



Sob a Égide do Domínio Tecnológico: Um Estudo Sobre o Uso de Notebooks Nas Salas de Aula¹

Natália Aloí NÁPOLI²

Robson FREIRE³

Universidade do Vale do Itajai, Itajai, SC

RESUMO

Este trabalho buscou identificar o porquê do uso de computadores portáteis pelos acadêmicos durante as aulas no curso de Publicidade e Propaganda de uma universidade particular em Santa Catarina. Para tanto, realizou-se uma pesquisa exploratória, qualitativa e quantitativa. A partir de uma amostragem estratificada, foi aplicado um questionário composto por perguntas fechadas e abertas para 133 acadêmicos. Nos principais achados os alunos afirmam que usam o *notebook* para as atividades curriculares, e não para fins associados à distração. No entanto, se contradizem quando revelam que maior desvantagem em relação ao *laptop*, dentro da sala de aula, é a falta de atenção devido à sua utilização, tendo em vista que o propósito do seu uso mais significante é o acesso às redes sociais.

PALAVRAS-CHAVE: Geração Y; Tecnologia; Educação

1. INTRODUÇÃO

As pessoas cada vez mais vêm aproveitando as inovações tecnológicas e se familiarizando com novos métodos para facilitar suas atividades diárias. Numa época em que tempo algum pode ser desperdiçado, o *notebook* torna-se um aparelho muito útil por existir a possibilidade de carregá-lo para onde desejar. O ponto a ser discutido, é a ação de levar *notebooks* particulares para dentro das salas de aula das faculdades, tendo em vista que por muitas vezes são utilizados de maneira inadequada, por exemplo: como forma de distração e assim não prestar atenção às aulas.

A geração Y, também chamada de “nativos digitais”, numa definição breve, são pessoas nascidas a partir dos anos 80, quando era mais notável a busca pelo mundo digital. Diferenciam-se dos “imigrantes digitais”, pois segundo Prensky (2001) são pessoas que não foram expostas a tanta tecnologia desde cedo, e por isso não fazem o

¹ Trabalho apresentado no DT 2 – Publicidade e Propaganda do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2011.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIVALI, email: natalia_napoli@hotmail.com

³ Orientador do trabalho. Mestre em Administração (UNIVALI-SC), Especialista em Gestão Estratégica de Marketing e em Recursos Humanos (UFSC) e Bacharel em Administração de Empresas (ICÉS-MG). Atua como docente nos cursos de Administração, Publicidade e Propaganda, Tecnólogo em Gestão Portuária, Fotografia, Design na Universidade do Vale do Itajai – SC; e-mail: rbnfreire@yahoo.com.br



uso tão intenso como os nativos. Uma analogia pode ser feita ao se comparar as pessoas que nascem em um país e dominam sua língua mãe e cultura, com outras que decidem imigrar na idade adulta, tendo que passar por adaptações (PRENSKY, 2001). Nesse sentido, se é tão necessário e natural o uso de computadores para a geração Y, questiona-se: o assunto é relevante? Há espaço para um estudo sobre esse tema? Especificamente dentro das universidades?

Para determinar a população alvo deste trabalho, uma das maiores Universidades Comunitária no Estado de Santa Catarina foi selecionada. Dentre os diversos cursos de graduação que nela são oferecidos, o curso de Publicidade e Propaganda foi escolhido como unidade de análise, sendo que 165 acadêmicos representam a amostra deste estudo.

Sidnei Oliveira (2010) afirma que os jovens da geração Y têm como característica a constante busca por desafios; precisam demonstrar maior produtividade, realizam várias atividades ao mesmo tempo, desejam satisfação imediata e querem obter qualquer informação sem restrições. Porém, Oblinger e Oblinger (2005) explicam que muitos educadores têm constatado como problema a naturalidade com que os jovens usam a tecnologia, e as dificuldades que têm em buscar e qualificar a informação que conseguem por meio de sites de busca na Internet.

Considerando esta problemática multifacetada, buscou-se apoio teórico em: Valente (1993), Lievegoed (1996), Giddens (1997), Jonsson (1997), Setzer (1998), Levy, (1999), Tapscott (1999), Groppo (2000), Silva (2000), Demo (2002), Garbin (2003), Kehl (2004), Couto (2008), que representam os pesquisadores mais relevantes deste campo de estudo.

Nota-se então, uma linha que separa os benefícios proporcionados pelo uso dessa ferramenta, bem como as incoerências advindas desse comportamento. Em face desse contexto, a seguinte pergunta de pesquisa é proposta: por que motivos os alunos têm utilizado o *notebook* durante as aulas no curso de Publicidade e Propaganda? Para ajudar a responder esta questão, o objetivo geral deste trabalho é investigar o comportamento dos alunos em relação à utilização do aparelho durante as aulas. Especificamente, buscou-se: 1) identificar a frequência de uso dos *notebooks* nas aulas; 2) avaliar os motivos e ocasiões em que o *laptop* é usado; 3) analisar as vantagens e desvantagens desse uso enquanto as aulas de publicidade e propaganda acontecem; 4) conhecer a opinião dos alunos sobre o uso; e por fim 5) entender o propósito dessa utilização de computadores portáteis durante as aulas.



Esse artigo se justifica em nível teórico, em função da relevância e complexidade do tema, uma vez que a evolução da sociedade, ou uma parcela dela, tem utilizado outras ferramentas para se comunicar e interagir. Desta maneira, este trabalho poderá contribuir com o conhecimento acadêmico na medida em que busca entender o que se passa na mente destes jovens, que têm em média 20 anos, verificando se o uso desses aparelhos é proveitoso ou atrapalha o ensino. Na prática, tanto a universidade quanto os professores, na busca de compreender essa mudança comportamental e tendo em vista a inovação contemporânea, precisam refletir a respeito dessa transformação a fim de se ajustar a esse novo ambiente.

O trabalho está estruturado a partir da introdução, contendo os objetivos (geral e específicos), importância, e a justificativa da escolha do tema. Seguido pela fundamentação teórica composta pelas seções: comportamento dos jovens, educação e o computador, e tecnologia e a geração Y. Na sequência, a metodologia utilizada é descrita passo-a-passo, e apresentação da instituição utilizada como unidade de análise, bem como os resultados da pesquisa. As considerações finais do artigo e as referências que sustentaram o enfoque teórico constam como fechamento do trabalho.

2. COMPORTAMENTO DOS JOVENS

Até hoje não se sabe quando a infância termina, a adolescência começa e a fase adulta se estabiliza, mas para Groppo (2000) há duas maneiras de definir a juventude: há o critério etário – a juventude de acordo com faixas de idade -, e o critério sociocultural, quando o jovem e seu comportamento mudam de acordo com a classe social, o grupo étnico, a nacionalidade, o gênero, o contexto histórico, nacional, regional, entre outros.

É evidente que os jovens de hoje estão expostos às pressões e problemas desconhecidos comparados às pessoas da mesma faixa etária de gerações anteriores, e que isso cause um transtorno já em casa (SINGLY, 2000). Uma explicação clara e direta é que muitos pais abrem mão de sua autoridade. Quando isso acontece, os filhos crescem com poucas, ou nenhuma, regras ou diretrizes para orientar seu comportamento. Outro fator é que hoje em dia é comum o jovem “se criar sozinho”, já que não só o pai, como também a mãe tem que sair de casa para trabalhar (FLECK & WAGNER, 2003).



Quando se fala em educação escolar e a influencia que os pais têm nesse assunto, os mesmos devem estar cientes sobre o que o filho realiza, e estarem dispostos a conversar a respeito de suas decisões. Pais não precisam ser um poço de conhecimento, mas um modelo de responsabilidade (HÜBNER, 1999). O ser humano não nasce responsável, mas aprende a se comportar dessa maneira. A forma adequada de conseguir esses resultados é criar condições para que o filho tenha o comportamento desejado.

De acordo com Couto (2008), não dá para ficar nas eternas lamentações que atribuem todas as culpas aos pais, ao desinteresse, à não preparação e má vontade dos alunos, que só querem brincadeira, que estão viciados nos jogos, nas novelas e em tudo o que é superficialidade e que, ainda por cima, só sabem desrespeitar os professores. Tudo isto pode ser verdade, mas não se pode continuar na atitude recriminatória sem um esforço para mudar métodos que há 30 anos podiam ser eficazes, mas que já não servem para esta geração que foi moldada pela televisão e pelos computadores.

O jovem gosta de ser como é e vê mais vantagens nesse estágio por ter menos preocupações e responsabilidades, porque tem o poder de aproveitar a vida, sentir alegria, desfrutar de saúde e bem-estar, podendo estudar e adquirir conhecimentos. Para Lievegoed (1996), o problema mais importante que o jovem enfrenta é encontrar seu próprio relacionamento com a realidade sociocultural e época na qual vive – daí a importância da escolha profissional e do trabalho – e, assim, as escolhas não são tão livres. A liberdade é constantemente ameaçada pelas obrigações e pelas imposições da sociedade, mas precisa ser descoberta e praticada nas relações sociais.

Segundo Kehl (2004), ser jovem é ser diferente em relação ao estado de espírito, corpo, saúde e disposição, é onde todos querem se incluir e ser reconhecidos como tal. A juventude é evidentemente diferente das outras fases, e precisa ser tratada diferentemente. Assim sendo, os jovens do Século XXI, por terem mais acesso às tecnologias e estarem num mundo muito mais liberal que antigamente, precisam de uma educação que acompanhe essas mudanças.

2. EDUCAÇÃO E O COMPUTADOR

A educação passa por transformações para conseguir acompanhar a evolução das pessoas, e dessa maneira alcançar o objetivo de trocar informações e conhecimento. No Século XXI, o que predomina de novo é a educação a distância e a tecnologia inserida



nos métodos de ensino, uma necessidade dos tempos atuais, de acordo com Nascimento e Trompieri Filho (2002).

Mediado por tecnologias, a educação a distância, basicamente, facilita a vida de pessoas que não tem tempo disponível para frequentar aulas presenciais, mas desejam desenvolver sua intelectualidade. Zuin (2006) afirma que a especialização flexível precisa de ajustes em se tratando do processo educativo e formativo, para que os trabalhadores possam adquirir habilidades e não serem passados para trás por inovações tecnológicas. Há quem seja contra esse tipo de educação, e quem seja a favor, mas não se entrará em detalhes sobre esse assunto. O que há de ser pensado é que métodos novos de ensino surgem com a intenção de fazer com que os interessados em aprender tenham mais oportunidades.

Mas não é só por meio da educação a distância que o computador aparece como método de ensino. Outra mudança relevante no mundo da educação é a tecnologia em sala de aula. Segundo Giddens (1997), as mudanças sociais ocorrem em ritmo acelerado, sendo especialmente visíveis no espantoso avanço das tecnologias de informação e comunicação, e provocando, senão mudanças profundas, pelo menos desequilíbrios estruturais no campo da educação. No contexto atual, a tecnologia não pode ser ignorada, bem pelo contrário, deve-se tirar maior proveito dela.

Para Setzer (2005), algumas das influências nefastas dos computadores, como por exemplo, a necessária quantificação e empobrecimento da informação de qualquer dado processado por ele, só podem ser compreendidas se houver um conhecimento de sua estrutura interna, tanto do ponto de vista lógico quanto de *hardware*. Por essa razão, Setzer é favorável à abordagem dos computadores no ensino.

Concordando com Setzer, Valente (1993) destaca que para a implantação dos recursos tecnológicos de forma eficaz na educação são necessários quatro ingredientes básicos: o computador, o *software* educativo, o professor capacitado para usar o computador como meio educacional e o aluno. Consequentemente, para que isso funcione, nenhum deve se destacar em relação ao outro. O autor argumenta que o computador não é mais o instrumento que ensina o aprendiz, mas a ferramenta com a qual o aluno desenvolve algo e, portanto, o aprendizado ocorre pelo fato de estar executando uma tarefa por intermédio do computador. Afinal, sabe-se que as informações só estão disponíveis na rede, por que alguém as colocou lá, e dessa maneira, podem ou não serem confiáveis.



Por essa razão, Peters e Ghiraldelli Júnior (2004), em sua obra intitulada “A Enciclopédia de Filosofia de Educação” acreditam que não há dúvida de que atrás da tecnologia há outras pessoas, que preparam os materiais e os disponibilizam através da rede. Quando alguém usa os recursos hoje disponíveis na Internet para aprender de maneiras auto-motivadas e exploratórias, usam-se materiais de diferentes naturezas, preparados e disponibilizados em contextos dos mais variados - muitos sem qualquer interesse pedagógico, e isso é feito de maneira totalmente imprevisível. Por esta razão um acompanhamento do professor quando o computador é utilizado em aula, seria de melhor aproveitamento, para que encaminhasse o estudo à melhor direção. O professor precisa aprender a trocar informações e não apenas repassá-las (SILVA, 2005).

Seguindo esse raciocínio, os professores precisam dar aos alunos o acesso ao conhecimento, prepará-los para uma vida de aprendizagem e descoberta, com o domínio das habilidades e ferramentas de pesquisa como parte de sua educação básica. Precisam criar um ambiente de aprendizagem que integre ensino e pesquisa, no qual os acadêmicos exercitem constantemente a comunicação e colaboração (SILVA, 2005).

Pode-se dizer que interface de comunicação é o que há de mais interessante, e Jonsson (1997) afirma que o professor precisará distinguir “ferramenta” de “interface”. Assim sendo, se referir à tecnologia como “ferramenta” é errado, uma vez que opera com o objeto material e a interface é um objeto virtual. A interface está para a cibercultura como espaço *on-line* de encontro e comunicação entre duas ou mais faces.

Afinal, o uso de computadores na sala de aula faz sentido, ou não? Para Demo (2002), a virtualidade permite autêntica aprendizagem, desde que não se tome distância e se faça bom uso das teorias pós-modernas do ensino. Sendo assim, é necessário estudar o presente, e no caso, a tecnologia que está extremamente ligada à educação do Século XXI e à chamada Geração Y, que domina esses recursos.

4. GERAÇÃO Y E A TECNOLOGIA

Nascidos a partir da década de 1980 e totalmente ligados à Era digital. É assim que a geração Y é definida. Há quem diga que os nativos dessa Era são viciados em tecnologia, e não consigam viver sem usar ou interagir por meio da ferramenta virtual. Uma pesquisa realizada pela Universidade de Maryland, nos Estados Unidos, estudou o comportamento dos jovens ao solicitar que por 24 horas, 200 estudantes não usassem qualquer artifício tecnológico. O resultado que rendeu mais de 400 páginas com os



relatos teve respostas até um pouco absurdas, se lidas por pessoas não pertencentes a essa geração. Nos relatos, os universitários em sua maioria definiram essa ausência de tecnologia como falta de conforto, segurança e até informação (INSTITUTO PEW RESEARCH, 2010).

Assim, Tapscott (1999) definiu as peculiaridades dessas primeiras pessoas que tiveram acesso ao mundo virtual desde cedo. Essa geração tem capacidade para realizar diversas tarefas simultaneamente, não é favorável a atrasos na comunicação, sentem-se melhor quando estão em ambientes interativos e não apenas como espectadores. Quem pertence à Geração Y, também chamada de Geração Net, tem o perfil explorador. Por outro lado, não basta pensar que essas pessoas são totalmente capazes de lidar com qualquer assunto relacionado à Internet e tecnologia, pois há de se analisar a parte social, como tradição, cultura, classe social. Dessa maneira nem todos dessa geração podem ser considerados “nativos digitais” e não podem se denominar melhores ou piores que qualquer outra pessoa, seja de qual geração pertencer (PRENSKY, 2001).

Em face disso, Silva (2000) afirma que a identidade é uma construção, um efeito, um processo de produção, uma relação, um ato performático. A identidade é instável, contraditória, fragmentada, inconsistente e inacabada. E tendo como base Garbin (2003), é fato que está se desenvolvendo, nos tempos atuais, uma cultura jovem que é bem distinta das anteriores. Idas aos shoppings, parques, e amizades eternas são deixadas para trás, quando se tem um computador à frente para se comunicar e trocar informações que, como já dito anteriormente, nem sempre são de fontes confiáveis. As pessoas com tanto acesso a tecnologia preferem manter contato com outras por meio de um computador ou celular, do que pessoalmente, segundo pesquisa do Ibope Mídia, realizada em setembro de 2009.

De qualquer maneira, mais cedo ou mais tarde, a população em geral, terá de estar inserida nas mudanças, pois com a globalização, o acesso a novidades acontecerá com mais facilidade. Em certo momento, todos estarão entendidos quando o assunto for *Cyber* – tecnologia avançada. Assim como afirma Levy, (1999), em resumo, o programa da cibercultura é universal sem totalidade, pois no limite ideal qualquer um deve poder acessar de qualquer lugar as diversas comunidades virtuais. Tendo como base esta fundamentação teórica, o procedimento metodológico para esse estudo está descrito na próxima sessão.



5. METODOLOGIA

Para iniciar este artigo foi realizada uma pesquisa exploratória, tendo em vista que o levantamento em livros, teses, dissertações e artigos científicos disponibilizados em sites de base de dados eletrônicos, podendo citar Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação-, Biblioteca Digital de Teses da USP, se faria necessário. Para essa busca, as palavras-chave e expressões mais utilizadas foram: “nativos digitais”, “educação no Século XXI e computadores”, “inovações no ensino”, dentre outras do mesmo sentido.

O universo de pesquisa compreende 351 acadêmicos de Publicidade e Propaganda que estão regularmente matriculados na Universidade em questão, que para preservar a sua identidade o seu nome não será revelado. Após efetuar o cálculo amostral, descobriu-se que 165 pessoas deveriam responder ao questionário composto por perguntas fechadas, elaboradas com escala de resposta Likert, além de perguntas abertas. Essa amostra foi subdividida de forma estratificada, fragmentando a população total em sub-populações.

Ao considerar a proporcionalidade de cada período-fase em relação ao curso de Publicidade e Propaganda, os estratos foram calculados, levando-se em conta uma margem de erro de 5%. Abaixo, o Quadro 1 relacionando a quantidade de alunos matriculados e os respectivos números de entrevistados:

Períodos da Graduação	Número de acadêmicos	Número de entrevistados
1º	47	21
2º	77	36
3º	25	12
4º	64	30
5º	21	10
6º	54	25
7º	09	05
8º	27	13
9º	27	13
TOTAL	351	165

Quadro 1: Cálculo de amostra estratificada por período.

A tipologia de pesquisa é caracterizada como qualitativa e quantitativa, pois buscou compreender os aspectos psicológicos e também o comportamento dos alunos de Publicidade e Propaganda, bem como mensurá-los (MATTAR, 2000).

Um pré-teste foi realizado, com 10 pessoas, visando a identificar possíveis dúvidas que poderiam ocorrer quando a pesquisa fosse de fato aplicada. Mudanças foram feitas no questionário final a fim de torná-lo melhor e auto-explicativo.



A pesquisa foi aplicada nas salas de aulas para todos os alunos do curso em estudo que estiveram presentes no momento da abordagem. A coleta de dados ocorreu em um período de três dias, no mês de outubro de 2010, para as turmas dos períodos matutinos e noturnos. De posse dos dados primários, o tratamento, interpretação e análise foram realizadas a fim de identificar o real uso dos *notebooks* durante as aulas, buscando entender suas vantagens e desvantagens. A tabulação de dados ocorreu durante dois dias, e mais um dia para analisá-los. Dessa maneira, foi possível alcançar os objetivos estipulados e solucionar as dúvidas que nortearam essa pesquisa. Além disso, procurou-se articular os achados com estudos antes realizados, bem como compará-los com a fundamentação teórica.

6. APRESENTAÇÃO DO AMBIENTE DE PESQUISA E DISCUSSÃO

A Universidade comunitária em questão foi oficialmente considerada uma universidade em 1989, para hoje ser reconhecida como a maior instituição de ensino de Santa Catarina. Atualmente, seus alunos desfrutam de uma completa infra-estrutura que conta com cerca de 490 salas de aulas e 950 salas de apoio, além de laboratórios equipados com a tecnologia necessária para o melhor aprendizado. Com a intenção de aproximar mais facilmente o aluno do mercado de trabalho, esta instituição dispõe de clínicas, agências bancárias, auditórios, teatro, dentre outros serviços. Acrescenta-se oito bibliotecas que estão a disposição dos seus acadêmicos.

Quando se fala em alunos, não só os acadêmicos participam das atividades. A Universidade atende em média 1000 estudantes, entre crianças e jovens, do ensino infantil até o ensino médio, que residem em Tijucas, Itajaí e Balneário Camboriú. Ainda em relação à Instituição, é possível se aperfeiçoar em um dos 36 cursos de especialização, nove mestrados e três doutorados, após ter cursado um dos 50 cursos de graduação – somados aos cursos sequenciais de formação específica. Para se ter idéia, apenas em um Campus são disponibilizados exatamente 35 cursos de graduação, dentre eles o de Comunicação Social, que é dividido em três áreas específicas: Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda, o último escolhido como objeto de estudo desta pesquisa.

É possível frequentar o curso de Publicidade e Propaganda desta Universidade nos períodos matutinos e noturnos, dependendo do semestre em que se ingressa. São 351 graduandos nessa área, e a intenção foi aplicar o questionário sobre o uso de *notebooks* durante as aulas do curso para 165 deles.



Do total desejado, 133 alunos responderam ao questionário, sendo que 65% são mulheres, enquanto 35% são homens. Sobre a faixa etária relata-se que 61% tem de 18 à 20 anos, 20% tem de 21 à 23 anos, os que tem de 24 à 26 anos representam 15%, e a minoria de 3% tem idade acima de 27 anos. Em relação à renda familiar, 28% respondeu ter rendimentos acima de R\$ 7501,00, seguida por 19% dos que têm renda de R\$ 3001,00 à R\$ 4500,00.

O primeiro bloco de perguntas do questionário aplicado referia-se a frequência do uso de *notebooks* em sala de aula, a fim de alcançar o primeiro objetivo específico, e para isso era primordialmente necessário saber quem possui o aparelho. Dessa maneira, 70% responderam que possuem o aparelho, todavia 33% dos mesmos assinalaram a opção de que nunca o levavam para sala de aula. Em se tratando daqueles que levam o *laptop* para dentro da sala de aula, 21% o fazem de uma a duas vezes na semana, 7% o carregam para a sala de aula de três a quatro vezes na semana, e apenas 7% dos entrevistados afirmaram que o levam todos os dias para aula. Tendo em vista que existe a possibilidade de utilizarem os aparelhos dos colegas que o levam para a aula, 29% responderam que nem assim fazem uso do *notebook*.

Em relação ao tempo de uso dos computadores portáteis durante as aulas, ainda se tratando da frequência da utilização, o uso até meia hora (21%) é parcialmente semelhante ao uso até por duas horas, que teve 20% das respostas. As respostas com percentuais menos significativos (12%) e (16%) são das opções até uma hora e até três horas, nessa ordem respectivamente.

A próxima questão só deveria ser respondida por alunos que pelo menos alguma vez já fizeram o uso do computador portátil durante as aulas do curso de Publicidade e Propaganda da Instituição. Dessa maneira, 39 pessoas não responderam essa questão (29%). Quanto aos possíveis momentos em que o entrevistado utilizou o *notebook* em sala de aula, tendo como propósito alcançar o segundo objetivo específico, foram apresentadas algumas alternativas em que o pesquisado deveria determinar o quanto concordava ou não com cada uma delas. Os resultados estão dispostos na Tabela 2.

Tabela 2: Resultados relacionados às ocasiões do uso de *notebooks* em sala de aula

Ocasião	1	2	3	4	5
Quando o professor permite	19%	8%	11%	37%	43%
Quando preciso terminar algum trabalho	3%	1%	4%	14%	76%
Quando quero me distrair sem sair da sala de aula	22%	4%	20%	5%	47%
Quando a aula está cansativa	22%	8%	7%	14%	46%



Quando preciso anotar algo	8%	7%	8%	18%	57%
Quando preciso apresentar um trabalho	1%	1%	3%	6%	88%

Os resultados indicam que as alternativas relacionadas a assuntos acadêmicos, finalização e apresentação de trabalho têm grande relevância na utilização do computador portátil em sala de aula, e que a permissão do professor é sim levada em conta para a maioria dos pesquisados.

Na tentativa de esclarecer o terceiro objetivo, a princípio buscou-se saber dos acadêmicos pesquisados, quais as vantagens e desvantagens que os mesmos enxergavam no uso de *notebooks* nas aulas. Quando tiveram a oportunidade de justificar a opinião em uma questão aberta mencionando vantagens e desvantagens do uso, 43% citaram que pesquisar durante as aulas é uma vantagem, que ter um computador em sala é útil para terminar algum trabalho (21%), que digitar é mais prático que escrever (15%), para acompanhar os *slides* junto com o professor (8%), dentre outros tópicos menos evidentes.

Em relação às desvantagens, mais da metade dos respondentes (58%) acreditam que o uso de *notebooks* durante as aulas compromete a atenção na matéria dada. Outros fatores que apareceram nesta pergunta aberta foram: uso de redes sociais (18%) que pode estar ligada à falta de atenção, 12% citaram que o professor às vezes não colabora. Achados que condiz com a perspectiva de Johnson (1997). A lentidão da rede *wi-fi* apareceu em 9% das opiniões, e poucas tomadas, peso do aparelho e roubo somaram 12% das respostas obtidas. Alguns dos acadêmicos não citaram nenhuma vantagem (9%) ou desvantagem (12%).

Também foi perguntado se eram favoráveis ou não ao uso de *notebooks* em sala de aula. Nesta questão foi usada uma escala de variância. A diferença entre os muito favoráveis e os muito desfavoráveis foi expressiva – 43% para o primeiro e 3% para o segundo. De acordo com Oliveira (2010), essa é uma característica que os jovens da Geração Y têm, trata-se da facilidade para lidar com duas ou mais coisas ao mesmo tempo. Ainda existiam as opções um pouco favorável (27%), indiferente (25%) e um pouco desfavorável, que por nenhuma vez foi assinalada.

O bloco seguinte do questionário solicitava que os respondentes designassem o propósito da utilização do aparelho, para a tentativa de alcançar o quinto e último objetivo específico. Para tanto, os entrevistados deveriam atribuir notas de um à sete de



acordo com a relevância de cada opção, sendo um para a menor nota (menor utilização) e sete para a maior nota (maior utilização). Os resultados são mostrados na Tabela 3.

Tabela3: Resultados referentes ao propósito do uso de notebooks em sala de aula.

	1	2	3	4	5	6	7
Utiliza para jogar	51%	8%	8%	6%	3%	3%	19%
Utiliza para acessar redes sociais	6%	17%	9%	3%	14%	8%	40%
Utiliza para ver vídeos	1%	21%	27%	9%	17%	9%	13%
Utiliza para checar e-mails	3%	4%	12%	20%	15%	21%	22%
Utiliza para pesquisar sobre o assunto da aula	8%	8%	9%	18%	19%	19%	17%
Utiliza como substituto do caderno	3%	13%	14%	14%	17%	14%	21%
Utiliza para participar de maneira mais ativa sobre o tema da aula	7%	15%	13%	27%	7%	8%	19%

Como pôde ser observado há uma contradição entre o pensamento e os atos dos acadêmicos pesquisados. Ao mesmo tempo em que definem como maior desvantagem a falta de atenção às aulas devido à utilização do *notebook*, o propósito de uso mais significante é o acesso às redes sociais.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao considerar o tema central deste estudo, a utilização de *notebooks* durante as aulas no curso de Publicidade e Propaganda de uma Universidade de Santa Catarina, alguns assuntos serviram de aporte teórico. Aponta-se: o Comportamento dos jovens, a educação e o computador e a geração Y e a tecnologia.

Como propósitos específicos do trabalho, mais precisamente buscou-se: 1) identificar a frequência de uso dos notebooks nas aulas; 2) avaliar os motivos e ocasiões em que o *laptop* é usado; 3) analisar as vantagens e desvantagens desse uso enquanto as aulas de publicidade e propaganda acontecem; 4) conhecer a opinião dos alunos sobre o uso; e por fim, 5) entender o propósito da utilização de computadores durante as aulas.

Em relação à frequência do uso, assunto pertinente ao primeiro objetivo específico, primeiramente foi necessário saber a porcentagem da amostra selecionada que tinham o aparelho pessoal. Dos pesquisados, 70% afirmaram que o possuíam, porém 33% nunca o levam para a sala de aula, e mesmo os que não tem o computador portátil mas que tem a oportunidade de usar de um colega de classe, alegaram que nem desta maneira fazem uso dessa ferramenta (29%). Quanto ao tempo de utilização do *notebook* por dia nas aulas, a opção “até meia hora”, obteve 21% das respostas, enquanto “até duas horas” teve resultado parecido, 20%.



Sobre a ocasião de uso de computadores portáteis em sala de aula, tema do segundo objetivo, os percentuais mais significativos foram apresentar um trabalho (88%), terminar algum trabalho (76%), anotar algo (57%), quando a aula está cansativa (47%) ou quando o professor permite (43%).

Outro fator questionado tratou das vantagens e desvantagens do uso liberado do aparelho na visão dos estudantes, a fim de responder o terceiro objetivo. Algumas pessoas se recusaram a responder sobre as vantagens (9%), como também as desvantagens (12%). Mais da metade dos respondentes (58%) acreditam que uma desvantagem expressiva é comprometer a atenção durante a aula. Alguns fatores apareceram de forma mais tímida nessa questão: o uso de redes sociais (18%) que pode estar ligada à falta de atenção, 12% citaram que o professor às vezes não colabora, 9% respondeu que a rede *wi-fi* é lenta, além do fato de existirem poucas tomadas para o *laptop* dentro da sala de aula. O peso do aparelho e a possibilidade de roubo também somaram 12% das respostas.

Os entrevistados tiveram a chance de expor sua opinião em um bloco de perguntas, visando o quarto objetivo, e 43% dos pesquisados se mostraram muito favoráveis ao uso do aparelho durante as aulas, contra 3% muito pouco favoráveis ao ato.

Quanto ao propósito que faz os acadêmicos do curso de Publicidade e Propaganda usar o computador portátil em sala de aula, sendo este o quinto objetivo específico a ser alcançado, 51% deram a menor nota – de 1 a 7 – para o quesito “jogar algum jogo” (*online* ou não). Sobre o acesso às redes sociais e email, ao todo 62% atribuíram a maior nota. Já para “assistir vídeos de temas diversos”, 27% deram a nota 3, a nota média. Em relação à pesquisar sobre o assunto da aula e participar de maneira mais ativa, 10% deram a menor nota, no entanto 36% conferiram a maior nota.

Como principal limitação deste estudo, é necessário destacar que a amostra desejada, inicialmente de 165 acadêmicos, passou a ser de 133, uma vez que esse foi o número alcançado após a aplicação dos questionários. Este fato pode ser explicado, pois os alunos do 7º, 8º, e 9º períodos estavam em fases de estágio, ou trabalhos finais. Outro fator limitante refere-se à necessidade de expandir a busca pela fundamentação, em outras fontes secundárias, visando a ampliar o aporte teórico, utilizadas para este trabalho. Acrescenta-se que a pesquisa poderia ter sido aplicada a todos os cursos da área de Comunicação Social, bem como englobar outros cursos de graduação da mesma Universidade.



Sugestões relevantes para próximas pesquisas sobre o mesmo tema seria um estudo com os docentes e não só com acadêmicos, a fim de saber a opinião dos mesmos, obtendo uma perspectiva pedagógica. Uma amostra maior também poderia ser utilizada, visando a generalização dos resultados.

A relevância desta investigação para o campo de ensino da Publicidade e Propaganda, em nível teórico é explorar a complexidade do tema, tratando da evolução da sociedade e do conhecimento acadêmico na medida em que busca entender o que se passa na mente dos jovens, conhecidos por “Nativos digitais”. Conseqüentemente, esta ampliação do saber a respeito da temática contribuirá para que a universidade, os professores e os alunos tenham a chance de compreender e tomar decisões em relação a essa mudança comportamental.

REFERÊNCIAS

- COUTO, Coré. **As novas tecnologias aplicadas à educação em meio eletrônico**, Disponível em <<http://jornal.esfmp.pt/node/4> > Acesso em 24 de outubro de 2008
- DEMO, Pedro. **Tecnologia em educação e aprendizagem**. *Revista Ensaio: avaliação de políticas públicas educacionais*. Rio de Janeiro, v. 10, n.35. p.201-222. Abr/jun, 2002.
- FLECK, A. C. & Wagner, A. **A mulher como principal provedora do sustento econômico familiar**. *Psicologia em Estudo*, 8(nº esp) 2003
- GARBIN, Elisabete Maria. **Culturas juvenis, identidades e Internet: questões atuais**. In: *Revista Brasileira de Educação*. Rio de Janeiro: Editora autores Associados, Maio, 2003.
- GIDDENS, Antony. **Modernidade e identidade pessoal**. Oeiras: Celta, 1997.
- GROPPO, Luís Antonio. **Juventude: ensaios sobre sociologia e história das juventudes modernas**. Rio de Janeiro: DIFEL, 2000.
- HÜBNER, M.M. **Contingência e regras familiares que minimizam problemas de estudo: a família pró-saber**. Santo André: ARBytes. (1999).
- JONSSON, Ewa. **Electronic discourse: on speech and writing on the internet**. Disponível em: <http://www.luth.se/users/jonsson/D-essay/EletronicDiscourse.html>. > Acesso em Set. 2010
- KEHL, Maria Rita. **A juventude como sintoma de cultura**. In: *Juventude e Sociedade: Trabalho, Educação, Cultura e Participação*. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2004.
- LEVY, P. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro: Escuta, 1993.
- LIEVEGOED, Bernard. **Desvendando o crescimento: as fases evolutivas da infância e da adolescência**. 2.ed. São Paulo: Antroposófica, 1996.
- MATTAR, F. **Pesquisa de marketing**: edição compacta. 3 ed., São Paulo: Atlas, 2001.



- NASCIMENTO, R. B.; TROMPIERI FILHO, N. **Correio eletrônico como recurso didático no ensino superior: o caso da Universidade Federal do Ceará.** *Ciência da Informação*, Brasília, DF, v. 31, n. 2, 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br>>. Acesso em: SET/2010.
- OBLINGER, D.G. e OBLINGER, J.L. *Educating the Net Generation*. 2005. Disponível em: www.educause.edu/educatingthenetgen> Acesso em SET. 2010.
- OLIVEIRA, Sidnei. **Geração Y: O nascimento de uma nova versão de líderes.** São Paulo: Integrare Editora, 2010.
- Pesquisa uso de mídias Universidade de Maryland. Disponível em: <<http://www.newsdesk.umd.edu/sociss/release.cfm?ArticleID=2144>> Acesso em: AGO/2010
- Pesquisa Ibope Mídia. Disponível em: <<http://web.infomoney.com.br/templates/news/view.asp?codigo=1688913&path=/suasfinancas/jovens/lazer/>>. Acesso em: Ago/2010.
- PRENSKY, M. (2001). *Digital natives, digital immigrants*. Disponível em: <<http://www.educause.edu/ir/library/powerpoint/SAC0504.pps>> Acesso em SET. 2010
- SETZER, Valdemar w. **Meios eletrônicos e a Educação: Uma visão Alternativa.** São Paulo: Editora Escrituras, 3ª edição, 2005.
- SILVA, Christina Marília Teixeira da; AZEVEDO, Nyrma Souza Nunes de
Ensaio: *aval.pol.públ.Educ. TAB.* 2005 Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010440362005000100003&lang=pt> Acesso em: SET/2010.
- SILVA, Thomas Tadeu da. **A produção social da identidade e da diferença.** Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis. Vozes, 2000.
- SINGLY, F. de. **O nascimento do "indivíduo individualizado" e seus efeitos na vida conjugal e familiar.** *Família e individualização*. Rio de Janeiro: FGV. 2000
- TAPSCOTT, Don. **Geração Digital: a crescente e irreversível ascensão da Geração Net.** São Paulo: MAKRON Books, 1999.
- VALENTE, J. A. **Computadores e conhecimento: repensando a educação.** Campinas: UNICAMP. 1993.
- Universidade do Vale do Itajaí. Disponível em: < www.univali.br > Acesso em Out/2010
- ZUIN, A. A. S. **Educação a distância ou educação distante?: o Programa Universidade Aberta do Brasil, o tutor e o professor virtual.** *Educação & Sociedade*, Campinas, v. 27, n. 96, 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br>>. Acesso em: SET/2010.