

Influência das Mídias Sociais no Comportamento dos Jovens do Ensino Médio

**Luane Dutra Dos Reis, Eduardo Robini Da Silva, Sandra Grellmann Berghahn,
Verena Alice Borelli, Thiago Finimundi**

RESUMO

O presente trabalho teve por objetivo identificar e analisar qual a influência das mídias sociais no comportamento dos jovens do Ensino Médio. Para este trabalho foi utilizado o método misto qualitativo e quantitativo, para o efeito, foi elaborado um questionário virtual, via Google Docs, e aplicado para 53 estudantes, alunos, professores das cidades de Antônio Prado e Caxias do Sul e também por meio questionário/entrevista pessoalmente, que contou com a participação de 15 alunos do Colégio Estadual Professor Ulisses Cabral. A análise dos dados foi feita por meio da análise de dados e estatística descritiva. Os resultados obtidos na pesquisa identificaram os principais motivos e o que leva os jovens utilizarem as redes sociais em sala de aula, se esses devidos fatores interferem no comportamento dos mesmos, a forma de interação entre eles e a relevância das mídias sociais para cada um deles.

Palavras-chave: Mídias sociais. Jovens. Comportamento.

1 INTRODUÇÃO

As redes sociais influenciam as relações humanas, bem como podem ser usadas como espaços de aprendizagens, pois nelas os jovens estudantes desenvolvem várias práticas de leituras e escrita, no processo de interação social/virtual. Como afirma os autores Oliveira e Ferreira (2011, p. 6) a informática e as telecomunicações têm oportunizado novas maneiras de convivência entre os homens e, até mesmo, têm modificado as relações deste com o trabalho e com a própria inteligência, fazendo emergir formas de leitura, escrita e aprendizagens diversas.

O termo “mídias sociais” compreende um grupo de aplicativos baseados na Internet, os quais foram desenvolvidos a partir das fundações ideológicas e tecnológicas da Web 2.0, e que permitem a criação e intercâmbio de Conteúdo Gerado pelo Usuário (ALEX PRIMO, 2012, p 618). No Brasil, os aplicativos com maior número de usuários são Facebook (94%), Youtube (85%) e WhatsApp (84%) (BAQUERO, 2016, p. 994). Dentre estes indivíduos, destaca-se a utilização pelos jovens, de acordo com uma pesquisa realizada pela Amdocs, em dez países, constatou-se que 64% dos jovens entre 15 e 18 anos costumam checar as redes sociais assim que acordam.

As mídias sociais já estão presentes na vida dos estudantes do ensino superior e alguns estudos apontaram que grande parte destes estudantes usam as mídias sociais para interação com outros usuários e para construção de relacionamentos (LENHART; MADDEN; HITLIN, 2005; DEBELL; CHAPMAN, 2006; LENHART et al. 2008), principalmente aqueles que cresceram envoltos na atmosfera digital, conhecidos como *millennial students* (WANKEL, 2009).

A partir disso, verifica-se a proximidade cada vez maior dos jovens com estes aplicativos e por isso, a escola precisa utilizar tais ferramentas disponíveis como meios que oportunizam preparar os alunos para a vida, para a cidadania e para o mundo do trabalho. Referenciando Pedro Demo (2000, p. 2) quando este diz que no processo de pesquisa “o aluno deixa de ser objeto de ensino para tornar-se parceiro de trabalho”, com consciência crítica, questionamento reconstrutivo, sujeito ativo, participativo, produtivo. O aluno se torna sujeito do processo de ensino e aprendizagem, sendo capaz de: “movimentar-se, comunicar-se,

organizar seu trabalho, organizar o ritmo de seu trabalho, saber argumentar, raciocinar, propor com fundamentação e buscar o equilíbrio entre trabalho individual e coletivo buscando o consenso” (DEMO, 2000, p. 4).

O uso de mídias sociais no setor de ensino superior possibilita também maior interação com os alunos e a obtenção de informações relevantes (e com custo baixo) para apoiar o planejamento e a implementação das estratégias de marketing da organização. Diante disso, este estudo teve por objetivo analisar a influência das mídias sociais no comportamento dos jovens do Ensino Médio.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 MÍDIAS SOCIAIS

De acordo com a temática da organização da rede, é possível a formação de configurações diferenciadas e mutantes. As redes sociais, segundo Marteleto (2001, p.72) representam “um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados”.

Segundo Romano (2012), as mídias sociais são entendidas como aplicativos construídos sobre a base tecnológica da web 2.0, que facilita a criação e a troca de conteúdos gerados por usuários. São consideradas mídias sociais digitais textos, imagens, áudio e vídeo em blogs, quadro de mensagens, e outras ferramentas que permitem a interação entre os usuários.

Recuero (2009) observa que as mídias sociais digitais permitem maior conversação e diversidade de fluxos de informação entre participantes, incentivando a emergência de redes sociais e de capital social mediado. A emergência das mídias sociais digitais, de acordo com Romano (2012) tem favorecido o processo de comunicação, pois facilita o compartilhamento de informações sobre os mais diferentes assuntos, como bens, serviços, e sobre organizações.

Mídias sociais ou de relacionamento são utilizadas em abundância na circulação de dados e na inclusão ao outro. Para entender como o indivíduo cresce e se molda através de sua formação social, faz-se necessário também, que o professor entenda como o discente se relaciona e se entende nas redes sociais (ORLANDI, 2001).

Registram-se o aumento exponencial no tocante ao alcance das redes sociais. O Instagram conta com 600 milhões de pessoas com perfil cadastrado nesse aplicativo. Ao que tudo indica se for comparar com a população dos outros países, certamente que a comunidade registrada no Instagram só perderia para a China e a Índia no número de habitantes. As redes sociais caracterizam-se como países com milhões de cidadãos. Criam-se as ruas e as leis, contudo essas criações se registram, porquanto vai aumentando o número da população, o trânsito pode ficar mais complicado e aumentando também a criminalidade. Fato esse que nas redes sociais acontecem parecidas (KRIEGER, 2017).

Pode-se afirmar, sem equívoco, que neste período técnico-científico-informacional, a internet, através das tecnologias da informação e comunicação (computador, celulares, smartphones, tablets), enquanto possibilidade de comunicação e informação está modificando a maneira como as pessoas se relacionam, aprendem e se comunicam. Nesse sentido, uma “convergência dos momentos” (SANTOS, 2009, p. 196).

2.2 COMPORTAMENTO DOS JOVENS

A juventude da era digital pode ser caracterizada como uma geração diferente das gerações anteriores. Na era digital a assimilação da tecnologia é mais rápida, torna-se padrões típicos o próprio consumo de bens culturais online, conhecimento das ferramentas que

auxiliam o processo comunicativo. Tornou-se uma realidade o processo interativo; ganham ativamente espaço o processo de produção e de divulgação. As práticas do campo ficaram marcadas pela preferência pelos meios online – conectados à internet e a busca de outros tipos de produtores (DE SOUSA, 2014).

A juventude é um importante segmento para o desenvolvimento econômico e a mudança positiva para uma nação. Em 2011, a população mundial era de 7 bilhões de pessoas, e 43% dessa população era formada por aqueles com menos de 25 anos de idade segundo o Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA). No contexto brasileiro, conforme dados da Pesquisa Nacional de Domicílios (PNAD) de 2013, quase 40% da população correspondia a pessoas com até 24 anos de idade (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Pesquisa Nacional por Amostra e Domicílios. Síntese de Indicadores 2013).

A transição do jovem à educação superior coincide, muitas vezes, com o processo de desenvolvimento da adolescência caracterizado por modificações biológicas e psicossociais. Fagundes define transição como “um processo de mudança que implica uma descontinuidade na trajetória vital, aspecto que condiciona uma modificação de condutas, papéis e ambientes que é mediada por fatores institucionais e sociais”. A autora ainda destaca a passagem para a universidade com um processo não linear (FAGUNDES, 2012).

Os adolescentes encontram um mundo sem aborrecimento na Internet, em que eles não se sentem irritados nem deprimidos. Como o psicólogo Wang Danli indicou na sua obra (2006, p. 134), os adolescentes dispensam tanta atenção à Internet e mantêm contatos tão frequentes com ela por causa das necessidades psicológicas: em busca de conhecimentos novos e psicologia curiosa; apego à liberdade e igualdade; encontrar abertura e pluralismo; satisfazer a expressão emocional; satisfazer a psicologia sexual; em procura de contatos interpessoais; obter sucesso instantâneo; desabafar queixas e cólera; fugir e livrar-se da realidade; realizar a si próprio na vida virtual.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Buscando atingir o objetivo proposto realizou-se um estudo de método misto qualitativo e quantitativo. Quanto à natureza da pesquisa classifica-se como aplicada, com objetivos exploratórios e descritivos. Operacionalizada através de survey e pesquisa de campo. Para a coleta dos dados qualitativos elaborou-se um roteiro de entrevista contendo 13 questões a partir do referencial teórico estudado (Quadro 1).

Quadro 1 - Instrumento de coleta de dados qualitativos

Códigos	Perguntas
Frequência e natureza do uso de mídias sociais;	1. Quais são os motivos que te fazem utilizar as mídias sociais em sala de aula? 2. Com qual frequência você utiliza as mídias sociais em sala de aula? 3. Qual o resultado/finalidade do uso das mídias sociais em sala de aula?
Percepção dos jovens sobre mídias sociais;	4. Qual a sua perspectiva em relação ao Instagram? 5. Qual a sua perspectiva em relação ao Facebook? 6. Quais as diferenças que você percebe entre estas duas redes e os seus usuários? 7. Qual a sua preferência em relação as redes sociais?
Ações das mídias sociais sobre fake news;	8. Você conhece FakeNews? 9. Consegue perceber o que é fato e o que é fake nas redes sociais? 10. Qual a sua postura ao se deparar com notícias falsas nas redes sociais?
Percepção dos professores sobre impacto das mídias sociais na vida dos jovens.	11. Qual a percepção do professor em relação ao uso das redes sociais em sala de aula? 12. Qual o comportamento do professor ao se deparar com o uso das redes sociais em sala de aula por alunos? 13. Qual a influência das redes sociais nas vidas dos adolescentes que a utilizam em sala de aula?

Fonte: elaborado pelos autores (2019).

Já para a etapa quantitativa utilizou-se um questionário estruturado com xx questões utilizando escala likert de 05 pontos sendo 01 discordo totalmente e 05 concordo totalmente. Os dados referentes à etapa quantitativa, foram obtidos através de formulário eletrônico, disponibilizado através das redes sociais.

Quadro 2 – Instrumento de coleta quantitativos

Códigos	Perguntas
Frequência e natureza do uso de mídias sociais;	1. Você utiliza mídias sociais em sala de aula 2. Você faz uso excessivo das mídias sociais em sala de aula 3. O seu uso das mídias sociais em sala de aula é para trabalho 4. O seu uso das mídias sociais em sala de aula é para entretenimento
Percepção dos jovens sobre mídias sociais;	5. Eu acesso o Instagram excessivamente 6. Eu acesso o Facebook excessivamente 7. Posso aproveitar algo em relação a estas duas redes para o meu dia a dia.
Ações das mídias sociais sobre fake news;	8. Você reconhece quando uma notícia é fato ou fake nas mídias sociais 9. Já se deparou com alguma notícia fake nas mídias sociais 10. Eu tomo alguma providencia ao me deparar com FakeNews
Percepção dos professores sobre impacto das mídias sociais na vida dos jovens.	11. O professor deve proibir o uso das mídias sociais em sala de aula. 12. O uso das mídias sociais em sala de aula prejudica o desempenho do aluno 13. O uso das mídias sociais em sala de aula influencia positivamente o aluno

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Os dados qualitativos coletados foram analisados por meio de análise de conteúdo, de acordo com os pressupostos apresentados por Bardin (2011). Enquanto que a análise dos dados quantitativos foi feita mediante estatística descritiva (frequência e tendência central).

No que se refere aos participantes da pesquisa, para a etapa quantitativa, selecionou-se de por amostragem não probabilística por conveniência 53 estudantes e professores de um colégio localizado na Serra Gaúcha. Para a etapa qualitativa participaram deste estudo, jovens estudantes do Ensino Médio, a pesquisa contou com a colaboração de alunos no Ensino Médio do Colégio Estadual Professor Ulisses Cabral, das séries do 1º e 2º ano do segundo grau.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 ETAPA QUANTITATIVA

Inicialmente foi indagado se os respondentes (professores e alunos) utilizam mídias sociais em sala de aula. Os resultados apontam que 47,2% concorda totalmente com esta afirmação, demonstrando que a maior parte dos indivíduos utiliza as mídias em sala de aula, já que apenas 3,8% discordam desta afirmação.

A inserção das mídias digitais na educação nos traz possibilidades que podem mudar as realidades, muitas vezes, taxadas como impossíveis de se resolver. Segundo Martins (2007, p. 204) “As tecnologias atuais permitem a criação de situações de aprendizagens ricas, complexas e diversificadas que contribuem para o indivíduo manifestar sua individualidade e criatividade e estabelecer interações de forma integral e eficiente”.

Observando o gráfico que acabou se tornando crescente, podemos observar que entre os respondentes 4,2% concordam totalmente que utilizam as mídias sociais em sala de aula, e apenas 3,8% discordam totalmente, sendo assim eles não utilizam as mídias em sala de aula e 32,1% concordam parcialmente. Segundo Almeida (2007, p. 159).

A incorporação de uma tecnologia aos processos educacionais passa pela compreensão das características constitutivas desse novo meio, de suas

potencialidades e limitações em relação às formas de interação e construção de significados. Assim, torna-se necessário que o professor utilize a tecnologia na condição de sujeito ativo, protagonista da ação, de modo que possa analisar a efetividade das contribuições desse suporte para a criação de experiências educativas significativas e relevantes para os aprendizes.

De acordo com Belloni (2001), mediatizar significa buscar metodologias de ensino e estratégias de utilização de materiais que auxiliem no ensino e aprendizagem. Em relação ao uso excessivo das mídias sociais em sala de aula, 34% responderam que não concordam nem discordam, ficando indiferente a este quesito. Outro dado que chama a atenção é que apenas 7,5% concordam totalmente que usam excessivamente as mídias em sala de aula, e 13,2% discordam totalmente que provocam o uso excessivo das mídias em sala de aula, com tudo, isso não é recomendado pois na maioria das vezes, o que é em excesso não é recomendado, devemos procurar um equilíbrio na maneira correta de usar as mídias de modo que não seja excessivamente.

O que se corrobora com a literatura, que segundo Bauman (2001), o desenvolvimento tecnológico quando não utilizado de forma correta possibilita um relacionamento superficial entre as pessoas. Nesse sentido, Bauman (2001) fez uma crítica a chegada da globalização e conseqüentemente ao advento da tecnologia, pois ambas possibilitam a liquidez para os laços sociais na pós-modernidade, com destaque para a ideia de que “Nada é feito para durar”. Tal fato acontece porque as ferramentas tecnológicas, como por exemplo, o Facebook, o Instagram e o Whatsapp, quando não utilizadas de forma correta, alienam boa parte das pessoas, por conseguinte, possibilitam a criação de uma zona de conforto entre os usuários, o que reduz a noção do tempo-espço, além de transformar-se em um novo ópio para o homem contemporâneo.

Analisando o gráfico podemos observar que 35,8% dos respondentes que utilizam as mídias sociais para trabalho em sala de aula, eles responderam que concordam parcialmente, já 18,9% responderam que concordam totalmente, e apenas 3,8% que discordam totalmente, sendo assim esse pequeno percentual não utiliza nenhum pouco para trabalho as mídias em sala de aula, utilizando para outros fins, como comunicação e entretenimento. Libâneo (1998), descreve que pedagogicamente as tecnologias de comunicação e informação podem estar expressas de três formas: como um simples conteúdo escolar, parte das várias disciplinas do currículo; como competências e atitudes profissionais; e como meios tecnológicos de comunicação humana voltados para o ato de ensinar a pensar, ensinar a aprender a aprender, implicando, os mais diferenciados efeitos didáticos.

De acordo com Caltells, (2003, p. 255) “A internet é mais do que uma tecnologia, é um meio de comunicação, de interação e de organização social. Lição na internet. Geografia na internet. A divisória digital. A internet é o nosso consumo. A sociabilidade na internet. Os movimentos sociais na internet. A relação direta da internet com a atividade política. A privacidade na internet. Conclusão: a sociedade em rede”.

Analisando as resposta da pergunta que buscava saber se o uso das mídias sociais em sala de aula era para entretenimento, as resposta se igualam nas alternativas nem concordo nem discordo e na concordo parcialmente com 28,3% nas duas, e novamente se empatam nas alternativas discordo parcialmente e em concordo totalmente com 13,2%, logo que 17% afirmar que discordam totalmente. Para Street (1986; 1997; 2001), a força do entretenimento se deve a pelo menos dois fatores. De um lado, o alcance da mensagem. De outro, sua articulação com a vida das pessoas na criação de vínculos de identidade e comunidades.

O uso para entretenimento pode ser para ver vídeos, acessar as redes sociais como o whatsapp, o instagram, o twitter e o facebook, ou também pode ser usado para escutar umas músicas.

Para tornar o processo de aprendizagem mais efetivo e dinâmico, é importante a

utilização de ferramentas estratégicas, como aplicações de práticas prazerosas aos alunos (RAMALHO, 2006).

Se tratando do Instagram essa rede social foi lançada, em outubro de 2010, por Kevin Syston e por Mike Krieger (PIZA, 2012), sendo muito utilizada entre os seguidores para a publicação de fotos, vídeos, além de permitir aplicação de filtros digitais e compartilhamento em outros serviços de rede, dentre: Facebook, Twitter e Tumblr. E sobre seu uso excessivo 11,3% dizem que discordam totalmente, 18,9% ficam no meio termo, onde não concordam nem discordam, e por fim 35,8% afirmam que fazem acesso excessivamente ao Instagram.

O Instagram com seus diversos recursos obtendo o contato com essas novidades amplia o horizonte dos educadores e acena com novas possibilidades pedagógicas.” (SILVA, 2009). Diante disso, o docente pode fazer uso do sticker “Faça uma pergunta” e redirecionar conceitos presentes no currículo escolar, assim possibilita uma ressignificação do conceito de interação em rede, pois cria novas formas de diversificar e melhorar o nível de aprendizagem dos educandos.

Segundo Dantas (2011), na juventude existe uma grande preocupação com aparência, uma vez que durante essa etapa, a busca pela aceitação dos pares é mais acentuada. Solomon (2008) corrobora afirmando que é na adolescência que a necessidade de fazer parte de um grupo e definir uma identidade começa a ter uma significativa importância. Ademais, segundo Feldmann (2008), é a partir do consumismo que os jovens legitimam seu estilo de vida e constroem suas identidades.

Segundo o fundador do Facebook, Mark Zuckerberg, a plataforma trabalha com um conceito de distribuição onde ao se conectar com seus amigos um indivíduo forma um diagrama social que integra a rede e é usado para distribuir todo tipo de informação (KIRKPATRICK, 2011.)

Se tratando do Facebook e sobre seu uso excessivo, 26,4% dos respondentes discordam totalmente de fazer o uso excessivo, já 22,6% afirmam que concordam parcialmente, e a penas 17% de todos os respondentes dizem que sim, que acessam de modo excessivo o Facebook, vindo de encontro com o pensamento de “Schulte e Sherwill-Navarro (2009) o Facebook pode ser utilizado em ambientes acadêmicos para promover serviços de biblioteca, grupos de leitura e estudos em grupo. Os estudantes que utilizam este tipo de rede são bem variados, alguns utilizam a página, mas, não são usuários diários da mesma, outros não participam ativamente ou simplesmente observam na página as informações postadas, muitos utilizam os diversos aplicativos do site e participam de páginas para discussões acadêmicas ligadas a aulas”.

O uso do Facebook por estudantes é potencializado pela popularidade do mesmo e a possibilidade de reencontrar pessoas do seu passado como amigos ou colegas de graduação. A maioria considera esta rede social melhor que as demais (CRESPO; RUIZ; PARRA, 2009).

Analisando as respostas da pergunta que solicitava se era possível aproveitar algo em relação a estas duas redes (Instagram e Facebook) para o nosso dia a dia, essas foram as seguintes respostas; A grande maioria 45,3% responderam que concordam parcialmente, e 20,8% que concordam totalmente que algo dentro das redes poderia ser aproveitado para o dia a dia, e somente 3,8% que discordam totalmente. Segundo Torres (2009), levando em consideração a curva crescente de usuários das redes sociais, é necessário que este contexto mude. Isso porque as empresas que não liberam o uso da internet aos seus funcionários estão violando, mesmo que não intencionalmente, a forma de se comunicar de seus colaboradores.

Levy (2002) explica que as comunidades virtuais são uma nova forma de fazer sociedade. Assim, não temos uma sub sociedade, temos um novo filtro para a sociedade já existente. Para AGUIAR (2006), a crescente complexidade dos sistemas sociais tem impulsionado a chamada atuação em redes de indivíduos e sociedades e, neste cenário, as redes sociais têm assumido relevante papel nas relações sociais do mundo moderno. No

entendimento de Marteleto (2001), "A análise de redes não constitui um fim em si mesma. Ela é o meio para realizar uma análise estrutural cujo objetivo é mostrar em que a forma da rede é explicativa dos fenômenos analisados".

O termo fake News ganhou força em 2016, quando durante a corrida presidencial dos Estados Unidos acontecia. Os eleitores de Trump compartilhavam notícias falsas sobre a candidata da oposição, Hillary Clinton.

Os resultados obtidos se tornam um gráfico crescente, sendo que 1,9% discordam totalmente que reconhecem quando uma notícia é fato ou fake nas mídias sociais, 5,7% discordam parcialmente, 20,8% que não concordam nem discordam e 32,1% afirmam que não concordam parcialmente, e para finalizar 39,6% dizem que concordam totalmente.

A indistinção que se faz entre produzir e compartilhar, permite que a generalização recaia nesse sujeito usuário das mídias sociais, uma vez que nesses espaços a injeção recai mais fortemente no "compartilhamento", mais até do que ao dizer. O fato de a normatizar incidir sobre o compartilhamento indica uma forma singular de legitimação que se relaciona fortemente com a noção de quantidade, como temos defendido em outros trabalhos, o discurso de escritorialidade parece se legimitar pela via da quantificação, ou seja, quanto mais circula, mais legítimo (GALLO e SILVEIRA, 2017).

Se tratando sobre Fake News, a seguinte questão era; e alguém já havia se deparado com alguma notícia fake nas mídias sociais, e teve uma resposta bem relevante com 75,5% dos respondentes declaram que concordam totalmente e somente 1,9% que discordam totalmente, e 17% concordam parcialmente.

Bakir e McStay definem notícias falsas como "totalmente falsas ou que contêm elementos deliberadamente enganosos incorporados no seu conteúdo ou contexto" (Bakir & McStay, 2018, p. 2).

As "fake news" são, também, notícias falsas de forma intencional e que podem induzir em erro os leitores (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017). Têm assumido um papel desestabilizador no panorama atual dos media, conduzindo à propagação de informações falsas que podem ou terão mesmo (GUNTHER; BECK; NISBET, 2018) tido efeito nos resultados eleitorais, nomeadamente por se disseminarem com vasto alcance através das redes sociais.

Analisando o gráfico a cima que se tratava sobre se algum dos respondentes tomavam alguma providencia, qual era a postura ao se depararem com Fake News nas redes sociais, as respostas foram as seguintes; 37,7% afirmam que discordam totalmente sendo assim, não tomam nenhuma providencia simplesmente ignoram, 22,6% discordam parcialmente, 26,4% responderam que nem concordam nem discordam, ficam no meio termo, 5,7% concordam parcialmente e 7,5% concordam totalmente, desta formam eles provavelmente tomam alguma atitude em relação ao Fake News.

A principal motivação para o compartilhamento de notícias falsas é a polêmica, a novidade, destacou Aral (apud GIZMODO, 2018) em sua pesquisa, segundo ele, "A novidade atrai a atenção humana porque atualiza nossa compreensão de mundo. Quando a informação é nova, não é só surpreendente, mas mais valiosa, no sentido de que aquele que a possui ganha status social."

Agências de *fact-checking*, agências que contam com diversos profissionais da área de Comunicação para checar a veracidade de notícias que percorrem as redes. A Lupa foi a primeira agência especializada em *fact-checking* no Brasil (QUEM, 2018).

Analisando o gráfico, percebemos que o mesmo manteve uma estabilidade nos quesitos de; concordo parcialmente e concordo totalmente com 17% do total, e 15% informam discordam parcialmente que o professor deve proibir o uso das mídias sociais em sala de aula, contudo 28,3% declaram que nem concordam nem discordam, e 22,6% discordam totalmente, acham que o professor não deve optar por proibir o uso.

Segundo Goulart (2011) as redes sociais não chegaram para revolucionar a educação. “Nenhuma máquina muda a escola”, Goulart (2011) que completa afirmando que “o que muda a escola é o professor e não acredito que apenas o fato de ele se integrar a uma rede social mude alguma coisa. Antes disso, ele precisa entender que a educação hoje tem um outro significado”.

O consultor de ensino, Alvarez, (2011) os professores devem ser criativos ao utilizarem a tecnologia em sala de aula, para isso precisam conhecer a ferramenta. Conhecer é pré-requisito para que o professor possa também dar exemplos de como utilizar as tecnologias. Ainda, segundo o consultor o professor conta com a ajuda do aluno para criar novas possibilidades. Tanto docente quanto discente são importantes atores nesta relação especialmente porque há a necessidade complementar o que os alunos já fazem com as tecnologias disponíveis.

Para Maltempo (2008), toda inserção de tecnologia no ambiente de ensino e aprendizagem requer um repensar da prática docente, pois ela não é neutra e transforma a relação ensino-aprendizagem. Isso é muito importante para que possíveis decepções ou resultados negativos não sejam, de forma simplista, atribuídos à tecnologia. Examinando os resultados verifica-se que 34% dos respondentes informam que concordam totalmente que as mídias sociais em sala de aula prejudica o desempenho do aluno, ao contrário, 5,7% discordam totalmente e 30,2% nem concordam nem discordam, todavia 5,7% dizem que discordam totalmente.

Friedmann e Pocher (1977) apontam que as tecnologias são mais do que meras ferramentas a serviço do ser humano, elas modificam o próprio ser, interferindo no modo de perceber o mundo, de se expressar sobre ele e de transformá-lo, podendo também levá-lo em direções não exploradas encaminhando a humanidade para rumos perigosos.

Gomez (2004) elenca como pontos positivos do uso das mídias sociais como atividades complementares: (a) a possibilidade de construir o conhecimento; (b) a utilização de práticas que estimulem a pesquisa; (c) teoria e prática trabalhando juntas; (d) estabelecimento de espaços colaborativos de esclarecimentos e (e) tratar de assuntos que vão além do conhecimento em si e que passam por questões éticas e legais, por exemplo.

Examinando o gráfico, conclui-se que: 18,9% discordam totalmente que os usos das mídias sociais em sala de aula influenciem positivamente o aluno, 17% afirmam que discordam parcialmente, porém com 35,8% dos entrevistados dizem que nem concordam nem discordam, decaindo novamente 13,2% declaram que concordam parcialmente e por fim 15,1% alegam que sim, que concordam totalmente sobre que pode influenciar positivamente.

Segundo Goulart (2011) existe alguns entraves que não permitem que a escola e o professor estejam nas redes sociais. A primeira dificuldade está na estrutura da escola e na postura do professor. Dificilmente, eles chegariam ao modelo ideal de rede, que é aquela que não tem centro, não tem comando nem poder. Dentro dessa estrutura, vejo uma enorme dificuldade para a escola fazer uso dessas redes porque seria preciso que os que os professores não se sentissem comandando alunos, determinando tarefas. Além disso, existem alguns riscos nas redes sociais que a escola não quer assumir, como o da segurança, do bullying e da pedofilia.

4.2 ETAPA QUALITATIVA

Após a realização das entrevistas, foram transcritas as respostas dos entrevistados para que fosse possível analisar o seu conteúdo. Para manter o anonimato dos entrevistados, os participantes serão identificados como entrevistados 1 (E1). A numeração dos entrevistados se deu a partir da ordem de realização das entrevistas.

4.2.1 Frequência e natureza do uso de mídias sociais

No que se refere aos motivos que levam ao uso das mídias sociais em sala de aula, os respondentes apontam utilizá-las para comunicação, conversar com os amigos (E1 E8, E11, E13, E14 e E15). Nesse ponto, para “Mangold e Faulds (2009), elas devem ser incluídas no mix de comunicação, sendo consideradas extensões da tradicional comunicação boca-a-boca” que também afirma que a comunicação é um meio para auxiliar os jovens em sala de aula. O que também é visto em relação a resposta do E2 que fala sobre “tem que pesquisar alguma notícia”.

Diferentemente deste pensamento o entrevistado E3 afirma “Não utilizo, não trago celular pra sala de aula”, o E4 diz que utiliza quando já terminou de fazer algum trabalho que havia sido mandado. O E5, E6, E7, E10 afirmam utilizar mais para pesquisas e trabalhos realizados na sala de aula, já E9 diz “Em sala de aula, bom, para entretenimento e de vez em quando, quando não tem nada pra fazer”, o que é evidenciado por Ponte, Oliveira e Varandas (2002), cujos quais afirmam que as tecnologias são cada dia mais presentes e fundamentais na escola, pois facilitam o acesso à informação e possibilitam o aluno a pensar tendo em base algo concreto, se comunicar, intervir sobre numerosas situações. já o entrevistado E12 declara “em sala de aula eu não ocupo, só em casa mesmo”.

Em se tratando da frequência que os jovens utilizam as mídias sociais em sala de aula, foram evidenciados pela pesquisa que, a grande maioria utiliza sim diariamente em sala de aula, assim comprovado pelos entrevistados E1, E4, E5, E7, E8, E9 e E11. Diversamente o E6 assegura “Sempre que é possível, se o assunto tem alguma coisa que tem que pesquisar, não diria todas as aulas”. Isso procede “Antonio (2010), é possível que todos tenham domínio sobre o aparelho e saibam melhor que os seus professores a usá-los, desde que se estabeleça e permita que os alunos aprendam a usar o recurso antes de propô-lo como parte de uma atividade e, ou procedimento de resolução do problema, além de discutir as questões éticas e morais envolvidas no uso de imagens e registros, bem como o uso indevido dos celulares e de outros equipamentos de mídia em situação de aprendizagem”.

Por outro lado, o E3 confirma que não utiliza as mídias sociais em sala de aula, e o E12 por sua vez declara que não leva o celular para sala de aula. Já o E10 diz que usa raramente e o E2, diz que utiliza raramente, pois o que impede é que não tem acesso à internet naquele anda, essa questão da internet também é afirmada pelo E13 “pouco, porque a internet daqui não pega muito bem, mas todo dia mexo um pouquinho”, só que ao contrário do E2 o E13 utilizado um pouco todos os dias.

Quando questionados sobre qual era o resultado/finalidade do uso das mídias sociais em sala de aula, a maioria cita a que utiliza para a comunicação, sendo exemplo E4, E5. E15 e inclusive o E8 que também dizem que usam para pesquisa quando um professor pede, E11 afirma “Pra pesquisa quando tem trabalho, essas coisas e pra se comunicar”. E1 diz que usa mais para diversão e um pouco para aprendizagem, E3 também diz que utiliza mais para passar o tempo, do mesmo modo que o E9 e E12 informam que sua finalidade é somente para o entretenimento, E7 por sua vez diz que aproveita para pesquisas, mas que também utiliza bastante para outras coisas, ao contrário do E6 que fala que utiliza para a finalidade de adquirir mais conhecimento, o que bate com a resposta do E2 que declara “Acho que se torna bem mais prático, quando for necessário usar é bem mais prático e mais rápido de obter informação”, assim como o E13 diz “acho que o resultado é bom, por que tipo coisas que não tem no livro a gente tem no google”.

De outro modo o E10 e E14 são os únicos que afirmam utilizarem somente para pesquisas da escola. Baseia-se no pensamento de Masetto (2000), o importante neste processo dinâmico de aprender pesquisando, é que o professor use técnicas e recursos para a boa efetivação das Tecnologias de Informação e de Comunicação, ou seja, que integre as

dinâmicas tradicionais com as inovadoras, que unam a escrita com o audiovisual, o texto com o hipertexto, o encontro presencial com o virtual.

4.2.2 Percepção dos jovens sobre mídias sociais

Os entrevistados foram questionados sobre qual era a sua perspectiva em relação ao Instagram e as respostas foram as seguintes; os entrevistados E1, E10, E11, E14 e E15 afirmam que não utilizam e alguns acham até desnecessário.

Diferentemente do E2 “Eu adoro o instagram, é bem mais fácil de divulgar, e ter o serviço a teu trabalho sabe”, o E3 por sua vez declara “Acho que é mais pra passar o tempo, não tem muita coisa útil”, e o E13 nem tem acesso ao instagram “pra falar a verdade eu não tenho ainda insta”. Os entrevistados E4, E5, E7 e E9 informam que gostam do aplicativo e ele é bom. O E6 “Ele é bom, só que tem que saber usar, não precisa se expor tanto”, tem certas pessoas que se expõem muito nas redes sociais.

O entrevistado E8 tem uma visão diferente “Eu acho um meio de se comunicar por foto assim”, o E9 coloca “Olha é um aplicativo bom, uso bastante”, e o por último o E12 “eu acho bom, mas prefiro o facebook”. O Instagram, por sua vez, é uma rede social criada em 2010 por Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger para o compartilhamento de fotos e vídeos. No entanto, percebemos durante seu uso que a opção fotos é a mais utilizada pelos usuários como forma de compartilhar os momentos do cotidiano. Seja em casa, no trabalho ou no lazer as pessoas se sentem à vontade para demonstrar a sua vida para os amigos, familiares e até mesmo desconhecidos (PIZA, 2012).

Em se tratando o facebook foi feita a seguinte pergunta aos entrevistados; Qual a sua perspectiva em relação ao Facebook, o E1 declara “Mais desnecessário ainda do que o instagram”, bem diferente do E2 “Acho que o instagram substituiu completamente o uso do facebook”, tendo com uma visão parecida o entrevistado E4 “Saiu de moda, fui substituído, pelo menos eu não to usando muito”, o E3 fala “Facebook tem coisa boa”, o E5 tem uma ideia que o aplicativo pode gerar ou se o começo de alguma polêmica “as pessoas postam alguma coisa, ai gera polêmica sendo por nada, acho que o facebook é uma coisa um pouco ruim”, o E6 afirmou que pensa a mesma coisa que ele falou anteriormente do instagram, e só respondeu “ a mesma coisa de antes”.

O Facebook pode ser explorado como ferramenta pedagógica importante, principalmente na promoção da colaboração no processo educativo, e ainda, permite a construção crítica e reflexiva de informação e conhecimento (Fernandes, 2011).

Os entrevistados E7, E8, E10, E11, E13, E14 e E15 alegam que gostam do facebook , acham legal e usam bastante, o E9 “O facebook eu uso bastante, tanto pra lazer, pesquisa, entretenimento essas coisas”, e concluindo as respostas da pergunta o E12 “eu prefiro e acho que ele é bom em algumas áreas”.

Ao usar os recursos de redes sociais durante uma disciplina, Minhoto (2012) demonstrou que devido a familiaridade com o contexto do Facebook, a interação dos alunos proporcionou a construção ativa de conhecimento.

Para complementar e responder o objetivo específico foi feita a seguinte pergunta; quais as diferenças que você percebe entre estas duas redes e os seus usuários, o que pode ser evidenciado pelo E1 “O insta é mais para postar o que está acontecendo no dia a dia, e o facebook é um geralzão assim, mais para compartilhar”, que também é parecido com a resposta do E3 “O facebook as pessoas compartilham mais coisas, postam mais suas opiniões, e o instagram é mais coisas na hora”, o E2 afirma “Além de layout e organização do instagram, acho que devido a maior quantidade de usuários é mais rápida a troca de informações”, o E4, E5, E10, E14 e E15 dizem que acabaram deixando de usar o face e agora utilizam mais o insta, E4 “eu parei de usar o face porque acho que o pessoal não posta mais

coisas interessantes e o insta tem coisas mais legais e tem mais usuários”. O E6 respondeu de uma forma bem elaborada “Eu vejo que os jovens estão usando mais instagan, por que é mais pra foto mesmo, e o facebook tem mais notícias além dessas coisas mais de entretenimento, o face é mais informativo, existe as fake News mas eu sigo páginas de jornal e coisa e tal, como eu não assisto jornal, vejo alguma notícia por ai”. O E7 assegura “Acho que são bem parecidos”, E8 diz “Ba não sei, pelo o que eu percebo um é mais posts pronto e o insta é mais fotos”. Os entrevistados E9 e E12 falam que gostam de ver memes no face, E12 “acho que o facebook tem meme e o insta não”, todavia o E11 afirma de não tem instagan e por isso não saberia responde.

As representações dos atores sociais citadas por Recuero, nada mais são do que as formas como os indivíduos se apresentam na rede. Por se tratar de uma conversa virtual, onde as pessoas podem ou não se conhecer pessoalmente, os atores podem ser representados de diversas maneiras: um perfil de Facebook, um blog, um Twitter, um Instagram ou, ainda, um vídeo-blogger. Ainda, de acordo com Recuero (2009), essas ferramentas de representação dos atores não são exatamente os indivíduos, mas, sim, lugares onde estes se comunicam e interagem, transmitindo sua personalidade e demonstrando sua individualidade.

Para concluir esse objetivo específico, sabendo que existem diversas redes sociais, os entrevistados foram questionados sobre qual a sua preferência em relação as redes sociais, uma grande porcentagem desses entrevistados afirmam que o Whatsapp é sua rede preferida, quem afirmou isso foi o E1, E2, E5, E7, E8, E11, E13, E14, E15 e o E6 declarou “pra informação eu acabo olhando mais o face, e o whatsapp é o que mais uso”. WhatsApp como uma ferramenta de apoio para que os discentes pudessem continuar aprendendo também fora da sala de aula. Foram criados grupos no WhatsApp onde os discentes e docentes discutiam sobre as lições e tiravam dúvidas. Para estimular o aprendizado, os professores enviavam perguntas ao grupo e os estudantes com as melhores respostas recebiam bonificações semanais. Um dos docentes dessa instituição adotou como estratégia enviar a pergunta ao grupo logo no início da manhã, e assim os alunos chegavam à aula já motivados (ARAB NEWS, 2015).

De outro ponto de vista os entrevistados E3, E9 e E12 preferem o facebook, mas também teve os que preferiram o instagan como sendo sua rede social preferida é o caso do E4e o E10.

Assim como já ocorreu com outras ferramentas, como a da rede social Facebook, e o Instagram, o estudo sobre o emprego do aplicativo WhatsApp na educação como ferramenta de comunicação instantânea pode trazer resultados benéficos ao processo de ensino e aprendizagem alinhado às perspectivas dos discentes nativos digitais. Segundo a UNESCO (2014), as mensagens enviadas através de aparelhos móveis são mais rápidas, confiáveis e eficientes do que as enviadas por canais alternativos de comunicação.

4.2.3 Analisar as ações das mídias sociais sobre fake news

Para se atingir o objetivo específico que se refere em Analisar as ações das mídias sociais sobre fake News, os entrevistados foram questionados sobre se eles conheciam o que era FakeNews, o que pode ser evidenciado é que a grande maioria entendo o que é fake News, e alguns dos entrevistados ainda arriscaram um conceito sobre fake, como afirma o E7 “É tipo coisas que inventam que é verdade, mas não é verdade”, O E13 por sua vez sendo mais direto “sim, é uma notícia falsa”, vindo de encontro com o pensamento de Gallo e Silveira (2017), uma generalização de que vivemos a era da Fake News por causa da internet, o que permite a muitos afirmar que a internet é a grande produtora de Fake News, ou, que são os sujeitos usuários das mídias sociais digitais os responsáveis pelas Fake News. Por outro lado, é também com a internet que surgem os sites e mecanismos que permitem checar a

“veracidade” dos fatos e notícias que circulam não só na internet, mas em outros meios ou veículos de informação. Isso indica que a fonte produtora de notícias falsas não é algo que se possa generalizar, atribuindo a responsabilidade à “internet”, mas que ela pode advir de variados meios e sujeitos.

Contudo os entrevistados E1, E2, E3, E6, E8, E10, E12, E14 e E15 apenas respondem a pergunta com um “Sim”, portanto conhece o que é fake news. Já E4, E5 e E9 afirmam que conhecem “Um pouco”, diferentes do E11 que diz “não, não muito bem” sobre o termo fake News nessa era digital.

“Fabricadas e apresentadas como não ficção com a intenção de induzir os destinatários a tratar ação como um fato ou como um fato verificável duvidoso” (CHADWICK, 2017). A propagação de notícias falsas notabilizou-se em 2016, nos Estados Unidos, durante a campanha que elegeu Donald Trump presidente e, no Brasil, com os sucessivos episódios de instabilidade política em 2016 e 2017.

Em se tratando de quem consegue perceber o que é fato e o que é fake nas redes sociais, foi comprovado que a maior parte consegue perceber, como afirma o E1 “Sim, pelo modo de como é feito, quando tem muito detalhe da pra perceber que é fake, porque eles estão tentando passar algo sincero, mas não estão conseguindo porque eles estão detalhando de mais” o E2 “Normalmente sim por que as manchetes são mais sensacionalistas, tu não percebe tão de cara mais se analisar um pouquinho é fácil de conseguir”. Os entrevistados E3, E5, E6, E8, E10, E12 e E15 informam apenas que sim, conseguem perceber, o E4 contesta “ Olha, depende acho que eu acreditaria mais se eu conhecesse o site ou algo do tipo”.

Por outro lado, tem gente que não consegue perceber se é ou não fake, assim como os entrevistados E7, E9 “Não, eu tenho que ir bem afundo, saber de onde surgiu a informação”, E11 “Depende, mas na maioria não”, e E13 e E15 que apenas dizem não saber.

O significado de fake news reporta-se a deliberada disseminação de notícias fabricadas que trazem implicações no que diz respeito a credibilidade dada até então a imprensa, muitas as vezes mais em busca de visualizações do que de fatos. Tais informações ainda contam, nas redes sociais digitais, com o compartilhamento de usuários que se utilizam do anonimato para propagarem inverdades. Medeiros (2017) observa essa problemática: Existem atores ávidos para estimular crenças radicais, cultivar preconceitos e posições extremas que são abraçadas com fervor, principalmente nas redes, onde os haters, trolls, portais fakes ou páginas especializadas em boatos, se proliferam. Sem falar que muitos ainda gozam do anonimato (MEDEIROS, 2017, p. 25).

Os entrevistados foram questionados sobre qual seria a postura deles ao se depararem com notícias falsas nas redes sociais, e o resultado foi que todos responderam que simplesmente iriam ignorar só passar a notícia e nem iriam se importar. Exemplo do E2 “Eu ignoro não vale nem a pena abrir”, E1 afirmar “Não faço nada, porque na minha cabeça tento pensar que as outras pessoas vão ter a mesma ideia que eu”. As respostas dos outros entrevistados se condizem, com a frase dita pelo E3, E4, E5, E6, E7, E8, E10, E11, E12, E14 e E15 “eu ignoro”, entretanto o E9 “Eu leio se for do meu interesse eu pesquiso mais sobre o assunto, caso não for eu só vejo e ignoro” e o E13 “primeiro eu dou uma lida, mas na maioria das vezes só passo”, eles mesmos afirmam que acabam também ignorando.

O mais eficiente anteparo contra as “fake news” – a melhor barreira de proteção da veracidade – continua sendo a educação básica de qualidade, apta a estimular o discernimento na escolha das leituras e um saudável ceticismo na forma de absorvê-las (SANTAELLA, 2018).

4.2.4 Estudar a maneira como os professores entendem que, as mídias sociais influenciam na vida dos jovens.

Para atingir o objetivo específico que aborda ; estudar a maneira como os professores entendem que, as mídias sociais influenciam na vida dos jovens, os entrevistados foram questionados sobre qual a percepção do professor em relação ao uso das redes sociais em sala de aula, sendo que a maior parte deles responderam que os professores não gostam, como podemos perceber na resposta do E1, E4, E7, E8, E12 e E14 e, E2 “O professor não gosta, sempre reclama”. E5 com o mesmo pensamento afirma “Eu acho que muitas vezes eles mandam nos fazer os trabalhos nas redes sociais, mas eles não gostam muito”, o que também diz o E9 “Eles reclamam bastante, dizem que isso é uma distração bastante na aula”, O E6 declara “Em sala de aula eles não gostam quando eles utilizem né, por que não é o momento pra isso, e durante a explicação acho que atrapalha bastante”, o E10 “Praticamente eles não deixam e não gostam”.

Diversamente do pensamento do E15 e E11 que diz “eu acho que eles acham bom, os professores também de comunicam com a gente quando tem trabalho ou alguma coisa pra passar” e também o E13 “ele acha é, depende, pois muitas pessoas não utilizam as mídias sociais para o bem”, que declara que algumas mídias podem nos ajudar, apenas devemos saber utilizar de forma certa, e E3 “Eles até permitem um pouco, as vezes”.

Perrenoud (2000) explica que os professores que sabem o que as novidades tecnológicas aportam, bem como seus perigos e limites, podem decidir, com conhecimento de causa, dar-lhes um amplo espaço em sua classe ou utilizá-las de modo bastante marginal. Contudo, de acordo com Moran (2013), muitos professores sentem cada vez mais claro o desconhecimento no domínio das tecnologias e evitam a sua utilização com receio de revelar seu desconhecimento para os alunos.

Se tratando de qual o comportamento do professor ao se deparar com o uso das redes sociais em sala de aula por alunos, o resultado foi que o maior número de entrevistados respondeu que os professores mandam guardar o celular como podemos ver pelo E1 “Eles pedem pra para”, o E2 “Sempre reclama, manda guardar, para de mexer”, o E3 diz “Se for muito escancarado eles recolhem”, os entrevistados E4, E5, E7, E8, E12, E14, E15 declaram que os professores mandam guardas, para de utilizar, assim como declara também o E10 “Geralmente mandam largar o celular, guardar”. O E13 “se eles não tinham mandado utilizar, eles ficam um pouco bravos, eles pedem pra guardar ou recolhem o celular”.

“O E6 “Eles pedem pra guardar numa boa, ai se acontecer de novo, a terceira vezes eles recolhem o celular, mas é dificilmente que acontece,”, por sua vez o E9 diz” Geralmente ele pede pra guardar o celular ou deixar desligado, só que a maioria dos professores também usam de vez em quando, então...”, alguns professores também usam o celular e as mídias em sala de aula sendo assim, fica difícil proibir o uso. O E11 “depende do momento, se eu uso da forma errada ele recolhe e ficam bravos”, forma errada seria por exemplo, ao invés de estar fazendo uma pesquisa, algum trabalho, é estar acessando o Whatsapp, o instagram e não conteúdo de aula.

Goulart (2011) reforça a ideia de que o professor já não é a única fonte de informação que o aluno tem. Há, portanto, a necessidade do docente “entender que o papel dele é criar estratégias para que o aluno aprenda, seja com a escola, com a internet, com o celular ou com o livro”.

Para concluir o último objetivo específico, os entrevistados foram questionados sobre qual a influencia das redes sociais nas vidas dos adolescentes que a utilizam em sala de aula, o entrevistado E1 começou respondendo “Influencia bastante, a atenção e até o próprio respeito, influencia mais negativamente, se usasse pro proposito que foi dado em sala de aula seria positivo”, o E2 “Olha se a pessoa for capaz de correr atrás do conteúdo perdido, mas é difícil

de prestar atenção no celular e na aula”, E3 por sua vez diz “Negativamente, eles perdem bastante o conteúdo da aula”. Alguns com o pensamento diferente como o E4, E5, E14, E15 e E10 de acham que é uma influência positiva, como declara E10 “Acho que em certo modo é positivo, pois conseguimos a informação rápido, e nos ajuda em pesquisas”, E6 juntamente com o pensamento de E7 que diz “É um pouco negativo, por que invés de eles estarem prestando atenção no professor estão mexendo nas redes sociais”, E9 também afirma “É bastante negativo, por que quando mais eles usam vão perdendo mais o conteúdo”, o E11 “negativamente, tipo, quando pega pra jogar na hora errada, quando a professora explicando, e positivo quando é pra trabalho, pesquisa”, acho que devemos saber a hora de usar, E12 “acho que é uma influência negativa, por que atrapalha no conhecimento”, E13 conclui que “olha eu acho que isso depende de cada uma das pessoas, por que umas pessoas utilizam pro bem e outras pro mal, pois tem muita influência negativa nas redes hoje em dia” vindo de encontro com o pensamento do E8 “É bastante influencia, olha tem gente que usa pro bem e gente que usa pro mal, pra atingir as pessoas”, devemos procurar usar quando o professor liberar, para evitar não perde o conteúdo e utilizar de modo correto para praticar o bem.

Os alunos já estão familiarizados com as redes sociais. Mesmo que não queiram misturar educação com o lazer, eles já sabem utilizar essas ferramentas, por isso fica mais fácil explorar seus recursos (Patrício & Gonçalves, 2010). É possível, portanto, estender o espaço físico das salas de aula, dessa forma o aluno não é limitado apenas ao tempo de uma aula e tem a oportunidade de ampliar suas pesquisas com temas que realmente lhe interessam. Pode-se contribuir para a diminuição das barreiras de comunicação entre os alunos e professores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho sobre a Influência das mídias sociais no comportamento dos jovens do Ensino Médio teve como objetivo geral identificar e analisar qual influência das mídias sociais no comportamento dos jovens do Ensino Médio. Para esta pesquisa foi utilizado dois métodos, o método de questionário virtual, em que 53 indivíduos colaboraram, e o método de pesquisa pessoalmente, a pesquisa semi-estruturada, onde 15 pessoas colaboraram para os resultados finais. Logo, para este objetivo o resultado foi obtido e alcançado.

Diante de toda a base teórica neste trabalho, é possível entender que as mídias sociais em avançando cada vez mais, e contudo a escola não dever ficar de fora desse meio, muitas escolas e professores veem buscando alternativas para poder inserir as mídias sociais na aprendizagem, pois os jovens estão a todo momento conectados nas redes, isso gera uma influência enorme e muitas vezes até preocupante, visto que a maioria deles acabam perdendo conteúdo em sala de aula por ficar no celular, acessando as redes sociais, devemos também procurar cuidar sempre com as famosas fake News, pois essas notícias falsas podem trazer graves consequências, e nos fazer acreditar no falso, devemos saber como nos portar diante disso, cuidar para não se expor muito, e sempre manter o respeito e bom senso. Mas por outro lado as mídias sociais são de extrema eficácia, são rápidas o que agrega muito em trabalho e pesquisas em sala de aula, e é um meio moderno de buscar a aprendizagem, sem dispensar os professores, pois sem dúvidas eles são essenciais.

Para esse trabalho houve algumas limitações, como a dificuldade na hora dos entrevistados, e também nem todos responderam o formulário on-line, e a falta de conhecimento na hora de realizar a análise. Além disso o tempo para o trabalho e ir atrás de tudo é escasso.

Para futuros estudos, sugere-se pesquisas mais aprofundadas, entrevistas pessoalmente em mais de uma escola, e enviar o formulário on-line para mais pessoas fora da

cidade.

REFERÊNCIAS

- BORDIGNON, Cristina; BONAMIGO, Irme Salete. Os jovens e as redes sociais virtuais. **Revista Pesquisas e Práticas Psicossociais**, v. 12, n. 2, p. 310-326, 2017.
- CRUZ, Andréa Otoni Antunes Sales da et al. **Interação dos jovens a partir das mídias digitais: implicações no cotidiano escolar**. 2016.
- DA SILVA, Patrícia Aparecida; MALUF-SOUZA, Olimpia. **A influência da mídia na inclusão social**.
- DE OLIVEIRA, Sara Mendonça Poubel. Disseminação da informação na era das fake news. **Múltiplos Olhares em Ciência da Informação**, v. 1, n. 2, 2018.
- DE SOUSA, Daywson Adler Freires et al. **Fake News: um estudo inicial acerca da propagação, disseminação e impacto nas redes sociais digitais**1.
- DE VISTA, Ponto. Mídias: aliadas ou inimigas da educação física escolar?. **Motriz**, v. 7, n. 2, p. 125-129, 2001.
- DORIGONI, Gilza Maria Leite; SILVA, João Carlos da. Mídia e Educação: o uso das novas tecnologias no espaço escolar. **Santa Catarina: UNIOESTE**, p. 2-3, 2008.
- DOS SANTOS TEIXEIRA, Simone Matos; DE SOUSA SANTOS, Paula Jucá; AFONSO, Fransérgio Bucar. **A uso do instagram como ferramenta de ensino: um estudo de caso**.
- FANGFANG, Zhang et al. **Um novo espaço para os jovens: estudo sobre a internet no mundo adolescente chinês**. 2007.
- FARIA, Yone de Oliveira. **Prevalência de comportamentos de risco entre jovens universitários**. 2016.
- FONSECA, João José Saraiva. **Metodologia da Pesquisa Científica**. 2002.
- FORMENTIN, Cláudia Nandi; LEMOS, Maite. Mídias sociais e educação. **Anais do III Simpósio sobre Formação de Professores–SIMFOP. Tubarão**, p. 1-9, 2011.
- FUMIAN, Amélia Milagres; RODRIGUES, D. C. G. A. O facebook enquanto plataforma de ensino. **Revista Brasileira de Ensino de Ciência e Tecnologia**, v. 6, n. 2, p. 173-182, 2013.
- GALINARI, Rangel et al. **Comércio eletrônico, tecnologias móveis e mídias sociais no Brasil**. 2015.
- LIRA, Ariana Galhardi et al. Social media consume, media influence and body dissatisfaction among Brazilian female adolescents. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, v. 66, n. 3, p. 164-171, 2017.
- MIRA, José Eugênio; BODONI, Patricia Soares Baltazar. Os impactos das redes sociais virtuais nas relações de jovens e adultos no ambiente acadêmico nacional. **Revista de**

Educação, v. 14, n. 17, 2015.

NERI, Juarez Heladio Pereira. Mídias sociais em escolas: uso do whatsapp como ferramenta pedagógica no ensino médio. **Estação Científica (Juiz de Fora. Impresso)**, p. 1-25, 2015.

OLIVEIRA, José Clovis Pereira de et al. O questionário, formulário e a entrevista como instrumentos de coleta de dados: vantagens e desvantagens do seu uso na pesquisa de campo em ciências humanas. In: **III Congresso Nacional de Educação. Rio Grande do Norte**. 2013.

PETRÓ-IFRS, Vanessa. **Juventude E Redes Sociais: Uma Análise De Percursos Escolares Interrompidos**.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. O que há de social nas mídias sociais?: reflexões a partir da teoria ator-rede. **Contemporânea: Comunicação e Cultura. Salvador. Vol. 10, n. 3 (set./dez. 2012), p. 618-641**, 2012.

QUADÉ, Papa Sufre Fernando; DOS SANTOS, Ronaldo Adriano. O Uso das Redes Sociais Virtuais pela Camada Jovem e os Impactos Iniciais na Mudança do Status Quo da Realidade Contemporânea no Brasil. **Revista Ciência Contemporânea**, v. 1, n. 1, p. 115-127, 2017.

RAMOS, Márcio Roberto Vieira. O uso de tecnologias em sala de aula. **V Seminário de Estágio do Curso de Ciências Sociais do Departamento de Ciências Sociais-UEL**, v. 1, n. 2, p. 1-16, 2012.

SANTOS, Valmaria Lemos da Costa; SANTOS, José Erimar dos. As redes sociais digitais e sua influência na sociedade e educação contemporâneas. **HOLOS**, v. 6, p. 307-328, 2014.

SILVA SOUZA, Josefa Aparecida. Uso do celular em sala de aula: otimizando práticas de leitura e estudo dos gêneros textuais. **SILEL. n. I**, v. 3, 2013.

VIEIRA, Valter Afonso; TIBOLA, Fernando. Pesquisa qualitativa em marketing e suas variações: trilhas para pesquisas futuras. **Revista de administração contemporânea**, v. 9, n. 2, p. 9-33, 2005.