O discurso produzido nas redes sociais e sua relação na apreensão de conhecimento dos acadêmicos de ensino superior[1]

Leila Ronize Moraes de SOUZA [2]
Centro Universitário do Norte, Manaus, AM

RESUMO

Este artigo traz à reflexão as mudanças que as novas tecnologias de informação e comunicação, com ênfase nas redes sociais, têm provocado na forma de apreensão (ou não) do conhecimento por parte de jovens que cursam o ensino superior, que têm sua produção de sentido alimentada pelas informações publicadas nesses canais e acabam absorvendo essas informações e, em alguns casos, escolhendo-as para construir a base de sua formação discursiva, em detrimento ao que professores e pesquisadores abordam sobre os temas de sua área de conhecimento.

PALAVRAS-CHAVE: tecnologia; rede social; ensino superior; facebook; discurso.

INTRODUÇÃO

A sala de aula virou arena na disputa entre os saberes tradicionais e empíricos. Com o acesso à informação na palma da mão os acadêmicos passaram a ter mais um componente para roubar sua atenção no momento em que se ministra o conteúdo da grade curricular. Essa prática, que tem o lado positivo em permitir um aluno mais crítico, já que ele passa a ter acesso a um mundo de possibilidades na área do conhecimento, também tem o lado nefasto, a partir do momento em que este mesmo conhecimento é construído como se não houvesse uma origem por trás daquele questionamento. Ao cair na rede, por meio das redes sociais, essas vozes ganham status e o discurso é promovido à verdade. Uma "pseudo" verdade construída com base em conhecimentos fragmentados e até mesmo supérfluos. Surgem as inquietações: De que forma esse conteúdo organizado, produzido e compartilhado entra no discurso dos estudantes e são absorvidos com mais propriedade que aquele que está a sua frente, ministrado pelo professor?

> "Pela primeira vez na história, conseguiu-se algo admirável: estamos diante de um espaço praticamente infinito, o ciberespaço, habitado por uma linguagem nova, a linguagem digital, que conseguiu realizar a façanha de juntar, num único bit, o texto, a imagem e o som. Tínhamos, antes, os livros, os

[1] Trabalho apresentado no GP Comunicação e Educação do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Mestra do Curso de Jornalismo do Centro Universitário do Norte (Uninorte), email: leila.ronize@gmail.com.

> jornais, as revistas para os escritos e os textos, que propiciavam a existência de instituições e organizações como editorias, bibliotecas, livrarias; tínhamos o desenho e a imagem para poder copiar, fotografar, retratar paisagens, pessoas e objetos, cada um também com suas organizações; finalmente, tínhamos as gravadoras de discos, os aparelhos magnéticos etc, para que pudéssemos reproduzir os sons, desde o sino, até a própria voz. Tudo isso foi sintetizado numa única linguagem: bits, que formam dígitos, que reproduzem sons, imagens e textos.. Essa é a revolução que estamos presenciando. E mais: tudo isso num espaço virtual, isto é, um continente "virtualmente" infinito, o que se convencionou chamar de ciberespaço" (GUARESCHI apud TRASFERETTI, 2007, p.117)

Nesse cenário, a instituição de ensino não pode se omitir ou recuar, em parte por que nem tudo que "rola" nas redes sociais é danoso pois, muitas vezes, esses espaços permitem o exercício da cidadania e a prática da reflexão e do debate. O perigo está quando as informações encontram força em um discurso vazio e são absorvidas sem filtragem pelos jovens, aqui sendo tratado como cyberdependente. Começa aqui a parceria entre comunicação e educação, dois campos que devem ter como premissa dar subsídios para que o cidadão consiga refletir sobre suas escolhas e sobre as coisas que o cercam. A partir de agora propomos a reflexão sobre alguns pontos que perpassam pela relação do homem, da educação da comunicação midiática.

1. Indústria cultural na era digital

As instituições de ensino, assim como a mídia, estão inseridas no que chamamos de indústria cultural[3], são responsáveis pela produção e distribuição de bens simbólicos que compõem o imaginário coletivo da população e são distribuídos por diversos canais e meios de comunicação. Na sociedade midiática os produtos oriundos das novas tecnologias receberam, de homens e de mulheres, e em especial dos jovens, o status de importância que os eletrodomésticos tem para as donas de casa, ou seja, não dá para viver sem eles. Tablets, I pads, I pods, netbook, notebook, smarthfone, e o que mais o futuro reservar, deixaram de povoar o imaginário coletivo para se materializarem nas prateleiras do comércio e chegaram à sala de aula, substituindo cadernos e até livros.

[3] Conjunto de idéias e valores e de normas ou regras que indicam e prescrevem aos membros da sociedade o que devem pensar e como devem pensar, o que devem valorizar e como devem valorizar, o que devem sentir e como devem sentir, o que devem fazer e como devem fazer. (Conceito de Marilena Chaui, no livro Filosofando: Introdução à Filosofia, de Maria Lúcia de Arruda Aranha e Maria Helena Pires Martins, da Editora Moderna.

As redes sociais, ferramentas dessa era da informação, já são realidade. Virou espaço de encontro e até de discussão. Quem ainda não entendeu o poder das mesmas precisa rever seus conceitos. Adriana Cavalcanti Marques e Josineide da Silva Caetano (2002) já chamavam a atenção para consequência de ter um mundo de informações em uma tela de computador, sem que seja necessário, para isso, passaportes, malas ou até mesmo ir à esquina da rua.

> "... no começo, entrar na Internet parece mágica. O mundo inteiro está ali, à frente dos olhos. Pesquisar qualquer assunto parece fácil. Mas, o excesso de informações pode ser o maior defeito da internet. As principais armadilhas: a Internet tem muito lixo, muita informação repetida, banalidades e muito marketing; muitos alunos têm o costume de tirar cópias de qualquer informação que apareça, deixando de lado as avaliações do que estão pesquisando; e na Internet qualquer informação pode entrar no computador do usuário, mesmo se estiver totalmente incorreta" (FALZETTA, 1998, p. 12 apud MARQUES, CAETANO, 2002, p. 158)

Apesar dos prós e contras, o encanto com as novas tecnologias é proporcionado pela possibilidade que o ser humano passa a ter: estar em todos os lugares ao mesmo tempo e conhecer pessoas que estão do outro lado do planeta. De acordo com Maria da Graça Setton, essas mídias compõem um espaço que permite a socialização dos indivíduos, possibilitando troca de experiências e, consequentemente, conhecimento e aprendizado. "Para o bem ou para o mal, as mídias transmitem mensagens contribuindo para a formação das identidades de todos" (2010, p. 15)

Esse processo acaba reforçando a ideologia produzida pela Indústria Cultural, que tem a mídia como o seu sistema motor, responsável por produzir bens padronizados para consumo de massa, como qualquer outro setor econômico. Ora, se antes a calça de marca fazia a cabeça dos jovens, hoje não há dúvidas que celulares, que permitem usar as mídias digitais, ou quaisquer outros eletrônicos que garantem adentrar nesse mundo de pretensa liberdade, são os responsáveis pelo sonho de consumo de nove a cada dez pessoas, e se a estatística for com jovem são dez a cada dez.

> Assim, todos nós necessitamos trabalhar com os mais atuais meios de informação tecnológica, para que estejamos sempre bem informados, podendo melhor participar dessa nova sociedade competitiva e que exige cada vez mais um profissional altamente qualificado e que possa dominar as novas tecnologias corretamente sem receio. (MARQUES, CAETANO, 2002, p. 131)

A internet e seus acessórios, programas, ferramentas, software, entre outros, vieram para ficar. Hoje, ela é responsável por fomentar material para discussão nas redes sociais, o que acaba alimentando a produção dos sentidos de internautas que passam a conversar nessas mídias, e absorver ideologias que estimulam essa indústria. As conversas giram em torno dos assuntos que a mídia estabelece como agenda do dia, sejam eles política, economia, cultura, esporte ou entretenimento.

> "As artes, as indústrias de moda e da beleza, os conglomerados midiáticos globalizados, as ciências humanas e sociais – entre outros discursos emergente ou legitimados – produzem conhecimentos, verdades sobre o que constitui a 'essência' e as 'potencialidades', os 'prazeres' e os 'dilemas' dos adolescentes e dos jovens, como devemos interpretá-los e interpelá-los, no interior de configurações historicamente determinadas de saber, poder e subjetivação." (FREIRE FILHO, 2006, p. 38)

A polêmica do uso das mídias para fins de informação e entretenimento não vem de hoje. Adorno e Horkheimer acreditavam que a cultura produzida em moldes industriais não promovia espaço para reflexão. Eles iam além e afirmavam que a capacidade de refletir criticamente não poderia ser exercida devido à versão ilusória promovida pelos produtos da indústria cultural.

Mas, ao contrário da década de 50, quando os estudos da Escola de Frankfurt apontavam que o conteúdo veiculado pelos meios de comunicação deveria ser sempre visto com desconfiança, hoje não devemos considerar como material descartável o que é divulgado na mídia. Afinal, o que somos vem do que aprendemos e o homem recebe informação pelos meios de comunicação de massa. E se recebe informação ou norma de comportamento de alguém, esse alguém recebeu informação da mídia.

> "Antes de generalizar falas, imagens e discursos difundidos massivamente pela indústria da cultura como instrumentos ideológicos, é preciso, investigar o contexto da produção, é necessário observar as condições de difusão, e recepção das mensagens, bem como o sentido/significado que essas assumem em determinadas instâncias" (SETTON, 2010, p. 18)

Então é necessário preparar os receptores no uso das mídias sociais para além de conversas triviais ou início de namoros. Lúcia Santaella (apud VILARES, 2008) é categórica ao afirmar que nossa vida é toda mediada pelo computador, seja as relações

sociais ou profissionais, logo aparelhos que utilizam tecnologias, como é o caso de celulares, tablets, notebooks, acabam compartilhando da mesma definição que Marshall MacLuhan deu à televisão, rádio e cinema: ou seja, meios que são extensões do homem. No caso das novas tecnologias as variedades eletrônicas se tornaram imprescindíveis à vida social, e muitas vezes elas são a única forma que o ser humano tem para ter acesso à outra cultura, que vai interferir no sentido que ele passa a ter do mundo. "Por outro lado, há uma produção crescente de notícias repassadas pelos diversos meios de comunicação. O seu caráter, porém, não é o da troca de informação, mas o de repasse em via de mão única" (PENISA JÚNIOR, 2008, p. 173).

2. A relação dos jovens com as novas tecnologias

O surgimento de gerações que são classificadas de acordo com a intimidade que apresentam com as novas tecnologias já aponta para onde caminha a sociedade do futuro. Os meninos e meninas, classificados como geração Z[4] já se inserem em uma sociedade dominada pela cultura midiática, o que permite aos mesmos a falta de estranheza frente às possibilidades do mundo virtual. "É preciso observar também a facilidade com que as novas gerações manejam os suportes técnicos, como, por exemplo, os controles remotos, máquinas fotográficas e recursos sofisticados do computador" (SETTON, 2010, p. 23).

Como afirma Maria da Graça Setton os alunos passam a ter acesso a outros conhecimentos, que são adquiridos fora do ambiente físico da sala de aula e o uso freqüente das novas tecnologias tem parte preponderante nisso. "Ou seja, o aprendizado das gerações atuais se realiza pela articulação dos ensinamentos das instituições tradicionais da educação – família e escola (entre outros) – com os ensinamentos das mensagens, recursos e linguagens midiáticos" (2010, p. 24).

Don Tapscott classifica a Geração Internet, dentro do contexto norte americano, como a população universitária mais numerosa, de diversidade étnica. "Ele se importam com a educação: a grande maioria acha que ter um diploma de ensino superior é mais importante hoje do que era para a geração de seus pais" (2010, p. 151). No Brasil o diploma também

[4] Características da Geração X: pessoas nascidas no início dos anos 60, com desejo de fazer atividades diferentes e não as mesmas coisas todos os dias. Gosta de desafios e oportunidades. Características da Geração Y: nascidos nos meados dos anos 70, e são estimulados por múltiplas tarefas e atividades. Acostumados a conseguirem o que querem, não se sujeitam às tarefas subalternas de início de carreira e lutam por salários ambiciosos desde cedo; características da Geração Z: nascidos na segunda metade da década de 90, são conhecidas por serem nativas digitais, estando muito familiarizadas com a Internet, YouTube, Google, telefones móveis e mp3 players, entre outros.

tem seu grau de importância, mas muito mais por conta de garantir um futuro mais promissor, um passaporte para o mercado de trabalho.

Outra característica levantada por Tapscott desse jovem da Geração Internet é que ele não se contenta em ficar sentado, calado, ouvindo o professor. Eles querem um ambiente educacional que traga informações relevantes para o mundo real, querem até mesmo divertimento. Então, o desafio fica em fazer com que esse aluno seja estimulado em um ambiente que parece não trazer novidades para ele. Por isso, a necessidade da escola assumir de vez seu caráter de intermediadora do saber e aproveitar os recursos disponíveis na internet, a começar pela interatividade provocada pelas mídias digitais, que acaba, em alguns casos, se tornando um campo de debate e garante uma troca de experiências mais ampla que as carteiras enfileiradas da sala de aula, em que reina a educação autoritária. Como explica José Marques de Melo e Sandra Pereira Tosta (2008, p. 15), "Educação significa 'a ação e o efeito de educar-se', o que, na tradição latina, remete ao desenvolvimento e aperfeiçoamento das faculdades morais e intelectuais das gerações mais jovens por meio de preceitos doutrinários".

A formação perpassa por uma parceria entre escola e mídia, em que o conteúdo desta pode ser usado para complementar o que é visto em sala de aula. Melhor ainda, que os produtos usados para passar a informação sejam inseridos no ensino-aprendizagem, permitindo aos alunos a capacidade de construir e desconstruir suas realidades. Não se pode mais pensar em alijar-se da mídia e fingir que a escola está protegida dos sentidos fomentados por essa produção em larga escala que, segundo o filósofo Adorno, da Escola de Frankfurt, tem como objetivo consolidar o lugar de quem já está no poder.

> " ... ao se entrar em contato com um número variado e constante de estímulos visuais, por exemplo, em um videoclipe, nos jogos eletrônicos ou os hipertextos da internet, estimularíamos também nossa capacidade de compreensão intelectual, cognitiva e moral de uma variedade de referências de cultura e linguagens. Teríamos ampliado nossa bagagem cultural e potencializado entendimento acerca do que foi proposto" (SETTON, 2010, p. 48).

Ora, não é isso que é pregado pela escola moderna e tão almejado pelos educadores. Então, o que estamos esperando para começar essa mudança? Se a instituição de ensino é o espaço do aprendizado, que cultiva o conhecimento e fomenta o futuro, não há como ignorar sua presença no espaço cibernértico. A educação ganha novas perspectivas e o aprendizado, enfim, passa a ser o de troca, em uma parceria defendida por vários teóricos

da educação. Além disso, nas mídias e redes sociais o individualismo se exacerba, e ao contrário da comunicação de massa quando a padronização é o modelo a ser seguido, nos blogs, twitters, facebooks e quaisquer outras, ser diferente é a grande conquista, quando autônomos viram autores e suas "vozes" ecoam e dão origens a comentários, ou seja, as pessoas são lidas e comentadas por desconhecidos, que podem ser em dezenas, centenas ou milhares.

3. Instituição de Ensino e Mídia Social: uma parceria que dá certo

A instituição de ensino é o local de construção de discursos, de formação ideológica. Porém, vale destacar que a escola (seja ela a de educação elementar ou ensino superior) não atua sozinha, na verdade, ela é o espaço de debate e do encontro de conflito das várias visões de mundo adquiridas pelos alunos: seja em casa, no grupo de amigos, na comunidade e, principalmente, nos meios de comunicação de massa.

Para reforçar nossa proposta de que mídia e educação devem caminhar juntas, basta lembrar que a relação entre comunicação e educação é antiga, pois foi graças à expansão da educação, principalmente por conta da alfabetização das massas, que a mídia pode se perpetuar. No caso da imprensa, esta depende exclusivamente de públicos leitores que possa consumir suas publicações. O rádio quando começou tinha em sua escassa programação conteúdo erudito. Além disso, a primeira emissora brasileira, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, tinha como lema "levar a cada canto um pouco de educação, de ensino e de alegria".

No caso da televisão, esta precisou colocar, em sua grade, programas que tenham a educação como bandeira, cumprindo a lei da Radiodifusão, regulamentada em pela primeira vez em 31 de outubro 1963, por João Goulart (Decreto 52.795), e posteriormente por João Figueiredo, em 26 de janeiro de 1983 (Decreto 88.067), e que tem como regra reservar 5 horas semanas para a transmissão de programas educacionais.

A comunicação é essencial para a sobrevivência, é ela que garante às pessoas buscar informação para definir suas ações durante o processo de vida e, melhor ainda, conhecer seus deveres e direitos que, aliás, garante seu papel de cidadão. Já a escola é o espaço onde essa comunicação é lapidada, onde o estudante transforma as informações que absorvem em conhecimento. Como diz Cipriano Luckesi (apud MELO, TOSTA, 2008, 1986, p. 37) a escola é "a institucionalização da educação formal em uma determinada sociedade, que tem por função possibilitar a apropriação e a assimilação dos conhecimentos e habilidades úteis

e ou necessárias à vida do indivíduo dentro da vida social". Podemos dizer que quando as duas áreas funcionam corretamente estamos perto de uma sociedade desenvolvida.

Mas, nem sempre é dessa forma que acontece. A máxima que diz que os meios de comunicação dizem muito sobre a sociedade em que atuam resume bem a situação que vivemos no Brasil, em que os Meios de Comunicação acabam por reproduzir discursos que legitimam as ideologias de quem está no poder, e a escola (em todos os níveis), infelizmente, em alguns momentos, funciona como "reprodutora das desigualdades sociais: a serviço das classes dominantes, seja por meio de reprodução de seus valores ou da violência simbólica, a escola seria um dos *loci* de inculcação de valores e criação de hábitos permanentes de pensamento e conduta interessados à manutenção do *status quo"*. (MELO, TOSTA, 2008, p. 21)

Além disso, não podemos esquecer que vivemos em uma sociedade em que as informações chegam a todo instante e em vários formatos. Não há como absorver tudo, muito menos conseguir filtrar àquelas que vão ajudar a construir um legado de conhecimento que valha a pena, ou criar uma barreira para as ditas "informações inúteis", até por que isso requer uma maturidade que os alunos ainda não alcançaram. Nesse caso a indagação proposta por Paulo Freire, ao questionar que mundo é este no qual vivemos, é oportuna. Ou seja, em uma sociedade que cultua celebridades instantâneas e transforma em show ações que envolvem o cotidiano das pessoas, não é de se admirar que esses leitores/internautas ampliem sua cultura planetária e, muitas vezes, anule sua identidade regional.

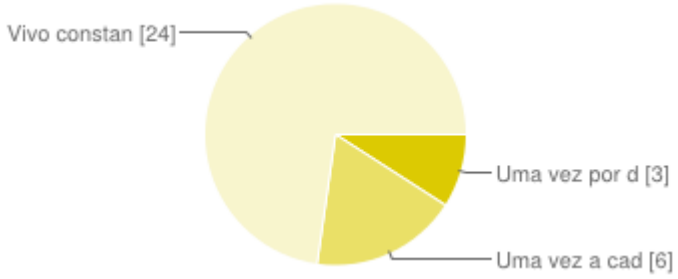
> "... conviver numa sociedade altamente simbólica implica afirmar que a cultura da mídia, na verdade, se enraíza e ganha significação no território onde se encontram ambos os cenários (produção e recepção) e não em apenas em um ou em outro. É nesse território de negociação de significados que a educação, com destaque para a escola, adquire materialidade, atua". (MELO, TOSTA, 2002, p. 56)

Para inserirmos essa reflexão na realidade que vivemos, foi realizada uma pesquisa junto aos acadêmicos que estão no último ano do curso de Comunicação Social do Centro Universitário do Norte, que supostamente deveriam ter um olhar mais crítico sobre o uso dessas mídias, já que adquiram no decorrer do curso instrumentos teóricos que os permitam identificar os discursos que são utilizados nos mais diversos canais de comunicação. O questionário foi produzido, no mês de junho, no programa Google Doc e os acadêmicos receberam o link pelo sistema de intranet, utilizado para que professores e alunos da

instituição possam trocar informações. Tivemos um universo de 100 acadêmicos, que correspondiam aos sétimos e oitavos períodos de Jornalismo, além de egressos – que acabam de se graduar – e tivemos um retorno de 33% de questionários respondidos.

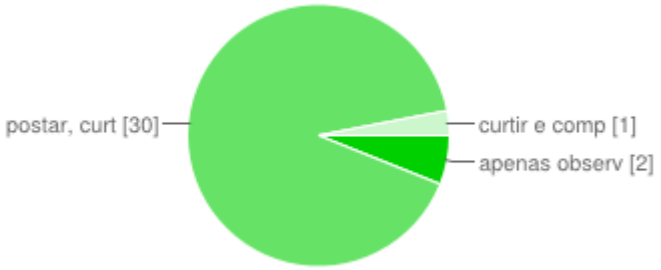
A pesquisa mostra a relação que este público mantém como a rede social facebook, constantemente utilizada por eles em sala de aula, na grande maioria das vezes no mesmo instante que o professor está ministrando conteúdo. Nossos respondentes abrangem uma faixa etária de 20 a 30 anos, sendo que a maioria tem entre 25 a 30 anos (66%). Com relação à participação no mercado jornalístico, 30% é estagiário, 18% é contratado e 52% não está na área. Todos os participantes possuem Facebook, que foi imprescindível para se entender a extensão dessa rede na vida acadêmica do aluno. Abaixo apresentamos os resultados:

1. Com que frequência você acessa seu facebook diariamente?



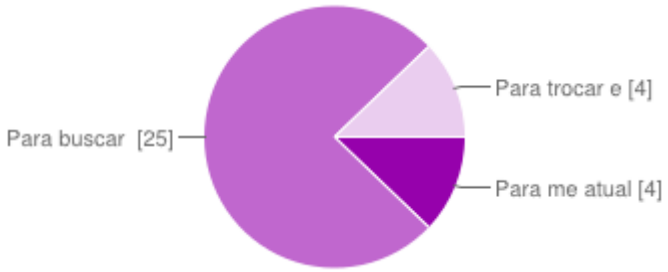
Uma vez por dia	**3**	9%
Uma vez a cada turno (manhã, tarde e noite)	**6**	18%
Vivo constantemente conectado no facebook	**24**	73%

2. De que forma você usa o facebook?



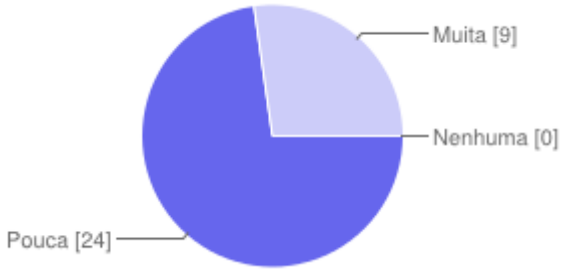
apenas observar	**2**	6%
postar, curtir e compartilhar	**30**	91%
curtir e compartilhar	**1**	3%

3. De que forma você usa as informações recebidas pelo face no seu dia a dia?



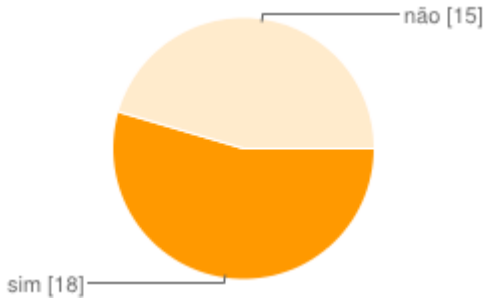
Para me atualizar da vida dos amigos	**4**	12%
Para buscar informações que permitam tomar decisões no dia a dia	**25**	76%
Para trocar experiências sobre assuntos da academia	**4**	12%

4. Qual o grau de credibilidade das informações postadas no face?



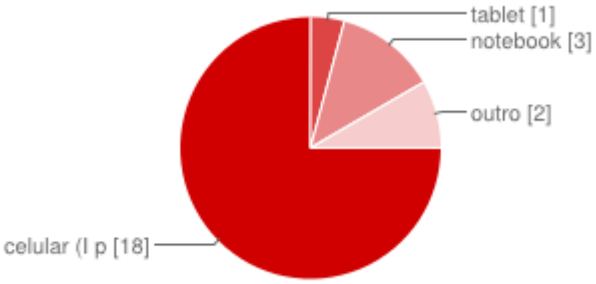
Nenhuma	**0**	0%
Pouca	**24**	73%
Muita	**9**	27%

5. Você acessa o facebook durante as aulas?



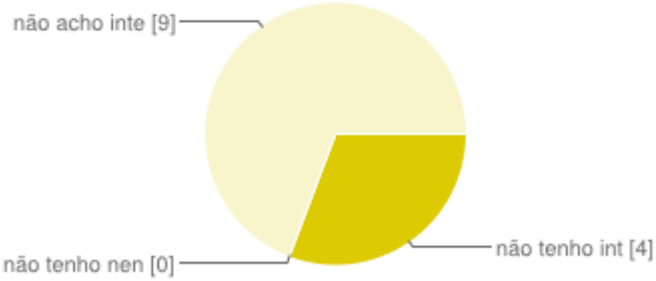
sim	**18**	55%
não	**15**	45%

Se acessa, como



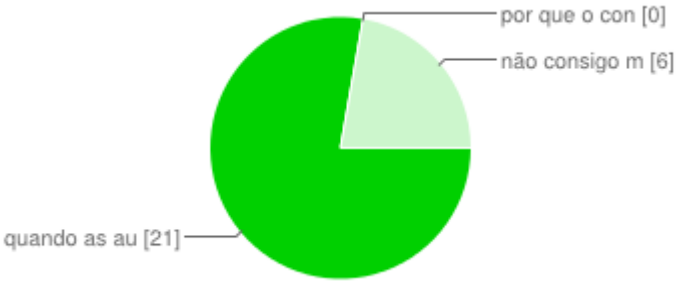
celular (I phone, smartphone)	**18**	75%
Tablet	**1**	4%
Notebook	**3**	13%
Outro	**2**	8%

Se não acessa, por que?



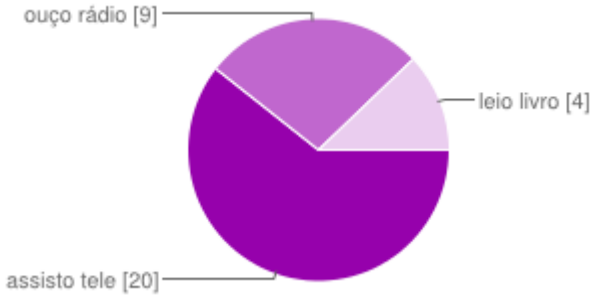
não tenho internet no celular	**4**	31%
não tenho nenhuma tecnologia que permita isso	**0**	0%
não acho interessante usar o celular enquanto há aula	**9**	69%

6. O acesso do facebook durante as aulas é estimulado por que



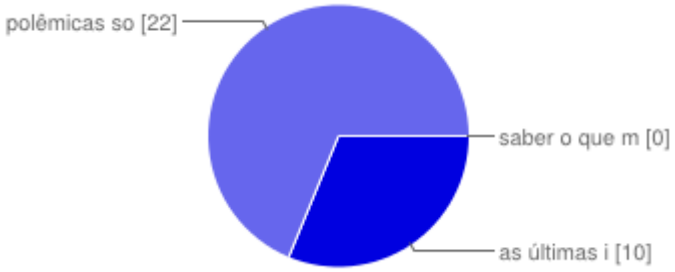
quando as aulas não são interessantes	**21**	78%
por que o conteúdo do facebook é mais interessante e enriquedor que o da aula	**0**	0%
não consigo me desligar da rede para nada	**6**	22%

7. Qual outra atividade você desenvolve enquanto acessa o facebook?



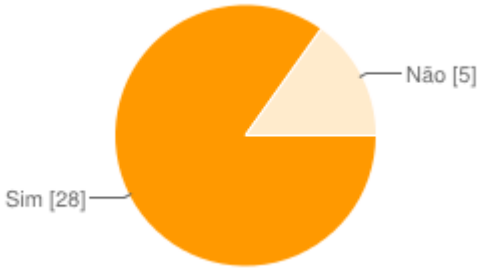
assisto televisão	**20**	61%
ouço rádio	**9**	27%
leio livro	**4**	12%

7. Que tipo de informação você busca no facebook?



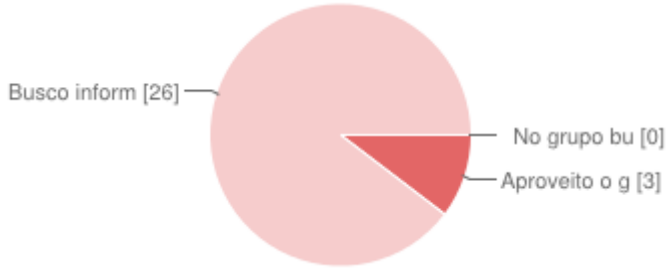
as últimas informações dos meus amigos	**10**	31%
polêmicas sobre assuntos atuais	**22**	69%
saber o que meus amigos estão falando sobre a faculdade	**0**	0%

8. Você participa de algum grupo relacionado à sua faculdade no facebook?



Sim	**28**	85%
Não	**5**	15%

13. Se sim,



No grupo busco principalmente os desabafos sobre a instituição	**0**	0%
Aproveito o grupo para poder desabafar sobre meus professores e colegas	**3**	10%
Busco informações referentes à faculdade: como provas e conteúdo passado pelos professores	**26**	90%

Na pesquisa é possível identificar uma certa dependência da rede social, já que 73% dos respondentes afirmou que vive constantemente conectado, além disso usa o facebook para postar, curtir e compartilhar (91%), apontando a necessidade dessa geração de ser autores e não mais sujeitos passivos frente aos meios de comunicação de massa. Entretanto, é possível identificar também que as informações que transitam na rede ainda não são bem filtradas e não tem um uso bem definido, já que 76% indicou que busca informações na rede para ajudar nas tomadas de decisão do dia a dia, porém 73% dá pouca credibilidade ao que é postado. Apesar de dividir as opiniões, mais de 50% (55%) utiliza o facebook em sala de aula, no momento em que o professor está ministrando seu conteúdo, 75% acessa a rede pelo celular e 78% garante que só faz isso nas aulas desinteressantes.

A avalanche de informações, como comenta Collavitti (apud MELO, TOSTA, 2002), provoca um "caos na memória" em que o cérebro, que não foi programado para isso, não consegue registrar. Parece-nos, agora, oportuno trazer o questionamento Marque e Caetano (2002, p. 165) ao indagar o tipo de escola que temos hoje.

> "Não sabemos completamente, mas sabemos para onde as pesquisas apontam, para uma visão de escola onde o aluno pode construir seu conhecimento, apoiando-se no seu meio social, nas tecnologias e, principalmente, no seu professor que deve antes de mais nada, ser adequadamente qualificado e valorizado como um dos profissional que conheçam todos os seus direitos e deveres, e assim possam viver e construir um mundo melhor".

Quando isso não acontece não é de surpreender, como expõe Tapscott, que professores-emissores e emissoras de tevê estejam perdendo audiência, já que os jovens

oriundos de um ambiente digital preferem uma comunicação mais interativa, encontrada na internet. Por isso, mais do que nunca é necessário que o professor participe constantemente dessa relação e faça uso de práticas dinâmicas, que apreendam a atenção dos acadêmicos. Práticas essas que podem ter a participação da própria rede, tão frequentada por este público.

REFERÊNCIAS

FREIRE FILHO, João. **Formas e normas da adolescência e da juventude na mídia**. *IN Construções do tempo e do outro: representações e discursos midiáticos sobre a alteridade.* João Freire e Paulo Vaz (orgs.). Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

GUARESCHI, Pedro A. **Mídia e Cidadania.** IN TRASFERETTI, José (org). Filosofia, Ética e Mídia. 2 edição. Campinhas (SP): Alínea, 2007.

MARQUES, Adriana Cavalcanti; CAETANO, Josineide da Silva. **Utilização da Informática na escola.** IN MERCADO, Luís Paulo Leopoldo (org). Novas tecnologias na Educação: reflexões sobre a prática. Maceió: EDUFAL, 2002.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século.** IN Dênis de Moraes (org). Sociedade Midiática. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MELO, José Marques de, TOSTA, Sandra Pereira. **Mídia & Educação.** Belo Horizonte: Antêntica, 2008.

PENISA JÚNIOR, Carlos. **Comunicação, Informação e Conhecimento.** IN LANNI, Cláudia Regina e PINHEIRO, Maria de Araújo (orgs). Sociedade e Comunicação: Perspectivas contemporâneas. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

SANTAELLA, Lúcia. **O impacto das novas mídias sobre a cultura.** IN VILLARES, Fábio (org). Novas mídias digitais (audiovisual, games e música): impactos políticos, econômicos e sociais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

SCHAUN, Ângela. **Educomunicação: reflexões e princípios.** Rio de Janeiro: Mauad. 126p, 2002

SETTON, Maria das Graças. **Mídia e Educação.** São Paulo: Contexto, 2010.

PESQUISA sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação no Brasil: TIC Domicílios e TIC Empresas 2010 = Survey on the use of information and Communication Technologies in Brazil: ICT Households and ICT Enterprises 2010 / [coordenação executiva e editorial / executive and editorial coordination, Alexandre F. Barbosa; tradução/ traslation Karen Brito Sexton]. – São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2011.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos.** Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.