a educação a partir de desta nova realidade é sem dúvida um ponto que merece atenção.

Sobre esta mudança no contexto educacional no que tange a aprendizagem, Barbosa e Moura (2013, p. 50) destacam que “nas últimas décadas, o perfil do aluno mudou muito. A escola também mudou e sobrevive, hoje, em um contexto socioeconômico que impõe expectativas de desempenho cada vez mais elevadas”. Blikstein (2010, p. 3 apud BARBOSA; MOURA, 2013, p. 51) contribuem com uma crítica ao contexto educacional padronizado, característico das instituições brasileiras por muitos anos:

*[...] o grande potencial de aprendizagem que é desperdiçado em nossas escolas, diária e sistematicamente, em nome de ideias educacionais obsoletas. [...] É uma tragédia ver, a cada dia, milhares de alunos sendo convencidos de que são incapazes e pouco inteligentes simplesmente porque não conseguem se adaptar a um sistema equivocado.*

Conforme Moran (2015) uma escola que espera com que todos os alunos sejam padronizados em seu conhecimento não leva em consideração os principais aspectos da sociedade do conhecimento, sociedade esta que se baseia nas competências cognitivas adquiridas de formas não convencionais, sejam elas pessoais ou sociais, que exigem um ser proativo, que colabore, personalize e tenha uma visão empreendedora.

A partir deste pensamento, emergem os estudos denominados metodologias ativas, na qual o aluno passa de um ser passivo, apenas absorvendo o conhecimento expostos pelo professor em sala de aula, para um ser ativo que busca conhecimento a partir de várias fontes e que é capaz de replicar isto de modo que uma cadeia de conhecimento seja formada.

O aluno com esta autonomia tende a tornar-se mais motivado, como demonstra Reeve (2009 apud BERBEL, 2011), no qual o aluno quando se percebe como um ser autônomo nas interações escolares tende a apresentar melhores resultados em relação à motivação e a percepção de pertencimento, ao engajamento, ao desenvolvimento da autoestima e criatividade, à melhor aprendizagem a partir do processamento mais elaborado das ações, à melhoria do desempenho em testes, como provas e em relação

à fatores ligados ao bem-estar e a satisfação com a vida.

As contribuições destacadas pelo autor supracitado permeiam o que a instituição de ensino deve proporcionar ao seu aluno nesta nova dinâmica, auxiliada pelas metodologias ativas que tornam este processo mais efetivo, sobretudo quando relacionado à percepção de pertencimento, pois o principal desafio é transformar o aluno que estuda pela modalidade à distância em um ser capaz de buscar conhecimento por si só e a compartilhar esse conhecimento com outras pessoas. Este aluno se vê como alguém que faz parte da instituição de ensino, instituição esta que faz parte da sua vida além das fronteiras do ambiente virtual de aprendizagem, ainda que seja uma interação virtual.

Isto ressalta a condição de agentes ativos que os alunos devem adotar ao longo de seus estudos. Cabe aos professores, junto à instituição de ensino, promover condições adequadas para que tal pro-atividade seja cativada nos acadêmicos.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Para a elaboração do artigo foi utilizado o método de pesquisa estudo de caso, recomendado em situações com baixa monitoração dos acontecimentos, mas que se encontra inserido em um contexto real (YIN, 2005). O estudo de caso possibilita a realização de deduções a partir de um caso significativo e representativo, de modo que seja possível realizar generalizações para determinadas situações (SEVERINO, 2007).

O estudo de caso foi escolhido, pois conforme orienta Yin (2005) este método é utilizado para confirmar, contestar ou estender determinada teoria como uma forma de testar a sua formulação. A partir deste estudo é possível determinar se a teoria atende às situações semelhantes ou se pode haver um conjunto alternativo que seja mais relevante.

A pesquisa realizada caracteriza-se ainda como exploratória e como uma pesquisa qualitativa. Exploratória, pois tem como objetivo proporcionar uma visão ampla sobre um determinado tema e qualitativa, pois permite o levantamento de dados a partir de informações a serem investigadas (SANTOS, 2006).

A partir desta metodologia busca-se descobrir os efeitos das ações realizadas, qual a abrangência alcançada e como poderá ser melhorada no contexto da educação à

distância.

#### **4 PLANEJAMENTO DA AÇÃO**

A emergente questão das metodologias ativas, que visa proporcionar recursos para que o aluno seja estimulado na busca de conhecimentos em fontes além da sala de aula tradicional, seja esta física ou presente nos ambientes virtuais de aprendizagem (AVA), contribui para que a instituição e alunos tornem-se mais próximos a partir do compartilhamento de conteúdos que estão relacionados aos seus cursos de gestão.

Pensando neste envolvimento a ser alcançado, uma das formas elaboradas para tal adotou como motivo principal a celebração do Dia do Consumidor em 15 de março. A partir desta preocupação em promover conteúdo, gerar engajamento com os alunos e disseminar conhecimento fora dos ambientes restritamente acadêmicos, os professores e a coordenação dos cursos voltados à área de gestão do núcleo de educação a distância da instituição, juntamente com o departamento de Marketing, desenvolveram uma ação em meios eletrônicos, especificamente no blog e redes sociais da instituição (Facebook e LinkedIn), com acesso livre para qualquer internauta ao longo do mês de Março de 2017. Estas ações serão descritas a seguir para melhor compreensão.

A primeira ação foi realizada no dia 15 de Março de 2017, às 18h30m, com a divulgação na fanpage oficial da UniCesumar, na rede social Facebook, de um vídeo com mensagens de alguns dos professores dos cursos de gestão vinculados à temática do consumidor, assim como da professora coordenadora. O conteúdo do vídeo foi elaborado com base nos temas que cada um dos professores viria abordar em postagens específicas no blog da instituição. O vídeo desempenhou um papel de convite às discussões que viriam desdobrar ao longo da segunda quinzena do mês.

Nesta mesma data, 15 de março de 2017, foi disponibilizado o primeiro artigo elaborado por um professor da instituição, com caráter acadêmico, mas com a preocupação em manter uma linguagem menos rígida, fazendo com que o leitor ao mesmo tempo em que adquiria conhecimento pudesse compartilhar esse conhecimento com outros usuários da rede. Para auxiliar neste processo, o uso da hashtag #DiaDoConsumidor teve o intuito de unificar as postagens futuras ao tema e para tornar o conteúdo acessível de forma mais fácil para outras pessoas que, eventualmente, poderiam vir a pesquisar sobre o assunto.

As demais ações envolveram as publicações de artigos com temas de interesse no estudo sobre os consumidores com ações programadas duas vezes em cada semana da segunda quinzena de Março para que, desta forma, fosse possível manter um acesso constante ao blog como uma forma de retomar os conteúdos já passados. As demais fases da ação podem ser verificadas na descrição a seguir:

- Publicação do artigo intitulado Precisamos Falar sobre E-Shoppers no dia 15/03/2017, com o lançamento da ação (disponível em: ).
- Publicação do artigo intitulado Fraudes na Internet no dia 17/03/2017 (disponível em: ).
- Publicação do artigo intitulado Empreendendo no e-commerce no dia 20/03/2017 (disponível em: );
- Publicação do artigo intitulado Código de Defesa do Consumidor no dia 22/03/2017 (disponível em: ).

Além do Facebook, a ação também contou com divulgação dos artigos na plataforma LinkedIn. As ações foram pensadas como forma de fazer com que o aluno busque conhecimento além do ambiente institucional, ou seja, fornecendo o material também em outras plataformas, tais como Facebook e LinkedIn, que por sua vez poderiam ser repassados a outras plataformas ou fanpages.

Até a segunda quinzena do mês de abril de 2017, o vídeo disponibilizado pelo Facebook obteve um alcance de 11.600 pessoas impactadas, com 4.100 visualizações, 152 curtidas na postagem, 46 compartilhamentos e 27 comentários.

Por sua vez, o post no perfil do LinkedIn conquistou 10.448 visualizações, com 60 curtidas. Os artigos escritos pelos professores participantes, que foram disponibilizados no blog da UniCesumar, também foram publicados no LinkedIn da instituição. Somando as visualizações dos artigos disponibilizados no LinkedIn chega-se a um total de 42.014 visualizações.

Esta abrangência dos conteúdos retornou um resultado muito satisfatório, pois quando comparado ao total de alunos matriculados nos cursos de gestão envolvidos na ação, no qual o conhecimento poderia ter permanecido restrito, teríamos um universo de aproximadamente 3300 alunos. Com esta ação, o alcance foi quase treze vezes superior, impactando um número considerável de pessoas além dos alunos e que, por sua vez, contribuíram no compartilhamento dos conteúdos a outras pessoas.

O foco dos conteúdos publicados em canais abertos foram os alunos da instituição dos

cursos em questão, no entanto, o fato de estender os conteúdos abertos à toda a comunidade teve como proposta o acesso à informação de qualidade, produzida por professores, e à geração de conhecimento em uma linguagem simples, mas relacionados aos conteúdos ministrados em disciplinas comuns dos cursos de gestão.

## **5 PROPOSTA DE AÇÃO PARA O AVA**

A quantidade significativa de acessos, apontada pelo monitoramento do departamento de Marketing, somada aos feedbacks dos próprios alunos estimulou uma extensão da proposta inicial, mas mesmo com um expressivo volume de acessos, neste momento, não é possível indicar quais deles são de alunos. No entanto, as mensagens recebidas e a interação promovida entre alunos e professores comprovam o efeito desejado da ação.

Como complemento da ação, reforçando o cunho pedagógico, os artigos veiculados no blog da instituição serão utilizados como proposta para a realização da atividade pedagógica denominada Fórum que esta prevista na metodologia da instituição. Esta atividade consiste em estimular os alunos a postarem suas participações pelo AVA discutindo sobre temas propostos pelos professores. A discussão entre os alunos é estimulada e conta com intervenções da equipe docente para direcionamento ao tema proposto.

A atividade será realizada no módulo 53/2017 (período de Julho a Outubro) e consistirá em propor aos alunos o compartilhamento dos textos publicados no blog em alguma rede social na qual o aluno tenha perfil ativo com a intenção de que o aluno estimule os comentários por parte dos seus amigos adicionados nos textos postados durante um período predeterminado. Os alunos deverão então realizar a análise dos comentários realizados em cada texto, selecionar um dos textos que julgue ter mais relevância e realizar uma análise entre os comentários realizados por seus amigos adicionados e o seu ponto de vista embasado nos conteúdos da disciplina como resposta para a atividade Fórum, debatendo o seu ponto de vista com os demais colegas de turma, apontando visões divergentes ou convergentes do seu próprio conhecimento com as opiniões postadas por seus amigos e compará-las às respostas dos demais colegas com a finalidade de confirmar se há um direcionamento diferente dentro e fora do AVA nas diferentes regiões do Brasil. A proposta é de que as discussões ocorridas em páginas de redes sociais sejam trazidas para dentro do ambiente virtual de aprendizagem em uma interação mediada por professores.

No caso do aluno não possuir rede social ou não desejar postar os textos em sua rede particular, a proposta é de que ele possa acompanhar os comentários por meio do blog oficial no qual os textos estão postados a fim de verificar os comentários, podendo, desta forma, realizar a sua análise.

Assim, orientando o Fórum para as publicações já elencadas neste artigo os alunos reforçam o hábito de pesquisa em fontes externas e consolida-se o viés pedagógico da ação a fim de se posicionar criticamente respaldados nos conteúdos das disciplinas em redes sociais.

Contudo, devido ao módulo 53/2017 no qual a atividade será trabalhada ainda não ter iniciado, não há, por enquanto, mensuração do feedback da ação e o seu impacto na avaliação dos alunos nas disciplinas que envolverá a proposta, no entanto, pelo número de acessos preliminar extraído pela equipe de Marketing da instituição já demonstra vias de sucesso para a proposta da atividade, ligando a busca de conhecimento externo em fontes seguras ao mesmo tempo em que forma uma opinião crítica do aluno baseada em conhecimento dos conteúdos das disciplinas do seu curso. O estudo ensejará outras oportunidades de estudo em outros cursos para analisar a efetividade da ação na qualidade da opinião crítica do aluno.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Por meio dos resultados atingidos na ação descrita neste artigo, pôde-se perceber que é possível o engajamento de alunos em um ambiente alheio ao destinado para as atividades acadêmicas. Isto reflete, também, o interesse dos acadêmicos e demais seguidores da instituição nas plataformas comentadas sobre temas relacionados à área de gestão.

A abrangência da ação contribuiu para que nos fosse despertado o interesse de direcionar conteúdos relacionados às aulas fora do ambiente virtual de aprendizagem, fazendo com que o aluno busque uma forma de compreender o assunto que será discutido em cada aula antes que esta venha de fato acontecer. O grande desafio que os profissionais enfrentam com o imediatismo da sociedade do conhecimento é fazer com que o aluno, sobretudo da modalidade a distância que realiza sua matrícula com a mentalidade de ser mais fácil pela falta de disponibilidade para cursar um curso na modalidade presencial, torne-se um ser ativo na busca pelo conhecimento e que não espere apenas por absorver o conteúdo repassado pelo professor.

Mostra-se evidente que disponibilizar conteúdo com linguagem mais simples, que promova a discussão sobre temas estudados nas aulas e que enriquecem o conhecimento, em plataformas não relacionadas diretamente com o ambiente de ensino e aprendizagem pode ajudar a despertar nos acadêmicos o interesse pela busca de conhecimento mais aprofundado sobre o assunto, tais como livros e artigos publicados na área, ou ainda de temas relevantes em outras fontes de informação. Com a repetição de práticas como essas ao longo do período letivo, o profissional, uma vez já graduado, tende a internalizar esta procura de informações construtivas, não ficando dependente apenas das aulas preparadas exclusivamente para este fim.

Este processo, ainda, pode fortalecer o hábito de leitura nos indivíduos, mantendo-os informados sobre seu ambiente mercadológico e sobre os pontos mais relevantes de sua área de atuação profissional. Desta forma, os estudos tendem a continuar sobretudo para verificar a efetividade da ação a partir das próximas disciplinas oferecidas em cursos da área de gestão e analisar se houve a melhoria no aprendizado dos alunos comparativamente entre a metodologia anterior, voltada à absorção do conhecimento para este novo cenário a partir das metodologias ativas, analisando se a qualidade esperada no ensino a distância foi mantida.

## REFERÊNCIAS

BARBOSA, Eduardo Fernandes; MOURA, Dácio Guimarães de. **Metodologias ativas de aprendizagem na educação profissional e tecnológica**. Boletim Técnico do Senac, Rio de Janeiro, v. 39, n.2, p.48-67, maio/ago. 2013.

BERBEL, Neusi Aparecida Navas. **As metodologias ativas e a promoção da autonomia de estudantes**. Semina: Ciências Sociais e Humanas, Londrina, v. 32, n. 1, p. 25-40, jan./jun. 2011.

MORAN, José. Mudando a educação com metodologias ativas. In: SOUZA, Carlos Alberto de; MORALES, Ofelia Eliza Torres. **Convergências midiáticas, educação e cidadania: aproximações jovens**. Ponta Grossa: UEPG/PROEX, 2015.

SANTOS, Vanice dos. **Trabalhos acadêmicos: uma orientação para a pesquisa e normas técnicas**. Porto Alegre: Age, 2006.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo:

Cortez, 2007.

YIN, Roberto K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.