



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
INSTITUTO DE BIOCÊNCIAS – RIO CLARO



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO

EDUARDA ESCILA FERREIRA LOPES

**O USO DOS DISPOSITIVOS MÓVEIS E DA *INTERNET*
COMO PARTE
DA CULTURA ESCOLAR DE ESTUDANTES
UNIVERSITÁRIOS**



RIO CLARO - SP

2018

EDUARDA ESCILA FERREIRA LOPES

**O USO DOS DISPOSITIVOS MÓVEIS E DA *INTERNET*
COMO PARTE
DA CULTURA ESCOLAR DE ESTUDANTES
UNIVERSITÁRIOS**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação, do Instituto de Biociências da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – *Campus* Rio Claro, como requisito para a obtenção do título de Doutor em Educação.

Linha de pesquisa: Formação de Professores e Trabalho Docente

Orientadora: Profa. Dra. Vera Teresa Valdemarin

RIO CLARO – SP

2018

370.285 Lopes, Eduarda Escila Ferreira
L864u O uso dos dispositivos móveis e da internet como parte da cultura escolar de estudantes universitários / Eduarda Escila Ferreira Lopes. - Rio Claro, 2018
218 f. : il., figs., gráfs., tabs., fots.

Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista, Instituto de Biociências de Rio Claro
Orientador: Vera Teresa Valdemarin

1. Tecnologia educacional. 2. Cultura digital. 3. Cultura escolar. 4. Práticas culturais. 5. Educação. 6. Nível superior. I. Título.

CERTIFICADO DE APROVAÇÃO

TÍTULO DA TESE: O USO DOS DISPOSITIVOS MÓVEIS E DA *INTERNET* COMO PARTE DA CULTURA ESCOLAR DE ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS

AUTORA: EDUARDA ESCILA FERREIRA LOPES

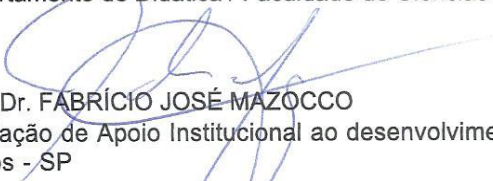
ORIENTADORA: VERA TERESA VALDEMARIN

Aprovada como parte das exigências para obtenção do Título de Doutora em EDUCAÇÃO, pela Comissão Examinadora:


Profa. Dra. VERA TERESA VALDEMARIN
Departamento de Ciências da Educação / Faculdade de Ciências e Letras - UNESP - Campus de Araraquara - SP


Profa. Dra. LUCIANA MARIA GIOVANNI
Departamento de Didática / Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - SP


Profa. Dra. MARILDA DA SILVA
Departamento de Didática / Faculdade de Ciências e Letras - UNESP - Campus de Araraquara - SP


Prof. Dr. FABRÍCIO JOSÉ MAZOCCO
Fundação de Apoio Institucional ao desenvolvimento científico e tecnológico / Universidade Federal de São Carlos - SP


Prof. Dr. DENIS DOMENEGHETTI BADIA
Departamento de Ciências da Educação / Faculdade de Ciências e Letras - UNESP - Campus de Araraquara - SP

Rio Claro, 13 de abril de 2018

Dedico este trabalho à minha filha Luiza, ao meu marido Cristiano e à minha mãe Eunice(*In Memoriam*). São vocês o alicerce da minha vida e da minha carreira. Sem vocês minha história não seria tão bela, tão feliz e tão proveitosa. Por vocês sou feliz.

AGRADECIMENTOS

Não se faz nada sozinho, por isso agradeço a todas as pessoas que direta ou indiretamente me ajudaram, apoiaram e impulsionaram. Até aqui, sempre tive um sorriso, uma fala ou uma que dica me deram força.

Primeiramente, agradeço à minha filha Luiza, meu amor eterno. À ela, que, aos quatro meses de vida, fez-me tomar a decisão de fazer o doutorado sabendo que seria uma grande responsabilidade. Você, querida filha, foi meu incentivo, meu apoio e minha inspiração. Soube rir quando eu precisava, soube me abraçar e soube respeitar minhas necessidades. É minha companheira de tudo e em todos os momentos.

Ao meu esposo Cristiano, agradeço pelo apoio, paciência e por estar comigo em todas as horas, principalmente nas madrugadas de estudo.

À Maria, meu anjo da guarda, por estar sempre ao meu lado e cuidando da minha família.

À minha família, em especial às minhas irmãs e aos meus sobrinhos, obrigada por entenderem que eu estaria ausente, que teríamos menos almoços de domingo e que eu seria uma companhia rara.

Ao Prof^o Dr. Luiz Felipe Cabral Mauro, reitor da UNIARA, agradeço pelo apoio, incentivo e pelas diversas oportunidades oferecidas para que eu pudesse desenvolver esta pesquisa e minha carreira.

À Prof^a Dr^a Vera Teresa Valdemarin, agradeço pela dedicação, carinho e por me ensinar o que é ser uma grande docente. Pelas aulas, pelas orientações e pela dedicação incansável. Minha admiração eterna.

Ao Prof. Dr. Mivaldo Messias Ferrari (*In Memoriam*) agradeço pela ajuda, incentivo, amizade, e por me ensinar a arte da paciência.

Ao Programa de Pós-Graduação em Educação do Instituto do Biociências da UNESP de Rio Claro agradeço pela estrutura e atendimento às minhas necessidades de aluna e pesquisadora. Aos docentes do referido Programa agradeço pela oportunidade de assistir aulas, debates e reflexões da mais alta qualidade, confirmando que o aprender é eterno.

Ao GEPCIE - Grupo de Estudos e Pesquisa sobre Cultura e Instituições Educacionais, obrigada pela oportunidade de discutir os aspectos fundamentais deste trabalho.

Aos meus amigos Jane Brito de Jesus e Antonio Carlos de Jesus (*In Memoriam*), agradeço pela condução à vida acadêmica.

Aos meus amigos, meu muito obrigada pelo incentivo e por entenderem minha ausência. À minha irmã de alma e amiga Ana Cristina Alves Lima, agradeço pela vezes em que, de madrugada, disse que seria possível e que eu conseguiria.

À UNIARA –Universidade de Araraquara, por ser meu local de trabalho e de pesquisa, agradeço pelo apoio e pelas oportunidades diárias.

Aos coordenadores e docentes da UNIARA e da UNESP, em especial dos cursos de Biologia, Pedagogia, Publicidade e Propaganda, Jornalismo e *Design* Digital, agradeço pela autorização da realização da pesquisa empírica. Aos alunos dos curso de Biologia, Pedagogia, Publicidade e Propaganda, Jornalismo e *Design* Digital agradeço por, prontamente, dispuserem-se à participar da pesquisa empírica.

Aos docentes do Curso de Publicidade e Propaganda, agradeço pelas conversas sobre o doutorado, pelo apoio, pela ajuda e pela equipe que formamos.

Aos meus alunos, fonte de inspiração deste tema. Agradeço pelo prazer em tê-los em minha vida, de aprender com vocês a cada dia.

Aos professores componentes da Banca de Qualificação, Prof^a Dr^a Luciana Maria Giovanni e Prof^o Dr. Fabrício Mazzoco, obrigada pela grande contribuição e incentivo ao desenvolvimento deste trabalho.

À vida, pela beleza, pela tarefa e pela trajetória.

Por fim, agradeço a Deus, que sempre me amparou, acolheu-me e iluminou-me.

Criar meu *web site*
Fazer minha *home-page*
Com quantos *gigabytes*
Se faz uma jangada
Um barco que veleje

Que veleje nesse infomar
Que aproveite a vazante da infomaré
Que leve um oriki do meu velho orixá
Ao porto de um disquete de um micro em Taipé

Um barco que veleje nesse infomar
Que aproveite a vazante da infomaré
Que leve meu *e-mail* até Calcutá
Depois de um *hot-link*
Num site de *Helsinki*
Para abastecer

Eu quero entrar na rede
Promover um debate
Juntar via *Internet*
Um grupo de tietes de *Connecticut*

De *Connecticut* acessar
O chefe da milícia de Milão
Um *hacker* mafioso acaba de soltar
Um vírus pra atacar programas no Japão

Eu quero entrar na rede pra contactar
Os lares do Nepal, os bares do Gabão
Que o chefe da polícia carioca avisa pelo celular
Que lá na praça Onze tem um videopôquer para se jogar

(GIL, 1997)

RESUMO

O trabalho aqui apresentado é composto por estudos teóricos e empíricos com o objetivo de investigar a interferência da cultura digital no processo educacional de estudantes de cursos superiores. Considera-se a premissa de que a cada dia é maior a presença de dispositivos móveis e da *internet* como recursos para a vida escolar. No nível superior, a tecnologia digital torna-se cada vez mais presente como recurso das atividades acadêmicas e como resultado de uma cultura digital da sociedade atual. É proposta deste trabalho estudar o conceito de cultura, cultura digital e cultura escolar e em uma segunda etapa, serão revisados aspectos do desenvolvimento dos meios de comunicação e seus impactos até a compreensão da contemporaneidade com a presença dos dispositivos móveis. Como procedimento teórico-metodológico, a pesquisa está ancorada em diferentes autores que tematizaram as questões das práticas e da cultura escolar, como Marilena Chauí, Pierre Bourdieu, Pierre Levy, Raymond Williams, Roger Chartier, Anne Marie Chartier, Bernard Lahire, Marsall McLuhan, Melvin Defleur, Peter Burke, Asa Briggs, entre outros. O trabalho apresenta também estudos sobre a evolução do ensino superior no Brasil frente à expansão provocada por políticas públicas. São analisados dados da expansão em universidades públicas e privadas, assim como dados relativos aos cursos de graduação pesquisados. No presente estudo, também são abordados os preâmbulos da pesquisa empírica, composta por duas fases de investigação, sendo uma de caráter quantitativo e, outra, qualitativo. Na fase quantitativa foram entrevistados trezentos estudantes do ensino superior e na fase qualitativa foram formados seis grupos focais. São apresentados, por fim, os resultados e uma análise das entrevistas com universitários dos cursos de Pedagogia, Biologia, Publicidade e Propaganda, Jornalismo e *Design* Digital de uma instituição de ensino pública e uma particular da cidade de Araraquara, no interior do estado de São Paulo.

Palavras-chave: *Cultura escolar. Cultura digital. Práticas culturais. Educação. Nível Superior.*

ABSTRACT

The work presented here is based on the development of studies about culture, school culture and digital culture and will present the first notes on theoretical reflections. It considers the premise that the presence of mobile devices and the internet as a resource for school life is increasing every day. At the higher level, digital technology becomes more and more present as a resource for academic activities and as a result of a digital culture of today's society. The purpose of this study is to review the theoretical issues involved in the process that will lead us to identify the changes in the daily life of the school culture, taking into account the use of mobile devices, the Internet and social networks by university students. In a second moment, aspects of communication means and its impact will be revisited on the comprehension about contemporaneity with presence of mobile devices. As a theoretical-methodological procedure, the research is anchored in different authors who have studied the issues of school practices and culture, such as Marilena Chauí, Pierre Bourdieu, Pierre Levy, Raymond Williams, Roger Chartier, Anne Marie Chartier, Bernard Lahire, Marsall McLuhan, Melvin Defleur, Peter Burke, Asa Briggs and others. This work presents also studies about the evolution of higher education in Brazil with regard to expansion on public and private universities, as well as data about the graduate courses researched. In the quantitative phase, tre hundred studants of higher educacion were interviewed and in the qualitative phase six groupu focus were formed. In the present study, will be approached the preambles of empirical research, formed by interviews with Pedagogy, Biology, Marketing and Advertising, Journalism and Digital Design students.

Keywords: School culture. Digital culture. Culture. Education. University Graduate

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Distribuição da porcentagem de ingressantes nas regiões do país	44
Figura 2	Mapa do Estado De São Paulo, com destaque para Araraquara, São Carlos e Rio Claro	76
Figura 3	Reunião de grupo pesquisado (1)	117
Figura 4	Reunião de grupo pesquisado (2)	118

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Evolução de número de IES, segundo a categoria administrativa; 2001-2013	39
Tabela 2	Número de IES por categoria (2001-2014)	41
Tabela 3	Número de cursos presenciais e cursos EAD	43
Tabela 4	Número de ingressantes e percentual por região (ano de 2013)	43
Tabela 5	Número de IES por região	45
Tabela 6	Porcentagem de cursos por áreas e distribuição na região	45
Tabela 7	Distribuição de áreas em IES públicas ou privadas	46
Tabela 8	Totais nacionais dos cursos analisados	47
Tabela 9	Perfis dos alunos conforme dados do ENADE	78
Tabela 10	Caracterização dos entrevistados	88
Tabela 11	Opções de diversão e lazer durante a semana	93
Tabela 12	Opções de diversão e lazer durante o final de semana	94
Tabela 13	Dispositivos que levam em suas rotinas	97
Tabela 14	Uso do <i>smartphone</i> durante a aula	102
Tabela 15	Uso do computador durante a aula	103
Tabela 16	Quais as redes sociais usam diariamente	111
Tabela 17	Uso das redes sociais para trabalhos da faculdade	112
Tabela 18	Tem <i>Whatsapp</i> ?	112
Tabela 19	Gastos com pacotes de dados para <i>Smartphone</i>	108

LISTA DE SIGLAS

Arpa	<i>Advanced Research Projects Agency</i>
Capes	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CATV	Televisão de Antena Comunitária
CF/88	Constituição Federal de 1988
EAD	Ensino a distância
Enade	Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes
Enem	Exame Nacional do Ensino Médio
FCLAr	Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara
Fapesp	Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo
Fefiara	Federação das Faculdades Isoladas de Araraquara
Fies	Programa de Financiamento Estudantil
Firjan	Federação das Indústrias do Rio de Janeiro
HTTP	<i>Hyper Text Transfer Protocol</i>
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
Ibope	Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística
IES	Instituição de ensino superior
Imes	Instituto Municipal do Ensino Superior de Catanduva e de Bebedouro
Inep	Instituto Nacional de Pesquisa Educacional Anísio Teixeira
IPTO	<i>Information Process Techniques Office</i>
LDB	Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional
MCMs	Meios de Comunicação de Massa
MEC	Ministério da Educação
MIT	<i>Massachusetts Institute of Technology</i>
PDI	Plano de Desenvolvimento Institucional
ProUni	Programa Universidade para Todos
ReUni	Reestruturação e Expansão das Universidades Federais
Semesp	Sindicato das Entidades Mantenedoras do Estado de São Paulo
TCC	Trabalho de Conclusão de Curso
TICs	Tecnologias de Informação e Comunicação
UAB	Universidade Aberta do Brasil
UFSCar	Universidade Federal de São Carlos

UNESP Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”
Unicep Centro Universitário Central Paulista
Uniesp União Nacional das Instituições de Ensino Superior Privadas
Unip Universidade Paulista
Univesp Universidade Virtual do Estado de São Paulo
USP Universidade de São Paulo
VTR Gravador Videoteipe
Vunesp Fundação para o Vestibular da UNESP

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1. A CULTURA E SUAS INTERPRETAÇÕES	17
1.1 O dinamismo da interpretação do processo cultural	17
1.2 O dinamismo do Ensino Superior no Brasil nos últimos anos	38
2. SOBRE O PROCESSO TECNOLÓGICO	51
3. PESQUISA: PERFIL DO USO DOS DISPOSITIVOS E <i>INTERNET</i> COMO PARTE DA CULTURA ESCOLAR	71
3.1 Caracterização do ambiente de pesquisa: Universidades e Cursos	71
3.1.1 Cursos de licenciatura em Pedagogia	72
3.1.2 Curso de licenciatura em Biologia	73
3.1.3 Curso de bacharelado em <i>Design</i> Digital.....	73
3.1.4 Curso de bacharelado em Publicidade e Propaganda.....	74
3.1.5 Curso de bacharelado em Jornalismo.....	74
3.2 Caracterização socioeconômica dos estudantes	79
3.3 Construindo o perfil dos universitários em relação ao uso dos dispositivos e da <i>internet</i> em sala de aula	84
3.3.1 Práticas relatadas em grupos focais	116
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	123
REFERÊNCIAS	128
APÊNDICE A- Gráficos dos Resultados por curso	136
APÊNDICE B- Modelo de Questionário.....	213

INTRODUÇÃO

O estudo sobre a cultura digital não é raro nos espaços científicos atuais, pois essa expressão – cultura digital – começou a ser usada com frequência em diferentes meios e veículos de comunicação. A partir dos anos 1990, o uso de aparelhos, dispositivos e equipamentos disseminou-se pelas sociedades e provocou mudanças comportamentais ao ponto de ser possível afirmar a existência de uma cultura específica que provoca estranhamentos e indagações.

Diferentes campos do conhecimento e áreas de estudo têm se debruçado sobre as modificações que a tecnologia provocou nos costumes e nos comportamentos humanos. A área de Comunicação, por exemplo, tem estudado as modificações produzidas nos processos de interação entre indivíduos, grupos e sociedades, bem como seu aproveitamento na dinâmica comercial. Outras áreas, como a Psicologia, a Sociologia e a Filosofia, têm estudado as mudanças comportamentais, sociais e os valores disseminados a partir de novos processos, que são introduzidos pelos meios digitais e provocam novas formas de sociabilidade.

Na área da Educação, especificamente, os processos digitais têm sido objeto de estudos, uma vez que a presença das tecnologias da informação e comunicação (TICs) e, sobretudo, a presença da *internet* e de novos dispositivos móveis, interferem no ambiente, de modo que podem ser constatadas alterações nas práticas acadêmicas mais sedimentadas como ler, escrever e estudar.

Tendo como base minha atuação no ensino superior – ao longo de quase vinte anos – posso afirmar que houve grandes alterações no material que os estudantes trazem para a instituição – *notebook*, *tablet*, calculadoras, *smartphones* – assim como nos materiais utilizados pelos professores – textos no formato digital, instruções via aplicativos, indicações de *sites* para pesquisa. Minha área de formação, qual seja: Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas, manteve-me sempre atenta e participante dessas transformações; tais fatos e percepções de mudança serviram como base para a formulação de um projeto de pesquisa destinado a investigar a interferência da cultura digital no processo educacional, tendo como objeto estudantes de cursos superiores – Pedagogia, Publicidade e Propaganda, Jornalismo, *Design Digital* e Biologia – e como elemento de análise o uso de dispositivos móveis e da *internet*. Dessa forma, a presente pesquisa pretende identificar, por meio de diferentes instrumentos para coleta de dados, o uso dos dispositivos móveis e da *internet*, dentro e fora da sala de aula, a fim de compreender como as novas tecnologias e seu uso pelos estudantes têm provocado alterações nas práticas culturais e, mais especificamente, na cultura escolar. Para

tanto, especial atenção será dada à identificação dessas práticas relacionadas às atividades acadêmicas de estudantes de diferentes cursos, o que permitirá também detectar se as variações estão relacionadas ou não à essa escolha.

Embora os processos baseados em meios digitais sejam alvo de muitas pesquisas, como dito anteriormente, não foram localizados trabalhos cujo foco seja o uso escolar que o estudante universitário faz dos dispositivos eletrônicos e da rede *internet*. Esse levantamento foi feito no banco de teses da Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) com uso de seis expressões diferentes e correspondentes ao tema do presente trabalho: cultura digital no ensino superior, dispositivos móveis no ensino superior, *internet* e ensino superior, *internet* e universitários, cultura digital e universitários, dispositivos móveis e universitários. Como refinamento da busca, e considerando a área de estudos deste trabalho, optamos por localizar teses no período de 2012 a 2016, da “grande área de conhecimento” Ciências Humanas e Sociais, “área de conhecimento” Educação, “nome do programa” Educação, “área de concentração” Educação e “área de avaliação” Educação. Em nenhuma dessas buscas foram encontrados registros, o que traz justificativas sólidas para esta investigação.

Esta tese tem como procedimentos metodológicos a pesquisa bibliográfica, documental e também a pesquisa empírica, que apresenta resultados de duas fases de coleta de dados, o que faz com que este trabalho seja composto por uma pesquisa quanti-qualitativa. Na fase quantitativa foram ouvidos, por meio de um questionário, 300 alunos do ensino superior e, na fase qualitativa, foram realizados seis grupos focais com alunos dos cursos em estudo.

O presente trabalho é composto por três capítulos. No primeiro deles apresentamos os estudos iniciais sobre o processo de análise da cultura. Williams (2007), citado no referido capítulo, em várias de suas obras, contribui para a elucidação do processo de entendimento da cultura contemporânea. Neste capítulo também são estudadas as ideias de Geertz (2008) e sua abordagem sobre o sistema de significados da cultura a partir de aspectos materiais ou imateriais. Embasado por uma perspectiva sociológica, ainda, revemos Forquin (1993) e a interdependência entre cultura e escola e as expectativas individuais e coletivas que são traços de modos de vida de uma sociedade ou de aspectos íntimos de cada indivíduo. De outro ângulo, DUBY (1998) traz-nos o estudo dos signos e dos símbolos para o entendimento das culturas, já que o ser humano incorpora e muda sua relação conforme seus aprendizados. Tal perspectiva é também confirmada por Rioux & Sirinelli (1998), que revisam as acepções do termo e atribuem ao processo de representações mentais a responsabilidade pelos processos culturais.

Chauí (1986a) analisa a palavra cultura sob diversos pontos de vista, dentre eles as culturas popular, erudita e de massa; a autora, na obra citada, perpassa os conceitos de cultura

no decorrer da história. Outro autor importante, Bourdieu (2011), traz-nos os estudos sobre gostos, estilos de vida, valores e condições econômicas como fatores influenciadores da cultura. Outro estudo relevante é o produzido por Roger Chartier (1995), que destaca a importância de se colocar em evidência as práticas, a produção e o consumo, ou seja, os modos de uso preponderantes na cultura.

Após os estudos sobre cultura, buscou-se o entendimento sobre cultura escolar para que fosse traçada uma aproximação entre este tipo de cultura e a do ambiente universitário com os dispositivos móveis, a partir da conceituação de dispositivos de registros de Anne Marie Chartier (2002), que aborda desde o caderno e suas funções, e de Julia (2001), que aborda o conjunto de formalidades que estabelece o processo de conhecimento e é incorporado aos comportamentos.

São apresentados dados estatísticos do Ensino Superior elaborados através de relatórios do Ministério da Educação, de materiais do Inep (Instituto Nacional de Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira) e de resultados Enade (Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes). Além desses relatórios, foram consultadas obras de autores que versam sobre o Ensino Superior, como Sguissardi (2014), que apresenta um diagnóstico das práticas mercadológicas e dos marcos legais para entendimento do cenário atual. Bertolin (2009), que identifica a evolução da mercantilização do Ensino Superior e as políticas públicas implantadas. Nesse sentido, Ristoff (2013a; 2013b) perfaz o perfil do estudante de graduação através do Enade e também caracteriza a expansão do Ensino Superior.

No Capítulo 2 trazemos um estudo sobre a mídia e sua história, com a finalidade de verificar a interação dos meios de comunicação com a sociedade até a chegada da *internet*. Sobre o dinamismo histórico do surgimento dos meios de comunicação e os impactos resultantes, são citados autores como McLuhan (1980), De Fleur & Ball-Rokeach (1993) e Burke & Briggs (2006), que retratam aspectos e mudanças que esses meios provocaram no ambiente. Explorando a influência da televisão na sociedade, Hoineff (1991; 1992) traz acepções dos novos comportamentos gerados pelas diversas fases tecnológicas da televisão. Adentrando os estudos de mídiasfera, Debray (1994) traz estudos sobre a evolução da sociedade através das formas de recepção da informação, desde a grafia e até as mídias contemporâneas.

No Capítulo 3 é apresentada a pesquisa empírica dividida nas coletas quantitativas e qualitativas e análise de dados. Em 2016, foi realizada pesquisa quantitativa, exploratória, descritiva amostral, totalizando trezentos entrevistados, e, em 2017, foi realizada a pesquisa qualitativa *focus-group*. Os resultados perfazem o que podemos interpretar como aspectos

culturais dos universitários e as vertentes de comportamento, usos e práticas do cotidiano que refletem, ou melhor, são usadas dentro da sala de aula.

Com a exposição dos capítulos, acredita-se que esta pesquisa contribua para a construção e para o entendimento do perfil real do universitário relacionado à cultura digital, isto é, após o término desta pesquisa, será possível entender os comportamentos e as práticas predominantes no cotidiano, notadamente o acadêmico, de estudantes universitários.

1 A CULTURA E SUAS INTERPRETAÇÕES

1.1 O dinamismo da interpretação do processo cultural

No âmbito dos estudos denominados amplamente de Humanidades, o interesse pelo entendimento da cultura contém uma vasta vertente de linhas interpretativas configuradas por diferentes relações estabelecidas entre fatos, métodos e formas de reflexão.

Não é uma tarefa fácil estudar e definir “cultura”. A palavra em si está repleta de significados multidisciplinares que perpassam várias áreas, diversas metodologias e usos, isto tudo porque sua essência transpõe diferentes campos do conhecimento. Para enfrentar a pluralidade de sentidos contida nesse termo, a adjetivação tem sido utilizada para delimitar e para tornar sua conotação mais específica. São comuns as expressões cultura organizacional, cultura política, cultura da moda, cultura de *games*, cultura de jogos etc., e sua significação varia dependendo do contexto ao qual está ligada.

No desenvolvimento das sociedades, a palavra cultura foi usada de diversas maneiras e representou diferentes situações. Inicialmente, o termo era utilizado para designar o ato de produzir algo relacionado às lavouras, à agricultura e, posteriormente, ganhou atributos que o levou a designar o homem culto, letrado.

Duby (1998) enfatiza a importância dos estudos sobre cultura ou, pode-se dizer, culturas, que constituem as bases da sociedade e incentivam a realização de inventários que abrangam

[...] em primeiro lugar, um conjunto de signos e de símbolos-vocabulários, sintaxe, fórmulas e gestos rituais, figuras expressas pela música, pelo cerimonial e pelas artes sólidas - que comandam os mecanismos mentais e pelos quais o espírito humano apreende o real, se situa em relação ao tempo, ao espaço e aos outros, e projeta no imaginário os seus desejos e suas inquietações (DUBY, 1998, p. 405).

Da citação apreende-se que tais bases da sociedade incorporam tudo que é produzido pelos seres humanos, mas também que é possível delimitar alguns aspectos e torná-los específicos por meio de análises que considerem o movimento e a dinâmica dos processos, seu poder de influenciar grupos, o fluxo por meio do qual se disseminaram, a recepção que se vale de diferentes instituições (família, escola, impressos, dispositivos etc.) e de relações sociais que imperam em determinados grupos ou sociedades.

A preocupação com as questões culturais é característica do final do século (ou do milênio), segundo Rioux & Sirinelli (1998), e permite estabelecer vínculos e sentidos. Devido a esta preocupação, são feitas revisões das diferentes acepções que o termo comporta.

A mais antológica, que distingue a existência humana do estado natural, com sinais distintos e marcas simbólicas, sistemas de funções e práticas, apropriações coletivas e condições de civilização, as mais antropológicas, que faz da cultura um conjunto de hábitos e de representações mentais próprias de um dado grupo num dado momento, com seu cotejo móvel de costumes e crenças, leis e de técnicas, de arte linguagem, de pensamento e mediações, finalmente mais “clássica” e tão “esclarecida”, que reconduz a cultura ao saber, um processo no decorrer do qual o indivíduo pensante estimula as faculdades do espírito (RIOUX & SIRINELLI, 1998, p. 17).

Para compreender os usos sociais do termo cultura, valemo-nos dos estudos de Williams (2007), segundo os quais cultura é a certeza do saber acumulado do homem por padronização, reunindo características e diferenciações aos indivíduos. O autor apresenta aos leitores as interpretações que a sociedade elaborou sobre a cultura em diferentes ocasiões da história e os fatores históricos e de progresso que alteraram seu uso, destacando três acepções:

(i) substantivo independente e abstrato que descreve o processo de desenvolvimento intelectual, espiritual e estético a partir do século 18. (ii) o substantivo independente, quer seja usado de modo geral ou específico, indicando um modo particular de vida, quer seja de um povo, um período, um grupo ou da humanidade em geral, desde Herder e Klemm. Mas também é preciso reconhecer o substantivo independente e abstrato que descreve as obras e as práticas da atividade intelectual, particularmente, artística (WILLIAMS, 2007, p. 121).

Visto dessa forma, podemos depreender que o estudo da cultura tem variantes. Se analisado pela história, abarca um conceito diferente daquele definido pela sociologia, que também se difere daquele proveniente dos estudos antropológicos. Devido a isso, o estudo do desenvolvimento do conceito através do tempo nos esclarece que:

[...] em todos os primeiros usos, cultura era um substantivo que se referia a um processo: o cuidado com algo, basicamente com as colheitas ou com os animais. O subsidiário *coulter* (relha de arado) tomou um rumo linguístico diferente a partir do latim *culter* (relha de arado) passando pelo inglês antigo *culter* até chegar às ortografias inglesa variantes *culter*, *colter*, *coulter* e, até no início do século 17, *culture* (Webster, A Duquesa de Malfi, III, ii: “relhas de arado [alhures] em brasa”). Isso proporcionou outra base para etapa seguinte e importante de significado por metáforização (WILLIAMS, 2007, p. 117).

O século XVI revelou um conceito de cultura dentro de um movimento não tão simples, que a trata incluindo processos não apenas naturais, mas também próprios do desenvolvimento

humano. Nesse cenário, a palavra passa a carregar consigo muito mais do que um cuidado com o elemento natural: é um retrato do desenvolvimento das mentes, das ações e das relações.

Ainda segundo Williams (2007), no final do século XVIII, na Inglaterra, o uso da palavra cultura aparece como um termo independente, muito mais próximo do que apresenta a história moderna e representando muito mais as redes de relações humanas. Como ratifica o autor (2007, p. 119): “desse modo, fica claro que cultura se desenvolvia em inglês para alguns dos seus sentidos modernos antes dos efeitos decisivos de um novo movimento social e intelectual”.

Já na França, no mesmo período, o termo cultura indicava uma produção humana ligada ao campo, à ciência, às artes e às letras. Depois, em meados do século XIX, seu significado alinha-se ao substantivo civilização, relacionando-se ao progresso de um país ou à presença na sociedade de um homem superior e culto.

Na Alemanha, a partir do século XIX, outro posicionamento sobre cultura pode ser verificado, este ligado à noção de civilização com pelo menos dois sentidos: 1) tornar alguém civilizado e 2) expressar o progresso de uma sociedade. Dessas significações firma-se um dos sentidos mais estabilizados da cultura, aquele que considera cultos os homens detentores de saber formal.

Herder (*apud* WILLIAMS, 2007, p. 120) afirma: “nada mais indeterminado que essa palavra e nada mais enganoso que sua aplicação a todas as nações e a todos os períodos”, revelando, e ao mesmo tempo sedimentando, quão complicados eram os usos e as tentativas de definição de cultura. Expressando um movimento que fora apoiado pelo Romantismo pode-se, com segurança, falar-se em cultura no plural e não apenas no singular, separando cultura nacional de cultura popular e de cultura tradicional para o entendimento do conceito se relacionado aos bens materiais ou ao capital humano.

Williams (1969) faz estudos para compreensão da cultura como item que une os elementos de produção (economia) e as relações sociais e políticas da sociedade:

Certas palavras, a que se dão importância capital no inglês comum de nossos dias, incorporam-se a esse idioma nas últimas décadas do século dezoito e na primeira metade do século dezenove, ou, a partir dessa época, adquiriram sentidos novos e importantes. É visível, em verdade, um padrão geral de mudança no uso dessas palavras, e dele podemos valer-nos como de um especial sistema de referência, para reexaminar as modificações correspondentes às alterações de linguagens (WILLIAMS, 1969, p. 15).

Assim, o autor eleva a linguagem como padrão de interpretação da sociedade através do estudo do uso e das funções da palavra cultura, que acompanham as transformações históricas, enfatizando sua relação com os termos indústria, democracia, classe e arte:

[...] a quinta palavra, cultura transforma-se de maneira semelhante, no mesmo período crítico. Anteriormente significara, primordialmente, tendência de crescimento natural e, depois por analogia, um processo de treinamento humano. Mas este último emprego, que implicava, habitualmente, cultura de alguma coisa, alterou-se, no século dezenove, no sentido de cultura como tal, bastante por si mesma. Veio significar de começo “um estado geral ou disposição de espírito”, em relação estreita com a ideia de perfeição humana. Depois passou a corresponder um estado geral de desenvolvimento intelectual no conjunto da sociedade. Mais tarde correspondeu a “corpo geral das artes”. Mais tarde ainda, ao final do século, veio a indicar “todo um sistema de vida, no seu aspecto material, intelectual e espiritual. Veio a ser também, como sabemos, palavra que em frequentes vezes provoca hostilidade ou embaraço (WILLIAMS, 1969, p. 8).

As diferentes acepções da palavra cultura, assumidas em diferentes períodos e localizações, indicam, como afirma o autor aqui analisado, que a estrutura econômica e social foi um dos elementos formadores do conceito. Embora, muitas vezes, tenham sido afirmadas apenas suas conotações intelectuais e espirituais, “a organização econômica básica não podia ser separada e afastada de suas implicações morais e intelectuais”, como lembra Williams (1969, p. 289). Assim, opondo-se à teoria idealista, ou seja, excluindo a metafísica e a causalidade histórica, e valorizando como objetos históricos a cultura material e a produção material do ser humano, passam a ser estudadas as alterações no modo de produzir as revoluções tecnológicas. Nesse cenário, o autor defende a cultura dentro de uma perspectiva que não é alienante, na qual o sujeito é capaz de criar modos de vida:

[...] assim, há certa convergência prática entre (i) os sentidos antropológico e sociológico de cultura como “modo de vida global” distinto, dentro do qual percebe-se, hoje, um “sistema de significações” bem definido não só como essencial, mas como essencialmente envolvido em todas as formas de atividades social e (ii) o sentido mais especializado, ainda que também mais comum de cultura como “atividades artísticas e intelectuais” embora estas, devido à ênfase em um sistema de significações geral, sejam agora definidas de maneira muito mais amplas, de modo a incluir não apenas arte e formas de produção intelectual tradicional, mas também todas as práticas significativas – desde a linguagem, passando pelas artes e filosofia, até o jornalismo, moda e publicidade – que agora constituem esse campo complexo e necessariamente extenso (WILLIAMS, 1992, p.13).

Dessa forma, a teoria da cultura para Williams (1992) envolve um sistema geral de vida, um modo de vida que inclui diversas manifestações, das mais rudimentares às mais elitizadas,

sem hierarquização entre elas. O autor rejeita, portanto, a identificação de cultura de massa como cultura popular e de cultura erudita como aquela das classes sociais mais favorecidas. Assim, Williams (1992) considera cultura um processo de retroalimentação, interativo e interdependente na produção cultural. A complexidade da dinâmica do processo cultural é assim descrita:

[...] é necessário ser capaz de distinguir sistemas econômicos, sistemas políticos e sistemas geracionais (de parentesco e de família), e ser capaz de discuti-los em seus próprios termos. Mas, quando somos levados a inter-relacioná-los, como devemos fazer, descobrimos não só que cada um deles possui seu próprio sistema de significações - pois são sempre relações entre seres humanos que se comunicam- mas, que são, necessariamente, elementos de um sistema de significações mais amplo e mais geral: na verdade, um sistema social (WILLIAMS, 1992, p. 206).

A fim de operacionalizar essas definições e analisar manifestações culturais ou o sistema de ideias que lhes conferem significados, o autor salienta que as ideias estão amarradas em continuidades práticas e, por meio delas, podem ser reconhecidas. É a partir dos usos, portanto, que as ideias e suas vinculações podem ser reconhecidas. É revelante, no entanto, atentar-se ao fato de que o processo de difusão ou incorporação cultural não se dá linearmente, mas provoca tensões, adesões, recusas e conflitos quando novos valores começam a ser incorporados e colocam em xeque aqueles já sedimentados. Não se trata somente de detectar continuidades ou inovações presentes nos processos culturais, mas de perceber a existência de meras possibilidades (WILLIAMS, 1969).

Na perspectiva antropológica, Geertz (2008) contribui para compreensão de que a cultura pode ser percebida, e não necessariamente definida, por coisas materiais:

Como sistemas entrelaçados de signos interpretáveis (o que eu chamaria de símbolos, ignorando as utilizações provincianas), a cultura não é um poder, algo ao qual podem ser atribuídos casualmente os acontecimentos sociais, os comportamentos, as instituições ou os processos, ela é um contexto, algo dentro do qual eles podem ser descritos de forma inteligível - isto é, descritos com densidade (GEERTZ, 2008, p. 10).

Cultura, segundo o autor, é um grande sistema com vários significados compartilhados publicamente, sejam eles materiais ou imateriais. Dessa forma, o termo está fortemente ligado à linguagem, à sua operação e a um sentido semiótico.

No entanto, tais significados só podem ser apreendidos pelo comportamento. Nas palavras do autor:

Deve-se atentar para o comportamento, e com exatidão, pois é através do fluxo de comportamento e, mais precisamente, da ação social - que as formas culturais encontram articulação. Elas encontram-se também certamente em várias espécies de artefatos e vários estados de consciência. Todavia, nestes casos, o significado emerge do papel que desempenham [...] no padrão de vida decorrente, não de quaisquer relações intrínsecas que mantenham umas com as outras [...] quaisquer que seja, ou onde quer que esteja, esses sistemas de símbolos “em seus próprios termos”, ganhamos acesso empírico a eles inspecionando os acontecimentos e não arrumando entidades abstratas em padrões unificados (GEERTZ, 2008, p. 12-13).

Para o autor, o estudo etnográfico é primordial para o entendimento da cultura, já que realiza uma descrição do contexto, das articulações sociais, desde os pormenores das relações até o comportamento de grupo. Nesse sentido, entendemos que se deve falar em “culturas”, e não “cultura”, já que o ser humano expressa o que vive, fazendo da cultura algo que se recria. Assim, no entendimento da cultura, pode ser também proveitoso observar aquilo que não tem regularidade, e não apenas registrar o óbvio, o superficial. Segundo ele: [...] no estudo da cultura, os significantes não são sintomas ou conjuntos de sintomas, mas, atos simbólicos ou conjuntos de atos simbólicos e o objetivo não é terapia, mas a análise do discurso social (GEERTZ, 2008, p. 18).

Geertz (2008) concorda com Max Weber quando propõe a cultura como uma ciência interpretativa, já que o ser humano está sempre envolvido em teias de relações. O cotidiano é composto de repetições de comportamentos por meio dos quais se articulam fatos sociais e que carregam, em cada ação, uma simbologia temporal.

O que se verifica na síntese até aqui apresentada é que diferentes autores formularam conceitos abrangentes de cultura; abrangência esta que constitui a própria essência do conceito. Verifica-se ainda que, por meio da adjetivação, outros autores delimitaram perspectivas de análise com o objetivo de compreender melhor a complexidade contida no conceito, que se torna mais denso conforme o desenvolvimento social torna-se mais variável e mais diversificado, tornando necessário o uso do plural – culturas – ou da qualificação de alguns de seus componentes.

Nesse espaço analítico, Chauí (1982; 1986a; 1986b) articula o uso do conceito de cultura, de cultura popular, de cultura erudita e de cultura de massa com vistas a propiciar uma melhor compreensão do termo. A cultura entendida como criação coletiva de várias manifestações (vestuário, linguagem, religião, trabalho, lazer, música, dança, valores e regras), e não apenas como conhecimento de quem é letrado, abrange muitos aspectos e, pensada em sentido amplo, pode significar a criação coletiva do universo simbólico. Entretanto, aponta a autora, nas sociedades em que se instaura a divisão social do trabalho, o termo deixa de ser

pensado dessa maneira e ganha o sentido restrito de um conjunto de habilidades e competências, considerando a prerrogativa de classes.

Chauí (1986a, p. 12) perpassa suas considerações por alguns autores e suas definições, que oscilam entre o ponto de vista romântico e o ilustrado, concentrados na Alemanha e na França, respectivamente. Citado no estudo da autora, Jean-Jacques Rousseau afirma que cultura e civilização são opostos; para o filósofo, civilização é a submissão da sensibilidade à normatização da razão em uma sociedade estruturada, convencionada e política. Chauí (1986a) cita, ainda, Kant e Voltaire, que consideram cultura e civilização como parte do mesmo processo, o que leva ao entendimento de que, através da cultura, mede-se o desenvolvimento por meio da avaliação, da comparação e da classificação das civilizações.

O Iluminismo (século XVIII) caracterizou-se por ser um movimento que mobilizou o poder da razão e a reforma da sociedade, tendo como foco principal o racionalismo. Já o Romantismo, surgido nas últimas décadas do século XVIII e desenvolvido em grande parte do século XIX, movimentou a sociedade em um sentido contrário ao Iluminismo, tendo como características fundamentais o lirismo, a subjetividade e a emoção. Além disso, outras características principais do Romantismo eram a força da imaginação popular e da criatividade do indivíduo.

Voltaire e Kant, ambos iluministas, consideram cultura e civilização como sinônimos de aperfeiçoamento intelectual e moral, cujo desenvolvimento resulta no progresso das sociedades. Já os românticos, como Rousseau, consideram os termos como antônimos. Para estes, cultura caracteriza-se por um sentimento de ordem da natureza. Vista como algo individual, cultura envolve sentimento natural, bom, imaginário e comunitário; refere-se a algo que nasce no interior do indivíduo, em seu íntimo, que é subjetivo e arraigado. Vale ressaltar que, nas origens francesas do conceito, houve identificação, no processo revolucionário, entre povo e nação, com o objetivo de combater os privilégios; na origem alemã, a concepção permite atribuir ao Estado o papel de conduzir o povo ao progresso e ao desenvolvimento.

Chauí retoma as acepções de cultura já apresentadas neste trabalho para formular uma contraposição:

[...] se unirmos os dois sentidos da cultura, o sentido da cultura para indivíduo e o sentido da cultura como produção de símbolos podemos até tomá-la como faz Marx, como uma práxis social de classes sociais contraditórias nas relações materiais da produção e reprodução da existência, como história de luta de classe (CHAUI, 2014).

Em sentido restrito, a cultura articula-se com a divisão social da propriedade e do trabalho e define-se como “posse de conhecimento, habilidades, gostos específicos e se transforma em privilégio de classe e na distinção de cultos e incultos” (CHAUÍ, 2014, informação verbal). Assim, temos três entendimentos para cultura: como arte, como produção do passado nacional e como produção erudita.

Nesta perspectiva, caracterizada como arte, a cultura divide-se em cultura da elite, que é aquela vivenciada pelos intelectuais, artistas e pela classe dominante; e em cultura popular, atribuída aos trabalhadores urbanos e rurais. De forma específica, a produção da tradição nacional recebe o nome de folclore e constitui-se de lendas, mitos, ritos, danças, músicas regionais, artesanato e tudo o que foge ao circuito da classe dominante. Por conseguinte, a cultura erudita (ou arte erudita) é constituída pelas chamadas belas artes. Tal divisão é, segundo Chauí, explicada por Gramsci, e consiste no: “[...] processo social global que constitui a ‘visão de mundo’ de uma sociedade e de uma época, e o conceito de ideologia como sistema de representações, normas e valores da classe dominante que ocultam sua particularidade numa universalidade abstrata” (CHAUÍ, 1986a, p. 21).

Conceituando cultura popular como oposta à cultura erudita e entendendo esses dois conceitos de cultura como uma forma de demarcação de classes sociais, a autora afirma que a cultura popular é a expressão dos dominados e a forma pela qual a cultura dominante é interiorizada, reproduzida e transformada em seu íntimo. Já a cultura erudita é considerada superior e usualmente estimada por um grupo seletivo, com poder econômico alto, e reservada àqueles com maior potencial de consumo.

No entanto, Chauí postula que a expressão cultura popular possui vários significados simultâneos, sendo multifacetada. Uma de suas significações refere-se à capacidade de um intelectual ou de um artista de apresentar ideias, situações, sentimentos e paixões que, por serem universais, o povo os reconhece, identifica e compreende espontaneamente (CHAUÍ, 1984).

É possível ainda transformar momentos vividos no âmbito social em temáticas de críticas constatadas pelo povo e, por fim, pode-se exprimir a vocação do ser humano para agrupar-se aos sentimentos populares e colocá-los como forma de expressão, segundo a formulação gramsciana.

Na perspectiva gramsciana, o popular na cultura significa, portanto, a transfiguração expressiva das realidades vividas, conhecidas, reconhecíveis e identificáveis, cuja interpretação pelo artista e pelo povo coincide. Essa transfiguração pode ser realizada tanto pelos intelectuais “que se identificam com o povo” quanto por aqueles que saem do próprio povo, na qualidade de seus intelectuais orgânicos. (CHAUÍ, 1984, p. 17).

Nesse sentido, popular significa a capacidade de captar, no saber e na consciência popular, instantes de revelação que alteram a visão de mundo do artista ou do intelectual e transformam em obra o conhecimento do próprio povo; popular também significa a capacidade de transformar a crítica social em algo identificado pelo povo e ainda pode ser a sensibilidade ligada aos sentimentos populares, desconsiderando o valor artístico da obra, como, por exemplo, o melodrama e o folhetim.

A divisão social das classes produz uma diferença qualitativa entre formas de arte e de cultura (cultura ou arte popular, cultura ou arte erudita). A ideologia leva a crer que a arte popular é mais simples, repetitiva e tradicionalista, enquanto a arte erudita é voltada para o futuro e designada como vanguarda, além de que, na expressão de arte popular, o artista relata o que é feito em seu entorno e é compreendido por todos, enquanto, na forma erudita, o artista cria condições de expressão, com resultado nem sempre compreendido por todos. Nos termos da autora:

[...] a sociedade de classe institui a divisão cultural que tem várias nomenclaturas em uso (cultura dominante e dominada, opressora e oprimida, de elite e popular.). Em qualquer forma utilizada o que se salienta é uma secção no interior da cultura que separa o que se acertou chamar de cultura formal –cultura letrada- e cultura popular- aquilo que é espontâneo na sociedade (CHAUÍ, 2014).

Outra ênfase da estudiosa, ainda refletindo sobre cultura popular, é o fato de que, durante as décadas de 1950 e 1960, os estudos sobre cultura de massa e sociedade de massa adquiriram grande importância na pauta dos estudos de filósofos, sociólogos, historiadores e antropólogos, tendo por referência os frankfurtianos em contraponto a Daniel Bell, que propunha a noção de sociedade de massa como expressão da democracia.

Os frankfurtianos, com os conceitos¹ de indústria cultural e de cultura administrada, descreviam uma razão acrítica do homem reificado, criado pela manipulação. Entretanto, as conceituações dos frankfurtianos coincidem quando abordam o popular e a massa.

¹ O termo indústria cultural foi originalmente concebido por Theodor Adorno (1903-1969) e Max Horkheimer (1895-1973), autores de *A Dialética do Esclarecimento*, publicado em 1947. Trata-se de um conceito que evidencia um viés crítico da sociedade de massas sob o contexto da corrente teórica da comunicação que ficou conhecida como Escola da Frankfurt (Teoria Crítica). Deve-se esta denominação ao início de seus trabalhos no Instituto de Pesquisa Social, criado em 3 de fevereiro de 1923, vinculado à Universidade de Frankfurt, do qual Max Horkheimer assumiu a direção após 1930, dedicando-se a uma análise questionadora dos valores do capitalismo moderno (CAMPOS, 2006b).

Nessa formulação, compreende-se que cultura de massa é a cultura veiculada pelos meios de comunicação, aquela produzida pela indústria cultural para comercialização e imposta à população conforme descreve Adorno. A comunicação de massa localiza-se no campo tecnológico, incluindo disciplina e vigilância, já a cultura popular fica no âmbito de reformulação e resistência. Há uma diferença de natureza entre os conceitos, conforme explica Chauí (1986a, p.33): “trata-se de uma diferença entre uma prática cuja lógica é a da constituição dispersa e respondendo a condições novas, e uma estrutura totalizante dotada de referências e de regras anteriores a práticas da comunicação”.

A comunicação de massa, segundo a autora, alicerçada pela ciência e sua objetividade, por meio do discurso de especialistas. Esse tipo de comunicação decorre da sedução, da capacidade de convencimento dos espaços democráticos e da formação da opinião pública. Conquanto a informação esteja destinada a produzir a intimidação social como produto totalmente inverso àquele que é proposto, propõe, no plano filosófico, a apresentação dos dados, que faz com que os excluídos do processo de criação e produção apareçam pela suposta falta de competência.

No estudo da dinâmica do processo cultural, a obra de Pierre Bourdieu é referência incontornável, tanto pela inovação metodológica, quanto pela compreensão do que o autor denomina de “lógica da economia dos bens culturais”. Em Bourdieu (2011), a rigorosa coleta de dados (dados estatísticos, questionários e entrevistas) permite ao autor descrever os diferentes modos de apropriação cultural que, na dinâmica social, são hierarquizadas e tornam-se marcadores de classes sociais, que levam ao entendimento de que uns são mais legítimos que outros. Uma das características mais originais dessa obra consiste na operacionalização conceitual que estrutura a pesquisa realizada: a competência cultural é apreciada pela natureza dos bens consumidos e pela maneira de consumi-los. Nessa operação, as questões destinadas a aferir o gosto não incidirão sobre as preferências culturais, mas sobre as práticas, consideradas indicadores das preferências.

Na interpretação do autor, não é possível estabelecer uma correlação linear entre práticas culturais e origem social, pois “posição de origem é apenas o ponto de partida de uma trajetória” (BOURDIEU, 2011, p. 105), que deve ser relacionada à certificação escolar e à significação de indicadores.

Assim, Bourdieu (2011) afirma que as desigualdades culturais não estão embasadas somente em questões econômicas; a cultura não está totalmente subordinada à economia e configura-se como outra forma de capital, que vai além do econômico, do simbólico e do social, caracterizando os modos de vida dos indivíduos.

Desenvolvendo outra visão da conceituação de cultura, Bourdieu (2011) tem grande parte de sua obra dedicada ao estudo dos gostos, dos estilos, dos valores e das estruturas psicológicas resultantes das condições de vida das classes sociais, o que o torna um grande referencial para o campo das Ciências Humanas. O autor trabalha com o conceito de acomodações materiais e simbólicas e suas respectivas ações sobre os indivíduos e sobre o grupo (a sociedade), além de tratar a relação de interdependência entre os âmbitos; Bourdieu (2011), ainda, demonstra que a posição social (ou de poder) ocupada pelo indivíduo na sociedade está relacionada à junção entre o material e o simbólico.

Além disso, para o autor, o capital cultural atua como determinante de comportamentos e evidencia diferenciações entre classes e frações de classes sociais. O capital cultural tem por base o acúmulo econômico, que possibilita a posse de informação e a formação do gosto e da atividade cultural, obtida, notadamente, pela experiência. A grande contribuição de Bourdieu para a compreensão dos processos culturais consiste em indicar que a sociedade é um sistema que tem como determinantes as relações materiais e/ou econômicas, mas também as simbólicas (*status*) e/ou culturais (escolares). Assim, a posição de indivíduos e de grupos sociais é resultante da distribuição de recursos e de poderes como capital econômico, cultural, social e simbólico. Sobretudo, o gosto e as práticas de cultura são tratados por Bourdieu como somatórias de condições e experiências específicas vividas pelos sujeitos.

Com Bourdieu (2011) entende-se que os consumidores dos bens culturais possuem outra lógica que não aquela que presume que os fatores econômicos são fatores decisivos – mais importantes – para vida social do indivíduo. Dessa forma, deve-se estudar a maneira como são criados esses consumidores e seus gostos, a forma como se apropriam destes últimos e as condições existentes para essa apropriação. Assim, mais importante do que “ter cultura” é entender como foi seu processo de aquisição e como é usada.

A pesquisa empírica por ele realizada indica que todas as práticas culturais estão ligadas ao nível de instrução, primeiramente, e à origem social, posteriormente, ou seja, a preferência associa-se à instrução. O gosto diferencia as classes e “as maneiras de adquirir sobrevivem nas maneiras de utilizar as aquisições” (BOURDIEU, 2011, p.9). É preciso observar as práticas e os modos de aquisição das práticas, assim como a forma como o indivíduo conduz seus usos, perfazendo estilos. Para Bourdieu (2011), o olhar é educado por uma série de experiências, o olho é um produto da história reproduzido pela educação. Assim, a percepção relaciona-se à disposição estética de uma época e de um artista. Ainda: “O gosto classifica aquele que procede à classificação: os sujeitos sociais distinguem-se pelas distinções que eles operam entre o belo

e o feio, o distinto e o vulgar; por seu intermédio, exprime-se ou traduz-se a posição desses sujeitos nas classificações objetivas” (BOURDIEU, 2011, p. 13).

Assim como nega ao fator econômico a determinação exclusiva, o autor elimina a premissa de que o gosto é algo íntimo, sedimentado, indiscutível e alicerça o conceito nas instituições que difundem a cultura na sociedade capitalista: ora a família, ora a escola. O gosto é o resultado do aprendizado adquirido na família, negando verdade ao dito popular “gosto não se discute”; para o autor, o gosto representa modos de vida, estilos e capital cultural e simbólico. O gosto, portanto, é uma disposição social, uma característica de classe e também uma forma de classificação.

A ciência do gosto e do consumo cultural começa por uma transgressão que nada tem de estético: de fato, ela deve abolir a fronteira sagrada que transforma a cultura legítima em um universo separado para descobrir as relações inteligíveis que unem “escolhas” aparentemente, incomensuráveis, tais como as preferências em matéria de música e de cardápio, de pintura e de esporte, de literatura e de penteado (BOURDIEU, 2011, p. 14).

Assim, o capital cultural é representado como um mecanismo de poder baseado em recursos econômicos. Bourdieu (2011) reflete sobre as maneiras pelas quais a cultura incide sobre as condições de vida; ao capital cultural, nessa análise, juntam-se outras formas de capital, como o social (relacionamentos) e o simbólico (notoriedade). Diferentes trajetórias sociais resultam em diferentes características, entretanto há de se destacar o gosto como elemento de apreciação que amplia as formas de percepção.

Os padrões estéticos comuns às classes sociais colaboram para uma classificação (aceitação ou não) dentro dos grupos que compõem o meio social. Escolhas estéticas existem em todas as camadas sociais e aparecem em maior ou menor proporção. Baseado no universo de sujeitos participantes da pesquisa, Bourdieu (2011) apresenta três tipos de gostos: 1) o gosto das classes populares; 2) o gosto da classe média e 3) o gosto da classe dominante; essas três classificações possuem padrões estéticos diferentes nas diversas áreas como música, artes plásticas, literatura e teatro. A formação de padrões estéticos e a subcultura de classe auxiliam no processo de reprodução social, de costumes e hábitos, entretanto indicam também o acesso a informações e conhecimentos de uma cultura específica, considerada superior, com valor simbólico legitimado, que tem o poder de determinar quais serão as informações legítimas.

A cultura aceita como legítima é a cultura erudita; para desfrutar dela, os indivíduos têm que desenvolver um esquema de apreciação específico. Nesse cenário, outras preferências também compõem a cultura legítima como maneira de expressar-se: vestimenta, alimentação,

atividades sociais e esportivas, que revelam estilos de vida de uma classe dominante. Nos termos do autor:

A divisão de classes operada pela ciência conduz à raiz comum das práticas classificáveis e produzidas pelos agentes e dos julgamentos classificatórios emitidos por eles sobre as práticas dos outros ou suas próprias práticas: o *habitus* é, com efeito, princípio gerador de práticas objetivamente classificáveis e, ao mesmo tempo, sistema de classificação (*principium divisionis*) de tais práticas. Na relação entre as duas capacidades que definem o *habitus*, ou seja, capacidade de produzir práticas e obras classificáveis, além da capacidade de diferenciar e de apreciar essas práticas e esses produtos (gosto), é que se constitui o mundo social representado, ou seja, o espaço de estilos de vida (BOURDIEU, 2011, p. 162).

O indivíduo produz traços de informações reunidas como resultado do estilo de vida que convergem no gosto. Nesse sentido, Bourdieu (2011) detalha o esclarecimento do conceito quando diz:

Assim, o gosto é o operador prático da transmutação das coisas em sinais distintos e distintivos, das distribuições contínuas em oposições descontínuas; ele faz com que as diferenças inscritas na ordem física dos corpos tenham acesso à ordem simbólica das distinções gratificantes. Transforma práticas objetivamente classificadas em que uma condição se significa a si mesma - por seu intermédio - em práticas classificadoras, ou seja, em expressão simbólica da posição de classe, pelo fato de percebê-las em suas relações mútuas e em função de esquemas sociais de classificação. Ele encontra-se, assim, na origem do sistema dos traços distintivos que é levado a ser percebido como uma expressão sistemática de uma classe particular de condições de existência, ou seja, como um estilo distintivo de vida, por quem possua o conhecimento prático das relações entre os sinais distintivos e as posições nas distribuições, entre espaços das propriedades objetivas revelados pela construção científica, e o espaço não menos objetivo dos estilos de vida que existem como tal para a - e pela - experiência comum. (BOURDIEU, 2011, p. 166).

O autor em questão transfere a cultura para uma esfera de relações, na qual a ascendência cultural estabelece relação com o capital acumulado, com a escolarização e com os modos de vida, no sentido de que é preciso atentar-se aos bens consumidos e à maneira de consumi-los. Desempenho e diploma caminham juntos como indicadores de práticas culturais, enquanto a estética é elemento do gosto, que cresce de acordo com o nível escolar. A complexidade dessa relação é assim descrita pelo autor:

[...] é através do diploma que são designadas certas condições de existência, aquelas que constituem a condição da aquisição do diploma e, também, da disposição estética, ou seja, o mais rigorosamente exigido de todos os direitos de entrada que, sempre tacitamente, é imposto pelo universo da cultura legítima: antecipando em relação à demonstração, pode-se afirmar, simplificando, que os diplomas aparecem como uma garantia da aptidão para

adotar a disposição estética porque eles estão associados seja a uma origem burguesa, seja ao modo de existência quase burguês pressuposto pela aprendizagem escolar prolongada, ou – e esse é o caso mais frequente - às duas propriedades reunidas (BOURDIEU, 2011, p. 31).

Sobre a disposição estética, Bourdieu (2011) coloca como ponto de partida a própria imposição provocada pela narrativa que, de certa forma, exige um determinado capital cultural para sua percepção enquanto obra. A obra pode ser observada, mas sempre dentro de um contexto histórico e social. Há sempre uma intenção do artista, mas também há uma intenção da obra enquanto registro condicionado ao modo de produção, à técnica e à intenção do observador. Logo, a diferença entre quem entende e quem não entende uma obra evidencia as predisposições nas quais se ampara a distinção entre classes. Como exemplo, citam-se membros de classes populares que não têm facilidade para julgar uma obra de arte moderna, pois não possuem capital cultural para tal. Dessa forma, Bourdieu (2011) descreve o senso estético como senso de distinção:

À medida que aumenta a distância objetiva à necessidade, o estilo de vida torna-se cada vez mais o produto do que Weber designa como uma estilização da vida, expediente sistemático que orienta e organiza as mais diversas práticas, por exemplo, a escolha do vinho de determinada safra e de um queijo, ou decoração de uma casa de campo. Enquanto afirmação de um poder sobre a necessidade dominada, ele traz sempre em seu bojo e reivindicação de uma superioridade legítima sobre aqueles que, por não saberem afirmar os desprezos pelas contingências no luxo gratuito e no desperdício ostentatório, permanecem dominados pelos interesses e pelas urgências comuns: os gostos de liberdade só podem afirmar-se como tais em relação aos gostos de necessidade que, deste modo, são levados à ordem da estética, portanto, constituídos como vulgares (BOURDIEU, 2011, p. 56).

O senso estético é, para o autor, uma forma de distinção e uma manifestação da influência dos sistemas sociais e econômicos. A presença do senso estético faz com que o indivíduo ocupe um lugar privilegiado dentro do grupo e serve como forma de classificação individual ou do grupo que reafirma uma prática. A questão de não discutir um gosto está no fato de que, quando ele é manifestado, faz com que todos os outros sejam, por conseguinte, neutralizados, deixando de parecerem naturais e tornando-os intoleráveis. A distinção está, dessa forma, na presença ou não do senso estético. De diversas maneiras, o autor ratifica essa constatação com os resultados da pesquisa descrita na obra.

O julgamento estético, portanto, não é resultado de algo interior, de sensibilidade, mas, sim, é uma aptidão social determinada a partir do capital cultural significativo adquirido individualmente. Williams (1969, p.1) afirmou que “a Cultura é de todos, devemos começar por aí” e, partindo dessa afirmação, até na atualidade, estudos feitos objetivam discutir a cultura

e suas várias compreensões diante de momentos históricos e de conceitos de vários autores e suas áreas de estudo.

É possível apontar que as obras de Bourdieu e Williams contribuem para compreensão e operacionalização do conceito de cultura, no sentido de tomá-las como referencial para a pesquisa. Sem a preocupação de discriminar elementos do conceito por meio da adjetivação (talvez com exceção para “cultura legítima” e “cultura ordinária”), os autores incentivam a busca nas práticas culturais do processo de apropriação cultural e, por essa perspectiva, a experiência desenvolvida no dia-a-dia, no cotidiano dos indivíduos, torna-se relevante para analisar o que Williams denominou de continuidades práticas - o enraizamento dos valores percebidos nas ações. As práticas possibilitam a flexão do termo e seu uso no plural: culturas.

Todo ser humano é produto da cultura, e cada um se apropria dela em seu cotidiano. Ao longo do tempo, a palavra cultura deixou de ter apenas um significado único, ou de ser entendida como algo que representa uma tradição, e passou a ser estudada como um movimento temporal expresso por meio da vivência e do contexto histórico, econômico e social. Não se pode, então, ter como base de pesquisa uma única definição do conceito de cultura, mas é preciso encontrá-lo nas práticas dos sujeitos, de acordo com a seguinte proposição:

Toda sociedade humana tem sua própria forma, seus próprios propósitos, seus próprios significados. Toda sociedade humana expressa tudo isso nas instituições, nas artes e no conhecimento. A formação de uma sociedade é a descoberta de significados e direções comuns, e seu desenvolvimento se dá no debate ativo e no seu aperfeiçoamento, sob pressão da experiência, do contato e das invenções, inscrevendo-se na própria terra (WILLIAMS, 1958, p. 2).

O movimento da sociedade deve ser observado com ênfase no individual e no coletivo em construção e em reconstrução. Essa acepção, denominada pelo autor de cultura ordinária ou comum, é utilizada na imbricação dos dois sentidos que lhe são atribuídos:

[...] para significar todo um modo de vida - o sentido usual; e para significar as artes e aprendizagem - os processos especiais de descoberta e o espaço criativo. Alguns autores reservam a palavra para um ou outro desses sentidos; insisto em ambos e no significado de sua conjunção (WILLIAMS, 1958, p. 93).

Argumentação semelhante à desses dois autores pode ser detectada em diferentes áreas de estudo, contribuindo para a compreensão de processos culturais e formativos. Revel (2009) apresenta uma síntese das análises convergentes que possibilitaram a retomada das questões sobre cultura e aponta o diálogo, às vezes ácido, com diferentes tendências que ora restringiam demasiadamente sua abrangência, ora consideravam as determinações econômicas dos problemas, ora os aspectos estruturais da sociedade.

Os historiadores eram cuidadosos ao articular estruturas e conjunturas sob diferentes regimes de temporalidade, os sociólogos pensavam em termos de funções e de instituições, os antropólogos dispunham do poderoso instrumento da análise estrutural. Os processos sociais eram pensados como autônomos, qualquer que fosse o modo metafórico sobre o qual se manifestasse sua eficácia: estruturas, processos sem tema, dispositivos, máquinas, gramáticas normativas, todos esses termos e outros mais, permitiam pensar sociedades sem atores ou que não deixavam outro papel a esses últimos senão de servir de ilustrações singulares para mecanismo abrangentes e anônimos. [...] É contra essa evidência que se afirmou progressivamente, a partir dos anos de 1990, o que às vezes foi chamado de “redemoinho pragmático”, que, a partir da retomada das práticas, recolocou os atores e as formas de ação no centro da análise, a dos historiadores como a dos sociólogos e dos antropólogos (REVEL, 2009, p. 120).

É nessa perspectiva que Roger Chartier (1995) analisa a cultura focalizando as práticas de leituras. O autor elenca dois modelos de interpretação de cultura que sedimentam as análises:

O primeiro, no intuito de abolir toda forma de etnocentrismo cultural, concebe a cultura popular como um sistema simbólico coerente e autônomo, que funciona segundo uma lógica absolutamente alheia e irredutível à da cultura letrada. O segundo, preocupado em lembrar a existência das relações de dominação que organizam o mundo social, percebe a cultura popular em suas dependências e carências em relação à cultura dos dominantes. Temos, então, de um lado, uma cultura popular que constitui um mundo à parte, encerrado em si mesmo, independente, e, de outro, uma cultura popular inteiramente definida pela sua distância da legitimidade cultural da qual ela é privada (CHARTIER, R. 1995, p. 179).

Para Roger Chartier (1995), os modos de uso e as práticas evidenciam como setores sociais diferentes funcionam em uma mesma produção de sentido, superando análises que afirmam a independência da cultura popular. Na visão do autor, a produção e o consumo devem ser objetos de análise de um mesmo processo. Além disso, Roger Chartier reafirma o conceito de cultura enquanto prática, sugerindo que, para seu entendimento, sejam usados os conceitos de apropriação e representação. Para o autor, “a apropriação tal como a entendemos visa a elaboração de uma história social dos usos e das interpretações, relacionado às suas determinações fundamentais e inscritos nas práticas específicas que os constroem” (CHARTIER R., 1995, p. 184).

No que diz respeito às representações, o autor propõe a “literatura popular” seja vista como conjunto de modelos de comportamento, como um repertório de representações que são igualmente normas imitáveis (CHARTIER, R.1995).

Com base nos aspectos observados na construção deste estudo, parece legítimo estabelecer a relação conceitual entre os modos de vida em sociedade, do indivíduo e do grupo, definindo cultura. Dentre os autores estudados, o ponto de confluência é que a cultura pode ser

medida pela classificação individual ou pela sociedade, desde que observadas as trajetórias e as visões de mundo. Levando em consideração esses aspectos, pode-se refletir sobre a sociedade contemporânea e a relação de novos hábitos que tomam a forma de práticas culturais, que alteram o ritmo de tradições e unificam comportamentos recorrentes.

Em sua conotação mais ampla e abrangente, o sistema educacional atribui à cultura um valor positivo. No Brasil, por exemplo, a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB - Lei nº 9.394/96) preserva o princípio “da liberdade de aprender, ensinar, pesquisar e divulgar a cultura”, dando-lhe o sentido de todo o saber ligado à escolarização.

A cultura é mencionada também da Constituição Federal (BRASIL, 1988), que, em seu artigo 215, postula que “o Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais” (BRASIL, 1988). Tanto na LDB quanto na CF/88, o termo “cultura” pode ser entendido como objeto de políticas públicas.

Na perspectiva sociológica, Forquin (1993) retoma algumas proposições de Williams e aborda a discussão da escola e da transmissão de cultura, considerando que os conteúdos devem fazer parte do currículo escolar. O autor considera a crise na educação como tendo sua origem na cultura, na transmissão cultural, que gera insegurança e incerteza sobre o que deve ser ensinado. Para Forquin (1993), a cultura está na essência da educação: “a educação não é nada fora da cultura e sem ela. Mas, reciprocamente, dir-se-á que é pela e na educação [...] que a cultura se transmite, se perpetua” (FORQUIN, 1993, p. 14).

Ainda para o autor, existe uma complexidade na relação entre cultura e escola, já que há a seleção de conteúdos, tendo como crivo os interesses sociais, políticos e econômicos, reelaborados didaticamente, que integram a cultura escolar.

Para fundamentar esse pensamento, Forquin (1993) atribui dois grandes significados à palavra cultura que, de certa forma, retratam expectativas individuais, aquisições de competência para avaliações pessoais, ou ainda, características de uma comunidade ao longo do tempo.

Cultura considerada como o conjunto das disposições e das qualidades características do espírito “cultivado”, isto é, a posse de um amplo leque de conhecimentos e de competências cognitivas gerais, uma capacidade de avaliação inteligente e de julgamento pessoal em matéria intelectual e artística, um senso da “profundidade temporal” das realizações humanas e do poder de escapar do mero presente. [...] Cultura considerada como o conjunto dos traços característicos do modo de vida de uma sociedade, de uma comunidade, ou de um grupo, aí compreendidos os aspectos que se podem

considerar como os mais cotidianos, os mais triviais ou os mais inconfessáveis (FORQUIN, 1993, p. 11).

Para Forquin (1993), das diferentes acepções de cultura decorrem os arranjos curriculares; o autor também argumenta que a escola não pode ignorar aspectos externos, socioeconômicos e políticos da cultura:

[...] a escola não pode ignorar os aspectos ‘contextuais’ da cultura (o fato de que o ensino dirige-se a tal público, em tal país, em tal época), mas ela deve sempre se esforçar para pôr ênfase no que há de mais geral, da mais constante, de mais incontestável e, por isso mesmo, de menos cultural, no sentido sociológico do termo, nas manifestações da cultura humana. (FORQUIN, 1993, p. 143).

Importa destacar ainda, para os limites deste trabalho, que o autor diferencia os conceitos de cultura da escola e cultura escolar, com vistas à operacionalização do conceito nos seguintes termos:

A escola é também um “mundo social”, que tem suas características de vida própria, seus ritmos e seus ritos, sua linguagem, seu imaginário, seus modos próprios e de regulação e de transgressão, seus regimes próprios de produção e de gestão de símbolos. É esta “cultura da escola [...] não deve ser confundida tampouco com o que se entende por “cultura escolar”, que se pode definir como o conjunto de conteúdos cognitivos e simbólicos que, selecionados, organizados, “normalizados”, “rotinizados”, sob o efeito dos imperativos da didatização constituem habitualmente o objeto de uma transmissão deliberada no contexto das escolas (FORQUIN, 1993, p. 176).

Para entender a complexidade inerente ao entendimento da cultura como manifestação das práticas culturais, diferentes autores segmentaram as análises em alguns grupos ou setores sociais, como, por exemplo, as práticas que ocorrem nas instituições, entre elas, a instituição escolar. De acordo com Julia (2001, p. 9), a cultura escolar pode ser definida como “o conjunto de normas que definem conhecimento a ensinar e condutas a inculcar e um conjunto de práticas que permitem a transformação desses conhecimentos e a incorporação desses comportamentos”, indicando a necessidade de estudos que incidam sobre as relações entre estudantes e materiais escolares ou dispositivos de aprendizagem, estudantes e estudantes e entre estudantes e docentes.

Em sentido amplo, a instituição escolar difunde os modos de pensar e agir nas sociedades, por meio da transmissão de conhecimento e dos meios formais de escolarização. É preciso entender a escolarização em seus diversos momentos, na sala de aula, no pátio, nas bibliotecas, nos intervalos, nos horários que antecedem a aula, nos horários posteriores às aulas.

Antes de abordarmos os dispositivos, é preciso entender o que representa para a cultura escolar o uso do caderno, para podermos comparar as mudanças. O estudo de Anne- Marie Chartier (2002) exemplifica essas possibilidades, tomando como objetos os cadernos escolares:

Com efeito, o antigo modelo do caderno diário é uma crônica dos trabalhos e dos dias, que põe em representação a cultura da escola primária como um patchwork único de saberes, no qual os escritos de cada dia são costurados com paciência aos dos dias precedentes, na engrenagem ritualizada das escrituras cotidianas e do retorno cíclico das matérias previstas a cada semana (CHARTIER, AM, 2002, p. 20).

Assim, os cadernos escolares são dispositivos constantes em várias etapas da vida escolar, tornando-se o elemento que acompanha o indivíduo do Ensino Fundamental à Pós-graduação. Para cada estudante a presença do caderno tem um valor, um significado, uma forma de uso e um cuidado. Ao iniciar o uso do caderno, o estudante recebe orientações e regras a serem seguidas, como, por exemplo, margens, formas de anotações, formas de registros espontâneos, desenhos e até mesmo tipos de rasuras e correções permitidas. Essas regras são vinculadas ao grau de estudo e à política da instituição de ensino:

[...] os cadernos escolares, à medida que são utilizados nas escolas, tornam-se registros de parcela do cotidiano e das relações do contexto de ensino. Porém, não são objetos neutros que unicamente registram o que se passa. Também imprimem, ao cotidiano escolar, especificidades relativas ao seu uso. Implicando na exigência e domínio de alguns saberes bastante específicos ao seu manuseio e preenchimento (GVIRTZ, 1997 *apud* SANTOS & SOUZA, 1999, p. 292).

Compreender os cadernos é compreender parte ou a totalidade dos aspectos significativos do cotidiano escolar. Vale, nesse contexto, elucidar o sentido da palavra dispositivo na cultura escolar. Para Anne- Marie Chartier (2002), o termo dispositivo refere-se à “maquinaria institucionalizada”:

As pedagogias novas são, assim, grandes provedoras de dispositivos pedagógicos concebidos, ajustados e difundidos por praticantes (que se pense no que a tradição chama de as “técnicas Freinet” a imprensa na escola, o texto livre, o conselho de cooperativa, a correspondência escolar, o método natural de leitura etc) (CHARTIER, AM, 2002, p. 11).

Os termos dispositivos, técnicas e métodos são, por vezes, usados como sinônimos. O termo dispositivo, dentro do processo histórico, já foi usado como regimento, lei, regulamento e forma de disciplinar estudantes ou conteúdo. Também os dispositivos são elencados como práticas pedagógicas, como cita Anne Marie Chartier (2002, p. 14): “no léxico de Pierre

Bourdieu, dir-se-ia que as práticas pedagógicas decorrem de disposições” incorporadas “por cada sujeito, esquemas de ação, hábitos profissionais”. Os dispositivos, desse ponto de vista, evidenciam as práticas e, portanto, compreendê-los nos permite vincular novos comportamentos a novas práticas.

Retomadas as proposições de Certeau (2014), que define estratégias e táticas que se articulam no ambiente escolar, podemos dizer que a institucionalização – a estratégia – é a formalidade da sala de aula, já que, para o autor, “a estratégia postula um lugar suscetível de ser circunscrito como algo próprio e ser a base de onde podem as relações de uma exterioridade de alvos e ameaças” (CERTEAU, 2014, p. 93). Da mesma forma, Certeau (2014, p. 96) conceitua tática como algo que ocorre no outro, “as táticas são procedimentos que valem pela pertinência que dão ao tempo”, ou seja, partem de uma habilidade de utilização do tempo, uma questão da vida social.

Caminhamos até este momento da pesquisa com uma síntese dos estudos sobre cultura e do dinamismo da interpretação dos processos culturais para embasar os entendimentos da presença de usos e práticas por meio das tecnologias, como *internet* e dispositivos móveis em sala de aula. Ao longo do processo histórico percorrido, foram usadas diversas interpretações do termo, o que culmina em diversas definições de cultura, pois, no cotidiano, há várias práticas que nos levam a enxergar a cultura ora como algo individual, ora como fator coletivo. Também por estarmos relacionados ao Programa de Pós-Graduação em Educação, navegamos por linhas teóricas que respaldarão a análise dos dados, já que a pesquisa empírica visa identificar o que ocorre em sala de aula.

A cultura como suporte para as apropriações e a cultura como produção humana são aportes prioritários para o entendimento do uso dos elementos digitais no cotidiano e também dos novos processos instalados dentro de sala de aula. Se observada desse ângulo, a cultura escolar deve ser estudada não só em elementos fixos como componentes (estudantes, docentes e funcionários), materiais e metodologias, mas como um ato interpretativo de condições temporais, históricas e nos paradigmas que envolvem cada geração. No estudo com estudantes universitários na atualidade brasileira, uma rede de relações e o fluxo de informações e relacionamentos devem ser parâmetros verificados, acrescidos do estudo da cultura escolar em seu aspecto mais estrutural.

Na dinâmica regida pelas tecnologias, tempo e espaço reorganizam-se, assim como o trânsito das informações que tecem a sociedade articulando política, economia e, portanto, a sociedade como um todo. A cada dia é maior a presença de dispositivos móveis e da *internet* como recurso para as atividades escolares. Em algumas escolas, principalmente naquelas

particulares, os dispositivos são providenciados pela própria instituição e passam a compor o diferencial do planejamento de *marketing*. Em paralelo, as políticas públicas apontam cada vez mais para construção de laboratórios com lousas digitais e conectadas à *internet*, fazendo com que os próprios estudantes se comprometam a usar tais dispositivos. No nível superior de instrução, a tecnologia digital torna-se cada vez mais presente em sala de aula como recurso de retorno para quase todas as atividades acadêmicas. Dessa forma, o ambiente escolar está institucionalizado formalmente com a presença dos dispositivos e da *internet*, e neste mesmo ambiente estão postas as culturas, dentre elas, a cultura digital.

O termo dispositivo, aliado à palavra móvel (dispositivo móvel), será usado neste trabalho para identificar os aparelhos eletrônicos presentes na sala de aula. Atualmente, em sala de aula, como já afirmamos, outros instrumentos são usados para registros, para avaliação e até mesmo para exposição de conteúdo.

É fato que a presença da tecnologia embala o cotidiano de uma geração formada pelos meios de comunicação e alicerçada na vida digital. É lógico pensar também que a presença dos aparelhos interfere em vários itens que compõem o ser enquanto atrelado à cultura e é evidente que tais dispositivos, por conseguinte, são componentes do ambiente acadêmico.

O computador, a *internet* e os outros dispositivos deixam de ser meros instrumentos para tornarem-se dispositivos pedagógicos. Logo, alguns aspectos podem ser estudados para o entendimento do dinamismo dessas culturas presentes no cotidiano e na sala de aula. Cadernos e dispositivos são recursos usados pelo estudante? Como? Quais são os dispositivos ligados à *internet*? Como o estudante se organiza para utilizá-los?

Estas são questões que nos levam a acreditar que é preciso investigar cientificamente o uso de dispositivos como parte da cultura escolar contemporânea para, assim, verificar os indícios de organização e métodos que o estudante constrói em sua relação com a tecnologia. Devem ser interpretadas as redes e as teias de envolvimento que os estudantes do ensino superior têm no cotidiano, investigando desde a escolha da universidade, a formação anterior, o relacionamento extraclasse, o trabalho, a tecnologia e o futuro. A presença dos meios digitais em sala de aula deve ser considerada de forma ampla, já que proporciona novos cenários comportamentais que resultam no comportamento da geração digital.

A tecnologia e a *internet* alteraram a cultura escolar desde que trazidas do cotidiano familiar e social e incorporadas como recursos, a princípio de comunicação, mas rapidamente também de interação, aproximação, dinamismo, praticidade e rapidez. O comportamento digital é hoje considerado, por diversas áreas de estudos, como a mais recente transformação da

sociedade e se é na escola que o capital cultural se reproduz, é também através dos dispositivos móveis que isso ocorre e, assim, instigam-se novas fases desta pesquisa.

1.2 O dinamismo do Ensino Superior no Brasil nos últimos anos

Trata-se, neste item, de demonstrar a estrutura existente e a importância do acesso ao Ensino Superior para entendermos o contexto de formação do conjunto dos estudantes analisados no presente trabalho e, a seguir, descrevermos suas práticas vinculadas aos meios digitais. Para entender o contexto do estudo, foram analisados os resumos técnicos do Inep, informações da Instituição de Ensino Superior (IES), do Enade, dos cursos selecionados, bem como a bibliografia sobre o tema.

A partir da década de 1990, o Ensino Superior apresentou um crescimento notável no número de instituições de ensino, cursos e estudantes matriculados, como resultado da implantação de políticas públicas nacionais de incentivo ao acesso à universidade. Destacam-se o interesse e empreendedorismo do setor privado de Ensino Superior, que, através da ampliação da oferta de cursos, foi fundamental nesse crescimento.

Os dados gerais permitem dizer que as décadas de 1990 e 2000 significaram para o setor privado as chamadas “décadas de ouro”, promissoras devido à possibilidade de ampliação do número de cursos e de matrículas de estudantes oriundos de diversas classes econômicas, o que resultou em um marco de crescimento sem igual. Na esfera pública também houve expansão, embora mais moderada, já que foi mantida a seletividade do processo seletivo rigoroso, o qual permitiu, na maioria das vezes, somente ao estudante da escola particular (Ensino Fundamental e Médio) ser aprovado no vestibular. Por outro lado, críticas apontam que a expansão do Ensino Superior privado se deu de forma a não incluir a atividade de pesquisa científica nas instituições superiores, o que implica priorizar a formação técnica e profissional e não a geração de conhecimento.

A expansão da oferta no ensino superior foi assim descrita:

No Brasil, foi somente no ano de 1995 que políticas mercantilistas foram tomadas para o setor educacional. A partir de diretrizes estabelecidas na Reforma do Estado estabeleceu-se a Reforma do Ensino Superior, comandada pelo ministro da Educação, o economista Paulo Renato Souza, do governo de Fernando Henrique Cardoso. O pano de fundo econômico-financeiro que embasou as reformas da educação superior no Brasil na última da década foi o ajuste neoliberal da economia [...]. Assim, o governo instituiu uma reforma educacional que observou os ditames de instituições financeiras multilaterais. Uma das políticas mais conhecidas, recomendada pelo Banco Mundial em 1994, o redirecionamento de recursos da educação superior para a educação fundamental, foi implementada no Brasil por meio do incentivo

governamental para a expansão de instituições privadas e da publicação de uma nova legislação para a educação superior. Em 1989 os recursos destinados às Instituições Federais de Ensino Superior (IFES) correspondiam a 0,97% do PIB e, gradativamente, foram caindo até atingirem em 2001 apenas 0,61% do PIB, ou seja, uma queda de 34% no período. [...]. Em 15 de abril de 1997 foi publicado o decreto nº 2207 que criou a figura dos centros universitários (instituições não universitárias com autonomia para criar cursos de graduação) e citou, pela primeira vez, as entidades mantenedoras com fins lucrativos que estão submetidas à legislação que rege as sociedades mercantis. Segundo dados do Instituto Anísio Teixeira de Estudos e Pesquisas Educacionais “Anísio Teixeira”- INEP, em 1997 existiam 689 instituições privadas de educação superior; já em 2003, passaram a ser 1652, ou seja, um crescimento de ordem de 140% em seis anos (BERTOLIN, 2009, p. 352-353).

A pesquisa aqui descrita está inserida nesse contexto de expansão do Ensino Superior, que pode contribuir para a compreensão dos resultados obtidos. Os dados foram coletados em uma instituição particular e em uma instituição pública, ambas com estrutura regida pela LDB, obediente à CF/1988 e ao Conselho Nacional de Educação, através de seus decretos e resoluções.

Conforme explica Sguissardi (2014), a LDB (1996) é responsável por definir a natureza administrativa das IES, conceituando-as em públicas e privadas, sendo as públicas subdivididas em âmbito federal, estadual e municipal e as privadas em particulares, filantrópicas, comunitárias e confessionais. O autor organiza e descreve as principais características das IES normatizadas pela LDB, a começar pelas definições de instituição pública e instituição privada. As instituições públicas são aquelas “criadas ou incorporadas, mantidas e administradas pelo poder público e privadas assim entendidas as mantidas e administradas por pessoas físicas ou jurídicas de direito privado” (SGUISSARDI, 2014, p.37).

Neste trabalho faremos um recorte do período de 2010 a 2014, período de curso da maioria dos alunos entrevistados. A Tabela 1 apresenta esse aumento documentado entre 2010 e 2014, pelo Ministério da Educação (MEC), e ilustra esta afirmação, no que se refere aos anos mais recentes.

Tabela 1 - Evolução de número de IES, segundo a categoria administrativa (2010-2014).

Ano	Total	Federal	%	Estadual	%	Municipal	%	Privada	%
2010	2.378	99	4,2	108	4,5	71	3,0	2.100	88,3
2011	2.365	103	4,3	110	4,7	71	3,0	2.081	88
2012	2.416	103	4,2	116	4,8	85	3,5	2.112	87,4
2013	2.391	106	4,4	119	4,9	76	3,1	2.090	87,4
2014	2368	107	4,5	118	4,9	73	3,0	2070	87,4

Fonte: VALDEMARIN, V. *Relatório apresentado à Fapesp*, 2017.

Atualmente, o cenário de crescimento das instituições públicas tem por alicerce políticas públicas como o programa de apoio de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (ReUni), o Programa de Financiamento Estudantil (Fies) e a ampliação de recursos nos últimos anos pelo Programa Universidade para Todos (ProUni), assim como a aprovação do sistema de cotas. Vale destacar que o Fies e o ProUni estão presentes no âmbito público e particular, mas, neste caso, servem de justificativa para o crescimento do ensino público, se somados ao ReUni. Também, é importante ressaltar que, mesmo com esse cenário, o ensino público cresceu menos que o particular.

Em relação aos dados do ProUni, o crescimento tem sido anual, conforme apresentado pelo MEC (PORTAL MEC, s/d.): em 2005 houve autorização para 112.275 bolsas; em 2006, 138.668; em 2007, 163.854; em 2008, 225.005; em 2009, 247.643; em 2010, 240.441; em 2011, 254.598; em 2012, 284.622; em 2013, 252.374; em 2014, 306.726; em 2015, 329.117, e, em 2016, 329.180. No período de 2005 a 2016, o número concessões do programa aumentou em 216.905 bolsas.

O ReUni, criado em 2003, objetivou a interiorização das universidades federais com a criação de campus em várias cidades, e o primeiro relatório apresentado pelo MEC informa que houve um salto de 151 para 235 novos campi e catorze universidades criadas.

Também houve crescimento do Fies, que, em 2007, tinha contribuído com 35.587.396 matrículas, chegando a atingir 45.529.919 matriculados em 2011 e, em 2016, decresceu para 39.680.818 matrículas, conforme relatório de Repasse Consolidado do MEC.

Esse crescimento está relacionado às características do sistema universitário brasileiro. De acordo com a definição de Sguissardi (2014): “[...] a principal prerrogativa da uma universidade é a da autonomia didático-científica, administrativa e gestão financeira e patrimonial; seu principal dever é o de obedecer ao princípio de indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão” (SGUISSARDI, 2014, p. 56).

O autor também se refere ao importante destaque da função da formação profissional que as universidades oferecem:

As universidades são instituições pluridisciplinares de formação dos quadros profissionais de níveis superior, de pesquisa, de extensão e de domínio e cultivo do saber humano, que se caracterizam por: I- produção intelectual institucionalizada mediante o estudo sistemático dos temas e problemas mais relevantes, tanto do ponto de vista científico e cultural, quanto regional e nacional. II- Um terço do corpo docente, pelo menos, com titulação acadêmica de mestrado ou doutorado; III- um terço do corpo docente em regime integral (SGUISSARDI, 2014, p. 56).

Se observadas através da organização administrativa, as universidades podem ser classificadas em “estatais/públicas e privadas e privado-mercantis”. As estatais/públicas são aquelas subsidiadas por verba pública e programas de expansão, em números de investimento dos programas Fies, ProUni e ReUni. Já as instituições privado-mercantis expandiram-se a partir de 1997, principalmente, em decorrência do Decreto nº 2.207, de 15 de abril, que em seu artigo 3º afirma que: “as entidades mantenedoras com fins lucrativos submetem-se à legislação que rege as sociedades mercantis, especialmente, na parte relativa aos encargos fiscais, parafiscais e trabalhistas” (BRASIL, 1997). Assim, a política de expansão e a legislação ofereceram condições ao mercado para que o ensino superior se desenvolvesse como produto também de vários formatos da iniciativa privada. Cabe aqui lembrar que os programas de controle de qualidade do governo federal não diferenciam instituições públicas ou particulares, estando ambas submetidas às diretrizes curriculares nacionais para a criação de cursos.

Segundo Ristoff (2013a, p. 10) o número de IES cresceu 165% no período que vai de 1991 a 2011, passando de 893 a 2.365 instituições. Também é perceptível que o ápice desse aumento aconteceu entre 1996 e 2001, período marcado pela promulgação da política regulatória para o Ensino Superior.

Tabela 2 - Número de IES por categoria (2001-2014)

Ano Total	Pública			Privada
	Federal	Estadual	Municipal	
2010- 2.378	99-4,2%	108-4,5%	71-3,0%	2.100-88,3%
2011- 2.365	103-4,3%	110-4,7%	71-3,0%	2.081-88,0%
2012- 2.416	103-4,2%	116-4,8%	85-3,5%	2.112-87,4%
2013- 2.391	106-4,4%	119-4,9%	76-3,1%	2.090-87,4%
2014-2.368	107-4,5%	118-4,9%	73-3,1%	2.070-87,4%

Fonte: VALDEMARIN, V. *Relatório Fapesp* 2016, Organização a partir do Censo de Educação Superior (INEP, Resumos Técnicos, 2013 e 2010), Atualizada com Resumo Técnico do Censo da Educação Superior 2014, p. 12.

Analisando os dados da tabela 2, é possível perceber que houve um crescimento acentuado das IES e que, evidentemente, a partir de 2009, já se obtinham resultados das políticas implantadas. Podemos, assim, destacar a concentração dos cursos em instituições particulares, embora no setor público também ocorra crescimento. Após 2009, o número total de 2.391 cursos já era quase o dobro daquele identificado nos registros dos dez anos anteriores, quando havia 1.391 cursos.

Quando feito um recorte sobre as IES particulares, podemos também identificar que houve crescimento nos últimos dez anos, passando de 1.208 cursos para 2.090. Durante o período citado, o ensino superior particular deteve uma média de 88% dos cursos superiores do país.

Dos 30.420 cursos de graduação ofertados pela educação superior brasileira em 2011, 20.587 (68%) são de instituições privadas e 9.833 (32%) de públicas. O que se observa nos últimos anos é que há uma tendência de aumento na representação percentual dos cursos privados, embora nos últimos três anos, possivelmente em função da criação dos institutos federais de educação tecnológica, da criação de novos *campi*, da interiorização e da expansão de vagas das universidades federais por meio do Programa de Reestruturação das Universidades Federais (Reuni) e da criação de novas universidades federais, a participação do setor privado tenha demonstrado tendência de queda (RISTOFF, 2013b, p. 16).

Outra característica do Ensino Superior diz respeito à modalidade. De acordo com o Resumo Técnico de 2013 (INEP, 2015), há evidente concentração de estudantes na modalidade presencial, mesmo com significativo crescimento do ensino a distância (EAD) nos últimos anos, conforme a seguinte descrição:

[...] a educação a distância corresponde a uma pequena parcela do total de cursos de graduação, ela atingiu o maior percentual de crescimento, 35,3%, considerando o período de 2010 a 2013, indicando que está fazendo, cada vez mais, parte do cotidiano brasileiro. As novas mídias e as novas formas de interação entre estudante e docente na chamada economia do conhecimento fizeram com que os cursos ofertados nessa modalidade saltassem para 1.258 no ano de 2013 (INEP, 2015, p. 20).

Embora apresente um crescimento significativo, a modalidade EAD ainda não suplantou o ensino presencial. Além das políticas públicas de incentivo ao Ensino Superior em geral, houve também estímulo à modalidade a distância e, nesse período, apareceram projetos como o da Universidade Aberta do Brasil (UAB), além da dilatação do uso dessa modalidade pelas universidades federais e estaduais, tendo como exemplo a Universidade Virtual do Estado de São Paulo (Univesp), mantida pelo Governo do Estado.

Após 2010, os dados sobre o crescimento dos cursos podem ser organizados da seguinte forma: os cursos EAD crescem rapidamente, mas a modalidade presencial é a marca do mercado do ensino brasileiro até o momento, conforme pode ser observado na figura 1 e na tabela 3.

Tabela 3 - Número de cursos presenciais e cursos EAD

Período	Cursos presenciais	Cursos EAD
2010	28.577	930
2011	29.376	1.044
2012	30.718	1.148
2013	30.791	1.258
2014	31.513	1.365

Fonte: Organização da autora a partir do relatório do Inep (2013). Atualizada com *Resumo técnico do Censo da Educação Superior* (2014, p. 17-18).

Conforme dados apresentados no Resumo Técnico do Inep referente ao ano de 2014 (INEP, 2016), verifica-se que o EAD totaliza 480 cursos tecnológicos, sendo 452 na esfera particular e 28 na esfera pública, representando 94% de investimento privado e 16% público. São oferecidos na modalidade à distância 595 cursos de licenciatura, 277 (46%) na esfera particular e 318 (54%) na pública, a qual prevalece, embora com pequena diferença. A diferença entre o número de licenciaturas na esfera pública e particular é justificada pelo fato de a modalidade não ter apelo mercadológico.

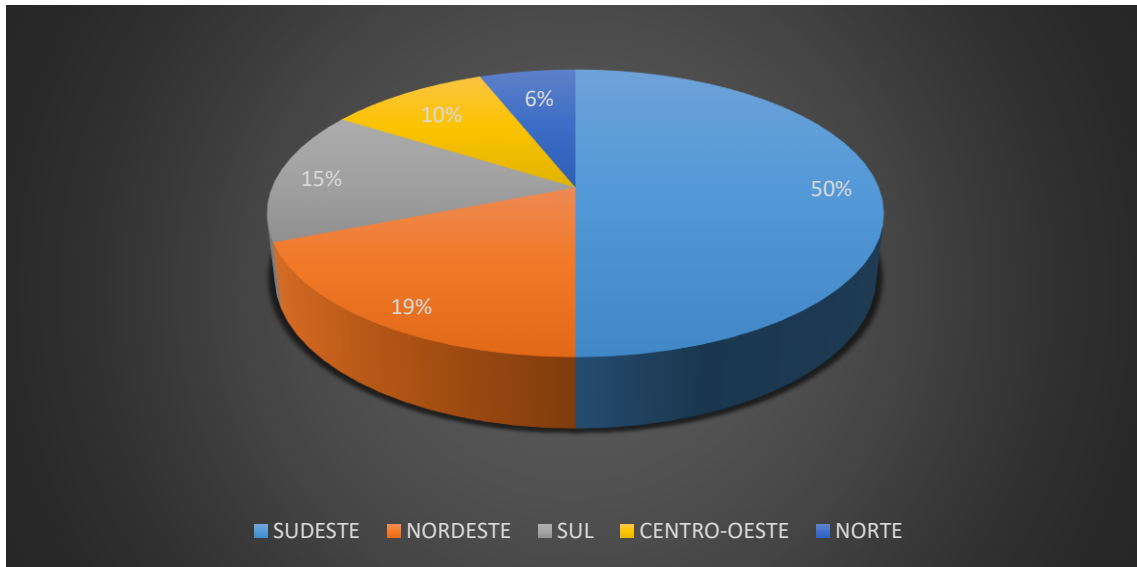
No que se refere ao ensino presencial, percebe-se que, no período de análise, que se estende de 2009 a 2014, houve crescimento apenas na iniciativa privada, que apresenta quase o dobro (20.904 cursos) do número de cursos de graduação que o setor público (10.609 cursos). É importante destacar que, desses números, o setor privado apresenta 4.804 cursos tecnológicos, 3.207 cursos de licenciaturas e 12.893 cursos de bacharelado. O setor público aparece com 1.129 cursos tecnológicos, 4.054 cursos de licenciaturas e 5.426 cursos de bacharelado. Nesse caso, apenas as licenciaturas aparecem em números maiores no ensino público, até porque fazem parte das políticas públicas de formação de docentes. Vale destacar a grande presença dos bacharelados nas IES particulares/privadas que, com essa oferta, respondem às expectativas mercadológicas.

Outro dado relevante para o entendimento do Ensino Superior diz respeito à concentração das IES em regiões do país. A região Sudeste concentra a maior parte das instituições, tanto públicas, quanto particulares. Segundo o *Censo da educação superior 2012* (INEP, 2012), são 1.173 instituições na região Sudeste e 154 na região Norte.

Analisando os últimos relatórios do INEP dos anos de 2014 (INEP, 2016) e 2013 (INEP, 2015), percebe-se a concentração dos cursos de Ensino Superior na região Sudeste, com destaque para o número de ingressantes. Conforme Resumo Técnico de 2014 (INEP 2016), a

região Sudeste concentra aproximadamente 47% (2.903.089) dos estudantes do país, bem como o maior número de instituições particulares. A região Norte aparece com menor número de estudantes, 7% (423.565), e também com o menor número de instituições. O ensino particular concentra 87% (1.030) das IES da região Sudeste e apenas 13% (143) de escolas públicas.

Figura 1 - Distribuição da porcentagem de ingressantes nas regiões do país



Fonte: elaboração da autora a partir do *Relatório do Inep 2014 (INEP, 2016)*, referente ao Censo de 2013.

Tabela 4 - Número de ingressantes e percentual por região (ano de 2013)

% REGIÃO	NÚMERO INGRESSANTES	DE %
SUDESTE	1.109.126	50
NORDESTE	425.104	19
SUL	331.619	15
CENTRO-OESTE	226.280	10
NORTE	135.416	6
TOTAL	2.227.545	100%

Fonte: Elaborado pela autora a partir do Resumo Técnico do Inep, 2014.

Analisando as Sinopses Estatísticas dos últimos anos, em especial a de 2015, percebe-se que, na região Sudeste, o Estado de São Paulo destaca-se também em número de IES, já o interior, região geográfica em que estão localizadas as universidades estudadas neste trabalho, destaca-se, como pode ser visto nos seguintes números: total de 97 instituições públicas, sendo 86 no interior e 11 na capital, e 501 instituições privadas, sendo 365 no interior e 136 na capital.

Tabela 5 - Número de IES por região

% REGIÃO	NÚMERO DE IES		
	Total	Particular	Pública
SUDESTE	1.173- 48,5%	1.030	143
NORDESTE	409- 17%	360	49
SUL	236- 9,7%	217	19
CENTRO-OESTE	444- 18%	379	65
NORTE	154- 6,4%	126	28
TOTAL	2.416- 100%	2112	304

Fonte: elaboração da autora a partir do Relatório do Inep, 2012.

A presente pesquisa incidiu sobre as seguintes áreas de conhecimento, segundo a classificação adotada pelo INEP: a) Educação – incluem-se os cursos de pedagogia; b) Humanidades e Artes – inclui *Design*; c) Ciências Sociais Negócios e Direito – inclui Publicidade e Jornalismo; d) Ciências, Matemática e Computação – inclui Biologia. Pode-se afirmar que a região Sudeste também se destaca nas três áreas aqui investigadas. São 7.594 cursos na área de Educação, o que corresponde a 38% do total das três áreas e, deste total, 45% (8.913) estão na região Sudeste. Os dados compilados na Tabela 6 discriminam a distribuição entre as regiões do país.

Tabela 6 - Porcentagem de cursos por áreas e distribuição na região

Área	Região Geográfica %					
	Total	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste
Educação	7.594%	892-54%	1.928-50%	2.791-31%	1.302-35%	681-39%
Ciências sociais, Negócios e Direito	9.131-46%	544-33%	1.458-38%	4.522-51%	1.800-49%	807-46%
Ciências, Matemática e Computação	3.135-16%	201-12%	456-12%	1.600-18%	600-16%	278-16%
Humanidades e Artes	1.439	56	192	752	353	86
TOTAL	19.860-100%	1.637-100%	3.842-100%	8.913-100%	3.702-100%	1.766-100%

Fonte: INEP (2012)

A tabela 6 evidencia que a área de Ciências Sociais, Negócios e Direito em nível nacional representa 46% (9.131) do total dos cursos e a maior concentração destes está na região Sudeste, com 49%. A área de Educação representa 38% do total (7.594) e, destes, 37% estão na região Sudeste. Se somadas, as regiões Sul e Sudeste representam 54% (4.093) de todos os cursos oferecidos no país.

Ainda sobre as áreas de conhecimento, é preciso destacar que o *Censo da educação superior 2013: resumo técnico* (INEP, 2015) traz a seguinte situação do número de cursos por categoria administrativa, segundo a área do conhecimento – Brasil:

Tabela 7 - Distribuição de áreas em IES públicas ou privadas

Área	Total	Pública	Privada
Educação	7.900	4.336	3.564
Ciências sociais, Negócios e Direito	9.650	1.701	7.949
Ciências, Matemática e Computação	3.203	1.162	2.041
Humanidades e Artes	1.454	603	851
Total	22.207	7802	14.405

Fonte: Elaborado pela autora a partir do *Censo da educação superior 2013: resumo técnico* (INEP, 2015)

Observando a tabela 7, percebe-se que há uma concentração de instituições de ensino na iniciativa privada, totalizando entre as quatro áreas 14.405 cursos. Especificamente sobre a área da Educação, as instituições públicas ainda oferecem mais cursos, mas esse índice não interfere no número total, ou seja, a área de Educação apresenta desequilíbrio menor entre as instituições públicas e particulares, com uma diferença de 772 cursos.

O destaque da área de Ciências Sociais, Negócios e Direito decorre do fato de englobar cursos de bacharelado e as tendências mercadológicas de novas profissões como, por exemplo, Publicidade e Propaganda, e também cursos tradicionais, como Direito.

As atividades dos cursos na área de Humanidades e Artes, em que se enquadra o curso de *Design Digital*, são menores na totalidade: são 1.454 cursos no país e, mesmo assim, a área privada tem investido e superado a iniciativa pública, totalizando 851 cursos. Na área pública, são 248 cursos a menos, totalizando 603 deles.

No caso da Educação, uma das grandes áreas investigadas, a LDB (BRASIL, 1996) determina a exigência de formação de nível superior para todas as funções docentes, o que influencia no número de cursos e estudantes, já que há obrigatoriedade de formação superior.

Art. 62. A formação de docentes para atuar na educação básica far-se-á em nível superior, em curso de licenciatura, de graduação plena, em universidades e institutos superiores de educação, admitida, como formação mínima para o exercício do magistério na educação infantil e nas quatro primeiras séries do ensino fundamental, a oferecida em nível médio, na modalidade Normal (BRASIL, 1996).

Tabela 8 - Totais nacionais dos cursos analisados

ANO	CARACTERÍSTICA	PEDAGOGIA	PUBLICIDADE	JORNALISMO	BIOLOGIA *	DESIGN
2010		TOTAL- 1785	TOTAL- 307	TOTAL -233	TOTAL -269	TOTAL- 184
	PÚBLICA					
	FEDERAL	204	8	23	77	25
	ESTADUAL	315	3	9	31	13
	MUNICIPAL	47	8	6	5	3
	PARTICULAR	1219	288	195	156	143
2011		TOTAL- 1684	TOTAL- 307	TOTAL- 236	TOTAL- 287	TOTAL: 251
	PUBLICA					
	FEDERAL	199	9	25	76	28
	ESTADUAL	288	3	9	34	17
	MUNICIPAL	60	9	8	8	11
	PARTICULAR	1137	286	194	169	195
2012		TOTAL- 1724	TOTAL- 345	TOTAL- 258	TOTAL- 315	TOTAL- 256
	PUBLICA					
	FEDERAL	208	9	29	82	32
	ESTADUAL	368	3	9	34	17
	MUNICIPAL	82	13	14	15	21
	PARTICULAR	1066	320	206	184	186
2013		TOTAL - 1637	TOTAL - 385	TOTAL- 308	TOTAL- 308	TOTAL- 268
	PÚBLICA					
	FEDERAL	187	15	39	73	33
	ESTADUAL	345	3	9	39	16
	MUNICIPAL	79	14	14	14	20
	PARTICULAR	1026	353	246	182	199
2014		TOTAL- 1618	TOTAL- 391	TOTAL – 312	TOTAL- 315	TOTAL- 268
	PÚBLICA					
	FEDERAL	173	17	42	83	33
	ESTADUAL	350	5	13	41	14
	MUNICIPAL	73	12	14	14	18
	PARTICULAR	1022	357	243	177	203

* A partir do ano 2010, biologia passa a ser ciências biológicas.

Fonte: Elaborado pela autora com base nas *Sinopses Estatísticas da Educação Superior* (INEP 2010; 2011; 2012; 2013; 2014)

Conforme a tabela 8, é possível perceber o domínio do setor privado na formação superior, já que em todas as áreas pesquisadas é relevante a porcentagem de cursos oferecidos por essa categoria.

Quanto ao curso de Pedagogia, na área de Educação, percebe-se uma maior divisão de porcentagem dos cursos entre os âmbitos público e privado, embora ainda exista o predomínio das IES particulares. Em 2010, a porcentagem era de 32% na escola pública e 62% no particular. Nos anos de 2012, 2013 e 2014 houve pequena alteração e aumento da porcentagem de cursos e de escolas públicas, incentivadas pelas políticas públicas que propuseram novas vagas para escolas federais.

Na área de Publicidade e Propaganda, há um constante investimento das IES particulares embasado na característica profissional e mercadológica das necessidades de regiões e microrregiões e, nos últimos anos, houve estabilização na oferta dos cursos, com 392 deles. Nesse caso, a média de cursos em escolas particulares é de 93%, ou seja, um domínio incontestável do setor privado.

Quanto aos cursos públicos, no Estado de São Paulo identifica-se, por exemplo, o curso de Publicidade e Propaganda na Universidade de São Paulo (USP) e em algumas escolas municipais, como é o exemplo do Instituto Municipal do Ensino Superior de Catanduva e de Bebedouro (Imes).

No caso do Jornalismo, este aparece em escolas públicas em uma porcentagem ligeiramente maior do que o curso de Publicidade, mas a grande concentração ainda está nas escolas particulares. Eram 322 cursos em 2009 e 321 em 2015, ou seja, a oferta mantém-se constante. Nos anos de 2014 e 2015, a porcentagem média dos cursos em escolas particulares foi de 78%. No Estado de São Paulo, universidades públicas, como a Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP) e a USP mantêm o curso em funcionamento, assim como universidades particulares, centro universitários e faculdades.

Com relação ao curso de *Design*, a porcentagem é muito parecida com a de Jornalismo, não havendo muita variação entre os anos: 80% das instituições que oferecem o curso eram particulares em 2015 e 76% em 2014. Das instituições públicas no Estado de São Paulo, podemos citar a UNESP de Bauru, que apresenta três cursos de graduação na área e um programa de pós-/graduação *stricto sensu*.

A oferta do curso de Biologia apresenta um equilíbrio maior entre IES públicas e particulares, sendo que, em 2009, a escola pública atingiu uma porcentagem superior, 60% dos cursos, em relação à particular. Acredita-se que essa característica seja decorrente do fato de ser uma licenciatura e uma das áreas de conhecimento acadêmico mais bem estabelecidas como

ciência. No ano de 2015, 57% dos cursos de biologia eram oferecidos em escolas particulares e 43% em públicas. Em 2014, o índice muda para 56% em particulares e 44% em escolas públicas.

Atualmente, o setor particular sobressai-se ao ensino público quando analisados os números de cursos e estudantes, por conta de um processo histórico nacional. Sobre isso, Stallivieri (2007) ressalta que

[...] um dado relevante a ser trazido para discussão é o forte crescimento do setor privado no Brasil, especialmente nos últimos anos. Os registros do Censo da Educação Superior apontam para um grande incremento de instituições juridicamente classificadas como particulares. Tomando-se como referência o período entre 1999 e 2001, enquanto houve uma redução de 20% no total de instituições comunitárias, confessionais ou filantrópicas, as instituições particulares cresceram em 72% (STALLIVIERI, 2007, p. 7).

Embora seja tarefa complexa falar do Ensino Superior brasileiro, devemos contextualizá-lo para caracterizar os cursos aqui em estudo. No Brasil, os cursos superiores são oferecidos por universidades, centros universitários, faculdades, institutos e centros de educação tecnológica, com cursos de graduação nas modalidades de bacharelado, licenciatura, formação tecnológica e cursos de pós-graduação *lato sensu* (especializações e MBAs) e *stricto sensu* (mestrado e doutorado).

Atualmente, duas são as modalidades oferecidas no Brasil: presencial, na qual o estudante deve ter frequência e nota; e à distância: em que o controle é feito por meio de acesso aos materiais e às salas de aulas virtuais, não obrigando o estudante a ter frequência no prédio físico das instituições. Também há a modalidade semipresencial, que mescla as duas características.

No caso deste estudo, a IES privada oferece as duas modalidades em graduação de Pedagogia, e os demais cursos são oferecidos na modalidade presencial. Já a IES pública oferta Pedagogia apenas na modalidade presencial em dois períodos, diurno e noturno. O acesso às vagas dá-se por meio de processo seletivo próprio de cada instituição ou de uso de notas do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem). No caso da IES privada, o processo seletivo dá-se por meio de prova em datas pré-determinadas por edital; na pública, o processo seletivo é próprio e realizado por fundação específica por meio de prova em datas pré-determinadas por edital.

Ainda como característica deste estudo, os cursos estão classificados, conforme sinopses do INEP, em quatro grades áreas, sendo: Pedagogia, na área de Educação; Biologia, na área de

Ciências; Matemática e Computação, *Design Digital*, na área de Humanidades, e Artes, Publicidade e Propaganda e Jornalismo na área de Ciências, Negócios e Direito.

No que se refere à regulamentação do Ensino Superior, pode-se dizer que a estrutura de qualidade está fundamentada em um grupo de normas reguladoras para universidades públicas ou particulares. A LDB é o instrumento que regulamenta o Ensino Superior tanto nas instituições públicas, como nas privadas, mantendo os interesses das IES e suas particularidades, além dos interesses reconhecidos pelos pareceres do Conselho Nacional de Educação, através das Diretrizes Curriculares Nacionais.

Em 1997, o Parecer nº 776/97, do Conselho Nacional de Educação, estabeleceu as orientações gerais para a formulação das Diretrizes Curriculares para os cursos de graduação. As diretrizes têm vários objetivos, segundo o relator do parecer:

Entende-se que as novas diretrizes curriculares devem contemplar elementos de fundamentação essencial em cada área do conhecimento, campo do saber ou profissão, visando promover no estudante a capacidade de desenvolvimento intelectual e profissional autônomo e permanente. Devem também pautar-se pela tendência de redução da duração da formação no nível de graduação. Devem ainda promover formas de aprendizagem que contribuam para reduzir a evasão, como a organização dos cursos em sistemas de módulos. Devem induzir a implementação de programas de iniciação científica nos quais o estudante desenvolva sua criatividade e análise crítica. Finalmente, devem incluir dimensões éticas e humanísticas, desenvolvendo no estudante atitudes e valores orientados para cidadania (BRASIL, 1997, p. 2).

No entender do parecer, alguns aspectos devem ser considerados para flexibilizar os currículos e garantir sua qualidade, preservando as características do macro e do microambiente do entorno institucional. As diretrizes são provedoras de processos mais adequados de utilização da carga horária, formas de integralização dos currículos, incentivo a conteúdos gerais que fortaleçam o exercício profissional, assim como tendências de cada habilitação que fortifiquem a profissionalização, o estímulo de estudos independentes, criando características de autonomia profissional, aprimoramento da articulação entre teoria e prática e criação de processo de avaliação que municie discentes e docentes sobre as atividades didáticas.

2. SOBRE O PROCESSO TECNOLÓGICO

Uma vez que nesta pesquisa objetiva-se estudar as mudanças que os dispositivos próprios para a disseminação cultural em meio digital provocaram no ambiente e na cultura escolar, torna-se necessário estabelecer alguns marcos desse processo. É preciso recorrer ao processo histórico e às marcas do tempo para pontuar avanços tecnológicos, sociais e políticos ocorridos, pelo menos no século XX, com o intuito de acompanhar sua dimensão nas mudanças de comportamentos cotidianos que aqui se pretende fazer. E, para entender a importância dos principais meios e dispositivos utilizados na sociedade, procura-se historiá-la, conhecê-la em sua concepção e capacidade de evolução através dos estudos de Marshall McLuhan(1980), Peter Burke e Asa Briggs(2006), além dos outros autores².

O primeiro produto de grande circulação na sociedade foi o jornal; o jornal de massas, que conhecemos hoje, é resultado de uma combinação de elementos de muitas sociedades diferentes, em períodos diversos. Essas combinações iniciaram-se com os romanos, antes da Era Cristã, que distribuíam folhas com notícias, denominadas *Acta Diurna*.

O aprimoramento do processo, no entanto, recebeu impulso com a primeira máquina para impressão, imprescindível para a produção de diferentes tipos de impressos, que data de 1455. Antes, porém, os chineses já haviam imprimido o primeiro livro do mundo, por volta do ano 800 d.C.

No século XV, na cidade de Mogúncia, na Alemanha, o ourives Johannes Gutenberg criou uma forma de fazer “tipos”, ou seja, as fontes móveis que seriam usadas em prensas mecânicas³. Adaptando uma prensa de uva a uma bandeja com esses “tipos”, foi impressa a primeira folha de pergaminho. Gutenberg escolheu a Bíblia para sua primeira impressão e faleceu sem nunca saber da revolução que causaria no mundo.

² Este capítulo teve por base principal o livro de Marshal McLuhan (1980), *Os meios de comunicação como extensão do homem*, a obra de Peter Burke e Asa Briggs (2006), *História Social da Mídia* e o livro de Melvin de Fleur e Sandra Ball – Rokeach (1993), *Teorias da Comunicação de Massa*.

³ Após muita experimentação, o ourives desenvolveu um molde de aço para cada letra e, com o molde, pôde furar um quadrado de metal mais mole, como o bronze. Em seguida, Gutenberg despejou o bronze nos moldes de barro em forma de letras e alinhou-as (já prontas) em uma bandeja. As combinações de alinhamento podiam ser feitas para que frases fossem molhadas. Os “tipos”, molhados em tinta e comprimidos sobre o pergaminho, deram origem à impressão. Para uma melhor definição desses “tipos” de impressão, o chumbo ainda foi misturado a outros metais.

Na China e no Japão, a impressão já era praticada há muito tempo – desde o século VII, se não antes –, mas os métodos geralmente utilizados era o chamado "impressão em bloco": usava-se um bloco de madeira entalhada para imprimir uma única página de um texto específico. O procedimento era apropriado para culturas que empregavam milhares de ideogramas e não um alfabeto de 20 a 30 letras. Provavelmente por essa razão teve poucas consequências a invenção de tipos móveis no século XI na China. No entanto, no início do século XV, os coreanos criaram uma forma de tipos móveis, descrita pelo acadêmico Henri-Jean Martin como “de uma quase alucinatória similaridade aqueles de Gutemberg”. A invenção ocidental pode ter sido estimulada pelas notícias do que havia acontecido no Oriente (BURKE & BRIGGS, 2006, p. 24).

No século XVI, as prensas, com sua grande produção, já exerciam influência social incentivando o interesse pela leitura. A tecnologia de impressão foi decisiva para a criação dos jornais; seus precursores eram chamados de corantos e surgiram em 1621. Nessa época, as publicações eram reguladas pelo governo; as sociedades, com governos centralizadores, impuseram crescimento lento à imprensa. Já nas sociedades com governos fracos, o crescimento e o progresso da imprensa foram ágeis. Em países como Rússia e no mundo muçulmano, a impressão demorou a penetrar, impedida por barreiras de alfabetização ou questões religiosas. Todo o mundo passou a esperar algo mais com o surgimento dos jornais como retratam Burke & Briggs (2006, p. 26): “o surgimento dos jornais do século XVII aumentou a ansiedade sobre os efeitos da nova tecnologia”.

Durante a primeira metade do século XVIII, diversos pequenos jornais foram publicados e muitos deles enfrentaram dificuldades financeiras. Depois de vários editores e impressores americanos e ingleses experimentarem, sem sucesso, a ideia de um jornal barato para ser vendido avulso, em 3 de setembro de 1833, na cidade de Nova Iorque, Benjamin H. Day surpreendeu a todos com seu *New York Sun*, que tinha como *slogan* “brilha para todos”.

O *Sun* surpreendeu pelo destaque dado ao noticiário local, pelas histórias e pelas descrições sensacionalistas. Essas características chamaram atenção dos trabalhadores recém-alfabetizados e dos críticos. Sendo assim, em dois meses, o jornal alcançou distribuição de 2 mil exemplares, seguidos por 8 mil, quando completou seis meses. Nesse período, já havia nos Estados Unidos da América a famosa prensa Hoe, que resolveu os problemas técnicos de produção e de distribuição de grandes tiragens.

Nesse contexto, a imprensa de massa já não podia ser negada e já era sinônimo de sucesso financeiro. Devido a isso, houve uma corrida de rivais lançando novos jornais e de anunciantes querendo expor seus produtos; os anúncios eram o apoio financeiro do jornal e, assim, a publicidade passou a integrar a publicação e sua sustentação financeira.

Uma sequência de situações ampliou o efeito social dos jornais, como os transportes, as expressões de comunicações específicas de religiões, acadêmicos, o canto, e os próprios boatos, linguagens visuais e imagens.

A massificação do jornal foi ajudada pela construção da ferrovia, pelo navio a vapor (que podia distribuí-los mais rapidamente e em locais mais distantes) e pelo telégrafo (que incrementou alguns jornais com notícias distantes). Com essas evoluções, a imprensa solidificou sua vigilância dos fatos; os repórteres, profissão decorrente da criação desse tipo de veículo, tinham a possibilidade de buscar notícias, testemunhar guerras e ações dos políticos. Nesse período, surgiram também as agências que forneciam notícias por telégrafo, o que reduzia o custo de obtenção de informações.

A Guerra Civil Americana (1861-1865) foi a grande provocadora de uma mudança na concepção que se tinha de jornal, pois este passou a tratar, além das tradicionais questões políticas, de notícias de diferentes naturezas e assuntos. Da Primeira Guerra Mundial (1914-1918) à década de 1920, o crescimento da imprensa prosseguiu, e a última década do século XIX foi a mais expressiva para este setor, pois nela iniciou-se um novo gênero jornalístico. A esse gênero deu-se o nome de “jornalismo amarelo”, enfrentando as dificuldades para o difícil aumento de circulação dos jornais.

Na terceira década do século XIX, juntaram-se a impressão rápida e a primeira ideia de um jornal como se conhece hoje, o que originou a criação do que pode ser considerado o primeiro veículo de comunicação de massa, tendo em vista a facilidade de acesso que possibilitava a um grande número de pessoas. No final do século, já era possível detectar a presença de jornais, livros e revistas que provocaram mudanças, influenciando os padrões de interação e os perfis psicológicos dos indivíduos. Esses novos veículos eram mais eficientes que qualquer outra forma de comunicação porque tinham expressividade, registro histórico, alcance e difusão, tornaram o ritmo da comunicação intenso e foram surgindo dinamicamente. Nesse cenário, desenvolveu-se a censura e a publicidade, além disso, surgiu a ideia de propriedade intelectual de maneira formalizada.

No entanto, os impressos não detinham a exclusividade da comunicação. Até 1910, o jornal viveu em ascensão, mas, por mais que fosse ampliada sua circulação, não alcançava a maioria dos lares por conta do aparecimento e da concorrência com outros meios de comunicação. Em 1920, surgiu o rádio; a partir de 1930, as revistas e o cinema. Nas décadas seguintes, 1940 e 1950, surgiu a televisão, que comprometeu uma fatia de público do jornal, pois podia agrupar mais funções, juntando a sedução da imagem e do som.

Em adendo às considerações acima elencadas, soma-se o fato do preço de um exemplar de jornal e o índice de analfabetismo de alguns países, como é o caso do Brasil, o que faz com que o número de leitores seja baixo e que, progressivamente, o jornal torne-se um veículo de comunicação elitizado.

Em 1890, intensificaram-se as rivalidades entre os meios impressos, e os jornalistas usavam cada vez mais o sensacionalismo. Os intelectuais da época decepcionaram-se com os rumos desse meio de comunicação, pois viam no jornal uma fonte cultural das massas, entretanto, na realidade, esses sujeitos afirmavam que os jornais estavam provocando uma “degeneração social” com o sensacionalismo praticado. A ordem dessa “degeneração” foi estabelecida por grupos de pressão e formadores de opinião, como igrejas, educadores e governo. Esses grupos propiciaram o surgimento de normas de ações e de responsabilidade que eliminaram os padrões sensacionalistas e criaram o que se convencionou denominar de “opinião pública”.

[...] “a revolução industrial” e a “revolução da comunicação” podem ser vistas como parte do mesmo processo-com a revolução dos transportes em primeiro lugar na sequência tecnológica que parecia ter uma lógica própria, principalmente depois que a eletricidade substituiu o vapor como nova fonte de energia-, apesar de ser, no início ainda mais misteriosa (a palavra “eletrônica” surgiu muito tempo depois) (BURKE, BRIGGS, 2006, p. 112).

Assim como outros veículos de comunicação, o rádio surgiu por meio de conflitos. Com a criação de organizações sociais mais complexas, com finalidades militares, comerciais e governamentais, por exemplo, os criadores do rádio perceberam que coordenar todas as atividades, transmitindo informações à distância, era uma tarefa difícil.

A chegada do século XIX aumentou a necessidade de um meio de comunicação que atravessasse fronteiras e oceanos. Depois de tentativas frustradas, como o uso do telégrafo instantâneo, o conhecimento científico sobre a eletricidade possibilitou a criação do rádio. Os elementos da teoria elétrica – como a conversão de som ou luz em ondas magnéticas capazes de serem irradiadas e reconvertidas em som, elétrons, partículas e átomos – foram dificuldades superadas.

Nesse contexto, a transmissão sem fio, auge da história das comunicações no século XIX, foi pensada simplesmente como substituto para a telegrafia por fios, assim como os automóveis, destaque máximo, destaque máximo dos transportes no mesmo século, foram imaginados como carruagens sem cavalos: somente pessoas que possuísem carruagens poderiam desejá-los. O que aconteceu foi que o rádio se tornou de uso prático nos oceanos ou em

grandes continentes com baixa densidade demográfica (BURKE, BRIGGS, 2006, p. 156).

Antes da criação do rádio, na década de 1830, várias características técnicas do aparelho já estavam disponíveis, faltava, porém, reuni-las em um modelo adequado. Quem patenteou o objeto criado foi o artista Samuel F. B. Morse, que, em 2 de maio de 1844, transmitiu da cidade de Washington à cidade de Baltimore a mensagem: “O que Deus está fazendo?”. O mundo conhecia então, a criação do rádio como fruto da comunicação elétrica.

Em 1876, Alexander Bell conseguiu transmitir a voz humana através de fios. Surgia, dessa forma, o telefone. Paralelamente a essas criações, cientistas como Alessandro Volta, André-Marie Ampère, Henry Faraday, James Maxwell e Heinrich Hertz estudavam ainda a eletricidade.

Em 1888, o alemão Hertz demonstrou a existência das ondas propostas anteriormente por Maxwell: as depois chamadas ondas hertzianas. No início da década de 1890, o italiano Guglielmo Marconi começou a experimentar as ondas hertzianas e, com esse experimento, desenvolveu o telégrafo sem fio, possibilitando a superação de muitas dificuldades com o uso do aparelho. Os passos seguintes ao uso do telégrafo foram em busca da transmissão da voz humana. Foi criado, nesse momento, o sistema traço e ponto para receber as irradiações do sinal transmitido. Por conseguinte, na véspera do natal de 1906, os operadores de telégrafo sem fio, em navios no Atlântico, ouviram a voz humana pela primeira vez em uma transmissão.

O rádio, com esse desenvolvimento, era sinal de prestígio e sucesso financeiro; a verba destinada à pesquisa para aperfeiçoamento do equipamento era cada vez maior, mas foi somente na Primeira Guerra Mundial, com o surgimento de novas necessidades de comunicação, que houve maior aprimoramento da técnica. Ao final do conflito, a *Westinghouse Electric Company* criou um transmissor que gerava música para as redondezas e seus familiares, e as possibilidades comerciais abriram-se para a companhia, que construiu um transmissor maior para estimular a compra de receptores de sinal da empresa. Foi essa decisão de expansão da *Westinghouse* que fez nascer o rádio comercial. Ainda, para despertar maior interesse pela compra dos receptores, foi anunciada pela empresa em questão a transmissão dos resultados das eleições norte-americanas, que foi um grande sucesso de audiência.

O aumento da audiência causou um acréscimo ao número de emissoras de rádio vigentes, provocando a superação de novos desafios tecnológicos e legais. A necessidade de autorização governamental para a radiocomunicação remonta ao século XX; quanto ao apoio financeiro para permanência das emissoras de rádio, foi a inserção da publicidade que garantiu lucro às emissoras. O início deu-se por volta de 1922, com anúncio de terrenos, fumo e balas.

Com isso, percebeu-se a influência dos anúncios no rádio e o poder de provocar hábitos de consumo com os produtos anunciados.

O rádio viveu seu maior sucesso nas décadas de 1930 e 1940 e começou a declinar com o advento da televisão, mas adaptou-se rapidamente para suprir a audiência nas ocasiões em que a tevê era inadequada. Assim, o rádio adaptou-se aos escritórios, ao carro, à cozinha, à praia, aumentando o número de aparelhos por residência e reiterando seu equilíbrio no processo de comunicação.

A contribuição que o rádio soube explorar foi a de que o indivíduo pode receber informações sem interromper a execução de tarefas, seja em casa ou no trabalho. Atualmente, nas grandes cidades, as rádios absorveram outras funções importantes e auxiliam os ouvintes, por exemplo, no trânsito, informando sobre o tráfego.

A televisão foi o veículo que reinou sucessivamente ao rádio, herdando deste algumas características. A disseminação da televisão foi mais fácil e rápida do que a do rádio e, além disso, os avanços tecnológicos tornaram-se mais recorrentes, abrindo mais possibilidades de influenciar o público com filmes e propagandas. A aquisição de um televisor era, em seu início, sinônimo de *status*, de luxo, e símbolo de posição social, como confirmam De Fleur e Ball-Rokeach (1993, p. 128): “[...] a ânsia de ser identificado como dono de um televisor, no período inicial da difusão, foi tão forte que em alguns casos disse-se que as famílias teriam comprado e instalado antenas nos telhados antes mesmo de terem receptores para ligar”.

A televisão foi uma invenção dos anos de 1920 e 1930, e, por ela, em 1939, foi transmitida a Feira Mundial de Nova York. Já em 1948, já havia cerca de setenta estações operando, principalmente nas áreas mais populosas, e os aparelhos de televisão foram sendo aperfeiçoados, permitindo a redução de custos. Outro avanço decorreu da criação de antenas que melhoravam a transmissão e geraram os sistemas Televisão de Antena Comunitária (CATV), que funcionavam em todo o Estados Unidos. A possibilidade de gravar os programas em fita magnética (Gravador Videoteipe - VTR) permitia a diminuição de erros, pois os conteúdos podiam ser editados e transmitidos em outro horário. Posteriormente, esses gravadores passaram a ser usados também em situações de ensino-aprendizagem, em treinamentos de empresas, em propagandas, como provas em julgamentos e em gravação de depoimentos.

A televisão foi um fenômeno na comunicação de massa, suas formas de distribuição evoluíram rapidamente e a sociedade passou a ser extremamente influenciada pelos seus conteúdos, determinando grande parte dos valores e das atitudes do homem moderno.

Com os avanços da televisão, passou-se do sistema comum, aberto, conhecido como *broadcast*, para as novas formas de distribuição constituídas em monopólios familiares. As mudanças na forma de distribuição de sinal televisivo começaram a ocorrer na metade dos anos 1950. A televisão passa a apresentar conteúdos que chamam e prendem a atenção do telespectador. Como afirma Hoineff (1992, p. 15), sobre os novos meios de distribuição: “[...] a ampliação exponencial do número de canais não significa apenas a repetição do que já existe. Ela inaugura a fase da televisão segmentada, temática, em oposição à televisão genérica, desde os anos 40 pelas grandes redes por *broadcast*”.

A modalidade de televisão a cabo ou por assinatura tem como características mais marcantes a capacidade de tráfego de sinais (com a fibra óptica, até 154 canais diferentes podem ser transmitidos), alta qualidade e facilidade de adaptação. A tevê a cabo transmite o desenvolvimento de uma estética mais sofisticada, um conteúdo de melhor qualidade e mais ideológico. Além disso, ela deixou de concentrar suas atenções em determinadas camadas da sociedade (uma vez que o poder aquisitivo se encarrega desse critério).

A mais importante tecnologia para a tevê a cabo foi a fibra óptica, que eliminou os cabos coaxiais (usados até o final de 1970). Com uma espessura de até 5 cm, dos cabos coaxiais, passou-se, com a fibra óptica, à uma espessura similar a de um fio de cabelo, maleável, na qual as mensagens são convertidas em impulsos luminosos e depois reagrupadas em informações digitais.

Nos anos 1980, o cabo foi o mais forte instrumento para renovações estéticas e políticas da televisão, proporcionando, ao mesmo tempo, uma programação segmentada e não atrelada a padrões narrativos convencionais. Outra vantagem desse tipo de televisão foi o controle remoto associado ao cabo, que fez do telespectador o programador, pois ele passou a procurar o que lhe chamava a atenção, percorrendo, livremente, os vários canais. Essa possibilidade foi incrementada com o sistema *pay per view*, por meio do qual o telespectador, por exemplo, escolhe um filme, o horário para assisti-lo e paga somente por esse consumo.

Ainda assim, tanto no Brasil como no resto do mundo, a televisão é um fascínio. Para Hoineff (1991):

[...] a televisão é também um filtro tão poderoso do universo que sua ausência seria inimaginável para a maioria das pessoas que hoje habitam este planeta e para totalidade das que o habitarão dentro de alguns anos. Haverá menos línguas então – e para o bem ou para o mal, as distinções culturais serão mais tênues. Uma linguagem comum terá feito o mundo visto pela TV parecer cada vez mais banal. Estampado na parede inteira de uma sala, ele será mais nítido e verdadeiro que o mundo que ficou lá fora (HOINEFF, 1991, p. 31).

Cada veículo de comunicação buscou, assim, um nicho de mercado. Para De Fleur & Ball-Rokeach (1993):

[...] o veículo irradiado desafiou seriamente o jornal como fonte para saber das últimas novidades. A televisão acarretou uma espetacular redução da forma tradicional de assistir filmes. O rádio teve de descobrir novas necessidades para servir à sociedade quando apareceu a televisão (DE FLEUR & BALL-ROKEACH, 1993, p. 140).

Os veículos de comunicação fazem parte da estrutura institucional das sociedades e Debray (1994) instituiu, para cada domínio da comunicação humana, um conceito, e a todo o processo, ele denomina mídiasfera. A mídiasfera é composta pela logosfera, na qual o homem dominava a palavra e expressava-se por ela; pela grafosfera, na qual a humanidade organizou-se pela escrita e, por fim, pela videosfera, que é a fase em que estamos inseridos, quando o homem está se organizando pela sedução da imagem. Para o autor:

No ocidente, a cada mídiasfera corresponde a determinada máquina crucial: Igreja, Escola, TV. A logosfera tinha produzido o soberano fabulador. A grafosfera engendrou o Estado educador, a videosfera, o Estado sedutor. Para o orgulho do Estado, a história das técnicas de transmissão é uma lição de humildade (DEBRAY, 1994, p. 60).

Nesse contexto, pode-se atribuir aos meios de comunicação uma característica singular, que é a dimensão simbólica, uma vez que produzem, armazenam e permitem a circulação de conteúdos significativos para o próprio produtor e para o receptor. Esse caráter simbólico altera o meio social. Geertz exemplifica claramente essas transformações:

[...] o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu, assumo a cultura como sendo essas teias e a sua análise; portanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura do significado (GEERTZ, 2008, p. 4).

Dentre as conquistas do homem, a comunicação é causa e efeito de progresso, tornando-se referência para a própria história da humanidade: o progresso da humanidade teve como um dos fatores fundamentais o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa.

O termo *mídia* expressa com grande força a presença dos veículos de comunicação nas sociedades. Segundo Benetti (1989), em sua origem, a palavra designa o plural de *médium*, *medii*, que, em latim, significa meio. Os norte-americanos, influentes no ramo da comunicação, adotaram o termo, que passou a representar o conjunto dos veículos de comunicação de massa e, no Brasil, é utilizada com a pronúncia norte-americana: *mídia*. Compõem esse conjunto de

meios de comunicação a mídia *off-line* (revistas e jornais impressos), a mídia eletrônica (tevé, rádio) e a mídia *on-line* (revistas, jornais, televisão, rádio e todas as outras mídias sociais). A poderosa influência da televisão e de outros disseminadores eletrônicos sobre a forma de pensamento do homem resume-se na conceitualização de McLuhan (1980, p. 21): “o meio é a mensagem”.

Na modernidade, os Meios de Comunicação de Massa (MCMs) assumem o papel da mensagem, superam a importância do conteúdo e da linguagem. Essa superação deve-se ao fato de os MCMs provocarem profundas mudanças no comportamento e nas ações do ser humano ao serem incorporados ao dia-a-dia.

McLuhan, sobre a questão dos meios de comunicação como extensão, declara:

Durante as idades mecânicas projetamos nossos corpos no espaço. Hoje, depois de um século de tecnologia elétrica projetamos nosso próprio sistema nervoso central num abraço global abolindo tempo e espaço. Estamos nos aproximando rapidamente da fase final das extensões do homem: a simulação tecnológica da consciência, pela qual o processo criativo do conhecimento se estenderá coletiva e corporativamente a toda a sociedade humana tal como já se fez com nossos sentidos e nossos nervos através dos diversos meios e veículos (MCLUHAN, 1980, p. 17).

Ainda sobre os efeitos dos MCMs, Wolf (2001) afirma que a comunicação não interfere nos resultados de comportamentos finais e sim influencia no modo como o cidadão organiza as imagens em seu cotidiano, gerando efeitos em hábitos e costumes, assim como em expectativas e opiniões.

Como exemplos de inovações ocorridas na Era Pós-Industrial, temos o processo de automação, que criou novos padrões de relações humanas. Esse processo teve duas faces: a positiva, na qual se acelerava o processo de produção e de lucro com custo menor, e a negativa, que gerou desemprego. Essas faces são exemplos de mudanças sociais apresentadas pela tecnologia e pelas máquinas que compõem a automação sem considerar o produto que será produzido. Nesse contexto, McLuhan (1980, p. 22) expõe que: “a ‘mensagem’ de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, cadência ou padrão que esse meio ou tecnologia introduz nas coisas humanas”. É inegável que os MCMs trouxeram para a sociedade mudanças de comportamento. As primeiras compreensões sobre esses novos comportamentos resultam de estudos interdisciplinares que analisam os impactos que os MCMs causaram na sociedade.

Um primeiro julgamento de De Fleur e Ball-Rokeach (1993) vê a entrada dos MCMs na vida do homem de forma negativa, afirmando que eles são manipuladores e com conteúdos

elaborados ideologicamente segundo uma elite, para fazer com que o público perca suas preferências culturais e não se aprofunde em discussões políticas e econômicas sobre o país. Para esses autores, os MCMs provocam uma deterioração da moral exibindo conteúdo de sexo e violência; esse conteúdo pode também incitar as crianças a serem violentas e não serem críticas quanto ao governo de seu país e quanto à forma como a sociedade em que vivem está dirigida política, econômica e eticamente.

Por outro lado, pode-se ver a presença dos MCMs na sociedade como uma prestação de serviço às populações. Assim, ao trazer ao público o factual, o cotidiano, o cenário político, econômico e social, os meios de comunicação estão informando a comunidade. Os MCMs são facilitadores da difusão da cultura: difundem as informações e deixam o público informado acerca dos acontecimentos locais, nacionais e mundiais. Sobretudo, os MCMs melhoram o padrão de vida da sociedade através da informação, da difusão e da publicidade e propaganda, estimulando as compras e o consumo de produtos criados para aumentar a qualidade de vida.

O desenvolvimento da comunicação de massa tem sido estudado seguindo alguns paradigmas, isto é, como “a combinação da ideia de um modelo para comparação com a ideia mais complexa de um conjunto de suposições fundamentais acerca da natureza de um aspecto da realidade social ou psicológica” (DE FLEUR & BALL-ROKEACH, 1993, p. 46). Os paradigmas são formados por pressupostos ou suposições que se tornam pontos de partida para explicar teoricamente os aspectos mais específicos dos fenômenos sociais ou psicológicos. Segundo esses autores, os principais postulados utilizados para os estudos de comunicação podem ser assim discriminados:

a) **FUNCIONALISMO ESTRUTURAL**: o termo estrutural refere-se à forma de organização das atividades de uma sociedade, e o termo funcionalismo refere-se à função ou contribuição dada por uma atividade para conservar o equilíbrio da sociedade. O conteúdo analisado, segundo esse postulado, projeta a ideia de que uma sociedade pode ser mais bem vista quando se passa a percebê-la como um sistema em que suas partes se inter-relacionam em uma atividade organizada e repetitiva. Assim, a sociedade alcança seu equilíbrio realimentando-se pela repetição padronizada que dá base ao equilíbrio, pois, quando algo acontece fora das normas, a diferença torna-se facilmente identificável. O processo da comunicação de massa, nesse postulado, fornece ações padronizadas e repetitivas que dependem estruturalmente dos sistemas sociais, políticos e econômicos da sociedade em que está inserido. Cercadas pela mídia, as pessoas podem, ao mesmo tempo, ser influenciadas e também exercer influência.

b) **PERSPECTIVA EVOLUTIVA**: tem como pressuposto que a sociedade se baseia na mudança e na evolução. O termo evolução atém-se às mudanças sociais e concentra-se na

analogia orgânica, na ideia de que a sociedade se comporta como um organismo biológico. Nesse postulado, a sociedade é vista como realizadora de atividades interligadas, repetitivas e padronizadas que, entretanto, sofrem constantes mudanças que a realimentam com novos conceitos e com a criação de novos padrões. As novas formas criadas por meio da realimentação social, ou emprestadas de outras sociedades, servem de modelos para que as metas planejadas sejam alcançadas. Se essas formas sociais não colidirem com os valores já existentes, podem solidificar-se e integrar-se à sociedade. Por exemplo: o jornal foi substituído pelo rádio que, por sua vez, foi suplantado pela televisão sem que nenhum deles deixasse de existir. O rádio tornou-se mais importante que o jornal porque incorporava uma nova tecnologia: o som à distância. A tevê agregou ao som à imagem e a tecnologia, portanto, gerou mudança nos padrões de comunicação quanto aos dispositivos e à forma de utilizá-los.

c) **MODELO DO CONFLITO SOCIAL:** nesse modelo, define-se a estabilidade da sociedade por meio da evolução dos comportamentos e dos conflitos sociais. O pressuposto é o de que a sociedade é formada por grupos de pessoas e categorias que têm interesses diferentes, gerando competição para a realização de objetivos particulares ou para a preservação de interesses e resistência à competição. Sob essa visão, a sociedade vive em conflito constante e em mutação permanente. Esse paradigma explica a concorrência que os veículos de comunicação estabelecem entre si, na qual cada um, em sua área de atuação, quer e precisa chamar a atenção da audiência (pois é esta que os sustenta). Segundo esse modelo, a radiodifusão, por exemplo, vem procurando formar redes que formatam uma programação central destinada a um determinado público, que pode ser adaptada a diferentes regiões, com poucos acréscimos locais, para atender às variações das expectativas do público, combinando informações locais e globais. A computação gráfica atua no sentido de padronizar a diagramação de matérias e, principalmente, de anúncios nos jornais que prendam a atenção do leitor. Os jornais elaboraram suplementos e cadernos especializados nas mais diversas áreas para corresponder às expectativas dos leitores; nesse cenário, a televisão “briga” pela audiência, fazendo uso da tecnologia e construindo grandes centros de produção que, no entanto, indicam a possibilidade de participação individual, qualquer que seja ela.

d) **INTERACIONISMO SIMBÓLICO:** esse paradigma ressalta o papel crítico da linguagem no desenvolvimento e na manutenção da sociedade, além de atuar na modelagem mental dos indivíduos. O paradigma tem como hipótese a ideia de que a sociedade pode ser entendida por meio de um sistema de significados compartilhados pelos indivíduos através de símbolos da linguagem que se manifestam nas relações interpessoais. Os vínculos e as ideias que as pessoas fazem uma das outras e sobre si mesmas são construções individuais de

significados provenientes da interação simbólica; a reação individual em determinada situação é orientada pelos MCMs, e os significados que as pessoas acumulam em experiências, no momento da ação, associam-se a esse comportamento por meio de construções individuais. Os comportamentos dos sujeitos podem ser modelados pelo que a mídia transmite, pois as pessoas têm como fonte de informação os veículos que compõem a mídia. A escolha por um determinado veículo de comunicação de massa também agrupa indivíduos que partilham então de mesmas notícias, assuntos e opiniões.

e) **PARADIGMA COGNITIVO:** nesse paradigma dá-se prioridade às atividades mentais dos seres humanos para a elaboração de uma conduta. Os indivíduos são vistos como receptores ativos a impulsos, cujas respostas são comportamentos modelados por processos mentais interiores. A cognição permite ao indivíduo transformar em novas ações o conjunto de estímulos, codificando, armazenando e interpretando-os e, por isso, tem papel importante na formação do comportamento individual. Quando o comportamento individual se forma, compreende percepção, imaginação, sistema de crenças, atitudes, valores, tendências de equilíbrio, recordações e outros; os componentes da organização mental são resultados de experiências anteriores acumuladas pelo sujeito. Esse paradigma apoia-se em estudos dos efeitos da comunicação sobre os indivíduos para entender como as mensagens são percebidas e como os padrões de ação são apreendidos das descrições da mídia, além de como atitudes, conhecimentos, valores e probabilidades de comportamentos podem ser alterados pela persuasão. Cada conteúdo da mídia é elaborado para representar um papel ou alguns papéis, que dependem da linha ideológica de cada meio. Assim, os indivíduos têm, segundo suas expectativas, necessidades e experiências, que levam a diferentes formas de interpretação. A interpretação, conforme cada arcabouço individual, transforma-se em ações ou reações dos indivíduos. Ademais, fatores sociais como religião, valores morais, conteúdos culturais, nível de escolaridade e até mesmo características individuais, como inibição ou comunicabilidade, também estão embutidos nas alterações ou não do comportamento e na submissão à persuasão quando os públicos recebem as mensagens dos MCMs.

A mídia penetrou na sociedade em que vivemos até o “cerne institucional” (DE FLEUR & BALL-ROKEACH, 1994, p. 141). Ela é atuante em diferentes setores sociais, como, por exemplo, na economia, comercializando os produtos; na política, participando das eleições, e na família, transmitindo lazer e cultura. Em algumas camadas da população, os MCMs são o único divertimento possível. Na religião, os MCMs contribuem para a substituição da presença física em templos e igrejas, pois há missas e cultos transmitidos por televisão ou rádio. No setor educacional, a presença dos MCMs é mais limitada, mas há a busca por maior interação entre

eles e a escola. Pode-se observar que é pela mídia que o equilíbrio social se estabelece, pois os veículos de comunicação exercem funções importantes na sociedade e são fontes de informação dos indivíduos, cada qual em seu segmento de mercado e posição social.

Os conteúdos veiculados pela mídia vêm sendo, hoje, discutidos constantemente pela própria mídia e principalmente pelos estudiosos da comunicação de massa. Os intelectuais, principalmente da área de comunicação e ciências humanas, criticam os conteúdos sensacionalistas, extravagantes, mostrando o perigo criado ao incentivar-se, por exemplo, a violência física através de filmes e programas de auditório, além da exploração sexual, muito usada na disputa pela audiência, com a exibição de corpos e cenas de nudez de símbolos sexuais sem seleção de horários. Para esses estudiosos, a mídia não colabora para o desenvolvimento intelectual e provoca quebra de moralidade. Os veículos de comunicação, por sua vez, defendem-se das críticas dizendo que respondem à vontade do telespectador, que mostram o mundo como ele é e o que acontece no dia a dia da população.

Saber quem influencia quem nessa relação é uma pergunta que não tem resposta exata. A audiência tem sido mantida pela mídia por meio da apresentação de conteúdos que correspondem às expectativas do público. A presença das pesquisas de opinião pública e as tecnologias de interação são importantes instrumentos para o conhecimento dessas expectativas. Hoje, os críticos de tevê, os mecanismos de aferição de audiência e os processos de pesquisas permitem dividir o conteúdo em três partes: os de “mau gosto” (os mais difundidos pela mídia); os “não polêmicos” (amplamente divulgados, mas pouco criticados) e os de “bom gosto” (às vezes até amplamente difundidos, mas nem sempre amplamente assistidos) (DE FLEUR & ROKEACH, 1993).

Para analisar os conteúdos da mídia, é necessário também conhecer como ela é formada, quais são os componentes básicos para que ela sobreviva e que podem ser assim discriminados (DE FLEUR & ROKEACH, 1993):

a) **AUDIÊNCIA:** é parte fundamental no sistema midiático. Ela é complexa, estratificada, diferenciada, inter-relacionada e dependente das necessidades e dos interesses do público (telespectador, ouvinte, leitor) que, em última instância, determinará seu funcionamento. A audiência funciona como resposta aos conteúdos transmitidos, e os índices obtidos podem significar a glorificação para alguns programas e a reestruturação para outros. É o conteúdo que mantém a estabilidade do sistema, que entretém e convence o público a adquirir produtos.

b) **PESQUISAS:** a organização de pesquisas de audiência e de mercado fornecem dados para a administração dos MCMs, que podem escolher os conteúdos que serão transmitidos para

gerar audiência e para informar o setor comercial, que indica a faixa de público mais propensa ao consumo dos variados produtos.

c) **DISTRIBUIDORES:** os conteúdos transmitidos nos MCMs podem gerar audiências locais (jornais locais, rádios, teatro e cinema), nacionais ou internacionais (agências distribuidoras de revistas, livros e cinema). A relação entre a mídia local e as cadeias nacionais dá-se pelo fornecimento de conteúdos e por estratégias comerciais. O conteúdo é avaliado por meio da audiência e pelos potenciais clientes para os anunciantes.

d) **PRODUTORES E PATROCINADORES:** os produtores são ligados à audiência e aos distribuidores e, portanto, aos financiadores (patrocínio).

e) **AGÊNCIAS DE PROPAGANDA:** as agências estabelecem uma relação entre patrocinador, distribuidor, produtor e pesquisa de mercado e apresentam-se como produtoras de material com alta probabilidade de resultados positivos, dado o contingente de profissionais especializados que empregam.

f) **CONTROLE:** o controle é exercido por outros subsistemas, como os poderes Legislativo e Executivo oficiais; o elo deles com a audiência é a opinião pública.

g) **CONDIÇÃO EXTERNA:** as condições externas são os valores dos locais onde estão inseridos os sistemas e abrangem, por exemplo, crenças religiosas e culturais. Esses valores são componentes básicos dos veículos de comunicação de massa como um todo. Todos os componentes de um MCM são importantes e inter-relacionados, entretanto, o componente 'pesquisa' deve ter sua relevância expressa, pelo que representa na mídia atual. A pesquisa, em qualquer veículo de comunicação, pode ser de audiência, de opinião sobre o próprio veículo, ou ainda de opinião pública sobre assuntos de interesse geral. Com essas três formas de aferição, a empresa de comunicação pode manter a audiência, confirmar ou renovar seus distribuidores, conhecer os interesses de patrocinadores e produtores, informar-se sobre o controle ao qual está submetida e ainda responder às necessidades locais e pessoais de seu público. Para entender melhor a dependência dos sistemas de mídia, é preciso analisar suas relações com o sistema político, econômico e social em que estão inseridos.

A fase atual na evolução tecnológica é a de massificação de computadores, que, em seu início, pertenciam somente às grandes organizações. Em 1980, os computadores pessoais, menores e mais baratos, estavam em 15% (TORQUATO, 1997) dos lares dos Estados Unidos. Já na década de 1990, a maioria dos lares daquele país possuíam computadores.

O homem, para adaptar-se ao computador, teve e tem que aprender sua linguagem. Ressalta-se que não é necessário que as pessoas sejam programadoras, mas devem minimamente saber ler e escrever para o computador. Quando se cria uma comunicação escrita

visual, musical, ou outra, tem-se como consequência uma necessidade de adaptação do meio ao qual essa nova forma de comunicação circulará.

O impacto maior no caso do manuseio de computadores é para pessoas adultas, que precisam aprender uma nova maneira de trabalhar. Para as crianças é mais fácil adquirir conhecimentos sobre o computador, pois elas já nascem inseridas nessa cultura.

A informática e as telecomunicações desenvolvem, hoje, novas maneiras de convívio e de pensamento; as relações do indivíduo com o trabalho também estão diferentes, principalmente na escrita, na leitura, na visão, na criação e na aprendizagem.

Sobre as inovações e os benefícios da tecnologia na mídia, pode-se afirmar que há empresas que ainda distribuem seus produtos por mecanismos considerados ultrapassados. Um exemplo dessa desatualização é a forma de distribuição dos jornais (por entregadores), das revistas (pelo correio), e dos filmes, acondicionados em caixas plásticas, transportados por um longo período e só colocados à disposição após um processo de tradução feito em estúdio, por um trabalho artesanal.

Observados aspectos históricos e os impactos dos meios de comunicação, pode-se afirmar que a *internet* é mesmo a última revolução registrada na sociedade atual. Como fruto da *internet* consolidaram-se novas relações sociais, econômicas e culturais; a rede altera os contatos físicos e apresenta novos significados para linguagem verbal e não verbal e caracteriza o século XXI como a era das tecnologias digitais, a era digital ou era virtual.

A *internet* ou rede mundial de computadores surgiu em 1958 como solução para permitir que os computadores se comunicassem sem importar a localização, por iniciativa do Departamento de Defesa dos Estados Unidos, que criou a *Advanced Research Projects Agency* (Arpa) para facilitar a pesquisa científica de nível universitário, tendo por objetivo alcançar a superioridade tecnológica militar ante a União Soviética (ARAYA & VIDOTTI, 2010, p. 16). Em 1962, sob coordenação do prof. Joseph Carl Robnett Licklider, do *Massachusetts Institute of Technology* (MIT), foi criado o *Information Process Techniques Office* (IPTO), departamento responsável por prover pesquisa de comando e controle, conforme esclarecem Araya & Vidotti:

[...] a ideia - radical para época - era criar um sistema em que todos os radares de vigilância, os alvos de monitoramento e outras operações fossem coordenadas por computadores, que por sua vez teriam a base em uma máquina do MIT altamente experimental conhecida como Whirlwind: o primeiro computador a ser operado em “tempo real” capaz de responder a eventos tão rapidamente quanto eles acontecessem (ARAYA & VIDOTTI, 2010, p. 16).

No ano seguinte, Licklider, já financiado pelo Pentágono, reuniu pesquisadores da mesma linha de estudo para desenvolver uma interface de usuário controlada por *mouse*, a computação gráfica e a inteligência artificial, criando a premissa da computação contemporânea. Contudo, o docente deixou o programa em 1964, observando suas fragilidades.

Posteriormente à saída de Licklider, Robert Taylor assumiu a coordenação do IPTO e vivenciou as fragilidades de sistemas incompatíveis, o que resultou no convite a Larry Roberts, do *Lincoln Laboratory*, para conceber novas decisões tecnológicas. Como relatam Araya & Vidotti (2010), a primeira medida foi locar diversas linhas telefônicas de alta capacidade para que não houvesse interrupções na comunicação ou conexão entre os computadores. Em um segundo momento, optou-se por proteger as mensagens em pacotes, evitando, desta forma, distorções da transmissão por linha. Por último, foi proposta a descentralização, evitando o controle de uma só máquina.

Em 1968, surge na Universidade da Califórnia, em Los Angeles, a *Arpanet*, considerada a primeira rede interativa de computadores. Viriam ainda alguns anos, testes e novos conceitos de interface antes da liberação da *internet* do ambiente militar, o que ocorreu em 1990. Em 1995, o termo *internet* foi oficializado como sistema de informação global.

Em 1996, surge a *world wide web*, caracterizando as informações disponíveis na *internet*. Anteriormente à sua criação, em 1989, Berners Lee e Robert Cailliau já pesquisavam sobre a gestão da informação, os hipertextos e a navegação. Surge então o *Hyper Text Transfer Protocol* (HTTP), que permite *links* e armazenamento disponíveis para todos os computadores.

O computador passou a desempenhar um papel competitivo na busca do receptor. Cada vez mais informações circulam combinando áudio, vídeo e texto; o computador é a possibilidade de ver o mundo com a mesma importância que no passado teve a máquina a vapor, os jornais, o rádio e a televisão. O computador, a *internet* e a *world wide web* fizeram emergir novas formas de comunicação e novas linguagens.

Em 2004, teve início o uso do termo *Web 2.0*, que se diferencia, conforme define a *O'Reilly Media* Editora Americana, como “um sistema de princípios e práticas que formam um verdadeiro sistema solar de *sites* que mostram alguns ou todos os princípios, a uma distância variável desse núcleo” (ARAYA & VIDOTTI, 2010, p. 32). São apresentados vários serviços como *blogs*, *wiks*, serviços de compartilhamento multimídia, *podcasting* e serviços de marcação de conteúdos e localização. Caracteriza-se por um ambiente colaborativo e interativo. É o marco do que conhecemos atualmente. Segundo os autores:

A reconfiguração cultural referida, em que princípios da colaboração e remixagem modificam as formas de criar, recriar, usar, reusar, compartilhar e disseminar conteúdos informacionais, explicita-se em *blogs* e *wikis* em *websites* como *Flickr* e *Youtube*, entre outras (ARAYA & VIDOTTI, 2010, p. 42).

Como resultado do ambiente colaborativo, surgem novos elementos no processo de concepção da cultura digital. Aplicativos, redes sociais, *blogs*, canais de vídeos, canais de músicas, *storytelling*, mensagens virais, plataformas multimídias, jogos, televisão digital, *e-commerce*, dentre outros. Permite-se que o tempo e espaço sejam abolidos e que haja espaço livre para manifestações; o homem passa a ser mais autônomo e ter controle sobre aquilo que lê, podendo emitir seu parecer. Muitas vezes, passa a “cuidar” de seu perfil como se fosse algo a ser cultivado, com escolha de mensagens impactantes. As redes sociais são, sem dúvida, um marco da última década. Recuero (2015) faz considerações importantes para esse entendimento:

Assim, dizemos que essas redes proporcionaram mais voz às pessoas, mais construção de valores e maior potencial de espalhar informações. São assim, essas teias de conexão que espalham informação, dão voz às pessoas, constroem valores diferentes e dão acesso a esse tipo de valor. Esses valores são chamados de capital social. Uma rede social na *internet* tem um potencial imenso de colaborar, para mobilizar e para transformar a sociedade. São pessoas que estão utilizando a *internet* para ampliar suas conexões e construir um espaço mais democrático, mais amplo, mais plural e com isso, gerando valores como reputação, suporte social, acesso às informações e etc (RECUERO, 2015, p. 83-84).

Com um cotidiano recheado de possibilidades de conexão, conhecemos um ser humano conectado e acessível. No rastro da *internet* e da evolução dos meios de comunicação, e como resultado de convergência e desenvolvimento tecnológico, estamos na era dos dispositivos móveis, aqui representada pelos equipamentos de bolso ou mão que frequentemente acompanham os estudantes em suas atividades diárias com possível conexão à *internet wifi* ou *internet* “pessoal”. São eles aparelhos de celulares, *tablets* e computadores pessoais (*notebook*, *netbook*). Por *internet* pessoal entende-se o contrato que o usuário tem com as operadoras de telefonia que disponibilizam acesso à *internet* 3G ou 4G em aparelhos como celulares ou *tablets*.

Em 2014, o IBGE divulgou uma pesquisa afirmando que 36,8 milhões de casas já tinham acesso à *internet*, o que representa 54,9% do total de lares conectados. Em 2013, o índice era de 48%, ou seja, houve um crescimento considerável e representativo no espaço de um ano, aproximadamente 7%. Identificando pessoas acima de 10 anos, os resultados revelam que 54,4% deles, que são 95,4 milhões, já tinham acesso à *internet*.

O segmento jovem, chamado de nativos digitais, tem mais familiaridade com o uso e com os impactos das tecnologias. Com a popularização dos computadores, *tablets* e *smartphones* e do acesso à *internet*, as tendências de uso e comportamento são alteradas, ou seja, hoje não apenas as elites financeiras têm acesso, mas também outras classes econômicas, de acordo com a disponibilidade financeira.

Cada geração caracteriza-se por aspectos marcantes do tempo vivido, da situação social, econômica e política, ou seja, do momento histórico. Assim, recortes geracionais dependem da exposição a uma realidade que determina tendências e experiências fortalecidas assumindo lugar de outras que já não estão em uso pela sociedade.

A fase atual do desenvolvimento tecnológico caracteriza-se por reunir em um único dispositivo –o computador – todos os recursos, aplicações e problemas que se apresentavam nos MCMs.

Produzidos nos anos de 1980, os grandes computadores destinados ao uso institucional foram sendo modificados até tornarem-se pequenos objetos multifuncionais, que são simultaneamente meio de comunicação e de produção de conteúdo, repositório de informações, fonte de entretenimento e de aprendizagem, para mencionar apenas as funções mais conhecidas. A tecnologia deles proveniente, conectada à *internet*, foi disseminada em *tablets*, *smartphones*, aparelhos de televisão, entre outros.

Os MCMs, notadamente aqueles aqui mencionados, são caracterizados pela criação de redes. No entanto, os jornais, com a criação da rede de opinião pública e as emissoras de tevê, com suas redes globais e locais, parecem integrar um número reduzido de pessoas quando comparadas às possibilidades da rede por excelência, a *internet*. Sua popularização, que parece abranger todos os segmentos sociais, embora diferentemente, introduziu mudanças radicais no consumo e na produção cultural.

Sem a pretensão de esgotar os exemplos possíveis, vale mencionar algumas modificações, principalmente aquelas com mais imbricações no presente trabalho. A leitura de jornais *on-line*, disponível em *sites* criados pelas próprias agências ou empresas de notícias, aumentou a leitura de jornais gratuitamente; no entanto, a assinatura do jornal garante o acesso às edições completas, enquanto a popularização dá-se por meio de seleção editorial. Por outro lado, multiplicaram-se *sites* mantidos e alimentados por pessoas – jornalistas ou não – para difusão de notícias, além de *blogs* especializados que interagem com o leitor.

O consumo de música, cinema, além de cultos religiosos, ampliou enormemente as ofertas e fortalece-se por meio da criação de nichos. Do mesmo modo, a televisão mantém a grade de programação e permite que a audiência monte sua própria grade e escala de horários.

Dado o volume de ofertas disponíveis, pode-se dizer que foram cumpridas as promessas alardeadas pelo *marketing* específico: o entretenimento é um negócio que não mais está atrelado a grades fixas de programação, cabendo ao espectador escolher entre muitas ofertas da mesma coisa.

A conectividade está interferindo nas práticas de lazer e no consumo cultural, seguindo dados apresentados no relatório *Panorama Setorial da Cultura Brasileira*, de 2013 – 2014.

As atividades que podem ser praticadas em casa têm mais adesão por parte dos consumidores brasileiros. Grande parcela dos entrevistados declara que tem o hábito de, pelo menos às vezes, ouvir música, ou rádio e assistir à TV e filmes em casa. [...] Embora não haja uma incidência elevada de pessoas que declaram que ler é uma das atividades de que mais gostam, boa parcela declaram realizar a leitura de jornais, revistas e livros, mesmo que às vezes (JORDÃO & ALLUCCI, 2014, p. 52).

As práticas enumeradas na pesquisa dos autores passam a ser realizadas em casa porque, mesmo discriminadas em vários setores, podem ser, todas elas, realizadas por meio de um mesmo dispositivo eletrônico. Estudos apontam para dispersão do consumo provocada pela abundância de ofertas, com o papel cultural desempenhado pelas novas tecnologias que se valem da *internet* e modificam os modos de apropriação cultural. A conectividade rompe com as limitações geográficas, e não se trata apenas da ampliação das oportunidades de acesso, mas, principalmente, de mudanças na recepção. Se, por um lado, a tecnologia democratiza o acesso a espetáculos, museus e bibliotecas, por outro, não investe nos critérios para usufruir do que está disponível: é possível passar de uma informação a outra (ou de uma janela a outra) ou de um fragmento a outro, sem que prevaleçam tendências ou preferências.

Frente a esta diversidade e, parecendo paradoxal, é possível concordar com a afirmação de Rossi:

Parece-nos, com certa razão, que os seres humanos fazem sempre a mesma coisa: dormem, constroem abrigos contra o calor e o frio, procuram alimentos, comem, acasalam-se, riem e choram, criam seus filhos, estabelecem regras com recompensas e punições para quem não as respeitam, agridem e são agredidos, fazem guerras e enterram seus mortos, curvam-se de várias maneiras a seres divinos e invisíveis. Na realidade, cada uma dessas coisas é feita de formas tão diversas que, às vezes, vão além de qualquer imaginação (ROSSI, 2014, p. 23).

Unindo as informações apresentadas nos dois itens desse capítulo, quais sejam: a dinâmica dos processos culturais e a dinâmica dos processos tecnológicos, desenvolvemos uma pesquisa quantitativa tendo como norte as indicações de Daniel Roche (2000) para tentar apreender a lógica que preside as práticas ligadas ao meio digital de estudantes universitários.

Para esse autor, as mudanças nas práticas culturais dão-se sempre na confluência entre mudança tecnológica e mudança social. O avanço tecnológico permite a produção de novos equipamentos e dispositivos que, postos em circulação na sociedade, modificam as práticas e os modos de uso sociais.

3. PESQUISA: PERFIL DO USO DA *INTERNET* E DOS DISPOSITIVOS COMO PARTE DA CULTURA ESCOLAR

Como fundamento empírico deste trabalho, foi proposta a realização de duas fases de pesquisa: a primeira de característica quantitativa, exploratória, descritiva e probabilística, tendo como amostra dados sobre estudantes dos cursos de Publicidade e Propaganda, *Design* Digital, Jornalismo e Biologia, oferecidos por uma instituição particular, e do curso de Pedagogia oferecidos por uma instituição pública e uma particular. Na segunda fase da pesquisa, a coleta de dados se deu por meio de pesquisa qualitativa, exploratória e descritiva Focus-Group. Antes de apresentarmos os resultados, vamos ressaltar algumas características importantes dos entrevistados e de seus respectivos ambientes escolares.

3.1 Caracterização do ambiente da pesquisa: universidades e cursos

A presente pesquisa conta com dados de duas universidades. A universidade particular foi fundada em 1943 como Colégio de Ensino Médio, e, em 1968, iniciou suas atividades no ensino superior, transformando-se em Faculdade em 1970; nos anos seguintes foram implantados novos cursos, o que permitiu reuni-los sob a denominação de Federação das Faculdades Isoladas de Araraquara, assim permanecendo até o final dos anos 1990.

Em 1997, assim como ocorreu no restante do país, a referida universidade tornou-se Centro Universitário e passou a oferecer uma lista maior de cursos de graduação, incluindo principalmente bacharelados. No mesmo período, estruturou-se com programas de pós-graduação e passou a oferecer programas de extensão em diversas áreas, atendendo a demanda da cidade e da região.

Atualmente, esse ambiente de estudo é credenciado como Universidade e oferece, além dos cursos de graduação (bacharelado/ licenciatura), cursos de pós-graduação *lato* e *stricto sensu*. A instituição possui um modelo de ensino que se valeu das políticas públicas de incentivo à educação nos anos 1950, com o Ensino Secundário, e na década de 1990 para o Ensino Superior.

A instituição pública estudada foi criada em 1976, incorporando vários institutos isolados de Ensino Superior cuja criação remonta aos anos de 1950. Esta universidade também expandiu o número de cursos e de vagas nas cidades do interior, dentre eles a Faculdade de Filosofia. Na área de ciências e letras esta universidade oferece cinco cursos de graduação,

com uma média estimada de 2,7 mil estudantes, conforme informado no *site* da instituição. Também cinco programas de pós-graduação, vários cursos de extensão universitária, e possui um corpo docente que, em sua maioria, trabalha em regime de dedicação integral.

A despeito das distintas categorias administrativas das duas instituições que ficam na mesma cidade, a saber, no interior do estado de São Paulo, e, portanto, atendem as mesmas necessidades regionais, é interessante destacar que o único curso comum é o de Pedagogia. No mais, destacamos que ambas as universidades acompanharam o movimento de expansão do ensino superior brasileiro e alcançaram êxito.

3.1.1 Cursos de Licenciatura em Pedagogia

O Curso de Pedagogia oferecido pela instituição particular em estudo teve suas atividades iniciadas com a fundação da instituição, em 1968. Ao longo do tempo, acompanhou as mudanças curriculares e a implantação das atuais Diretrizes Curriculares para o Curso de Licenciatura em Pedagogia (Resolução CNE/CP Nº 1, de 15 de maio de 2006), tornando-se, portanto, um dos mais tradicionais entre os cursos da instituição.

Dentre as principais características do curso estão a formação para trabalho com Educação Infantil, Ensino Fundamental, Ensino Médio e para a modalidade normal, em instituições privadas ou governamentais, como escolas, hospitais, ambulatórios, centros e postos de saúde, consultórios, creches, associações comunitárias, empresas, sindicatos, fundações, juizados de menores e de família, penitenciárias, associações profissionais e esportivas e núcleos rurais. Para atender a essa formação, a grade curricular utiliza 3,2 mil horas, sendo 2,8 mil horas de atividades formativas, trezentas horas de estágio supervisionado e cem horas de atividades teórico-práticas. Destaca-se que as diretrizes do curso indicam a necessidade de abordar a relação com a tecnologia, nos seguintes termos: “relacionar linguagens dos meios de comunicação à educação, nos processos didáticos-pedagógicos, demonstrando domínio das tecnologias da informação e comunicação adequadas ao desenvolvimento de aprendizagens significativas” (BRASIL, 2009, p. 2). Dessa forma, percebe-se que na formação docente também é importante identificar o perfil digital dos estudantes na cultura escolar, o que também justifica o objeto deste estudo.

O curso de Pedagogia oferecido pela universidade pública em estudo existe há mais de cinquenta anos e é um dos mais tradicionais cursos de formação de professores do interior do Estado. Em sua concepção estão elencadas disciplinas de estudos básicos, aprofundamento, diversificação e estudos integrados. No projeto pedagógico, estão contemplados conteúdos de

formação do profissional em docência e das atividades teórico-práticas, estágio supervisionado e atividades complementares, conforme explicado:

[...] a organização curricular aqui proposta pretende realizar uma formação de alto nível qualitativo do pedagogo, entendido aqui, como um profissional capaz de desempenhar a função básica da docência nos anos iniciais do Ensino Fundamental e Educação Infantil, bem como um profissional capaz de compreender e atuar em unidades escolares, exercendo funções ou desenvolvendo atividades próprias da coordenação de área, temas, ou projetos, gestão ou planejamento de ações, projetos ou atividades realizando orientação de estudantes com vistas ao seu desenvolvimento e aproveitamento escolares (GUIA DE PROFISSÕES, S/d).

O curso de Pedagogia desta universidade apresenta na grade curricular um rol de disciplinas escolhidas para cumprir as Diretrizes Curriculares Nacionais e é oferecido tanto no período diurno, quanto noturno.

3.1.2 Curso de Licenciatura em Biologia

O curso de Biologia foi criado em 1994, nas modalidades de bacharelado e licenciatura, e é amparado pelas *Diretrizes Curriculares* aprovadas pelo Parecer nº 1301/2001. Dentre as competências e habilidades do documento, destacam-se vários itens que estabelecem orientações acerca do domínio sobre a responsabilidade social, a ética, a democracia, a criticidade contra o preconceito, a pesquisa, a divulgação e a veiculação de conhecimentos adquiridos da área, a postura de educador, a capacidade de ser gestor de financiamentos de pesquisa, de ter domínio do processo histórico e de ter intenção de ampliar sempre a atuação do profissional escolhendo a ética, a interdisciplinaridade e a diversidade cultural como base. Há, de maneira geral, indicações sobre aquilo que o currículo estabelece como necessário, ou seja: “relações entre ciência, tecnologia e sociedade”.

3.1.3 Curso de bacharelado em *Design* Digital

As atividades do curso de *Design* Digital começaram em 2008, originadas do curso de *Web Design*. Destacam-se, entre seus objetivos, a proposição de formar profissionais aptos a dominar a técnica e a capacidade de pensar, imaginar, interpretar e criar novos modos de apreensão da realidade virtual; para tanto, torna-se necessário inovar a formação, por meio de

uma estrutura curricular híbrida e articulada, que privilegie a interconexão do conhecimento e as práticas colaborativas de construção de conteúdo.

A elaboração do projeto de instalação do curso de *Design* orientou-se pela definição de atribuições do *designer* (de acordo com a Resolução CNE/CES nº 5, de 8 de março de 2004, que aprova as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em *Design*). Dentre as habilidades e competências esperadas, estão o trabalho com a história do *design*, a sustentabilidade e a responsabilidade social; a criatividade e a otimização de recursos; o domínio de linguagens e forma de expressão da comunicação; a interação com outras áreas e o conhecimento de setores produtivos ligados à necessidade da presença do *design*. Assim, o contexto digital e o domínio de novas tecnologias são ferramentas base para a formação do profissional deste curso.

3.1.4 Curso de bacharelado em Publicidade e Propaganda

As atividades do curso de Publicidade e Propaganda tiveram início em agosto de 1998, como resultado da implantação do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) que visa ampliação da oferta de cursos. Em sua consolidação, o curso orientou-se pelas Diretrizes Curriculares Nacionais, sob o Parecer nº 1.363/2001. A área de Comunicação tem as disciplinas distribuídas em conteúdos básicos e conteúdos específicos. Os conteúdos básicos versam sobre a formação geral da área de comunicação e da habilitação, sejam eles analíticos ou informativos sobre novas tendências, linguagens, atualidades e tecnologias. Os específicos, por sua vez, abordam questões técnicas, científicas e práticas, específicas da publicidade e propaganda. Uma das habilidades se destaca com relação às práticas digitais, que é: “executar e orientar o trabalho de criação e produção de campanhas de propaganda em veículos impressos, eletrônicos e digitais” (BRASIL, 2001, p. 22).

3.1.5 Curso de bacharelado em Jornalismo

O curso de Jornalismo teve suas atividades iniciadas em 1999, com a finalidade de formar jornalistas profissionais para atuação em mercados regionais ou no nacional, conforme orientam as Diretrizes Curriculares Nacionais instituídas pela Resolução nº 1, de 27 de setembro de 2013. Seu Projeto Pedagógico objetiva oferecer aos estudantes a possibilidade de trabalho em meios impressos, televisivos, digitais e em plataformas multimídias.

Em 2013, o referido curso sofreu alterações regidas por novas diretrizes curriculares fundamentadas pelo Parecer CNE/CES nº 39/2013. Nesse parecer, a primeira mudança é a de que a formação em Jornalismo deixa de ser uma habilitação da estar submetida à área de comunicação social e adquire especificidades, ou seja, até então o formado em Jornalismo atendia pela formação geral em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, assim como outras habilitações como Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio e TV e outras. Quando de compor uma habilitação passa a ser um bacharelado independente da área de Comunicação Social com Diretrizes Específicas.

O curso requer conhecimento e compreensão das questões históricas, sociais e econômicas em âmbito nacional e internacional, aptidão para identificar o verdadeiro e o falso a partir de referências técnicas profissionais, domínio da língua portuguesa e de outros idiomas, comportamento ético, trabalhar em equipe e relacionar-se com pessoas de vários grupos sociais. Mais especificamente, aponta-se a necessidade de “saber usar as tecnologias da informação e comunicação”.

3.2 Caracterização socioeconômica dos estudantes

Como já afirmado, os cursos pesquisados são oferecidos por duas instituições de Ensino Superior, uma pública e outra particular, na cidade de Araraquara, interior do Estado de São Paulo, e estão centradas nos perfis do Ensino Superior já descrito.

Figura 2 - Mapa do Estado de São Paulo, com destaque para Araraquara, São Carlos e Rio Claro



Fonte: Disponível em: <<http://www.planejamento.sp.gov.br/index.php?id=50&idd=161>>. Acesso em 10 Jan. 2018. Mapa vetorizado por Maurício Menzori.

O interior do Estado de São Paulo abriga em suas mais importantes cidades vários cursos de nível superior. O de Pedagogia é oferecido na cidade de Araraquara na modalidade presencial nas seguintes instituições: UNESP, Uniara, Universidade Paulista (Unip) e União Nacional das Instituições de Ensino Superior Privadas (Uniesp). Na cidade de São Carlos, é oferecido no Centro Universitário Central Paulista (Unicep) e na Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Na cidade de Rio Claro, é ofertado pela UNESP e pelo Centro Universitário Claretiano.

Araraquara está localizada no centro do Estado de São Paulo e destaca-se pela qualidade de vida alcançada e chancelada por índices importantes, como o da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (Firjan), que a classifica como a 18ª cidade no *ranking* estadual e a 22ª em nível nacional; segundo dados do IBGE (2016), Araraquara tem 224 mil habitantes. A cidade compõe com outras uma região economicamente forte devido à localização, infraestrutura e pelo destaque das universidades, faculdades, centros universitários e outras IES. Em um raio de 100 quilômetros, podemos citar cidades como São Carlos, Rio Claro, Ribeirão Preto, Jaú e Jaboaticabal, que oferecem cursos de várias formações profissionais, dentre eles os cursos aqui estudados.

Cabe então analisar quem são os estudantes pesquisados e, para isso, usamos o perfil do Enade de cada curso, considerando o ano de aplicação da área.

O curso de Pedagogia respondeu ao questionário do Enade em 2014, assim como o de Ciências Biológicas. O curso de Jornalismo respondeu ao questionário em 2012, assim como Publicidade e Propaganda e *Design* Digital. O questionário do Enade é um instrumento obrigatório que pretende descrever o perfil socioeconômico dos estudantes e é uma primeira avaliação do processo formativo. Ele é sempre respondido via sistema – *site* do Inep – pelo estudante, com sua senha particular, antes da prova presencial. É composto por uma média de 68 questões que identificam desde seu perfil até uma avaliação do curso, projeto pedagógico e infraestrutura da instituição.

Neste trabalho, serão usadas questões de perfil do estudante, que são sete. A primeira delas procura identificar como o estudante se define em relação à cor da pele. A segunda questiona sobre a renda do estudante e da família classificada por salários mínimos com valor nacional; os alunos também são questionados sobre a renda e a situação de financiamento dos estudos. Depois, identifica-se o perfil de nível de estudo do pai, seguido da pergunta sobre o nível de escolaridade da mãe. A sétima questão avalia o tipo de escola cursada no Ensino Médio.

Na tabela 9 estão organizados os dados coletados dos alunos que compuseram a presente pesquisa:

Tabela 09 - Perfis dos Alunos Conforme Dados do ENADE

Curso	Identificação de cor	Situação econômica	Rendimento para estudo	Escolaridade do pai	Escolaridade da mãe	Tipo de escola
Pedagogia (IES Particular)	80% Branco	41,5% de 1,5 a 3 salários mínimos	34,1% têm renda, mas recebem ajuda dos familiares e outras pessoas para financiar gastos	36,6% Ensino Fundamental	41,5% Ensino Fundamental	87,8% escola pública
Pedagogia (IES Pública)	86,1% Branco	29,1% de 1,5 a 3 salários mínimos	41,8% têm renda, mas recebem ajuda dos familiares e outras pessoas para financiar gastos	38% Ensino Médio	35,4% Ensino Fundamental	67,1% escola pública
Biologia	80% Branco	50% de 1,5 a 3 salários mínimos	40% têm renda, mas recebem ajuda dos familiares e outras pessoas para financiar gastos	50% Ensino Médio	50% Ensino Superior	50% escola pública
Design Digital	77,1% Branco	41,7% de 1,5 a 3 salários mínimos	38,9% têm renda, mas recebem ajuda dos familiares e outras pessoas para financiar gastos	51,4% Ensino Médio	45,7% Ensino Médio	65,7% escola pública
Jornalismo	100% Branco	29,2% de 4,5 a 6 salários mínimos	45,8 % têm renda, mas recebem ajuda dos familiares e outras pessoas para financiar gastos	37,5% Ensino Médio	41,6% Ensino Superior	62,5% escola pública
Publicidade e Propaganda	92,7% Branco	22% de 6 a 10 salários mínimos	68,3% têm renda, mas recebem ajuda dos familiares e outras pessoas para financiar gastos	41,7% Ensino Médio	41,7% Ensino Superior	43,9% escola pública

Fonte: Organização própria autora. Dados do ENADE dos Cursos

Analisando os dados da tabela 9, percebe-se que a maioria dos alunos se identifica como brancos perfazendo uma média de 86%. As porcentagens alcançam índices maiores nos cursos de: Jornalismo, com 100% de brancos, Publicidade e Propaganda, com 92,7% de brancos, Pedagogia (IES Pública), com 86,1%, Pedagogia (IES Particular), com 80% e Biologia com 80%. É importante destacar que apenas no curso de *Design Digital* foram identificados estudantes de descendência oriental. Estes dados reforçam a afirmação de que é baixo o

percentual de população negra, de origem indígena ou asiática no Ensino Superior, especificamente no setor privado, que é o exemplo maior das instituições estudadas. Historicamente, no Brasil, o problema da ausência dos negros é debatido nas reflexões sobre o Ensino Superior. O Governo Federal incentiva desde os anos 2000 que universidades, principalmente as públicas, indiquem porcentagens de cotas para os alunos que se identificarem como negros. Isso é parte do projeto de diminuição das desigualdes sociais e econômicas. Mesmo assim, percebe-se um pequeno impacto das políticas públicas e assim, ainda um número irrisório de negros matriculados nos cursos superiores.

No que diz respeito à renda, foram analisadas as faixas de renda conforme estão apresentadas nos relatórios do ENADE (INEP⁴): a) de até 1,5 salários mínimos, b) de 1,5 a 3 salários mínimos c) 3 a 4,5 salários mínimos, d) de 4,5 a 6 salários mínimos, e) de 6 a 10 salários mínimos, f) acima de 10 salários mínimos e g) não ter renda.

No Curso de Pedagogia (IES particular) 19,5% recebem até 1,5 salários mínimos, 41,5% recebem de 1,5 a 3 salários mínimos, 17,1% recebem de 3 a 4,5 salários mínimos, 14,6% recebem de 4,5 a 6 salários mínimos, 7,3% recebem de 6 a 10 salários mínimos

No Curso de Pedagogia (IES pública) 12,7% recebem até 1,5 salários mínimos, 29,1% recebem de 1,5 a 3 salários, 21,5% recebem de 3 a 4,5 salários mínimos, 13,9% recebem de 4,5 a 6 salários mínimos, 17,7% recebem de 6 a 10 salários mínimos e 5,1% recebem de 10 a 30 salários mínimos.

No Curso de Biologia, nenhum estudante tem renda na faixa de até 1,5 salários mínimos, 50% tem renda na faixa de 1,5 a 3 salários mínimos, nenhuma pessoa tem renda na faixa entre 3 a 4,5 salários mínimos, 10% tem renda na faixa de 4,5 a 6 salários mínimos, 40% tem renda de 6 a 10 salários mínimos e nenhum acima de 10 salários mínimos.

No Curso de Design Digital 5,6% indicam não ter renda, 5,6% afirmam ter renda até 1,5 salários mínimos, 41,7% afirmam ter renda de 1,5 a 3 salários mínimos, 22,2% afirmam ter renda acima de 3 até 4,5 salários mínimos, 11,1% afirmam ter renda de 4,5 a 6 salários mínimos, 8,3% afirmam ter renda de 6 a 10 salários mínimo, 5,6% afirmam ter renda de 10 a 30 salários mínimos e ninguém com renda acima de 30 salários mínimos.

No Curso de Publicidade e Propaganda, 4,9% identificam-se sem renda, 9,8% recebem até 1,5% salários mínimos, 17,1% recebem de 1,5 a 3 salários mínimos, 17,1% recebem de 3 a 4,5 salários mínimos, 17,1% recebem de 4,5 a 6 salários mínimos, 22% recebem de 6 a 10

⁴ Os dados apresentados foram retirados dos relatórios do ENADE elaborados pela Diretoria de Avaliação do Ensino Superior (Daes) acompanhando os anos de divulgação de cada curso no período de 2010 a 2014.

salários mínimo, 12,2% recebem de 10 a 30 salários mínimos e nenhum acima de 30 salários mínimos.

No Curso de Jornalismo 4,2% diz não ter renda, nenhum estudante diz ter renda até 1,5 salários mínimos, nenhum estudante diz ter renda até 1,5 salários mínimos, 12% apontam ter renda de 1,5 a 3 salários mínimos, 33,3% dizem ter renda de 3 a 4,5 salários mínimos, 29,2% dizem ter renda de 4,5 a 6 salários mínimos, 20,8% de 6 a 10 salários mínimos e nenhum indicou acima de 10 salários mínimos.

Se analisada a soma das alternativas a e b (a) ou seja, renda até 1,5 salário mínimo e renda de 1,5 a 3 salários mínimos tem-se como resultado que essa é a faixa de renda com maior porcentagem dentre a maioria dos cursos perfazendo os seguintes números: Pedagogia (IES particular) 61%, Pedagogia (IEs pública) 41,8%, Design Digital 47,3%, Biologia 50%, Publicidade 26,9 % e Jornalismo 12%.

Atualmente, as somas das faixas de renda acima descritas representam um valor de R\$ 3.325, 14 o que não oferta condições “fáceis” de pagamento das mensalidades das instituições particulares e que representa que o aluno tem que fazer estágio remunerado ou trabalhar (na área ou em outra área) para compor a renda familiar e ajudar no custo dos estudos. Importante acrescentar que além da mensalidade existem outros gastos como transportes locais ou intermunicipais, alimentação e materiais escolares como livros e cópias e impressões. Considerando ser esta a renda familiar sabe-se que o apoio dos programas de incentivo do governo federal, das famílias e dos programas de bolsas de cada instituição é imprescindível para manutenção dos alunos nos cursos. Um outro aspecto importante é que com a baixa renda o aluno não tem condições de adquirir livros, e-books pagos ou participar de eventos científicos da área de formação e esta situação coloca os dispositivos móveis como uma opção de acesso a informação, nem sempre completa, nem sempre fundamentada cientificamente, mas possível. Talvez o resultado apareça na formação de um profissional habituado com técnicas, mas, desligado da área científica ou acadêmica. Este aluno não está direcionando para contribuição de pesquisas com a área de formação. Também representa um aluno que lê menos por ter menos acesso a compra de livros, revistas e jornais.

Também, podemos afirmar que as licenciaturas atraem alunos de menor renda conforme os dados acima vistos. No curso de *Design Digital*, que é um bacharelado, talvez o perfil do aluno matriculado esteja relacionado a algumas outras características como a duração de 3 anos ou o valor da mensalidade. Por proporcionar uma certificação mais rápido e ter uma mensalidade que é 30% menor do que o de outros cursos de bacharelado pode atrair alunos de renda baixa que necessitam estar empregados em tempo menor.

Ainda em relação aos Curso de Pedagogia, percebe-se que o aluno da escola pública tem renda maior do que o estudante da escola particular. Se observadas todas as faixas de renda, o aluno da escola pública concentra seu perfil nas porcentagens de 1,5 salários mínimos a 4,5 salários mínimos atingindo 50,6%. Se agrupadas as faixas de renda acima de 6 salários mínimos é possível perceber que 22,8% dos alunos está nesta faixa o que significa um grupo com maior poder aquisitivo. Então, ao observar o resultado destes cursos, é possível afirmar que o aluno da escola pública tem melhores condições financeiras para realizar a formação profissional.

Perguntados sobre a forma para conseguir recursos financeiros para o estudo, todos os alunos (de todos os cursos) afirmam “ter renda, mas, receber ajuda de familiares para financiar os estudos”, o que deixa claro que a opção pelo Ensino Superior é uma decisão familiar e não individual. Se comparada a faixa etária entre todos os estudantes, este fato é justificável, já que a maioria deles possui entre 17 a 25 anos, faixa considerada pouco produtiva, ou pouco remunerada, já que a maioria vive de estágios ou empregos em outras áreas e tem vínculos de moradia, alimentação e estudo com pais e familiares. Até esta idade a maioria dos alunos ainda é solteira, sem responsabilidade financeira familiar e mora com os pais ou familiares.

Considerando que as práticas estão ligadas ao nível de instrução e origem, apresentamos o nível declarado de escolaridade do pai que mostra a maioria como portador do Ensino Médio, mesmo nos cursos de maior poder aquisitivo. O Curso de Pedagogia (IES pública) tem 38% de pais com Ensino Médio, o curso de Biologia tem 50% de pais com ensino médio, o curso de *Design Digital* tem 51,4%, o curso de Jornalismo tem 37,5% e o curso de Publicidade e Propaganda 47%. Há uma diferença no caso da escolaridade dos pais no curso de Pedagogia da instituição particular; neste caso, os pais se encontram em outra faixa escolar: 36,6% concluíram o Ensino Fundamental (1ª. a 5ª série). Ressaltamos que faixas diferentes de escolaridade não possuem reflexo no poder aquisitivo das famílias e também não percebemos influência na escolha profissional dos universitários e nem mesmo no uso da tecnologia, como notaremos nos resultados específicos desta pesquisa.

Em relação à escolaridade da mãe, há um perfil diferente e superior daquele apresentado pelos pais. Nos cursos de bacharelado, com maior renda, a escolaridade da mãe é Ensino Superior, sendo 41,6% no Curso de Jornalismo e 41,7% no Curso de Publicidade e Propaganda. Talvez o nível escolar apresente relação direta com a faixa de renda, o que poderia remeter-nos aos estudos de cultura que indicam o capital financeiro influenciando o capital cultural. Uma ressalva deve ser feita no caso do Curso de *Design Digital* – que está na faixa salarial de 1,5 a 3 salários mínimos e a escolaridade declarada de mãe é nível superior.

Ainda sobre aspectos da escolaridade do pai e da mãe, é preciso comentar que a porcentagem de formados em nível superior é pequena, o que nos remete à cultura de incentivo aos filhos para obtenção do curso superior, característica incentivada também pelas políticas públicas de acesso ao Ensino Superior praticadas desde a década de 90. Se observados os dados de escolaridade do pai e da mãe, percebe-se que existe uma porcentagem significativa deles representada pela primeira geração familiar que vai ao Ensino Superior. Se compararmos esses dados ao processo de expansão do Ensino Superior, percebemos que está é a geração de pais que ainda não tinha tantos cursos e instituições disponíveis e agora organiza recursos financeiros e esforços familiares para que seus filhos sejam a primeira geração com “faculdade”, como se diz na linguagem popular. É importante dizer que este movimento da sociedade existe como resultado da propaganda das políticas públicas de incentivo ao Ensino Superior e à expansão de número de universidades, faculdades, centros universitários distribuídos no estado de São Paulo (região em que reside os universitários que participaram da pesquisa empírica) e no Brasil.

Perguntados sobre sua formação escolar anterior, observa-se que em todos os cursos investigados a maior parte dos estudantes é oriunda de escola pública, perfazendo uma média de 63%. Portanto, não há, nos cursos em investigação, a confirmação da premissa que a escola particular “prepara” melhor o aluno para o vestibular do que a escola pública. Esta afirmação talvez consiga ser confirmada em perfis de alunos de curso de outras áreas. No curso de Pedagogia (IES pública), 67,1% dos alunos são oriundos de escola pública. No curso de Pedagogia (IES particular), 87,8% dos alunos estudou em escola pública, no curso de Biologia, 50%, no curso de *Design Digital*, 65,7% e no curso de Jornalismo, 62,5%. O único curso com números abaixo de 50% é Publicidade e Propaganda, com 43%. Importante ressaltar que há uma diferença entre a origem dos alunos dos Curso de Pedagogia, já que os alunos da IES pública são oriundos em 67% dos casos de escola pública, e 87,8% dos alunos da escola particular são oriundos da escola pública. Neste caso, pode-se pensar que a formação na escola particular interfere no resultado obtido para ingresso em uma universidade pública.

Entende-se que a escolha pelo curso superior em uma instituição particular se dá por alguns motivos, dentre eles, e de forma significativa, está a localização da cidade ou proximidade da residência. Retomando o perfil do aluno que está dentre as faixas de renda menores, que tem apoio da família para estudo e trabalha, muitas vezes, em outras áreas para contribuir, entende-se que procurar um curso na cidade de residência ou numa cidade próxima em que pode ir e voltar para casa todos os dias viabiliza o acesso ao Ensino Superior, já que os custos de mudar de cidade para cursar faculdade são altos, principalmente no estado de São

Paulo. Diante disso, fizemos uma busca regional da situação de oferta de cursos em escolas públicas e particulares com características próximas às da realidade estudada para entender até que ponto a presença dos cursos serve de reforço na inclusão dos mesmos.

Iniciando por *Design Digital* e *Jornalismo*, notamos que estes cursos não são ofertados nas IES públicas na cidade (ou micro-região) estudada, desta forma, ao escolher esta profissão a mudança de cidade seria obrigatória ao aluno, uma vez que os cursos públicos mais próximos ficam na cidade de Bauru, situada a 128 quilômetros de Araraquara, na instituição UNESP. Então, a escolha pela IES particular ocorre por conta da estrutura financeira necessária para cursar.

Na análise da oferta do curso de *Publicidade e Propaganda*, a única instituição pública que o oferece no estado de São Paulo é a USP - Universidade de São Paulo, no *campus* de São Paulo, com oferta cinquenta vagas, conforme edital⁵ para o processo seletivo de 2017. No curso de *Jornalismo* da USP, foram ofertadas sessenta vagas e, no de *Design*, quarenta. Na UNESP - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, no *Campus* de Bauru, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, foram ofertadas noventa vagas para o curso de *Design*, sendo trinta em período diurno e sessenta no noturno. No *Jornalismo*, são quarenta vagas ofertadas em período diurno e cinquenta no noturno. A UNESP não oferta o curso de *Publicidade e Propaganda* em nenhum *campus*.

O curso de *Biologia* é ofertado em duas instituições públicas estaduais e uma federal com sede no estado de São Paulo e em diversos *campi*. A USP oferece, no total, 120 vagas. A UFSCar⁶ oferece o curso de licenciatura em Ciências Biológicas, em São Carlos, Sorocaba e Araras, com trinta, quarenta e quarenta vagas respectivamente. Já o curso de *Biologia*, como licenciatura, é ofertado em São Carlos, pela UFSCar. Já na UNESP⁷, são ofertadas quarenta vagas para o curso *Biologia* em Rio Claro e quarenta em Bauru (além de outras como Assis, quarenta vagas; Jaboticabal, quarenta; Ilha Solteira, cinquenta; São José do Rio Preto, cinquenta, e São Vicente, quarenta).

Para o curso de *Pedagogia*, da UNESP, são cem vagas em Araraquara, quarenta no período noturno em Bauru, oitenta no período noturno e quarenta no diurno em Marília, trinta e cinco vagas no vespertino e quarenta e cinco no noturno em Presidente Prudente, e quarenta

⁵ Disponível em: <<https://www.usp.br/imprensa/wp-content/uploads/TABELA-DE-VAGAS-VESTIBULAR-2017.pdf>>. Acesso em: 28 ago. 2017.

⁶ Disponível em: <<http://www.prograd.ufscar.br/cursos/ingresso-na-graduacao/cursos-presenciais-sisu/CandVaga2016.pdf>>. Acesso em: 28 ago. 2017.

⁷ Disponível em: <<https://documento.vunesp.com.br/documento/stream/Vk5TUDE2MTF8MDAwMDExMjcy>>. Acesso em: 28 ago. 2017.

no período noturno em São José do Rio Preto. Além disso, Na USP são cento e oitenta vagas no curso de pedagogia na capital paulista e cinquenta em em Ribeirão Preto, no interior do Estado. A licenciatura em Pedagogia também é oferecida pela UFSCar, em São Carlos, com quarenta e cinco vagas no matutino e quarenta e cinco vagas no noturno. Em Sorocaba, pela mesma instituição, são oferecidas sessenta vagas no período noturno. Como política de formação de docentes percebe-se o grande número de vagas das licenciaturas em área de concentração tradicionais como ciências biológicas e educação. O sistema escolar brasileiro permite e incentiva a formação contínua de professores, dentre todas as dificuldades apontadas para a área como salários baixos e falta de infraestrutura de trabalho mas tanto em esferas públicas federais, estaduais e municipais os deficits de escolas são problemas para a administração pública, o que reforça também a necessidade de contratação de professores.

Diante do exposto, percebe-se que as vagas das IES públicas estão, em sua maioria, em outras cidades que não o município em estudo, desta forma, os jovens fazem a opção também pela localização, principalmente no que diz respeito aos bacharelados. Percebe-se também o interesse das IES particulares em implantar bacharelados apontados como profissões promissoras no mercado, como é o caso de Publicidade e Propaganda e *Design*, que aparecem sempre nas listas das profissões em crescimento. Também podemos afirmar que fica sob responsabilidade da escola pública enviar estudantes para o Ensino Superior particular, no qual os processos seletivos são menos disputados e há oferta de cursos em regiões geográficas mais próximas.

Ademais, existem também os programas de incentivo⁸ do governo federal como FIES, UNIBOLSA e PROUNI, os quais, junto aos financiamentos privados ou próprios de cada instituição, facilitam o acesso ao Ensino Superior como já retratado em capítulo anterior.

3.3 Construindo o perfil do universitário em relação ao uso dos dispositivos móveis e da *internet* em sala de aula

Entende-se aqui a necessidade de observar a sociedade brasileira em sua complexidade do sistema produtivo, econômico e social, bem como, ainda mais de perto, devem ser notadas as expectativas e as necessidades, os valores, os desejos de grupos e do indivíduo. Um exemplo disso está nas últimas décadas, quando pudemos observar a movimentação da classe média

⁸ Fies e o Unibolsa, programa próprio de incentivo da Uniar.

como consumidora de bens e serviços mais sofisticados, assim como a entrada de classes sociais, por exemplo, a D, em grandes segmentos de consumo como educação superior. Também acompanhamos a evolução da mulher no mercado de trabalho, a mudança do modelo familiar, que passa a ter nos relacionamentos homoafetivos a legitimidade para serem pais, e a velocidade de informação gerada pelas novas tecnologias e, com isso, o resultado é um número alto de novos perfis de consumidores. Assim, entender novos comportamentos remete-nos aos conceitos iniciais de pesquisa que surgem do *latim perquirō, perquirere*, e quer dizer “buscar com cuidado, procurar por toda parte” (ZIKMUND, 2006, p. 4), informar-se, inquirir, perguntar, indagar profundamente, aprofundar. Há na sociedade uma sensação de mudança generalizada e, portanto, a investigação faz-se necessária, já que, se vistos desse ângulo, os estudantes tornam-se desconhecidos no que se refere à sua cultura, tendo a *internet* e os novos dispositivos como parte.

A pesquisa quantitativa caracteriza-se pela coleta de dados que descrevem uma conjuntura por meio da interpretação de dados estatísticos. O instrumento de coleta de dados foi elaborado com questões fechadas e abertas, totalizando 42 perguntas. As temáticas abordadas pelas questões da coleta de dados versam sobre as seguintes características:

- Perfil do entrevistado;
- Uso de dispositivos móveis em aula;
- Uso das redes sociais;
- Lazer e relação com tecnologia;
- Compras pela *internet*;
- Estudos pela *internet*.

O questionário⁹ foi elaborada com indícios observados pela pesquisadora em sala de aula. Também foi realizado o pré-teste com estudantes do curso de Publicidade e Propaganda dos terceiros e quartos anos. Os estudantes identificaram falta de alternativas nas questões sobre lazer (7 e 8), incluindo a alternativa “Jogos” junto com *Games*. Na questão 17, quanto ao uso das redes sociais, incluíram a alternativa “Formação de grupo”.

Após elaborado, o questionário foi submetido a um especialista da área de mídias sociais, Prof. Samuel Gattes Robles, que exerce atividade profissional como especialista em mídias sociais, portanto, refinou o questionário no que diz respeito a questões técnicas, relacionadas a termos técnicos, nomes de ações ou dispositivos. Após ser analisado, o questionário ganhou alternativas, na questão 11, por exemplo, foram acrescentados os itens

⁹ O questionário será apresentado em anexo.

indispensáveis ao trabalho como “*smartphone* – com acesso à *internet* – 3G, 4G ou rede sem fio”. Na questão 13, foi sugerida a inserção da alternativa como “fazer *check-in*”. Na questão 20, foi feita a inserção da alternativa “mantenho em diversos lugares por segurança”. Na questão 22, realizou-se a inserção da alternativa “sincronizar música por assinatura – *Deezer*, *Spotify* e rádio”. Na questão 26, acrescentou-se a alternativa “*Periscope*”.

Os sujeitos respondentes aos questionários foram alunos dos segundos, terceiros ou quartos anos dos cursos escolhidos que, em razão da própria prática escolar, já têm vivência suficiente para responder à temática investigada.

As seis primeiras questões versam sobre a identificação do entrevistado, com vistas a aferir características declaradas sobre gênero, idade, situação profissional, situação de trabalho e estudo. As questões sobre gênero e idade visam equilibrar e criar “filtros” importantes de controle das respostas, já que em um determinado momento poderá ser relevante ter resultados dos hábitos analisados separadamente, ou seja, tendo como respostas o perfil masculino, feminino ou de alguma faixa etária; o mesmo acontece com o estado civil.

Acerca da situação profissional, pergunta-se sobre trabalho, estágio e número de horas, considerando que tais dados podem tornar-se fundamentais para entender a demanda por novas tecnologias, formas de comunicação e características de uso, já que os dispositivos fazem parte de uma cultura escolar, mas também do cotidiano e da cultura contemporânea, criando uma intersecção entre as práticas. Em seguida, relacionamos a condição financeira proveniente do trabalho e a propriedade e uso dos dispositivos e internet para o desenvolvimento das funções profissionais. Ainda sobre o trabalho, perguntamos sobre o tipo de contrato para identificar vínculo, e, em seguida, relacionamos a itens como *smartphone*, *notebook*, *tablet*, automóvel, mp3 e câmera digital.

As questões 7 e 8 aferem os hábitos de lazer dos estudantes durante a semana e no final de semana, questionando a presença de atividades como passeio, prática de esportes, dança e também o uso da *internet* e de jogos como atividade de entretenimento. A divisão entre semana e final de semana poderá apontar diferenças que podem estar relacionadas à vida acadêmica e também aos múltiplos usos dos dispositivos na rotina diária.

Em seguida, iniciamos as questões que versam sobre a sala de aula, objeto deste estudo. Na questão 11, indagamos sobre os itens que levam para faculdade, como *smartphone*, *notebook*, *tablet*, caderno, fichário e outros, e, logo na questão seguinte (12), aferimos a frequência de uso de cada dispositivo. Nas questões subsequentes (13 e 14), perguntamos especificamente sobre o uso do *smartphone* e do computador em aula.

Na questão 15, solicitamos que os entrevistados identificassem o que é indispensável para o estudo; assim, podemos determinar a escolha dos dispositivos como recursos de aprendizagem. Na questão 16, aferimos como é feito o registro de aula, com vistas a descobrir a presença e a importância do caderno e a emergência de elementos novos, como fotografia de *slides* e *notebooks*.

Na questão 17, perguntamos sobre o uso das redes sociais para trabalhos escolares, tendo em vista a contribuição destas para formação de grupos, pesquisas sobre os temas abordados em aula e contato com docentes. Especificamente sobre o *Whatsapp*, elaboramos uma questão aberta para que o entrevistado tivesse a liberdade de descrever o uso que faz do aplicativo em atividades acadêmicas.

As questões 19 e 20 aferem a maneira de armazenamento de arquivos como forma também de uso, acesso à informação e segurança dos registros. Nas perguntas 21 e 22, investigamos o uso das redes sociais durante o dia, a frequência e as atividades realizadas, como jogos, bate-papo e postagem de conteúdo na *internet*. Os questionamentos sobre *e-mail* ficaram nas questões de 23 a 25, com objetivo de identificar o uso e a frequência.

As questões 26 e 27 perguntam sobre as redes sociais e o *Whatsapp*, e as subsequentes, até a 36, questionam os entrevistados sobre usos, acompanhamento de postagens, perfis de *Twitter*, participação em comentários em redes sociais e *blogs*, em síntese, os tipos de participação na rede.

As questões 37 a 40 investigam hábitos de compra de produtos na *internet* e formas de realizá-los. Nas perguntas 41 e 42, estas abertas, abordamos questões de uso da *internet*, do acesso e dos dispositivos para complementar os conteúdos estudados em sala de aula.

Os questionários foram realizados no período de maio a setembro de 2016, durante as aulas, seguindo as autorizações de docentes e as escolhas de dias de aplicação que não prejudicassem o calendário acadêmico dos cursos e disciplinas. Após analisados os questionários, foram obtidas trezentas entrevistas, sendo 52 de Publicidade e Propaganda, 50 de Jornalismo, 41 de *Design Digital*, 33 de Biologia, 45 de Pedagogia (IES particular noturno), 39 de Pedagogia (IES pública noturno) e 40 de Pedagogia (IES particular diurno)¹⁰. Importante destacar que o número de alunos entrevistados dos Cursos de Pedagogia totalizam 41% das entrevistas.

O processo de tabulação de dados foi feito pelo *MS-Office Excel*, que permite o controle de entrevistados, filtros de conferência, filtros de análise e elaboração de gráficos e tabelas. As

questões abertas foram analisadas uma a uma e foi feita uma categorização das respostas, por meio de sua incidência, da proximidade e semelhança de hábitos e costumes entre os respondentes.

A primeira parte da análise refere-se ao perfil dos entrevistados. Dentre os trezentos alunos respondentes, percebe-se que a maioria, 67% é do sexo feminino e 33% é do sexo masculino, revelando uma tendência forte de inserção da mulher no Ensino Superior. Tais informações podem ser vistas na tabela 10:

Tabela 10 - Caracterização dos entrevistados

	PUBLICIDADE E PROPAGANDA	JORNALISMO	DESIGN DIGITAL	BIOLOGIA	PEDAGOGIA NOTURNO (IES particular)	PEDAGOGIA NOTURNO (IES pública)	PEDAGOGIA DIURNO (IES pública)
Sexo	52% Feminino	56% Feminino	76% Masculino	58% Feminino	98% Feminino	92% Feminino	97,5% Feminino
Idade	51% de 22 a 25 anos	48% de 22 a 25 anos	39% de 17 a 21 anos	42% de 17 a 21 anos	36% de 17 a 21 anos	41% de 17 a 21 anos	76% de 17 a 21 anos
Estado Civil	94% solteiro	94% solteiro	88% solteiro	82% solteiro	69% solteiro	69% solteiro	93% solteiro
Situação Profissional	40% estudam e trabalham em outra área	36% estudam e fazem estágio	39% estudam e trabalham em outra área	40% estudam e trabalham em outra área	40% estudam e trabalham na área	36% estudam e fazem estágio	42% estudam e fazem estágio
Quantidade de horas trabalhadas	36% 8 horas	30% 6 horas	37% 8 horas	24% 8 horas	38% 8 horas	32% 6 horas	35% 4 horas

Fonte: Própria Autora

Nos cursos de Publicidade e Propaganda e Jornalismo, há um equilíbrio entre os gêneros, demonstrando assim que, talvez, os bacharelados ofereçam maior atividade ou cargos e funções sem estigmas de gênero. Entretanto, no curso de *Design Digital*, há uma inversão, e a porcentagem de homens é de 76% e a de mulheres é 24%, talvez pela presença de disciplinas de programação e jogos. Já os cursos de Pedagogia das duas instituições têm números acima de 90% de presença de mulheres, alcançando 98% no caso de Pedagogia (IES particular noturno) e 97,5% Pedagogia (IES pública diurno). Embora tenha crescido a presença das mulheres nos cursos superiores, ainda é possível caracterizar alguns cursos como masculinos e outros como femininos.

Quanto à idade, 77% dos estudantes tem idade entre 17 e 25 anos em todos os cursos, totalizando 77% dos estudantes. Detalhadamente, as duas faixas dividem-se da seguinte maneira: a de 17 a 21 anos acolhe 43% dos entrevistados e a de 22 a 25 anos perfaz 34% do universo. Pode-se observar que estudantes com mais de 30 anos são presentes no curso de Pedagogia (IES particular noturno), totalizando 20%. O curso de Pedagogia (IES pública diurno) apresenta como resultado que 76% dos entrevistados estão na faixa de 17 a 21 anos. Pode-se afirmar que, para a grande maioria dos estudantes, não houve interrupção no processo

escolar e transitaram do ensino médio direto para o ensino superior. A presença de porcentagem maior de estudantes mais jovens no único curso diurno presente nessa amostra pode estar relacionada ao fato de não trabalharem para se manter no curso. Outro fator decisivo para esta característica pode ser o processo seletivo mais competitivo da universidade pública, que favorece quem tem mais tempo de dedicação às atividades escolares. Nesse mesmo curso, por meio da tabela 10, percebe-se que 72% dos estudantes não trabalham, ou seja, têm dedicação total ao estudo, diferentemente do que ocorre com os cursos da IES particular, em que a maioria dos alunos precisa do trabalho ou estágio para seu sustento.

Como resultado da pergunta sobre a situação profissional a primeira característica evidente é que a porcentagem de alunos que apenas estudam é pequena, notadamente entre aqueles que frequentam curso noturno, já que os números representam 14% dos alunos no Curso de Publicidade e Propaganda, 22% dos alunos no Curso de Jornalismo, 29% dos alunos no Curso de Design Digital, 9% dos alunos no Curso de Biologia, 7% dos alunos no Curso de Pedagogia (IES particular noturno), 10% dos alunos no Curso de Pedagogia (IES pública noturno) e 35% dos alunos no Curso de Pedagogia (IES pública diurno). Refletindo sobre o tempo livre para o estudo, esse número revela que a maior parte dos alunos desenvolve atividades remuneradas o que implica em pouco tempo destinado ao estudo diário, leituras aprofundadas, reflexões, participação em projetos de pesquisa ou elaboração de tarefas acadêmicas. Para esse percentual, o tempo de estudo pode, talvez, se resumir ao tempo de aulas.

A segunda alternativa desta questão que diz “estuda e trabalha na área” apresenta as seguintes porcentagens. 33% dos alunos do Curso de Publicidade e Propaganda, 14% dos alunos do Curso de Jornalismo, 15% dos alunos do Curso de Design Digital, 15% dos alunos do Curso de Biologia, 42% dos alunos do Curso de Pedagogia (IES particular noturno), 33% dos alunos do Curso de Pedagogia (IES pública noturno) e 10% dos alunos do Curso de Pedagogia (IES pública diurno). Assim, os estudantes do curso de Pedagogia noturno são aqueles que mais rapidamente conseguem emprego na área ainda quando estudantes ou a escolha do curso decorre do fato de já trabalharem na área. O mesmo não se pode dizer com relação aos estudantes dos outros cursos.

A terceira alternativa “estuda e trabalha em outra área” apresenta os seguintes resultados: 40% dos estudantes do Curso de Publicidade e Propaganda, 28% dos estudantes do Curso de Jornalismo, 39% dos estudantes do Curso de Design Digital, 40% dos estudantes do Curso de Biologia, 27% dos estudantes do Curso de Pedagogia (IES particular noturno), 20% dos estudantes do Curso de Pedagogia (IES pública noturno) e 10% dos estudantes do Curso de Pedagogia (IES pública diurno).

A última alternativa, “estuda e faz estágio” apresenta os seguintes dados: 21% dos alunos do Curso de Publicidade e Propaganda, 36% dos alunos do Curso de Jornalismo, 10% dos alunos do Curso de Design Digital, 36% dos alunos do Curso de Biologia, 25% dos alunos do Curso de Pedagogia (IES particular noturno), 36% dos alunos do Curso de Pedagogia (IES pública noturno) e 42% dos alunos do Curso de Pedagogia (IES pública diurno).

Se somados os resultados das alternativas que aferem se o estudo é concomitante ao trabalho obtém-se as maiores porcentagens o que é indicativo da condição econômica familiar: 73% dos estudantes do Curso de Publicidade e Propaganda, 42% dos estudantes do Curso de Jornalismo, 54% dos estudantes do Design Digital, 55% dos estudantes do Curso de Biologia, 69% dos estudantes do Curso de Pedagogia (IES particular noturno), 53% dos estudantes do Curso de Pedagogia (IES pública noturno) e 20% dos estudantes do Curso de Pedagogia (IES pública diurno).

Ainda sobre os estágios descritos acima é relevante destacar que as licenciaturas têm estágio obrigatório estabelecidos pelas Diretrizes Curriculares, que podem ser remunerados ou não. É pertinente reforçar a falta de tempo para estudos do público entrevistado já que a média de horas trabalhadas (ou de estágio) diariamente é de 08 horas conforme relatam 82,5% dos entrevistados.

Ao analisar os dados deste item percebemos, por meio de diferentes indicadores, que os alunos têm condições inadequadas de aprofundamento e dedicação ao estudo a iniciar pela situação financeira do familiar, que é reforçada pela falta de tempo que pode comprometer a formação.

Perguntados sobre os hábitos de compras podemos afirmar que as compras em lojas virtuais estão razoavelmente incorporadas às práticas de consumo dos estudantes universitários. Foram apurados os seguintes números em relação às compras realizadas nos últimos trinta dias antes da pesquisa: 58% dos alunos do Curso de Publicidade e Propaganda compraram pela internet nos últimos trinta dias, 32% dos alunos do Curso de Jornalismo, 52%, dos alunos do Curso de Design Digital, 36% dos alunos do Curso de Biologia, 36% dos alunos do no Curso de Pedagogia (IES particular noturno), 48% dos alunos do Curso de Pedagogia (IES pública noturno) e 43% dos alunos do Curso de Pedagogia (IES pública diurno). Percebe-se que em apenas dois cursos, mais da metade dos estudantes utiliza esse meio para compras. O fato de estar com o aparelho celular em mãos permite a busca por preços em pequenos intervalos de trabalho e lazer, fato importante para o momento de decisão de compra. A compra on-line, claro, não está associada exclusivamente ao meio digital, mas principalmente à condição econômica, à posse de cartão de crédito ou, pelo menos, conta bancária. Tem como

característica fundamental (embora não exclusiva) o uso do cartão de crédito o que não condiz com a situação de renda do aluno, entretanto se relacionarmos as contas universitárias oferecidas pelos bancos podemos acreditar que há recursos disponíveis.

É preciso destacar que, em média, 50% dos entrevistados ainda usam a loja física, ou seja, a loja física não desaparece, mas há uma concorrência entre as duas modalidades de comércio. Como as porcentagens são bem próximas, é correto considerar que um mesmo estudante pode ter os dois comportamentos em situações diferentes de compra.

Dentre os cursos estas porcentagens são equilibradas: no curso de Publicidade e Propaganda 73% dos alunos realizaram compras pessoais no último mês, sendo que 58% dos alunos compraram pela *internet* e 38% em lojas físicas. No Curso de Jornalismo, 82% dos alunos fizeram compras no último mês, sendo que 62% dos alunos afirmaram comprar em loja física e 32% dos alunos afirmaram comprar pela *internet*. No curso de *Design Digital*, 85% dos estudantes disseram que fizeram compras pessoais no último mês, sendo 52% dos estudantes disseram que compraram pela *internet* e 43% dos estudantes disseram que compraram em loja física. No curso de Biologia 63% dos alunos fizeram compras pessoais no último mês, sendo 36% dos alunos pela *internet* e 56% dos alunos fizeram compras em lojas físicas. No curso de Pedagogia (IES particular noturno), 71% dos alunos realizaram compras, sendo 36% dos alunos realizaram pela *internet* e 52% realizaram em loja física. No Curso de Pedagogia (IES pública noturno), 84% fizeram compras pessoais no último mês, sendo 48% dos alunos fizeram pela *internet* e 46% dos alunos fizeram em lojas físicas. No curso de Pedagogia (IES pública diurno), 85% realizaram compras pessoais no último mês, sendo 43% pela *internet* e 53% em lojas físicas.

Pedimos que os estudantes comentassem a frase “eu compro produtos que são exibidos nas minhas redes sociais”. De forma geral, não há compra de produtos vistos, mas alguns dados podem ser relevantes como: dos respondentes do curso Biologia, apenas dois relatam que compram com as seguintes frases: “às vezes, quando conheço o *site*” e “isso é a tentação que aparece na minha tela”. Outras frases interessantes podem demonstrar que a *timeline* é um espaço de incentivo ao consumo sem necessidade, como: “consumismo descontrolado”, “porque sou um alienado e compro para me exibir” e “ridículo, intenciona o consumismo desenfreado”.

No curso de *Design Digital*, a maioria dos estudantes afirma não comprar os produtos exibidos na *timeline*. Daqueles que expressam algum comentário em relação a isso, temos as seguintes colocações: “pois é prático; isso quando compro”; “o produto exibido em muitas redes sociais vem de muitas pesquisas no *Google*, mas nem sempre os compro, por falta de dinheiro

ou por já ter perdido o interesse”; “às vezes as páginas de lojas atualizam sempre as novidades”; “porque sinto a necessidade de comprar” e “consumismo inconsciente, a não ser que seja necessário”. Já no curso de Jornalismo, é perceptível pelos próprios comentários que há mais influência da *timelime*: “os produtos exibidos em muitas redes sociais vêm de muitas pesquisas no *Google*, mas nem sempre compro por falta de dinheiro ou por já ter perdido o interesse”; “quando eles me interessam e não tem loja física”; “se for de um *site* seguro, se estiver precisando e se a loja física não tiver”; “dependendo do produto, eu adquiro, mas, geralmente, compro em *sites* especializados” e “hoje, a facilidade de acesso ajuda para que a pessoa prefira fazer a compra pela *internet*, pela comodidade ou por, às vezes, o preço ser mais em conta”.

No curso de Pedagogia (IES particular), fica claro que não há compra causada pela divulgação das marcas nas *timelines*. Tal fato pode ser confirmado nas seguintes respostas: “não compro por insegurança”; “não compro por redes sociais”; “nem sempre compro; afinal, nem tudo que está lá é bom ou eu preciso”; “nem tudo que aparece na minha página me interessa” e “eu não compro o que aparece em minhas redes sociais, apenas se for útil para o dia-a-dia”.

No curso de Pedagogia (IES pública), os comentários também não apontam para uma compra induzida totalmente pelo *marketing* digital, mas há, sim, uma influência importante, que pode ser vista nos seguintes relatos: “os produtos exibidos em minhas redes sociais geralmente são semelhantes aos que costumo pesquisar. Não hesitaria em comprá-los se pudesse”; “se eu achar o *site* confiável e gostar do produto, eu compro, mesmo que seja pelas redes sociais”; “alguns produtos que aparecem no meu *Facebook* chamam minha atenção e fazem com que eu me interesse e procure saber mais sobre eles, até mesmo comprá-los”; “hoje é possível confiar nas compras *on-line*, e as redes sociais influenciam o consumo” e “é verídica, especialmente por conta do sistema que mostra produtos que pesquisei”.

Já no curso de Publicidade e Propaganda, há também uma demonstração de pequena influência da exposição de produtos na *timelime* nas compras dos alunos, conforme as declarações: “quando o produto me interessa e será útil para mim, procuro mais informações sobre ele”; “os produtos exibidos nas minhas redes sociais são produtos que pesquisei no *Google*, portanto, muitas vezes já comprei” e “compro alguns, pois me atraem e servem muito bem para o que eu preciso”.

Quando perguntados sobre o gasto mensal, observamos que o gasto com tecnologia já faz parte do orçamento, entretanto existem prioridades de uso dos recursos já que 40% é gasto com alimentação, 25% com roupa e vestuários, 17% com cosméticos e 9 % com tecnologia. Os outros 9% são gastos com itens como jogos e produtos para corpo/suplementos. Se observados

os cursos, não há alteração nestes dados e suas opções, ou seja, o gasto mensal se mantém independente do curso escolhido e está relacionado à renda e ao estabelecimento de prioridades.

Em relação às opções de lazer é preciso destacar que a *internet*, que foi citada com um dos principais hábitos tanto durante a semana (33%), como no final de semana (21%). Outras atividades de lazer que atingem mais de 10% dos entrevistados são jogos e *games*, sair para beber ou ir a bares, dançar e ir a restaurantes/jantar. Podemos dizer que a *internet* aparece também concomitante às outras atividades. A julgar que a *internet* está acessível nos aparelhos *smathphones*, podemos considerar que ela é um “acompanhante” das outras atividades de lazer, porém é significativa, já que os universitários a indentificam em primeiro lugar. Tais dados são indicadores relevantes de mudanças culturais. Com a introdução da internet como parte do lazer há uma pequena diferenciação entre as atividades que ocorrem durante a semana daquelas do final de semana, já que muitas destas atividades podem ser feitas através de dispositivos conectados à internet como jogos/games e ouvir música. Percebe-se que estudantes de Pedagogia usam um pouco mais a internet para lazer, o que pode ser relacionado ao pouco tempo que resta livre já que o comprometimento com estágio e trabalho na área é também maior do que em relação aos outros cursos, como já visto.

É primordial relacionar os custos de lazer com análise do perfil do curso e da condição econômica. É possível constatar que o acesso à internet e ouvir música são as opções mais citadas em todos os cursos, mas não alcançam totalidade e porcentagens acima de 50%, portanto, é característica do lazer uma variedade de atividades que se alinham à condição econômica e ao tempo livre.

Tabela 11 - Quais as opções de diversão e lazer durante os dias da semana

OPÇÕES DE LAZER	PUBLICIDADE E PROPAGANDA	JORNALISMO	DESIGN DIGITAL	BIOLOGIA	PEDAGOGIA NOTURNO (IES particular)	PEDAGOGIA NOTURNO (IES pública)	PEDAGOGIA DIURNO (IES pública)
Nenhuma/ não há tempo	9 – 6%	11 – 7,5%	7 – 5%	2 – 2%	7 – 5%	13 – 13%	1 – 1%
Internet	40 – 25%	35 – 23%	27 – 21%	28 – 25%	38 – 29%	29 – 28%	29 – 26%
Jogos/games	15 – 9%	11 – 7,5%	23 – 18%	9 – 8%	8 – 6%	5 – 5%	10 – 9%
Sair para beber/ir a bares	21 – 13%	20 – 13%	11 – 8%	15 – 13%	22 – 17%	8 – 8%	11 – 10%
Ir a restaurantes /jantar	14 – 9%	18 – 12%	6 – 5%	12 – 11%	10 – 8%	11 – 11%	16 – 14%
Praticar esportes	19 – 12%	15 – 10%	19 – 14%	12 – 11%	19 – 14%	6 – 6%	10 – 9%
Dançar	4 – 2,5%	5 – 3%	3 – 2%	4 – 3%	2 – 2%	6 – 6%	5 – 4%
Ouvir música	29 – 18%	27 – 18%	28 – 21%	24 – 21%	23 – 18%	23 – 22%	22 – 20%
Outros	9 – 5,6%	8 – 5%	5 – 4%	5 – 4%	2 – 1%	1 – 1%	7 – 6%
Não respondeu	0-0%	0-0%	2 – 2%	0-0%	0-0%	0-0%	0-0%
100Total	160 – 100%	150 – 100%	131 – 100%	117 – 100%	131	102	111 – 100%

Fonte: Própria Autora

A análise dos dados sobre lazer permite constatar que as atividades são variadas e que há pouca diferenciação entre o lazer durante a semana e no final de semana.

Tabela 12 - Opções de diversão e lazer durante o final de semana

OPÇÕES DE LAZER	PUBLICIDADE E PROPAGANDA	JORNALISMO	DESIGN DIGITAL	BIOLOGIA	PEDAGOGIA NOTURNO (IES particular)	PEDAGOGIA NOTURNO (IES pública)	PEDAGOGIA DIURNO (IES pública)
Nenhuma/ não há tempo	0-%	0-0%	3 – 2%	1 – 1%	0-0%	1 – 1%	0-0%
Internet	33 – 19%	39 – 22%	26 – 20%	24 – 21%	31 – 22%	29 – 23%	28 – 19%
Jogos/games	18 – 10%	14 – 8%	23 – 18%	7 – 6%	22 – 15%	8 – 6%	9 – 6%
Sair para beber/ir a bares	40 – 23%	32 – 18%	16 – 13%	17 – 15%	20 – 14%	17 – 13%	22 – 15%
Ir a restaurantes/jantar	17 – 10%	30 – 17%	12 – 9%	21 – 18%	26 – 18%	28 – 21%	30 21%
Praticar esportes	16 – 9%	11 – 6%	12 – 9%	9 – 8%	5 – 4%	7 – 5%	9 – 6%
Dançar	12 – 7%	15 – 9%	2 – 2%	5 – 4%	17 – 12%	8 – 6%	8 – 5%
Ouvir músicas	27 – 16%	30 – 16%	24 – 19%	19 – 16%	15 – 11%	22 – 16%	26 – 18%
Outros	9 – 5%	10 – 5%	7 – 5,5%	13 – 11%	7 – 5%	14 – 10%	15 – 10%
Não respondeu	0-0%	0-0%	2 – 1%	0-0%	0-0%	1 – 1%	0-0%
Total	172 – 100%	181 – 100%	127 – 100%	116-100%	143-100%	135-100%	147-100%

Fonte: Própria Autora.

Sobre o lazer durante a semana no Curso de Publicidade e Propaganda, 25% dos alunos dizem que usam a internet, 9% dos alunos dizem que usam jogos e games, 13% dos alunos dizem que saem para beber/ bares, 9% dizem ir a restaurantes, 12% dos alunos dizem praticar esportes, 2,5% dizem dançar e 18% dos alunos dizem ouvir música. Sobre o lazer no final de semana, 19% dos alunos dizem usar a internet, 10% dos alunos usam jogo/games, 23% dos alunos dizem sair para beber/ir a bares, 10% dos alunos dizem ir restaurantes/jantar, 9% dos alunos dizem praticar esporte, 7% dos alunos dizem dançar, 16% dos alunos dizem ouvir música.

Em relação ao lazer durante a semana no Curso de Jornalismo, 23% dos alunos citam a internet, 7,5% dos alunos citam jogos/games, 13% dos alunos citam sair para beber/ir a bares, 12% dos alunos citam ir restaurantes/jantar, 10% dos alunos citam praticar esporte, 3% dos alunos citam dançar, 18% dos alunos citam ouvir música. Já em relação ao lazer no final de semana 22% dos alunos citam a internet, 8% dos alunos citam jogo/games, 18% dos alunos citam sair para beber/ir a bares, 17% dos alunos citam a restaurantes/jantar, 6% dos alunos citam praticar esporte, 9% dos alunos citam dançar e 16% dos alunos citam ouvir música.

No Curso de Design Digital, os dados sobre o lazer durante a semana são que 21% dos estudantes usam a internet como lazer, 18% dos estudantes usam jogos/games, 8% dos estudantes costumam sair para beber/ir a bares, 5% dos estudantes costumam ir a restaurantes/jantar, 14% dos estudantes costumam praticar esporte, 2% dos estudantes

costumam dançar, 21% dos estudantes costumam ouvir música. Já no final de semana os dados sobre lazer são que 20% dos estudantes usam a internet, 18% dos estudantes usam jogos e games, 13% saem para beber e ir a bares, 9% dos estudantes vão a restaurantes/jantar, 9% fazem praticas esportivas, 2% dos estudantes costumam dançar e 19% dos estudantes ouvem música. Neste curso, pode-se perceber que os games e jogos tem porcentagens maiores do que sair para beber ou jantar e que a diferença de atividades realizadas durante a semana ou no final de semana é pouco significativa. É uma característica que aproxima da escolha profissional já que o designer digital tem como habilitação a participação em desenvolvimento de games e jogos.

No Curso de Biologia o perfil das atividades realizadas durante a semana pode ser verificado com os seguintes resultados: 24% dos alunos dizem usar a internet como lazer, 8% dos alunos dizem usar jogos e games, 13% dos alunos dizem sair para beber e ir a bares, 11% dos alunos dizem ir a restaurantes e jantar, 11% dos alunos dizem praticar esporte, 4% dos alunos dizem 22% dos alunos dizem dançar e 22% dos alunos dizem ouvir música como atividade de lazer. Já no final de semana, 21% dos alunos dizem usar internet como atividade de lazer, 6% dos alunos dizem usar jogos ou games, 15% dos alunos dizem sair para beber e ir a bares, 18% dos alunos dizem ir a restaurantes e jantar, 4% dos alunos dizem praticar esporte, 4% dos alunos dizem dançar e 16% dizem ouvir música.

No Curso de Pedagogia (IES particular noturno) 29% dos estudantes citam a internet como principal atividade de lazer realizada durante a semana, 6% dos estudantes citam os jogos e games, 17% dos estudantes citam sair para beber e ir a bares, 8% dos estudantes citam ir a restaurantes e jantar, 11% dos estudantes citam praticar esporte, 2% dos estudantes citam dançar e 18% dos estudantes citam ouvir música. Já no final de semana 22% dos estudantes ctiam usar a internet, 15% dos estudantes citam jogos e games, 14% dos estudantes citam sair para beber e ir a bares, 18% dos estudantes citam ir a restaurantes e jantar, 4% dos estudantes citam praticar esporte, 12% dos estudantes citam dançar e 11% dos estudantes citam ouvir música.

No Curso de Pedagogia (IES pública noturno) 28% dos alunos usam a *internet* como a atividade de lazer durante a semana, 5% dos alunos usam jogos e games, 8% dos alunos costumam sair para beber e ir a bares como atividade de lazer, 11% dos alunos costumam ir a restaurantes e jantar, 6% dos alunos costumam praticar esporte, 6% dos alunos costumam dançar, e 22% dos alunos costumam ouvir música. Já no final de semana 23% dos alunos usam a *internet* como atividade de lazer, 6% dos alunos usam os jogos e games, 13% dos alunos saem para beber e ir a bares, 21% dos alunos vão a restaurantes e jantar, 5% dos alunos costumam praticar esporte, 6% dos alunos costumam dançar e 16% dos alunos costumam ouvir música.

No Curso de Pedagogia (IES pública diurno) 26% dos estudantes citam a *internet* como atividade de lazer, 9% dos estudantes citam os jogos e games, 10% dos estudantes citam sair para beber e ir a bares, 14% dos estudantes citam ir a restaurantes e jantar, 9% dos estudantes citam praticar esporte, 4% dos estudantes citam dançar, 20% dos estudantes citam ouvir música. Já no final de semana 19% dos estudantes usam a *internet* ; 6% dos estudantes usam jogos e ,15% dos estudantes tem hábito de sair para beber ou ir a bares, 21% dos estudantes tem hábito ir a restaurantes/jantar, 6% dos estudantes pratica esporte, 5% dos estudantes tem hábito de dançar, 18% tem costume de ouvir música.

Em uma apreciação dos dados acima percebe-se que as atividades mais características dos finais de semana são frequentar bares e restaurantes e dançar que, aliás envolvem recursos financeiros mais altos e estão relacionadas à diminuição do trabalho nesses dias e ao contato pessoal e social. Não há diferença entres os cursos no diz respeito ao uso da *internet* para o lazer e há pequena diminuição nos finais de semana. Quem mais se dedica aos jogos e games são os estudantes do curso de Design Digital (independente do período da semana), seguidos pelos estudantes do curso de Pedagogia que também é o curso com maior percentual de estudantes que vai a bares durante a semana e com menor percentual de prática de esportes. De modo geral, todos os estudantes dançam pouco e ouvem bastante música. A expressiva utilização da *internet* pode indicar que ela passou a ocupar um lugar de destaque nas práticas e no consumo cultural o que pode ser explicado tanto pelo seu relativo baixo custo (quando comparado às outras práticas) ou pela indissociabilidade que ela adquiriu no modo de vida. Por ser multifuncional pode estar associada a ouvir música e aos jogos e games.

A diluição do lazer em várias atividades pode refletir no sentimento de ausência de algo significativo, ou pelo contrário, no aumento da satisfação já que são atividades que intermediam o cotidiano. No que diz respeito aos alunos do Curso de Pedagogia e a formação docente podemos pensar que a possibilidade de acesso à *internet* poderia levar a maior leitura de conteúdos, entretanto, é importante também notar que os conteúdos de leituras já sofrem um filtro e são eleitos pelo próprio sistema de codificação das redes sociais. Visto por outro ângulo, a possibilidade de acesso à informação é maior e mais rápida. Aqui devemos destacar uma ruptura no modelo de lazer provocada pela *internet*, pelos dispositivos móveis, em especial o smartphone, e pelas redes sociais que com suas presenças eliminaram a linha divisória entre atividades de lazer durante a semana e no final de semana. Agora as atividades são as mesmas e muitas delas acompanhadas ou regidas por estes.

Adentrando o conhecimento específico sobre o uso da tecnologia no momento do trabalho, quando questionados sobre “Quais os itens abaixo são indispensáveis em seu

trabalho/estágio? ”, os resultados mostram que o universitário considera o *notebook* como item indispensável, resposta que totaliza 35% daquelas coletadas. Ainda nesta questão, 26% das respostas indicavam o uso do *smartphone* com acesso à *internet* como relevante. Das respostas restantes (39%), são citados em porcentagens menores: *tablet* (4%), automóvel (9%), mp3 (2%), câmera digital (7%) e outros (10%).

Evidentemente, o item carro envolve um poder de compra maior, visto o valor hoje de um automóvel no país, o que faz com que seja uma opção com menor possibilidade de aquisição. O *tablet* é um dispositivo que, atualmente, pode ser mais vinculado à leitura ou a atividades de trabalho muito específicas, que, em geral, podem também ser realizadas nos *notebooks*. A câmera e o leitor de formato mp3 são acoplados aos próprios *smartphones*, ou seja, estão presentes, mas não são considerados separadamente pelos universitários. Se somadas as duas maiores porcentagens (61%) tem-se que o *smartphone* e o *notebook* não aparecem como totalidades ou sozinhos, estão acompanhados de outros itens.

Seguindo pela análise da presença dos dispositivos no cotidiano, os resultados da questão “Na sua rotina diária de aula na faculdade quais itens você leva?” podem ser verificados na tabela 13.

Tabela 13 - Dispositivo que leva na rotina de aulas

O QUE LEVA PARA AULAS	PUBLICIDADE E PROPAGANDA	JORNALISMO	DESIGN DIGITAL	BIOLOGIA	PEDAGOGIA NOTURNO (IES particular)	PEDAGOGIA NOTURNO (IES pública)	PEDAGOGIA DIURNO (IES pública)
<i>Smartphone</i>	50 – 44%	44 – 45%	33 – 39%	28 – 37%	30 – 35%	36 – 32%	38 – 35%
<i>Notebook</i>	25 – 22%	10 – 10%	14 – 16%	12 – 16%	9 – 11%	28 – 25%	17 – 16%
<i>Tablet</i>	1 – 1%	1 – 1%	2 – 2%	1 – 1%	0 – 0	1 – 1%	5 – 5%
Caderno	34 – 29%	33 – 33%	30 – 35%	24 – 31%	38 – 44%	36 – 31%	34 – 31%
Fichário	2 – 2%	5 – 5%	0 – 0	9 – 12%	7 – 8%	5 – 4%	5 – 5%
Outros Itens	2 – 2%	6 – 6%	6 – 7%	1 – 1%	2 – 2%	8 – 7%	9 – 8%
Não respondeu	0-0%	0-0%	0-0%	1-1%	0-0%	0-0%	0-0%
	114 – 100%	99 – 100%	85 – 100%	76 – 100%	86 – 100%	114-100%	108-100%

Fonte: Própria Autora.

Já sabemos que a rotina dos estudantes analisados envolve trabalho e/ou estágio e estudo, e que o lazer fica concentrado na *internet* e em outras atividades, como já relatado. Dos dispositivos móveis que o estudante leva em sua rotina escolar, o *smartphone* aparece em 39% das respostas e o caderno em 34%. Estes são os dois itens mais citados e que demonstram a convivência de dispositivos de tempos históricos diferentes. Esse dado é importante porque, tanto quanto o livro, o caderno é elemento emblemático da cultura escolar, pois presta-se ao registro das aulas, à realização de tarefas e à avaliação; já o *smartphone* é emblemático da

tecnologia e dos objetos multifuncionais que, por definição, não estão ligados a atividades ou a lugares específicos. Essa composição entre cadernos e aparelhos tecnológicos mostra tanto a permanência de certos objetos como dinâmicas de fluxo diferentes: enquanto o caderno se disseminou da escola para outros usos o *smartphone* se disseminou do desenvolvimento tecnológico para uso na instituição escolar, tanto como em outros lugares. Anne Marie Chartier (2002) faz um estudo esclarecedor sobre a adoção de cadernos, fichários e colagens, ressaltando a presença do dispositivo e o quanto isso pode ser questionado como forma de registro de conteúdo, assim como de registro de saberes. Segundo a autora, o caderno é dispositivo disciplinador e resta indagar se *smartphones* carregam também essa função. Até onde pudemos identificar, os *smartphones*, oriundos do cotidiano social vindos para vida escolar, podem ser considerados compiladores de formas de organização da vida escolar. Neles não ficam registrados os conteúdos, entretanto, se antes o assunto escolar ficava restrito ao tempo de aula e das tarefas agora este limite é inexistente. Fala-se da escola, resolvem –se as atividades e dá-se encaminhamentos das atividades em qualquer momento do dia. Aqui pode-se destacar uma outra ruptura já que não existe mais hora do dia e nem mesmo lugar para falar das atividades acadêmicas. Eles ocorrem o tempo todo junto com outras atividades.

É fato também que, no decorrer da vida escolar de cada aluno, o caderno ganha um valor, um significado, uma forma e um uso peculiar a cada indivíduo. Pelos dados aqui coletados, percebe-se que o estudante ainda tem o caderno como um dos elementos centrais de estudo, mesmo que, aos poucos, ele venha sendo acompanhado de novas tecnologias, como exemplificado nos dados específicos de cada curso.

Quando perguntados sobre frequência em que levam o *smartphone* à aula temos o seguinte panorama: no Curso de Publicidade, 44% dos alunos levam o *smartphone*, 22% dos alunos levam o *notebook* na rotina escolar e 29% dos alunos levam dispositivos mais tradicionais, como caderno. No Curso de Jornalismo, 45% dos alunos levam como dispositivo o *smartphone* e 33% dos alunos levam o caderno; e apenas 10% dos alunos levam o *notebook*. No curso de *Design Digital*, o mesmo padrão é repetido: 39% dos alunos levam *smartphone*, 35% dos alunos levam o caderno e 16% dos alunos levam o *notebook*, o que também acontece com Biologia em que 37% dos alunos levam *smartphone*, 31% dos alunos levam o caderno e 16% dos alunos levam o *notebook*. Já no curso de Pedagogia (IES particular noturno), há uma inversão, e o caderno aparece como dispositivo tradicional, com 44% dos alunos citando-o, em seguida 35% dos alunos citam o *smartphone* e 11% citam o *notebook*. Já no curso de Pedagogia (IES pública), 32% dos estudantes do período noturno usam o *smartphone* e 35% dos estudantes do período diurno usam o *smartphone*. 31% dos estudantes (incluindo os dois períodos) levam

o caderno e, 25% dos estudantes do período noturno levam o *notebook*, e 16% dos estudantes do período diurno levam o caderno.

Indagados sobre o uso do caderno, que se caracteriza como dispositivo tradicional de registro, ou seja, serve para uso diário, observamos que no Curso de Jornalismo 45% dos alunos levam-no todos os dias. O índice desse curso é seguido pelo de *Design Digital*, em que 41% optam pelo caderno, Publicidade e Propaganda, no qual 58% dos alunos declaram levar caderno para as aulas e Biologia, com 72% dos alunos utilizando o dispositivo. Já nos Cursos de Pedagogia, cadernos e fichários acompanham diariamente um número maior de estudantes, sendo 73% no Curso noturno de Pedagogia (IES pública noturno), 79% no curso noturno de Pedagogia (IES particular) e no Curso de Pedagogia (IES pública diurno), com índice de 88%. Nesse sentido os cursos de licenciatura apresentam hábitos mais tradicionalmente identificados com a escola, ou seja, os alunos destes cursos usam mais dispositivos como caderno. Os cursos de bacharelado aderem mais ao uso de tecnologia e menos de caderno. Importante destacar que este número representa quase o dobro, ou seja, o uso diário do caderno nas licenciaturas é expressivo alcançando número acima de 70%.

Em relação ao fichário, parece ser um dispositivo que vem perdendo sua função no ambiente acadêmico já que no Curso de Publicidade apenas 2% dos alunos costumam levar, no Curso de Jornalismo são apenas 5% dos alunos, no Curso de Biologia são 12% dos alunos, no Curso de Pedagogia (IES particular noturno) são 8% dos alunos, no Curso de Pedagogia (IES pública noturno) são 4% dos alunos e no curso de Pedagogia (IES pública diurno) são 8% dos alunos.

Perguntados especificamente sobre a quantidade de vezes que levam o *smartphone* para aula apurou-se que 87% dos alunos levam-no todos os dias na aula, fato que revela que o dispositivo faz parte da rotina dos alunos, portanto, do cotidiano destes. Se observados os dados dos cursos separadamente, não há mudança de comportamento entre os estudantes, já que os índices de frequência de uso do *smartphone* são muito próximos, alcançando 96 dos alunos no curso de Publicidade e Propaganda, 98% dos alunos no curso de Jornalismo, 90% dos alunos no curso de *Design Digital*, 91% dos alunos no curso de Biologia e 91% dos alunos no curso de Pedagogia diurno da IES pública. Os cursos de Pedagogia noturno da IES particular e diurno da instituição pública apresentam números mais baixos, mas que ainda assim reforçam o hábito de uso do aparelho, são eles: 76% da Pedagogia noturno na instituição pública e 79% dos alunos de Pedagogia noturno da instituição particular

Já o *notebook* aparece com variações nos índices de uso na rotina diária, apresentando uma maioria de 62% dos alunos que diz levar para sala de aula apenas nos dias que precisa

fazer trabalhos. Ainda sobre o *notebook*, 18% dos estudantes levam-no em outras ocasiões, 14% em dias alternados e 6% todos os dias.

Segundo Williams (2002), há convergência entre sistema de significação e prática significativa, ou seja, considera-se um todo, o sistema e a forma de vida em um processo de retroalimentação das atividades sociais cotidianas, portanto, é preciso entender o local desse dispositivo não como algo a mais, e sim como algo que simplesmente compõe.

Especificamente no Curso de Publicidade e Propaganda, 34% dos estudantes levam o *notebook* em dias alternados e 34% dos estudantes levam em dias nos quais precisam do dispositivo para fazer trabalhos da faculdade, totalizando o uso em 68% das respostas e 18% usam apenas em outras ocasiões. Desta forma, o uso do *notebook* pode ser considerado significativo para a solução de situações escolares como apresentação de peças publicitárias criadas para trabalhos acadêmicos, nos quais são elaborados *layouts* de *outdoors*, propagandas de revistas, jornais, mídias digitais e mesmo áudios e vídeos. Num curso como o de Publicidade e Propaganda, é necessária a atividade de simulação de campanhas publicitárias e, nesses casos, o *notebook* serve como ferramenta para a elaboração, já que existem *softwares* específicos de *design*, banco de imagens, edição e editoração. Nesse cenário, 14% dos alunos o levam todos os dias da semana para as aulas. Ressaltamos o fato de que as características deste curso determinam a demanda pelo *notebook* em sala de aula em dias de apresentações de trabalhos, exercícios agendados.

No curso de Jornalismo, 64% dos alunos levam o *notebook* em outras ocasiões que não os dias de trabalho, dias alternados ou todos os dias, o que o difere dos demais cursos. Essas ocasiões são dias de elaboração de pautas para os jornais experimentais do curso, por exemplo. De qualquer forma, também o conteúdo do curso determina o uso do dispositivo. Ainda destacam-se os dados que apontam que 25% dos estudantes levam o *notebook* apenas nos dias de trabalho e 11% todos os dias ou em dias alternados.

No curso de *Design Digital*, 40% dos estudantes levam o referido equipamento em dias alternados e 48% em dias que precisam fazer trabalho, portanto, vemos que não há um hábito diário. Neste caso, os dados apontam também para a característica de que a formação profissional nesta área também exige criação de produtos em *Design*, fator que torna a produção do aluno vinculada ao *notebook* ou a equipamento semelhante. Sabe-se também que, nesse caso, no cotidiano escolar, trazer o equipamento é a melhor forma de apresentar as peças criativas, por exemplo, na ocasião de criação de um produto de *design* digital ou um *website*, a apresentação dos produtos pode ser feita via laboratório da instituição ou no *notebook* do

próprio aluno, assim, quando o professor aponta alterações, o aluno já pode demarcá-las na própria peça.

Já no curso de Biologia, fica claro que o *notebook* serve apenas para dias de trabalho, pois 89% o levam nessa situação, assim como no curso de Pedagogia (IES particular) e no de Pedagogia (IES pública diurno), cujos dados corresponde a, respectivamente, 60% e 82%. Aqui há um indicativo de que talvez mais alunos tenham o dispositivo, por isso, os números nestes cursos são mais significativos.

O que se pode depreender sobre o uso do *notebook*, tendo em vista os dados apresentados, é que o modelo dos cursos estudados, sendo bacharelados ou licenciaturas, determinam o uso pelas demandas de trabalhos a serem realizados para entrega como parte da avaliação dos docentes. Também é importante destacar que dispositivos de registro como cadernos e *notebook* aparecem menos no uso diário do que o *smartphone*. A princípio é possível pensar que o *notebook* (que traduzido do inglês quer dizer caderno) substituiria o caderno, todavia verificou-se que o dispositivo aparece poucas vezes em ocasiões específicas e que o dispositivo físico, tradicional, se mantém. Já o *smartphone* que tem como princípio de uso a troca de mensagem, ligações, fotografia e não atende, prioritariamente, à função de registro aparece com maior porcentagem de uso. Pode-se entender que o uso prioritário do *smartphone*, mesmo no ambiente escolar, não são as atividades acadêmicas. Os registros do aluno são importantes dentro do processo de aprendizagem já que através deles o estudante organiza-se no estudo e cria uma lógica de aprendizagem, assim, essa característica deve ser analisada com cuidado pelos educadores. O uso dos dispositivos está relacionado às demandas promovidas pela forma como os conteúdos são expostos e cobrados dos alunos, portanto, o pouco uso está relacionado à pouca demanda. Se os estudantes não têm atividades programadas dentro dos conteúdos que envolvem o uso de *smartphone* seu uso fica restrito.

Perguntados em relação ao *tablet*, percebe-se que não há frequência de uso dentro da rotina escolar universitária já que a maioria, 75% dos alunos, não o usa e, logo, não respondeu, mais uma vez reforçando a consideração de que o *tablet* é um dispositivo que foi suplantado pelo *smartphone* e que é utilizado, na maior parte das vezes, para leitura. Interessante analisar que o *tablet* não tem aceitação entre os universitários e que percebemos que a quantidade de leitura de livros também é pequena.

Quando perguntados sobre quais atividades fazem no *smartphone* durante a aula, 29% dos alunos afirmam fazer uso de comunicadores instantâneos (*Whatsapp, Messenger, Viber* etc.), 25% dos alunos pesquisam para trabalhos em grupo, 14% dos alunos veem postagens de amigos nas redes sociais e 3% dos alunos ouvem música. Outro dado interessante é que 10%

dos alunos ainda o usam para gravar as aulas. O hábito de gravar as aulas em vez de registrá-las no caderno vem crescendo, embora o caderno seja um dispositivo muito presente, como visto anteriormente. A substituição do caderno vem acontecendo lentamente, primeiro nos cursos de bacharelado e de forma mais tímida nas licenciaturas. Deve-se notar que vem sendo substituído por um novo hábito, descrito no início deste parágrafo, e não por uma nova forma de registro.

Tabela 14 - Uso do *smartphone* durante a aula

ITENS	PUBLICIDAD E PROPAGAN- DA	JORNA- LISMO	DESIGN DIGITAL	BIOLOGIA	PEDAGOGIA NOTURNO (IES particular)	PEDAGOGIA NOTURNO (IES pública)	PEDAGOGIA DIURNO (IES pública)
Uso de comunicadores instantâneos (<i>Whatsapp, Messenger, Viber etc.</i>)	45 – 31%	44 – 38%	28 – 27%	22 – 23%	24 – 24%	38 – 30%	36 – 27%
Pesquisa para trabalhos em grupo	41 – 26%	33 – 28%	26 – 25%	20 – 21%	24 – 24%	33 – 25%	29 – 22%
Ver postagens dos amigos nas redes sociais	21 – 13%	17 – 15%	9 – 9%	10 – 11%	12 – 16%	21 – 16%	25 – 19%
Fazer postagens nas redes sociais	12 – 7%	8 – 7%	7 – 7%	7 – 7%	2 – 2%	11 – 8%	9 – 6%
Fazer ligações	8 – 5%	0-0%	8 – 8%	9 – 9%	9 – 10%	9 – 7 %	8 – 6%
Ouvir música	8 – 5%	2 – 2%	4 – 4%	3 – 3%	2 – 2%	1 – 1%	2 – 2%
Gravar aulas	18 – 11%	1 – 1%	12 – 12%	18 – 19%	15 – 15%	12 – 9%	10 – 8%
Fazer <i>check-in</i>	1 – 1%	1 – 1%	3 – 3%	0-0%	0-0%	4 – 3%	2 – 2%
Outros	1 – 1%	8 – 7%	5 – 5%	3 – 3%	9 – 9%	1 – 1%	9 – 6%
Não responderam	0-05	1 – 1%	1 – 1%	3 – 3%	2 – 2%	0-%	2 – 2%
Total	155 – 100%	115 – 100%	103 – 100%	95 – 100%	99 – 100%	130 -100%	132-100%

Fonte: Própria Autora

Em todos os cursos, as porcentagens de uso do *smartphone* são semelhantes, o que nos leva a considerar que a relação de uso do equipamento durante a aula, para atividades, é a mesma, e o tipo de curso, a característica profissional ou o período de aula não altera o comportamento, diferentemente da questão anterior, que se referia ao entrevistado identificar a frequência que leva o *notebook* para a sala, na qual obtivemos respostas diferentes entre alguns cursos devido às características das atividades acadêmicas de cada um deles.

Neste caso, as práticas culturais são dos universitários entrevistados e não do curso, conforme os números da tabela 16 apresentam. Significativamente o uso dos dispositivos é para comunicação instantânea e para pesquisa para trabalhos em grupos. É possível também

identificar as práticas culturais cotidianas adentrando a cultura escolar, como nos revelam os resultados de hábitos dos usuários de *smartphone* em relação aos comunicadores instantâneos.

Já os computadores são usados por 56% dos universitários para pesquisas de grupo, ou seja, para tal aparelho há uma especificidade maior, diferentemente do caso do *smartphone*, que, por ser um dispositivo com um número maior de funções, apresenta uso mais variado.

Tabela 15 - Uso do computador durante a aula

ITENS	PUBLICID ADE E PROPAGA NDA	JORNA- LISMO	DESIGN DIGITAL	BIOLOGIA	PEDAGOGIA NOTURNO (IES particular)	PEDAGOGIA NOTURNO (IES pública)	PEDAGOGIA DIURNO (IES pública)
Uso de comunicado-res instantâneos (<i>Whatsapp, Messenger, Viber etc.</i>)	7 – 9%	9 – 10%	16 – 23%	4 – 11%	2 – 5%	8 – 12%	2-4,2%
Pesquisa para trabalhos em grupo	46 – 65%	43 – 48%	31 – 45%	23 – 65%	20 – 48%	38 – 60%	31-66%
Ver postagens dos amigos nas redes sociais	3 – 4%	17 – 19%	7 – 10%	1 – 3%	0-0%	7 – 10%	1-2%
Fazer postagens nas redes sociais	4 – 5%	8 – 9%	2 – 3%	0-0%	0-0%	3 – 5%	0-0%
Fazer ligações	0-0%	0-0%	1 – 1%	0-0%	0-0%	0-0%	0-0%
Ouvir música	2 – 3%	2 – 2%	1 – 1%	0-0%	0-0%	0-0%	0-0%
Gravar aulas	1 – 2%	1 – 1%	3 – 4%	0-0%	0-0%	1 – 1%	1-2%
Fazer <i>check-in</i>	1 – 2%	1 – 1%	0-0%	0-0%	1 – 2%	1 – 1%	1-2%
Outros	1 – 2%	8 – 9%	4 – 6%	4 – 11%	15 – 36%	6 – 9%	11-23%
Não respondeu	6 – 8%	1 – 1%	4 – 6%	3 – 9%	3 – 7%	0-0%	0-0%
Total	71-100%	89 – 100%	69 – 100%	35 – 100%	41-100%	64 – 100%	47-100%

Fonte: Própria Autora.

Se refletirmos os resultados acima descritos sobre a alternativa relacionada ao uso escolar do computador, 65% das respostas indicam “pesquisa para trabalho em grupo” no Curso de Publicidade e Propaganda. A mesma alterantiva é citada em 48% das respostas do Curso de Jornalismo, 45% das respostas do Curso de Design Digital, 65% das respostas do Curso de Biologia, 48% das respostas do Curso de Pedagogia (IES particular noturno), 60% das respostas do Curso de Pedagogia (IES pública noturno), 66% das respostas do Curso de Pedagogia (IES pública diurno). Nesse caso, pode-se dizer que a instituição pública demanda mais pesquisa e, portanto, maior uso do equipamento.

Observadas as formas de uso dos *smartphones*, 33% dos alunos do Curso de Publicidade e Propaganda afirma usar para os comunicadores instantâneos, 38% dos estudantes do Curso de Jornalismo, 27% dos respondentes do Curso de *Design Digital*, 23% dos estudantes do Curso de Biologia, 24% dos pesquisados do Curso de Pedagogia (IES particular noturno), 30% dos estudantes do curso de (IES pública noturno) e 27% dos estudantes do Curso de Pedagogia (IES pública diurno) Tendo em vista os dados apresentados, pode-se dizer que tanto o uso de *smartphones* como comunicadores instantâneos, quanto seu uso para pesquisas, altera a rotina escolar ou, ao menos, faz parte desta nessa geração de universitários, já que, se somados estes

usos em ambiente escolar, temos um novo modelo de comportamento em aula. Também é perceptível que, no caso dos smartphones, a função mais importante de uso escolar, que é a de pesquisa para trabalhos em grupo tem porcentagens de pouca expressão: 26% dos estudantes de Publicidade e Propaganda, 28% dos estudantes de Jornalismo, 25% dos estudantes de *Design Digital*, 21% de Biologia, 24% de Pedagogia (IES particular noturno) noturno, 25% de (IES pública noturno) noturno e (IES pública diurno) diurno. Ao somar as outras alternativas que não o comportamento, o lazer ou a comunicação (uso de comunicadores, ver postagens, fazer ligações, ouvir músicas, gravar aulas, fazer check-in) percebemos que os resultados são mais expressivos do que para o uso efetivamente de uma atividade escolar. As somas totalizam 72% no Curso de Publicidade, 64% no Curso de Jornalismo, 70% no Curso de Design Digital, 72% no Curso de Biologia, 78% no Curso de Pedagogia (IES particular noturno), 74% Pedagogia (IES pública noturno), 68% no Curso de Pedagogia (IES pública diurno). Nem mesmo o fato da pesquisa ser feita no ambiente acadêmico, em sala de aula e com a presença de um docente, inibe o aluno de revelar o real uso. Desta forma, o uso do dispositivo não alcança comportamento que ajudem o uso escolar no que se refere ao conteúdo.

Quando perguntados sobre quais itens são indispensáveis para o estudo/aulas ou faculdade, os universitários escolhem um número variado de alternativas: 29% dos alunos elegem o *smartphone* como relevante, 28% dos alunos elegem o *notebook* com acesso à *internet*, o que pode refletir a necessidade atual do computador pessoal para facilitar a elaboração de trabalhos, pesquisas e assim, a otimização do tempo dos alunos, já que os mesmos têm como característica trabalhar e estudar. O que os dados vão afirmando é que o *smartphone* não é considerado dispositivo para estudo, pois apesar de presença constante e diária, outros dispositivos são mais fortemente ligados ao estudo e ao trabalho escolar. Aqui podemos afirmar que o uso do computador e dos comunicadores instantâneos facilita e agiliza o processo escolar no que se refere à elaboração de trabalhos, entretanto, é um uso aquém de suas possibilidades. Importante deixar evidente que os dispositivos poderiam contribuir para além de registros e comunicação e poderiam compor o cotidiano escolar como ferramenta de pesquisas com propósito de aprofundamento de conhecimento de conteúdos, através de várias formas de textos disponíveis e pelo imediatismo já que estão com os alunos o tempo todo.

Vale destacar que o livro aparece com 23% das respostas como dispositivo tradicional que acompanha a formação superior. Se compararmos estes resultados à pesquisa realizada pelo

IBOPE (2016)¹¹, podemos verificar que 90% dos alunos de Ensino Superior são considerados leitores¹², dentre os 56% da população (104 milhões).

Na faixa etária correspondente aos universitários em estudo – 18 a 24 anos –, 21 % leem porque gostam e 20% por atualização cultural e conhecimento geral. Feito o recorte para Ensino Superior como faixa de estudo, os resultados alcançam 20% por afeição, 28% por atualização cultural e 7% por exigência escolar ou da faculdade. Desta forma, os dados da análise por curso com a porcentagem de leitura identificada nas respostas dos estudantes que compõem esta pesquisa demonstram proximidade de comportamentos entre os alunos quanto ao hábito de ler. Considerando o âmbito universitário, as porcentagens são pequenas em relação aos hábitos de leitura, que se relacionando com pequeno uso de tablet (dispositivo de leitura) e com o pequeno uso dos smartphones para pesquisa podemos pensar que o aluno lê muito pouco o que é um fator relevante e preocupante para o ensino já que a leitura é um dos fundamentos do processo ensino–aprendizagem e de algumas carreiras presentes na amostra, tais como: licenciaturas, jornalismo e publicidade e propaganda.

Quando perguntados sobre as atividades que realizam durante o dia na *internet*, é perceptível uma variedade de opções nas respostas dos estudantes: 25% fazem consulta em *sites* de busca, 24% dos alunos usam o bate-papo, 22% dos alunos postam conteúdos nas redes sociais, 12% dos alunos sincronizam música e 11% dos alunos jogam.

Acreditamos que a própria variedade de atividades e a frequência relacionada ao uso de um dispositivo que reúne diversas funções – o *smartphone* –apresentam argumentos para conceituar que as atividades *on-line* não são mais complementares à rotina, mas fazem parte dela com a mesma complexidade de qualquer outra atividade.

Dentre os cursos estudados, há uma similaridade de resultados se analisadas as duas maiores porcentagens quanto às práticas diárias com a *internet*: no Curso de Publicidade e Propaganda 30% optam por fazer consulta em *site* de busca e 21% navegam em *sites* de bate-papo. No curso de Jornalismo destacam-se as opções de postar conteúdos em redes sociais (30%) e bate-papo (26%). No curso de *Design* Digital, 29% dos alunos diariamente fazem consulta em *site* de busca e 21% utilizam o bate papo. No curso de Biologia, 31% fazem consulta em *site* de busca e 24% postam conteúdos na *internet*. No curso de Pedagogia (IES

¹¹ Pesquisa realizada pelo IBOPE intitulada “Hábitos de Leitura no Brasil” de Março de 2016. Disponível em <http://www.publishnews.com.br/estaticos/uploads/2016/05/zPurbYyLtHcykd8onwpYk7qz6lopAWUYdDIHbLRAKy1FQWdCNf64T4VIOIZAP7BUJAxYsxbY73VaWp.pdf>. Acesso em: [04 de janeiro de 2018.]

¹² A pesquisa do IBOPE considera leitores: aquele que leu, inteiro ou em partes, pelo menos, 01 livro nos últimos 3 meses.

particular noturno), 29% usam bate-papo e 23% usam a *internet* para sincronizar músicas. Já no Curso de Pedagogia (IES pública noturno), 32% fazem consulta em *site* de busca, 27% usam o bate-papo. Já no curso de Pedagogia (IES pública diurno), 28% fazem consulta em *site* de busca e 25% postam conteúdos em redes sociais. Se analisadas as especificidades de cada curso, perfil de aluno e perfil digital em sala de aula percebe-se que o resultado do que fazem os universitários durante o dia garante que práticas digitais são semelhantes entre eles independentemente da escolha profissional. Pedagogia e Jornalismo se destacam quanto à postagem, independente de considerações sobre o conteúdo.

Na análise específica de cada curso, ainda considerando os dados sobre uso diário da *internet*, há uma pequena variação se acrescentarmos mais um item citado e elegermos as três maiores porcentagens. Estas três escolhas de resultado se deram devido ao fato de estes estudantes estarem na faixa acima de 20% de porcentagem de alternativas. Juntos, estes três primeiros itens apresentados totalizam 70% das respostas.

No curso de Publicidade e Propaganda, 30% dos entrevistados fazem consulta na *internet*, 21% usam o bate-papo e 20% postam conteúdos nas redes sociais. Já no curso de Jornalismo, 30% postam conteúdos nas redes sociais, 26% usam o bate-papo e 12% sincronizam música por assinatura. No curso de *Design* Digital, 29% fazem pesquisa em *sites* de busca, 21% usam o bate-papo e 17% postam conteúdos nas redes sociais.

No curso de Biologia, 31% dos alunos fazem consultas em *sites* de busca, 24% dos alunos postam conteúdos nas redes sociais e 20% dos alunos usam o bate-papo. No curso de Pedagogia (IES particular noturno), 23% dos estudantes usam a *internet* para sincronizar música, 29% dos estudantes usam para bate-papo e 19% dos estudantes usam para jogos. No curso de Pedagogia (IES pública noturno), 32% dos estudantes fazem consultas, 27% dos estudantes usam o bate-papo, 23% dos estudantes postam conteúdos nas redes sociais. Já na Pedagogia (IES pública diurno), 28% dos alunos fazem consultas, 25% dos alunos usam o bate-papo e também 25% dos alunos postam conteúdos nas redes sociais.

Em relação aos cursos de Pedagogia os resultados demonstram o uso de consultas pessoais e também a postagem de conteúdos, o que não faz parte das atividades de estágio ou de trabalho relacionado à área e pode caracterizar o uso para fins particulares e pouca relação com atividades acadêmicas.

Para tentar refinar os dados sobre essa participação, perguntamos aos estudantes: “Tanto no *Twitter* como no *Facebook*, você lê apenas o texto da postagem ou clica nele para ter acesso ao conteúdo completo?”.

No Curso de Publicidade e Propaganda, 54% dos alunos respondeu que acessa o conteúdo, 34% dos alunos dizem depender do conteúdo e 13% dos alunos não responderam. No Curso de Jornalismo, 74% dos alunos diz acessar o conteúdo, 1% dos alunos apenas vê o título e 5% dos alunos diz que depende do interesse no momento. No curso de *Design Digital*, 54% dos universitários dizem clicar na postagem para ver o conteúdo completo, 10% dizem que clicam dependendo do assunto e 2% apenas leem o título. No curso de Biologia, 58% buscam o conteúdo completo, 18% dizem depender da temática e 3% leem apenas o título. No curso de Pedagogia (IES particular noturno), 58% clicam no conteúdo completo, 25% leem dependendo do conteúdo e 9% leem apenas o título. No curso de Pedagogia (IES pública noturno), 46% leem o conteúdo completo, 18% leem dependendo do conteúdo e 35% não leem. No curso de Pedagogia (IES pública diurno), 48% clicam para ler todo o conteúdo, 45% leem dependendo do conteúdo, 2,5% leem apenas o título de 5% não responderam. A leitura pode ser caracterizada através destes dados já que o aluno não apenas vê as “chamadas”, mas também acessa os conteúdos. Importante considerar que a seleção é feita pelo próprio aluno, isto é, que ele mesmo seleciona suas páginas dentro do *Facebook* para receber as notícias e deve ir até a página dos veículos, meios ou produtor do conteúdo e segui-lo. Tal ação na rede social faz com que apareça em seu *feed* de notícias ou sua página as chamadas jornalísticas noticiadas pelo produtor com acesso ao conteúdo. Desta forma, o aluno é o selecionador de conteúdos e sua leitura é, portanto, filtrada.

O acesso aos *blogs* também é muito pequeno entre os estudantes que fazem parte desta pesquisa: em média 10% dos alunos afirmaram utilizar *blogs* e de maneira bem variada. O Blog é uma ferramenta digital que traz em seu conteúdo um tipo de informação diferente daquelas disponíveis nas redes sociais. Nos resultados percebe-se o pequeno acesso em blogs de personalidade, variedades, moda, humor e entretenimento. É perceptível que as instituições de ensino não solicitam que o aluno use o blog como recurso de busca de conteúdo e tampouco estes consigam eleger o blog como ferramenta para o estudo.

Perguntando sobre o uso do *e-mail* tem-se que é um instrumento usado pelos alunos para receber informações formais (43%) e enviar arquivos (43%), com frequência de duas vezes ao dia (37%) ou apenas quando notificados e então realiza a leitura (33%). É significativo evidenciar que o *e-mail*, ou mensagem eletrônica, foi a primeira forma de envio de mensagens privadas na *internet* e ainda se caracteriza pela formalidade, já que é através dela que são feitos registros de documentos. Dentre as especificidades dos cursos estudados, podemos dizer que duas são as utilidades da ferramenta *e-mail*: no curso de Publicidade e Propaganda, 43% usam-no para receber informações formais e 48% enviar arquivos. No curso de Jornalismo, 45%

usam-no para receber informações e 38% para enviar arquivos. No curso de *Design Digital* 41% dos alunos usam-no para receber informações formais e 44% para enviar arquivos. No curso de *Biologia*, 45% usam-no para receber informações formais e 39% para enviar arquivos. No curso de *Pedagogia (IES particular noturno)* 38% dos estudantes usam-no para receber informações formais e 51% para enviar arquivos. No curso de *Pedagogia (IES pública noturno)* 44% usam-no para receber informações e 44% para enviar arquivos. No curso de *Pedagogia (IES publica diurno)* 41% usam-no para receber informações formais e 41% para enviar arquivos.

Talvez o *e-mail* tenha a formalidade e necessidade de melhor apoio de tela para leitura, ou seja, é mais confortável usá-lo em *notebooks* e computadores de mesa. Assim, esta ferramenta assumiu um papel formal diante das possibilidades de mensagens instantâneas que os dispositivos móveis, como o *smartphone*, proporcionam. Percebe-se aqui alteração no uso entre dispositivos, recursos e utilização. O email- que antes era usado no computador pessoal e para mensagens formais agora é no dispositivo *smartphone* também, e acessado em qualquer lugar e momento. As comunicações rápidas eram feitas por ligações telefônicas agora são substituídas, na maioria das vezes, por mensagens instantâneas feitas por aplicativos ou comunicadores. O *smartphone* conectado via internet inclui possibilidades de acesso aos aplicativos, e-mails e redes sociais.

Em relação ao serviço de armazenamento de dados, 70% dos alunos afirmam usar e nota-se algumas diferenças nos resultados específicos de cada curso. Se analisados os cursos, 92% dos alunos do curso de *Publicidade e Propaganda* usam o serviço, 65% dos alunos do *Curso de Jornalismo* usam o serviço e 85% dos alunos do curso de *Design Digital* também usam. Nestes casos, acreditamos que o perfil do curso e da formação profissional exija o salvamento de projetos práticos que e, portanto, o uso constante de serviços de armazenamento.

Nos cursos de *Biologia* apenas 58% dos alunos usam o serviço de armazenamento o que pode ser relacionando ao auxílio aos trabalhos acadêmicos. Na área da educação, 34% dos alunos de *Pedagogia (IES particular noturno)* usam o serviço de armazenamento, 80% dos alunos do curso de *Pedagogia (IES pública noturno)* também usam o serviço de armazenamento e 61% dos alunos do curso de *Pedagogia (IES pública diurno)* usam o serviço. Nas licenciaturas não se percebe o uso relacionado à formação profissional, mas, podemos dizer que o uso está sendo ampliado como forma de segurança de arquivos.

Nota-se também o serviço de armazenamento “nas nuvens” ainda é pouco usado, aparecendo apenas em 16% das respostas. O uso de armazenamento é mesmo feito em *e-mails* e *pen drive* em 32% dos casos (para cada item). Alguns alunos ainda usam diversos locais 11% e 7% usam HD externo. É importante destacar que os cursos que usam mais armazenamento

também usam mais “as nuvens”, como é o caso do curso de Publicidade e Propaganda, que usa 22% de ferramentas de armazenamento em nuvem, e o curso de *Design Digital*, que usa 26%. Vale lembrar que esse serviço de armazenamento de arquivos surgiu nos últimos anos, principalmente após os anos 2000, em que empresas de tecnologia investiram em *drives* próprios como *OneDrive*, *DropBox* e *Google Drive*. A questão do armazenamento nas nuvens ainda gera insegurança aos usuários e, por isso, acreditamos ter pouca adesão mesmo em cursos como o de publicidade, jornalismo e design digital em que a tecnologia faz parte do componente curricular. Talvez o pen drive e o HD tenham uma semelhança aos cadernos, ou sejam o aluno pode levar, tem algo físico para comprovar. Já o serviço de armazenamento nas nuvens está disponível após acesso a um dispositivo não ofertando o aparato físico.

Perguntados sobre sua relação com redes sociais os universitários revelaram um perfil médio que atribuiu as seguintes porcentagens diárias: *Facebook* é a rede com maior uso, presente em 44% das respostas dos alunos. Já o *Instagram* tem 26% de uso dos alunos, seguido pelo *Snapchat*, com 15%. A variedade aponta que um mesmo aluno tem perfis em redes diferentes que atendem a formas de relacionamento diferenciadas. Outras redes sociais têm porcentagens abaixo de 10% como, por exemplo, o *Twitter*. Analisando os dados, percebe-se que, hoje, as redes sociais são ferramentas de formação de grupos e compartilhamento de arquivos, além de permitir um relacionamento diferenciado com docentes. O *Facebook* surgiu em 2004 por uma iniciativa para agrupar uma página social em que as pessoas pudessem listar suas fotos, notícias e interesses. Chamado de perfil, a página pessoal é administrada por cada usuário que autoriza ou convida pessoas para fazerem parte de seu grupo. Se analisados cada um dos cursos, percebe-se que as três primeiras redes acessadas pelos alunos são *Facebook*, *Instagram* e *Snapchat*.

Analisando as particularidades tem-se que no curso de Publicidade e Propaganda, 37% usam o *Facebook*, 28% usam o *Instagram* e 17% o *Snapchat*. No curso de Jornalismo, 39% usam o *Facebook*, 31% o *Instagram* e 14% o *Snapchat*. No curso de *Design Digital*, 48% usam o *Facebook*, 28% usam o *Instagram* e 15% o *Snapchat*. No curso de Biologia 43% usam o *Facebook*, 24% o *Instagram* e 13% o *Snapchat*. No curso de Pedagogia (IES particular noturno), 55% usam o *Facebook*, 26% usam o *Instagram* e 8% o *Snapchat*. No curso de Pedagogia (IES pública noturno) 48% usam o *Facebook*, 24% usam o *Instagram* e 13% o *Snapchat*. Por fim, no curso de Pedagogia (IES pública diurno) 42% usam o *Facebook*, 19% usam o *Instagram* e 21% o *Snapchat*. O uso do *Facebook* é maior entre os alunos dos cursos de Pedagogia do que entre os alunos de outros cursos investigados o que salienta os resultados anteriores em que o uso da *internet* e do *smartphone* também é expressivo nos cursos de

Pedagogia. O *Facebook* aparece como a principal rede social, junto do *Instagram* e *Snapchat* que são redes sociais mais relacionadas a fotografias do que a conteúdos.

O *Twitter* não é usado pelos universitários, aparecendo nos índices de todos os cursos com porcentagens baixas: no Curso de Publicidade e Propaganda apenas 9%, no curso de Jornalismo 9%, no curso de *Design Digital* 6%, no curso de Biologia 3%, no Curso de Pedagogia (IES particular noturno) 3%, no curso de Pedagogia (IES pública noturno) 6% e no Curso de Pedagogia (IES pública diurno) 3%. O *Twitter* tem um conceito de *microblog*, é composto para mensagens pequenas e é conhecido popularmente como uma rede mais intelectual. As mensagens têm poucos números de caracteres e aparecem aos seguidores do perfil. Os cursos de jornalismo e publicidade, que tem como base a redação, apresentam uma maior porcentagem de uso do *Twitter*, reforçando que os próprios estágios e trabalhos da área podem exigir e povocar.

Perfazendo os dados sobre uso do *Twitter* a pesquisa revela que há uma dificuldade em identificar o perfil de seguidores o que reforça o não uso da rede. Se observados os perfis citados podemos dizer que aparecem familiares e amigos, cantores/ grupos musicais, perfis de informações jornalísticas, perfis de times de futebol, perfis específicos da área de estudo e blogueiros/*youtubers* conhecidos.

Outro dado importante é que, quando perguntados sobre o acompanhamento das postagens da rede social, a maioria respondeu “não” ou “nem sempre”. A pergunta foi realizada da seguinte maneira “No *Twitter*, você é um usuário que acompanha as postagens de quem você segue?”. Um seguidor de perfil do *Twitter* tem de estar sempre conectado e, pela característica de ser movido pela redação em poucas palavras, a rede não é tão fácil de ser acompanhada.

Relacionando estes resultados de perfil de redes sociais com os resultados anteriores que versam sobre o uso diário de *internet* pode-se afirmar que a maior parte das postagens é de fotos, comentários e pequenos textos. A escolha de rede sociais está relacionada a este uso, ou seja, *Faceook*, *Instragram* e *Snapchat* são fundamentados em imagens e curtas frases por isso são mais usados. Em relação aos alunos do Curso de Pedagogia percebe-se o grande uso das redes, principalmente do *Facebook*, *Instagram* mas, um pequeno destaque ao *Snapchat*, conforme destaque na tabela 17.

Tabela 16 - Quais redes sociais usa diariamente

Frequência	PUBLICIDADE PROPAGANDA	JORNALISMO	DESIGN DIGITAL	BIOLOGIA	PEDAGOGIA NOTURNO (IES particular)	PEDAGOGIA NOTURNO (IES pública)	PEDAGOGIA DIURNO (IES pública)
<i>Facebook</i>	50 – 37%	45 – 39%	38 – 48%	29 – 43%	42 – 55%	38 – 48%	38 – 42%
<i>Twitter</i>	12 – 9%	10 – 9%	5 – 6%	2 – 3%	2 – 3%	6 – 6%	3 – 3%
<i>Instagram</i>	37 – 28%	35 – 31%	22 – 28%	16 – 24%	20 – 26%	19 – 24%	17 – 19%
<i>Swarm</i>	0-0%	0-0%	0-0%	0-0%	0-0%	1 – 1%	0-0%
<i>Snaochat</i>	23 – 17%	16 – 14%	12 – 15%	9 – 13%	6 – 8%	10 – 13%	19 – 21%
<i>Periscope</i>	2 – 1%	1 – 1%	1 – 1%	0-0%	0-0%	0-0%	0-0%
Outra	9 – 7%	5 – 4%	1 – 1%	9 – 13%	5 – 6%	5 – 6%	13 – 14%
Não respondeu	1 – 7%	2 – 2%	1 – 1%	2 – 3%	2 – 3%	0-0%	1 – 1%
Total	134 – 100%	114 – 100%	80 – 100%	67 – 100%	77 – 100%	79 – 100%	91 – 100%

Fonte: Própria Autora

Quando perguntados sobre o uso das redes sociais na elaboração dos trabalhos acadêmicos, identificamos que as redes são transformadas em ferramentas para comunicação já que a média de uso dentre os cursos é de 43% para formação de grupos/troca de informações com colegas de sala. O item pesquisa tem uma média de 28%. Se remetermos esses dados ao conceito da *internet*, percebemos que a proposta de facilitadora de pesquisa – conceito de termo comum – não se aplica às redes sociais. As redes têm a funcionalidade de serem facilitadoras. É possível que os estudantes já tenham reunidos no seu âmbito social os amigos de escola dentro de um perfil e que considerem mais fácil organizar seus trabalhos junto às postagens sociais. O contato com professores por meio das redes sociais também aparece com porcentagem significativa, 28%. Este dado indica que a relação docente-aluno foi alterada com a presença das redes, ou seja, docentes com perfil nas redes sociais para atividades particulares abrem espaço aos alunos para soluções de temas acadêmicos.

Em relação ao uso das redes sociais e dispositivos eletrônicos para fins acadêmicos, fica claro, a partir dos dados analisados, que o estudante traz essa característica do cotidiano, mas não sabe como usá-la em sua totalidade para atividades acadêmicas. Assim, as redes sociais estão presentes como parte da vida dos estudantes, fato que pode ser confirmado com os dados coletados: 73% dos alunos afirmam que usam as redes o dia todo e 7% usam duas vezes ao dia ou mais. Na tabela abaixo ainda podemos notar que as licenciaturas usam mais as redes sociais para pesquisa sobre tema para trabalhos de faculdade, fato esse que pode ser relacionado a resultados anteriores que aferem sobre o uso da *internet*, *smatphone* e computador que ressaltam nas licenciaturas o bate papo e pesquisa e compartilhamento de arquivos.

Tabela 17 - Usos das redes sociais para trabalhos de faculdade

Itens	PUBLICIDADE E PROPAGANDA NDA	JORNALIS- MO	DESIGN DIGITAL	BIOLOGIA	PEDAGOGIA NOTURNO (IES particular)	PEDAGOGIA NOTURNO (IES pública)	PEDAGOGIA DIURNO (IES pública)
Formação de grupos para troca de informações com colegas de sala	48 – 43%	46 – 40%	32 – 36 %	31 – 44%	42 – 43%	37 – 52%	39-45%
Pesquisa sobre os temas e para trabalhos	35 – 31%	31 – 27%	22 – 25%	21 – 30%	31 – 32%	18 – 25%	26-30%
Contato com professor da área	27 – 24%	37 – 32%	34 – 38%	17 – 24%	24 – 25%	17 – 23%	22-25%
Outros	0-0%	1 – 1%	0-0%	0-0%	0-0%	1 – 1%	0-0%
Não respondeu	1 – 2%	0-0%	0-0%	1 – 2%	1 – 1%	0-0%	0-0%
Total	111 – 100%	115 -100%	88-100%	70-100%	98-100%	73-100%	87-100%

Fonte: Própria Autora

Ainda sobre o uso de links recebidos e seu uso na vida acadêmica podemos dizer que de forma geral, os alunos usam *links* recebidos nas redes sociais como fontes para trabalhos. A pergunta feita foi: “Comente a frase: ‘já usei para trabalhos escolares *links* recebidos pelo Facebook’”.

No curso de Publicidade e Propaganda, 21% dos alunos dizem que sim objetivamente ou dão breves explicações, 8% não usam, 6% não responderam. 65% dos alunos fazem relatos como que relacionam o uso ao assunto de interesse, à complementação da fala dos docentes, à possibilidade de uma segunda fonte, ao envio de trabalhos, ao acompanhamento de postagens dos docentes, à comunicação para elaboração de trabalho de grupos.

Quando perguntados sobre o *Whatsapp*, 98% dos alunos afirmaram possuir número bem próximo em todos os cursos e fazer dessa rede uma nova forma de comunicação e organização pessoal. É importante destacar que a grande atração do aplicativo é a forma instantânea e *on-line* de envio de mensagens, gravações de áudio e compartilhamento de arquivos. Diferentemente do sistema de telefonia, não há cobrança de uso, é preciso apenas a conexão à *internet*.

Tabela 18 - Tem Whatsapp?

Frequência	PUBLICIDADE E PROPAGANDA	JORNALISMO	DESIGN DIGITAL	BIOLOGIA	PEDAGOGIA NOTURNO (IES particular)	PEDAGOGIA NOTURNO (IES pública)	PEDAGOGIA DIURNO (IES pública)
Sim	51 – 98%	49 – 98 %	41 – 100%	31 – 94%	43-95%	43 – 100%	39 – 98%
Não	1 – 2%	1 – 2%	0-0%	1 – 3%	2-5%	0-0%	0-0%
Não respondeu	0-0%	0-0%	0-0%	1 – 3%	0-0%	0-0%	1-2%
Total	52 – 100%	50 – 100%	41 – 100%	33 – 100%	45 – 100%	43 – 100%	40 – 100%

Fonte: Própria Autora

Em relação ao uso do *Whatsapp* nas atividades acadêmicas, as informações obtidas indicam que as funções do aplicativo estabelecidas na rotina acadêmica dos alunos são: trocar informações, fazer comunicações com o grupo de trabalho, passar arquivos e calendários de entrega, contatar professores, agendar encontro dos grupos, discutir conteúdos de trabalhos, elucidar dúvidas, compartilhar arquivos e fotos, enviar ideias, gravar áudio para melhor explicação e fotos para tirar dúvida, trocar mensagens para montar trabalhos, dividir as tarefas de desenvolvimento de trabalhos, reduzir custos de ligações e trocar referências bibliográficas. Sobre os usos do *Whatsapp* no dia-a-dia, destaca-se a citação da família: é usado para conversas em geral, com a família, paqueras, amigos, amigos da faculdade, pais e agendamento de compromissos profissionais. Ainda em relação ao *whatsapp*, podem ser sugeridas algumas reflexões em relação ao seu uso já que ele não tem uma característica de uso escolar sendo utilizado para troca de mensagem e organização de trabalhos como troca de arquivos.

Completando a análise sobre o aplicativo os resultados de uma questão aberta são relevantes e relativizam as características acima. A questão investiga o uso do *Whatsapp* para realização de trabalhos acadêmicos e teve como principal resultado a palavra *conversar*, que aparece de várias maneiras em estudantes de todos os cursos investigados, em várias situações e contextos. Aparecem também as palavras e expressões: *comunicação, troca de informações, conversa com docentes, discussão de trabalhos, combinar trabalhos; avisos e conversar em grupos* e organização da vida familiar.

A partir das respostas, fica claro que o *Whatsapp* substitui a ligação telefônica com aparentes vantagens, pois não é tarifado pelos minutos de ligação ou conversa e pode ser usado em modo de mensagem, portanto, dentro de aulas e reuniões sem ser necessário acessar o modo de voz. Já desde 2015, o *Whatsapp* é considerado pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope)¹³ como o aplicativo mais usado pelos brasileiros, alcançando 93% de índice de uso dentre as redes sociais.

Dentre os cursos investigados neste trabalho, percebemos muitas características semelhantes em relação ao uso do aplicativo já que quando perguntados sobre as formas de utilizar a maioria diz: “formação de grupos, troca de fontes, *upload* de documentos”, “organização de grupo, compartilhamento de documentos” e comunicação com membro do grupo”.

¹³ Pesquisa realizada pelo Ibope. Disponível em: <<http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/whatsapp-e-o-aplicativo-mais-usado-pelos-internautas-brasileiros/>>. Acesso em: 27 ago. 2017.

Sobre os gastos com pacotes de *internet* para dispositivos móveis, 68% dos entrevistados valem-se de pacotes de dados, 16% de pacote de voz, 52% pacote de sms/mms e apenas 5% de pacotes de *internet* para *tablet*.

Tabela 19 - Gasto com pacotes de dados para *Smartphone*

Frequência	PUBLICIDADE E PROPAGANDA	JORNALISMO	DESIGN DIGITAL	BIOLOGIA	PEDAGOGIA NOTURNO (IES particular)	PEDAGOGIA NOTURNO (IES pública)	PEDAGOGIA DIURNO (IES pública)
Sim	35 – 67%	39 – 78%	22 – 54%	22 – 67%	22 – 50%	30-68%	31 – 78%
Não	15 – 29%	9 – 18%	18 – 44%	10 – 22%	18 – 41%	14-32%	8 – 20%
Não respondeu	2 – 4%	2 – 4%	1 – 2%	1 – 3%	4 – 9%	0-0%	1 – 2%
Total	52-100%	50-100%	41-100%	33-100%	44-100%	44-100%	40-100%

Fonte: Própria Autora.

Perguntados sobre qual tipo de *internet* usa no *smartphone*, a maioria respondeu tanto o *wireless* da própria casa ou redes de livre acesso, quanto o pacote de dados pessoal. Em relação à *internet* e às redes sociais, temos informações da pesquisa realizada pela Fundação Telefônica, em conjunto com Ibope e com a USP, intitulada “Juventude Conectada”, que demonstra que o Brasil é o quarto colocado no *ranking* latino-americano de domicílios com acesso à *internet*, tendo índice de 44% dos lares da área urbana com acesso à rede. A pesquisa ainda mostra que 37% da população brasileira usa a *internet* para atividades de comunicação, 29,6% para atividades de lazer, 28,7% para leitura de jornais, revistas e busca por informações e 28,1% para educação e aprendizagem.

É possível então comparar os dados levantados em nossa pesquisa e os da pesquisa da Fundação Telefônica e concluir que, no que se refere ao Ensino Superior, há mais acesso à *internet* por essa parcela da população, portanto, a faixa etária e o nível de ensino são itens que influenciam na formação do hábito. O acesso também pode ser acentuado devido ao fato de estes estudantes já estarem no mercado de trabalho e poderem arcar com custos da *internet* móvel.

Através da análise dados acima, e propondo um diálogo com os autores estudados e suas concepções, podem ser feitas algumas considerações. Tendo em vista as definições de Williams (2000), que enxerga a cultura de um primeiro ângulo como algo que representa um momento, um desenvolvimento intelectual, estético e espiritual, dessa forma, observa-se que faz parte da cultura brasileira atual a procura pelo Ensino Superior; dentro disso, trabalho e estudo, ou seja, é claro que a pesquisa nos apresenta um perfil de estudantes que reflete novos comportamentos, adquiridos nas últimas décadas, com a ascensão do Ensino Superior noturno e particular, fruto

de políticas públicas de incentivo como a abertura e ampliação de cursos de graduação em escolas particulares e públicas. Esse maior acesso ao Ensino Superior também foi propiciado pela a implantação de programas de financiamento, como o Fies, e de incentivo, como o ProUni.

Mais adiante em seus estudos, Williams (2000) também estabelece a cultura como um espaço na relação entre economia, produção e sociedade, o que, de certa forma, valida nossos dados em relação à aquisição de equipamentos eletrônicos e sua presença como intermediador de contatos sociais e acadêmicos. Na verdade, as formas de registro tradicionais ganharam reforço com a presença dos novos dispositivos. Percebemos, a partir dos dados, que não há substituição dos dispositivos tradicionais em sala de aula, reforçando a ideia de Williams (2000) de que “o lado de fora, o meio, está sempre em construção” e a construção não exige necessariamente rupturas, ela pode requerer junções. Utilizando ainda os estudos e definições para provocar um entendimento dos dados, é possível afirmar que as redes sociais são facilitadoras de agendas proporcionando a rapidez e o melhor funcionamento da comunicação entre colegas de sala.

Geertz (2008) contribui com estudos sobre cultura esclarecendo que é preciso pensar nos sistemas materiais que, no caso, podem ser definidos por tecnologias, aparelhos e dispositivos, que avançam em direção a atender todas as necessidades de acesso, de monitoramento e de controle do ser humano, tendo em vista o número dos chamados *apps* (aplicativos), que monitoram várias das tarefas diárias; também do sistema imaterial simbólico, que é a adequação de “cuidar de uma nova vida”, um novo perfil, um novo “avatar”, construindo linguagens próprias e um sentido semiótico baseado em suas novas narrativas.

O autor ainda nos apresenta o conceito de teias compostas de interpretações, assim como é o universitário em seu papel de estudante, jovem, filho, trabalhador, estagiário, amigos nas horas de lazer e compartilhador de arquivos que estão recheados de simbologias nas escolhas. Geertz também nos remete à ideia de multigeração, uma geração plural que vive tudo ao mesmo tempo e contribui, assim, para uma cultura mais fragmentada, que não é unívoca, ou seja, que são *culturas*.

A tecnologia denota novos modos de organização social que configuram a evolução do sistema de massa para novos tipos de entretenimentos e serviços. Remetendo a Bourdieu (2001), não existe aqui diferença entre classes, gostos e padrões estéticos; nesse caso, os padrões são os mesmos para o lazer, para o uso da tecnologia e, por conseguinte, da *internet*.

3.3.1. Práticas relatadas em grupos focais

Como segunda fase de busca de dados empíricos, entrevistamos os universitários dentro de uma metodologia qualitativa *focus group* (ou grupos focais). Antes de iniciar a análise dos dados, é preciso conceituar a pesquisa qualitativa de forma a referenciar tal método na atualidade da pesquisa empírica contemporânea. São muitas as premissas que cercam o uso da pesquisa *quali*, como é chamada entre os pesquisadores.

Neste sentido, Flick (2004, p.17) argumenta que a relevância da pesquisa qualitativa “para os estudos das relações sociais deve-se ao fato da pluralização das esferas da vida”, ou seja, o surgimento de novas culturas, as mudanças de hábitos, estilos e novos comportamentos determinam cada vez análises e novas necessidade da familiaridade com o fato e com as práticas cotidianas.

[...] a pesquisa qualitativa não se baseia num campo teórico e metodológico unificado. Várias abordagens teóricas e seus métodos caracterizam as discussões e a prática de pesquisa. Os pontos de vista subjetivos são um primeiro ponto de partida. Uma segunda corrente de pesquisa estuda a elaboração e o curso das interações, ao passo que uma terceira busca reconstruir as estruturas do campo social e o significado latente das práticas (FLICK, 2004, p. 22).

A centralidade das pesquisas qualitativas é analisar novas experiências, relatos de vivências e do cotidiano. Assim, no que diz respeito ao estudo aqui proposto, este se torna um método importante para que a cultura digital seja entendida como cultura escolar. Nos primeiros capítulos, vimos as culturas apresentadas como parte de um cotidiano que envolve bens materiais e intelectuais, dessa forma, a cultura digital compõe o indivíduo, universitário, e, conseqüentemente, compõe a cultura escolar em diversos aspectos.

No que diz respeito à aplicação realizada, foram propostos grupos focais, cujos componentes são os universitários dos cursos pesquisados: Publicidade e Propaganda, Jornalismo, Biologia, Pedagogia e *Design Digital*. Os grupos foram compostos de uma média de quinze pessoas por vez e as entrevistas foram realizadas nos meses de março e abril de 2017 em horário de aula. Os grupos focais foram agendados previamente.

O roteiro de aplicação foi composto pelas seguintes fases: a) apresentação dos convidados; b) discussão de perguntas com dinâmica de *brainstorming*; c) roteiro de questões; d) comentário dos principais resultados da pesquisa quantitativa pelo grupo-produção-dinâmica de produção de comentários e e) conclusão do que foi exposto pelo grupo focal. As questões elaboradas como roteiro semiestruturado estão elencadas a seguir:

- 1) Você acessou à *internet* hoje? Qual horário? Para quê?
- 2) Comportamento que gostaria de não ter em relação as redes sociais (Exemplo: não vigiar toda hora, não responder a questões polêmicas).
- 3) O que para você define um comportamento digital?
- 4) Muitos estudantes reclamam quando não há acesso ao *wifi* durante as aulas. Por que seria necessário? Qual o uso?
- 5) Tem o hábito de ler? O que costuma ler?
- 6) Tem *e-books*? São organizados? São de estudo ou de leitura pessoal?
- 7) O que te marcou na leitura de *internet* nesta semana? O que te marcou na leitura de *internet* neste mês ou o que te marcou na leitura de *internet* neste ano?
- 8) Nas redes sociais, você é ativo ou apenas observador?
- 9) No *Facebook*, em que tipo de comentários dá sua opinião?
- 10) As redes sociais te ajudam em quê?
- 11) E atrapalham? Em quê?

Figura 3 - Reunião de grupo pesquisado (1)



Fonte: a autora.

Figura 4 - Reunião de grupo pesquisado (2)

Fonte: a autora.

Como resultado geral, temos o acesso à *internet*, por parte dos participantes da pesquisa, diário e constante, ou seja, durante o decorrer do dia, o tempo todo, inclusive durante as aulas. Alguns alunos relataram, espontaneamente, que julgam ser instintivo, impulsivo e necessário o comportamento de checagem imediata das notificações no *Facebook* e no *Whatsapp*. Esse comportamento é intitulado por muitos dos entrevistados como vício e é visto como preocupante.

No que se refere ao fato de estar conectado o dia todo, vários alunos ilustram a situação com as seguintes falas: “[...] Acho que é bem impulsivo mesmo, né? O celular vibra, e, na hora, você pega para ver o que é, você nem pensa, né? Virou um instinto”. Outro aluno faz a seguinte colocação: “[...] Acho que é a proporção do vício, ela atua numa proporção muito grande, em qualquer lugar que você for tem alguém mexendo no celular. Acho que ele tomou um espaço mais do que apropriado”. Analisando um outro depoimento é importante destacar a frase: “[...] Desde a hora que acordei estou acessando”. Reforça a prática digital como algo enraizado nesta geração que também pode ser confirmado pelo comentário “[...] Celular vibra você não sabe o que é, mas precisa ver” e também: “[...] A gente dorme falando”.

O vício relaciona-se também com a perda e a derrota, além do desvio ético e moral”. Dessa forma, o vício afeta, muitas vezes, a moral e a ética, e nossos entrevistados veem-se nesse conflito, considerando a *internet* como um vício e não um comportamento. Aqui, neste trabalho,

considera-se a *internet* um comportamento, já que ela deixou de ser algo usado por poucos e hoje atende à massa populacional mundial e nacional.

Ouvido um outro aluno: “[...] *Acho que com a internet a gente está muito imediatista, né? A gente fica muito ansioso também. Então acho que é por isso que, quando chega uma notificação, a gente vai correndo olhar*”. Um aluno que declara não usar muito diz: “[...] *Eu não sou uma pessoa que liga muito para isso, de final de semana eu até esqueço o celular, mas não tenho certeza do que eu estou falando, porque eu não sei das outras pessoas, mas eu acho que talvez por nossa geração ter crescido nesse meio já, por mais que eu não faça questão, não ligue de final de semana, é automático: você escuta o barulhinho, não é nem uma questão e você se preocupa mesmo, mas é um costume*”.

Sobre estar conectado o tempo todo e o uso exagerado é importante destacar o relato: “[...] *Eu acho que as coisas banalizaram de tal forma que em uma roda de pessoas com celulares, se você não está, você acaba se sentindo excluído*”. Em outro depoimento o aluno explica o impulso de navegar pelas mensagens após o primeiro acesso: “[...] *Ou mesmo o e-mail, né? Às vezes chega e só pelo título não dá para você entender o que é, aí você tem que abrir. Mas o que toma mais meu tempo que eu não gosto, e eu não consigo controlar, é no Facebook. Eu estou vendo, e aí aparecendo mensagens ou notícias que outras pessoas publicaram, aí vou clicando e dentro daquela tem outra, e outra e aí quando eu vejo a hora já passou*”. Esclarecemos que os relatos que dizem estar conectados o tempo todo se referem ao dia todo seja no estágio, no trabalho ou na faculdade: “[...] *estou no estágio ligado na minha conta e o dia todo na plataforma on-line*”.

Sobre o uso do *wifi* em sala de aula, perguntamos com a intenção de saber como ele é usado para fins acadêmicos e as respostas revelaram que os alunos desejam ter acesso ao *wifi* para conectar-se, mas não necessariamente para fins acadêmicos. Além disso, nunca o *wifi* é utilizado para conferência de conteúdos, pois os alunos não duvidam da credibilidade dos docentes. O grande uso do *wifi* é para a continuidade do acesso às redes sociais.

Perguntados sobre o comportamento que não gostariam de ter na *internet* os resultados nos mostram um aluno ciente da forma de uso e incomodado com tal situação: “[...] *Eu já tentei ficar sem o Facebook, só que quando eu fiquei sem o Facebook, eu ficava sem saber o que estava acontecendo na faculdade. Todos os eventos são divulgados pelo Facebook*”. Ainda sobre o que não gostaria de fazer: “[...] *Acho que é esse comportamento compulsivo de, a todo momento, querer acessar*”. Outra fala completa o relato do grupo: “[...] *Ao mesmo tempo em que você está acessando algo específico, tem um bombardeio de outras informações, muitas não têm nada a ver com aquilo que você está acessando. Então fica esse caos, cada um quer expor tudo ao mesmo tempo. Ao mesmo tempo em que você está focado em algo, você fica sendo exposto a receber outros tipos de informações, fica aquele bombardeio de coisas, e isso é até estressante, porque você quer acesso a algo mais específico*”.

Uma última colocação por ser importante para entender a visão do aluno em relação a este novo comportamento: “[...] *O que eu não gostaria é ficar dependendo muito daquele acesso por*

segurança. Não que eu fique vigiando, mas é automático, você me liga, eu pego o celular e aperto sem querer, às vezes você não quer nem entrar, aí você aperta sem querer porque tem uma notificação, aí você vê algum grupo que não é nem do seu interesse o assunto e, muitas vezes, você acaba dependendo disso, acaba virando uma coisa automática”.

Perguntados sobre comportamento digital, as colocações representativas do grupo: “[...] *Eu acho que tem os dois pontos, mas o predominante é o social. Porque, por exemplo, acho que isso se encaixa mais em quem trabalha na área de comunicação e tecnologia, por exemplo. No meu serviço a gente bate ponto por um aplicativo pelo celular. A gente se comunica por coisas rápidas, pelo Whatsapp ou Google Hangouts, mesmo que eu esteja em casa, e está rolando o horário do serviço, eu estou atento ali*”. Em uma nova fala identificamos a seguinte colocação sobre a rotina do comportamento digital nas redes: “[...] *Facebook é uma coisa rotineira*”. Um aluno diz o que representa a rotina e a predominância de uma navegação sem filtro: “[...] *Sim, aí você abre essa notificação que não interessa e acaba entrando na bola de neve e acaba vendo várias outras coisas, e quando você vê já foram horas*”. Outro relato importante de ser analisado diz: “[...] *Eu acho que as pessoas querem, mas... um exemplo: vira uma dependência. Quando eu entrei na escola, as pessoas conversavam do trabalho nos grupos do Facebook. Então você é obrigado a criar, e quando você vê, você está envolvido naquilo. Também, em 2015, foi o primeiro celular que eu tive, daí foi quando eu comecei a fazer meu Instagram, Whatsapp, você é meio que obrigado a entrar na onda para se comunicar. Ainda mais se você trabalha com comunicação. Comunicação não tem como ficar mais de quatro horas desconectado da internet*”. Um outro comportamento relatado diz: “[...] *você acaba olhando (referindo-se às notificações) e vai para outras páginas*”.

A intenção dos organizadores da *internet* não era a de criar *links* que se desdobrassem em outros *links* e proporcionassem uma rede de informações? Assim, está claro que é desta maneira que esta geração age: acessa o primeiro *link* e procura por mais informações. Depois vieram os criadores das redes sociais com a ideia de agrupar as pessoas que estavam distribuídas na rede em páginas pessoais nas quais seriam autores de suas próprias histórias através de fotos, postagens e comentários, além de acesso a grupos de interesse. Então, além do imediatismo, estes universitários ainda são responsáveis por seus “avatars”, ou por suas páginas, o que os leva a estar conectados não só para acesso, mas também para produção de conteúdo.

Para alguns alunos, o comportamento digital envolve atividades diárias como podemos observar nos relatos: “[...] *eu faço meu TCC on-line, mas minha conta do Facebook tem que estar aberta*”.. Outro relato diz: “[...] *você tem em sua mão todo conteúdo do universo constante*”. Também identificamos o comportamento digital nas atividades de lazer: “[...] *você está numa festa e fica postando e não curte porque está postando no ‘snap’*”. Outro aluno destaca o comportamento digital no cotidiano: ainda relata: “[...] *eu fico pensando, se eu não ver [sic] o Whatsapp, pode ser que, por exemplo, acabou o mundo em algum lugar e eu não estou sabendo, aconteceu alguma coisa, ou vão me chamar para sair, ou vão vir me buscar ou me dar uma carona, eu não vou responder, vou perder. Aí eu fico nessa preocupação, às vezes, durante a aula, eu*

acabo me esquecendo do celular, mas aí, se eu lembro eu já quero olhar e saber o que está acontecendo". Uma outra fala descreve: "[...] o imediatismo está vinculado à facilidade de acesso" e podemos finalizar com a fala de mais um aluno sobre a geração e sua relação com o comportamento digital: [...] *pela nossa geração ter crescido neste meio já, por mais que não faça questão é automático, não é pensado, eu nem sei o que é, justamente por crescer nesse meio, é costume*".

Em nosso entender, usando como referência os autores estudados, o acesso e o controle da *internet* deixam de ser um vício quando a rede é massificada, quando a tecnologia está disponível e no momento em que as rotinas diárias de organização se alteram, usando-a como ferramenta, ou seja, grande parte das rotinas dos seres humanos tem o acesso à *internet* como apoio, como os formulários eletrônicos, os serviços bancários, os serviços de nota fiscal e os agendamentos eletrônicos. Assim, também dentro da sala de aula e da escola, as rotinas administrativas foram otimizadas pelos *e-mails* e formulários, os estudantes também têm acesso a textos por *e-mail* e compartilham arquivos por *Whatsapp*.

Quando perguntados, por exemplo, sobre quais notícias lembram do mês, a maioria citou o escândalo da carne, ou a divulgação da Operação Carne Fraca, feita pela Polícia Federal, em março de 2017. Entretanto, os entrevistados afirmam que é melhor lembrar de temas semanais, devido ao volume de informações: *"é uma coisa que a gente vê muito rápido, aí já vem outra bomba (se referindo a Reforma Trabalhista e Operação Carne Fraca) e já vai ficar pra trás porque vai surgir outra"*.

Na sequência, apresentamos algumas respostas que concentram as respostas sobre leitura. Para os universitários, leitura, atualmente, é *timeline* de *Facebook*. Estes estão sim interessados na rapidez que a *internet* traz e percebe-se até mesmo um comportamento sedentário dos mesmos, já que estão acostumados com facilidades. Esta – facilidade – é a palavra que pode ser uma das grandes características da cultura desta geração. Estar fácil, quer dizer "estar reunido", "estar nas mãos" e, pensando no que propôs o surgimento da *internet*, é possível afirmar que esta seja a geração que demonstra o uso da mesma como componente cultural.

De maneira geral, os alunos fizeram referência à *internet* quando falamos em leitura. Quando questionamos o motivo da citação da *internet* em primeiro lugar, os alunos disseram que é automático: quando pensam em leitura, pensam em redes sociais. Ainda sobre leitura destacamos uma fala interessante que: "[...] A leitura acontece por curiosidade". Outro relato demonstra sobre a rapidez e facilidade de acesso: "[...] Por mais que eu goste de folhear, porque é gostoso, mas é o que você tem mais acesso, mais rápido. Hoje você tem acesso aos *e-books*". Essa fala pode ser reforçada pela frase: "[...] a facilidade ao acesso se torna uma porta que você entra, não precisa estar com *vro*".

Uma outra visão sobre a leitura pela *internet* pode ser explicada por esta colocação: “[...] *um exemplo, eu me interesse por marketing, a gente tem o Philippe Kotler aqui na biblioteca. Aqui eu só posso ficar uma semana e depois tenho que devolver porque tenho colegas que também vão fazer uso, e no meu celular eu posso fazer a leitura a qualquer hora, no meu ritmo, acho que essa facilidade é o que nos faz procurarmos a leitura pela internet*”. Outra fala de aluno representa a facilidade da *internet* para leitura: “[...] *a facilidade de encontrar o que te interessa se você fosse numa biblioteca, o trabalho fisicamente falando, é muito mais fácil acessar o computador e digitar que ele te dá*”. Sobre a leitura em geral, alguns ainda completam: “*É relativo, no nosso caso, futebol, a gente vai parar e ler tudo*”. “[...] *agora os jovens estão lendo mais porque há uma preocupação por parte dos escritores e editores em atender esse público, antes não tinha muito isso, era mais livro infantil ou clássico. No pré-vestibular eu pegava o Machado de Assis, mas talvez não seja uma leitura que naquele tempo fosse algo agradável, agora tem essa preocupação maior*”. Ainda sobre o comportamento de leitura: “[...] *fico mais tempo lendo o Facebook do que postando*”. “[...] *porque é mais rápido, tem coisa que você lê de manhã e vai sair no jornal à noite*”.

A cultura está posta para os universitários como reunião de aspectos simbólicos que o poder econômico não diferencia. A cultura digital veio da “rua”, adentrou as portas das salas de aula e, hoje, faz parte dos perfis dos alunos. A maior reflexão sobre os dados qualitativos versa sobre o uso escolar da *internet* e os resultados reforçam o que os dados quantitativos já indicavam, ou seja, o aluno está conectado o tempo todo, mas, não usa isso para fins de pesquisa acadêmica ou usa muito pouco. O uso é o mesmo do cotidiano semelhante ao de qualquer pessoa que não cursa o ensino superior o que é preocupante já estes alunos não têm tempo de estudo, não tem dinheiro para compra de materiais (exemplo de livros físicos) e poderia então desfrutar da capacidade dos dispositivos para o aprofundamento do estudo. Também fica claro que há uma dúvida sobre o comportamento, ou seja, a maioria considera vício sem saber transformá-lo em recursos para o ensino.

O que parece ficar evidente é que os dispositivos eletrônicos estão disponíveis no cotidiano, mas muitos ainda têm dúvida se os usam corretamente. É como se a cobrança social os interpelasse a todo momento numa tortura que é vício. Na verdade, relacionando isso com os autores estudados, podemos afirmar que a rapidez e o imediatismo são parte da cultura em estudo. Para os universitários, a *internet* é uma questão social. Há um receio de leituras de textos sem referências corretas, mas também há o volume de informações que incomoda. O incômodo é evidente quando a palavra aparece em várias colocações. É característica desta geração lidar com o volume de informações, o que faz com a habilidade em selecioná-los seja importante. Nossa impressão, após a análise dos dados, é que os universitários precisam de orientações sobre como fazer o uso das tecnologias e da *internet* e como tirar proveito disso para atividades acadêmicas.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O que se pode depreender desta pesquisa, diante do exposto e considerando o uso dos dispositivos móveis, é que a *internet* e os dispositivos móveis fazem parte das atividades da cultura escolar e que esta área de estudo, a cultura digital, deve ser compreendida cada vez mais pelos docentes que devem ter um olhar para o auxílio do aluno no uso dos recursos já que, em muitos momentos da análise, percebe-se a incapacidade do aluno de usar o recurso em sua totalidade para fins acadêmicos.

Após analisadas as respostas dos questionários e dos grupos focais, os dados nos encaminham para informações relevantes sobre o comportamento dos universitários dos cursos investigados. Assim como, destacamos durante a análise alguns dados dos Curso de Pedagogia que compõe 41% da amostra e justifica-se por ser objeto de estudo da linha de pesquisa de Formação de Professores e Trabalho Docente do Programa de Pós-Graduação em Educação.

Podemos dizer que o universo analisado no presente trabalho apresenta a realidade do estudante universitário do interior do Estado de São Paulo, colocando em evidência comportamentos que passam despercebidos no cotidiano e que, no entanto, contribuem para as atividades programadas na vida escolar.

A análise científica facultada ao estudo demonstrou que os fenômenos de entendimento das culturas contemporâneas ganharam força com o surgimento da *internet* e das novas formas de interação por meio de dispositivos móveis. Nesta perspectiva, o grande desafio do mundo contemporâneo é o de saber lidar pedagogicamente com a presença das tecnologias, da *internet* e das redes sociais, como apoio ou recurso da cultura escolar.

Nos resultados apontados, percebemos, sim, a presença da *internet* e dos dispositivos como elemento da cultura do cotidiano, que segue adentrando a sala de aula como parte da cultura escolar, entretanto percebemos que o uso se dá de maneira muito aquém daquilo que o dispositivo poderia contribuir e se dá de forma bem parecida com o uso na vida social. Um exemplo disso é que os dispositivos são usados como parte do lazer, conforme resultados apresentados, e são muito pouco usados para pesquisa de apoio à atividade acadêmica.

Os dispositivos eletrônicos não substituem integralmente os dispositivos tradicionais de registro, como o caderno, mas aliam-se às atividades escolares como forma de organização de trabalhos acadêmicos, consultas rápidas e compartilhamento de informações. Como parte de uma geração em que a pluralidade é a uma das características mais marcantes, o aluno que está ao mesmo tempo no trabalho/estágio, tem o acesso à *internet* por dispositivos e elabora seus

conteúdos, a serem entregues em aulas. Ao mesmo tempo, estar em sala de aula não impede mais o estudante de cuidar de suas redes de amizades nas redes sociais.

Na pesquisa empírica, composta por duas fases, uma quantitativa e outra qualitativa, buscamos criar métodos para aferir hipóteses relacionadas ao processo de elaboração do projeto, para isso, criamos dois instrumentos de coleta de dados, sendo o primeiro deles um questionário e, o segundo, a elaboração de grupos focais. Nesse processo, investigamos muito além do perfil do universitário, ou seja, abordamos aspectos de uso ou não de dispositivos em aula e para aula, assim como o mesmo comportamento sobre as redes sociais.

Neste contexto, os alunos estão na faixa etária entre 17 a 25 anos, são solteiros e estudam e/ou fazem estágio para contribuir com o custo dos estudos. A faixa de renda é expressiva entre 1,5 até 3 salários mínimos alcançado o valor médio de R\$ 3.325,14. Os alunos do Curso de Pedagogia da IES pública apresentam uma pequena vantagem financeira. Os pais, em maioria, não possuem ensino superior o que caracteriza o aluno investigado como primeiro membro da família a ir “à faculdade”. De forma geral, é preciso ajuda da família para a manutenção financeira do ensino superior, ou seja, a faculdade é um projeto familiar. Há um equilíbrio entre os sexos dos alunos, mas no Curso de Pedagogia o número de mulheres é mais alto representando 95,8% dos estudantes. A média de todos os cursos é de 67%, o que torna este dado importante e reforça a informação que o Curso de Pedagogia atrai mais o público feminino, mas a presença feminina vem se consolidando nos cursos superiores como um todo. As condições de estudo não são fáceis a este aluno que tem renda baixa e precisa contribuir com estágio ou trabalho para o sustento dos estudos o que resulta num pequeno tempo disponível para atividades acadêmicas fora da sala de aula. Apenas no Curso de Pedagogia (IES pública diurno) um grupo maior de alunos não trabalha, 72%. Nos outros cursos, os alunos trabalham e/ ou fazem estágio e não lhes resta tempo de aprofundar leitura, elaboração de tarefas e compor a formação com outras atividades de pesquisa e extensão.

A falta de recursos financeiros também diminui a possibilidade de acesso à leitura de livros, jornais e revistas, caracterizando-o como um aluno que lê pouco e quando lê o faz por meio de “timelime” ou clicks, nem sempre em conteúdos completos, confiáveis ou aprofundados.

Estes estudantes usam a *internet* como opção de lazer durante a semana, segundo 25% das respostas, e no final de semana, de acordo com 24% dos resultados. Estas opções de lazer dividem o espaço com dançar, sair para beber, sair para jantar e ouvir música, o que nos leva a considerar a *internet* como “acompanhante” das opções de lazer. Em relatos ouvidos na fase de *focus group* confirmamos que o celular tem esta característica de “companhia”.

Em relação ao lazer podemos dizer que a *internet* provocou uma grande alteração, talvez, pudéssemos chamar de ruptura ao deixar de existir um limite de tempo entre o lazer feito durante a semana e no final de semana. A *internet* através de dispositivos como o smartphone, está relacionada às várias formas de lazer, ora como coadjuvante, ora como elemento fato principal. Sem discutir o mérito ou a qualidade, é possível dizer que os dispositivos eletrônicos ampliaram o consumo musical e a leitura, tornando-os “portáteis”. Nos cursos de Pedagogia o uso maior da *internet* pode estar relacionado ao menor tempo livre já que os estágios obrigatórios acontecem numa carga horária grande que se somadas às atividades diárias eliminam outra possibilidade de lazer. Nos finais de semana é perceptível que o tempo livre maior proporciona a ida a restaurantes e bares ou, pode-se dizer, o convívio mais próximo com pessoas. O baixo custo da *internet* e a possibilidade de ser acessada de qualquer lugar dispositivo faz com que passe a existir em complemento, ou substituição as outras atividades de lazer o que pode ser caracteriza como uma das transformações da presença da *internet* na atualidade.

Em relação ao uso dos dispositivos podemos considerar sua forte presença e definir que o uso ainda está aquém do possível e do previsto, já que a contribuição efetiva para pesquisa e reflexão de estudo não ocorre e não faz parte dos hábitos e, portanto, não é traço da cultura digital escolar da atualidade no ensino superior investigado.

Os dispositivos como smartphone são presença constante no cotidiano escolar, mas usados de forma restrita e ainda para comunicação interpessoal, troca de pequenos arquivos e controle de perfis das redes sociais, ou seja, não aparecem relacionados diretamente com a atividade de ensino e pesquisa.

A característica de auxílio à pesquisa proporcionada pela *internet* “a mão” é subutilizada deixando evidente que o aluno não tem direcionamento, hábito, orientação ou demanda, por parte das instituições, de melhor aproveitamento dos conteúdos digitais. É como se não soubesse usar a potencialidade do dispositivo dentro da vida escolar. Visto de outro ângulo, o aluno está imerso num grande número de informações superficiais e desvinculadas do estudo, se sente monitorado e assujeitado a uma vida digital e ao controle dos “ avatares” ou dos perfis das redes sociais. Como convergência da presença do dispositivo e do uso da *internet*, o aluno está o tempo todo disponível para organização do trabalho acadêmicos, entretanto, pouco disponível para leituras e reflexões. Por fim, fica evidente que não há distanciamento da vida “social” digital o que não permite tempo para a composição de uma vida acadêmica digital aprofundada e fundamentada na leitura, interpretação de textos, reflexão e pensamento crítico.

Ainda em relação à atividade acadêmica é importante dizer que *smartphone* e cadernos aparecem como itens diferenciados. São dispositivos de momentos históricos diferentes. O caderno com sua tradição de facilitador do ensino, da alfabetização e do registro. O *smartphone* que carrega em si um grande aspecto tecnológico que elimina limites e impõe técnica diferenciada de escrita. Na vida escolar, os dispositivos caminham juntos com funções diferentes e fala-se da atividade escolar o tempo todo. Não há, portanto, substituição dos dispositivos tradicionais, há sim uma reorganização já que o *smartphone* não é suporte para atividades acadêmicas, mas sim um elemento integrador e facilitador no rol de dispositivos existentes.

Alicerçada pela presença dos dispositivos, a *internet* é um recurso onipresente e, nela, atividades como consulta em sites, comunicadores instantâneos ou bate papo além da própria proposição de conteúdos nas redes sociais são constantes. Neste âmbito universitário, os estudantes usam as redes sociais como *Facebook* e *Instagram* diariamente e o tempo todo, em especial o aluno de Pedagogia usa mais a *internet* e as redes sociais. As redes sociais são facilitadoras para a formação de grupos e troca de informações. A função de pesquisa, conceito inicial da criação da *internet*, fica em segundo plano no que diz respeito ao uso dos dispositivos. A ideia de organização dos amigos, colegas de sala e docentes nas redes sociais faz com que o uso seja preferido. Da mesma forma, o aplicativo *Whastapp* é usado pela possibilidade de reunir grupos de familiares, amigos e docentes em comunicação rápidas e instantâneas.

Em relação à leitura também deve ser aqui destacado que os universitários atribuem à *internet* a função de leitura, já que estão conectados o tempo todo. Importante dizer que é uma leitura direcionada, já que acontece em sua maioria dentro das redes sociais que são âmbitos previamente controlados pelos alunos. Estes alunos leem conteúdos filtrados o tempo todo já que estão conectados o tempo todo.

Desta forma, conclui-se com a certeza de ter organizado um rol de informações e conhecimentos que se dá sobre a organização da vida escolar sugerindo um perfil escolar digital através de uso da *internet* e dispositivos móveis. Identificou-se como os universitários usam a tecnologia e percebeu-se a lógica da apropriação das funções propiciadas pelos dispositivos. Evidencia-se que os universitários não conseguem perceber a dissonância existente entre o uso efetivo e o uso possível para contribuição da atividade acadêmica.

O avanço da análise dos resultados apresenta uso restrito que não ultrapassa o uso comum e não prospera sobre as relevantes possibilidades. Tais resultados evidenciam que a

escola, aqui universidade, e o professor são os personagens principais no novo desafio da vida acadêmica digital e devem relacionar o conhecimento, as informações e as formas de aprender às maneiras de uso dos dispositivos e da *internet*.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M. E. B.; PRADO, M. E. B. B. **O Computador Portátil na Escola**. São Paulo: Avercamp, 2011.

ARAYA, E. R. M.; VIDOTTI, S. A. B. G. **Ambientes Informacionais Digitais**. São Paulo: Editora UNESP, 2010.

AVORIO, A.; SPYER, J. (Orgs.). **Para entender a Internet**. Ed. rev. e ampl. S/l.: Edição do Autor, 2015. Disponível em:
<<http://paraentender.com/sites/paraentender.com/static/pdf/livro.pdf>>. Acesso em: 28 ago. 2017.

BENETTI, E. **Tudo que Você Queria Saber Sobre Propaganda e Ninguém Teve Paciência para Explicar**. São Paulo: Atlas, 1989.

BERTOLIN, J. S. G. Avaliação da Educação Superior Brasileira. **Revista Avaliação**, Campinas/Sorocaba/São Paulo, 2009, v. 14, n. 2, p. 351-383.

BOURDIEU, P. **A Distinção: Crítica Social do Julgamento**. Porto Alegre: Zouk, 2011.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. 292 p.

_____. Decreto nº 2.207, de 15 de abril de 1997. Regulamenta, para o Sistema Federal de Ensino, as disposições contidas nos arts. 19, 20, 45, 46, § 1º, 52, parágrafo único, 58 e 88 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 16 abr. 1997, p. 7534.

_____. Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 23 dez. 1996. p. 27833.

_____. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Parecer nº 492/2001. Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de Filosofia, História, Geografia, Serviço Social, Comunicação Social, Ciências Sociais, Letras, Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 09 jul. 2001. Seção 1e, p. 50.

_____. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Parecer nº 1301. Diretrizes Curriculares Nacionais dos de Ciências Biológicas **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 28 de out.2016. Seção 1e, p. 26.

_____. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Parecer nº 9/2009. Diretrizes Curriculares Nacionais dos de Pedagogia. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 24 de set. de 2009. Seção 1e, p.12..

_____. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Parecer nº 146. Diretrizes Curriculares Nacionais dos de Design. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 03 de abril de 2004.

_____. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Parecer nº 776/1997. Orienta para as diretrizes curriculares dos cursos de graduação. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 8 dez. 1997. p. 5571.

BURKE, P., BRIGGS, A. **Uma História Social da Mídia**. Rio de Janeiro, Zahar, 2006.

CAMPOS, R. M. M. de. Indústria Cultural e Cultura da Mídia: Produção e Distribuição do Entretenimento na Sociedade Global. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 29., 2006, Brasília. **Anais eletrônicos...** Brasília, 2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1541-1.pdf>>. Acesso em: 28 ago. 2017.

_____. Teorias da Comunicação: As Correntes Teóricas no Estudo da Comunicação de Massa. **Revista Uniara**, Araraquara, v. 19, 2006b.

CARMO, W. C. do. O Vício, 17 out. 2010. **Filosofia Plena**. Disponível em: <<http://filosofiaplena.blogspot.com.br/2010/10/o-vicio-o-vicio.html>>. Acesso em: 28 ago. 2017.

CERTEAU, M. de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. 21. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

CHARTIER, A. M. Um dispositivo sem autor: cadernos e fichamentos na escola primária. **Revista Brasileira de Educação**, Campinas, n. 1, p. 9-26, jan./jun. 2002.

CHARTIER, R. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. São Paulo: UNESP, 2009a.

_____. **História da vida Privada - Da Renascença ao Século das Luzes - v. 3**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009b.

_____. Cultura Popular: Revisitando um Conceito Historiográficos: **Revista Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, V. 8, nº16, p. 179-192, 1995.

CHAUÍ, M. **Autógrafos, Cultura e Civilização com Marilena Chauí**. Fundação Perseu Abramo: São Paulo, 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=RU22-g2BPHw>>. Acesso em: 08 jan. 2016.

_____. **Conformismo e Resistência**. São Paulo: Brasiliense, 1986a.

_____. **Cultura e Democracia**. 3. ed. São Paulo: Moderna, 1982.

_____. **Seminários**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1984.

DATAFOLHA. Pesquisa. **Hábitos de Usos de Aplicativos – População Brasileira -13 anos ou mais**. Disponível em: <<http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2017/01/27/da39a3ee5e6b4b0d3255bfef95601890afd80709.pdf>>. Acesso em 04 de janeiro de 2018.

DEBRAY, R. **O estado sedutor**. Petrópolis: Vozes, 1994.

DE FLEUR, M.; BALL-ROKEACH, S. **Teoria de Comunicação de Massa**. Tradução de Otávio Alves Velho. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

DUBY, G. **Ano 1000, ano 2000: na pista de nossos medos**. São Paulo: UNESP, 1998.

EAGLETOM, T. **A ideia de Cultura**. São Paulo: UNESP, 2011.

FECOMERCIO/RJ. **Pesquisa cultura no Brasil**. Disponível em: <<http://www.fecomerciorj.br/publique/media/Pesquisa%20Cultura.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

FLICK, U. **Uma Introdução à Pesquisa Qualitativa**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

FORQUIN, J. C. **Escola e Cultura: As bases sociais e epistemológicas do conhecimento escolar**. Porto Alegre: Artmed, 1993.

FUNDAÇÃO TELEFÔNICA. **Juventude conectada**. 2014. Disponível em: <<http://fundacaotelefonica.org.br/acervo/juventude-conectada/>>. Acesso em: 12 mar. 2016.

GUIA DE PROFISSÕES. **UnAM - Agência UNESP de Notícias**, s/l. s/d. Disponível em: <<http://unan.unesp.br/guiadeprofissoes/21/cursos-de-humanidades/66/pedagogia>>. Acesso em: 29 ago. 2017.

GEERTZ, C. **A interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GONTIJO, S. **A voz do povo - O IBOPE no Brasil**. São Paulo: Objetiva, 1996.

GVIRTZ, S. *Del curriculum prescripto al curriculum enseñado*. Buenos Aires, 1997: Ed. Aique, *apud* SANTOS, A. A. C.; SOUZA, M. P. R. de. *Cadernos Escolares: Como e o que se registra no contexto escolar?* **Revista Psicologia Escolar e Educacional**, Maringá, v. 9, n.2, p. 291-302, 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pee/v9n2/v9n2a11.pdf>>. Acesso em: 29 ago. 2017.

HERDER, J. G. von. **Sobre a filosofia da história para a educação da humanidade** *apud* WILLIAMS, R. **Palavras-chave**. São Paulo: Boitempo, 2007.

HOINEFF, N. **TV em expansão**. Rio de Janeiro: Record, 1991.

_____. **A Nova Televisão**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1992.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa nacional por amostra de domicílios**, 2001-2011. Disponível em: <<http://seriesestatisticas.ibge.gov.br>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

IBOPE MEDIA. **Gerações Y e Z: Juventude digital**. 2012. Disponível em: <http://www4.ibope.com.br/download/geracoes%20_y_e_z_divulgacao.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2016.

_____. **Tribos Musicais**. 2013. Disponível em:
<http://www.ibope.com.br/ptbr/noticias/Documents/tribos_musicais.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2016.

INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais “Anísio Teixeira”. **Censo da Educação Superior 2010**: resumo técnico. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2012.

_____. **Censo da educação superior 2012**: resumo técnico. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2014.

_____. **Censo da educação superior 2013**: resumo técnico. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2015.

_____. **Censo da educação superior 2013**: resumo técnico. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2016.

_____. **Sinopses Estatísticas da Educação Superior - Graduação**. 2010. Disponível em:
<<http://portal.inep.gov.br/superior-censosuperior-sinopse>>. Acesso em: 20 jan. 2017.

_____. **Sinopses Estatísticas da Educação Superior - Graduação**. 2011. Disponível em:
<<http://portal.inep.gov.br/superior-censosuperior-sinopse>>. Acesso em: 20 jan. 2017.

_____. **Sinopses Estatísticas da Educação Superior - Graduação**. 2012. Disponível em:
<<http://portal.inep.gov.br/superior-censosuperior-sinopse>>. Acesso em: 20 jan. 2017.

_____. **Sinopses Estatísticas da Educação Superior – Graduação**. 2013. Disponível em:
<<http://portal.inep.gov.br/superior-censosuperior-sinopse>>. Acesso em: 20 jan. 2013.

_____. **Sinopses Estatísticas da Educação Superior – Graduação**. 2014. Disponível em:
<<http://portal.inep.gov.br/superior-censosuperior-sinopse>>. Acesso em: 20 jan. 2013.

JORDÃO, G.; ALLUCCI, R. R. **Panorama Setorial da cultura brasileira 2013-2014**. São Paulo: Allucci & Associados Comunicações, 2014.

JULIA, D. A cultura escolar como objeto histórico. **Revista Brasileira de História da Educação**, n. 1, p. 9-43, jan/jun, 2001.

KELLNER, D. **A Cultura da Mídia**. Bauru: Edusc, 2001

KENSKI, V. M. **Educação e Tecnologias: o novo ritmo da informação**. São Paulo: Papirus, 2007.

_____. **Educação e Tecnologias: o novo ritmo da informação**. Campinas: Papirus, 2007.

LAHIRE, B. **A Cultura dos Indivíduos**. Porto Alegre: Artmed, 2006.

LESSA, M. B.; CAMPOS, R. M. M. Indústria Cultural e Cultura da Mídia: Da Modernidade à Lógica Cultural Pós-Moderna. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2004, Brasília. **Anais eletrônicos...** Brasília, 2004. Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2004/resumos/R-1.pdf>>. Acesso em: 18 ago. 2017.

LEVY, P. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995.

LIMA, L. C. **Teoria da Cultura de Massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

MCLUHAN, M. **Os Meios de Comunicação como Extensão do Homem**. São Paulo: Cultrix, 1980.

MENIN, M. S. de S. Representação social e estereótipos: a zona muda das representações sociais. **Revista Psicologia: Teoria e Pesquisa**, Brasília, vol. 22, n. 1, p. 43-52, 2006.

MOLES, A. A. Sociodinâmica e política do equipamento cultural na sociedade urbana. In: _____. **Civilização Industrial e Cultura de Massas**. Petrópolis: Vozes, 1973.

MORAN, J. M. **Novas Tecnologias e Mediação Pedagógica**: São Paulo: Papirus, 2006a.

_____. **A educação que desejamos: Novos desafios de como chegar**. São Paulo: Papirus, 2006b.

OLIVEIRA, M. R. N. S. Do mito da tecnologia ao paradigma tecnológico nas práticas didático-pedagógicas. **Revista Brasileira de Educação**, Campinas, n. 18, p. 101-153, 2001.

PARENTE, A. (org.). **Imagem e Máquina**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

Portal do MEC. **Relatório Primeiro Ano do ReUni**. s/d. Disponível em <<http://portal.mec.gov.br/reuni-sp-93318841>>. Acesso em: 28 ago. 2017.

_____. **Relatório Prouni 2005**. 2005. Disponível em: <http://prouniportal.mec.gov.br/images/pdf/Quadros_informativos/numero_bolsas_uf_ano_2005.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2017.

_____. **Relatório Prouni 2006, 1º semestre**. 2006a. Disponível em: <http://prouniportal.mec.gov.br/images/pdf/Quadros_informativos/numero_bolsas_uf_1_semestre_2006.pdf>. Acesso em: 28 ago. 2017.

_____. **Relatório Prouni 2006, 2º semestre**. 2006b. Disponível em: <http://prouniportal.mec.gov.br/images/pdf/Quadros_informativos/numero_bolsas_uf_2_semestre_2006.pdf>. Acesso em: 28 ago. 2017.

_____. **Relatório Prouni 2007, 1º semestre**. 2007a. Disponível em: <http://prouniportal.mec.gov.br/images/pdf/Quadros_informativos/numero_bolsas_uf_1_semestre_2007.pdf>. Acesso em: 28 ago. 2017.

_____. **Relatório Prouni 2007, 2º semestre**. 2007b. Disponível em: <http://prouniportal.mec.gov.br/images/pdf/Quadros_informativos/numero_bolsas_uf_2_semestre_2007.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2017.

_____. **Relatório Prouni 2008, 1º semestre.** 2008a. Disponível em:
<http://prouniportal.mec.gov.br/images/pdf/Quadros_informativos/numero_bolsas_uf_1_semestre_2008.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2017.

_____. **Relatório Prouni 2008, 2º semestre.** 2008b. Disponível em:
<http://prouniportal.mec.gov.br/images/pdf/Quadros_informativos/numero_bolsas_ofertadas_por_uf_segundo_semestre_2008.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2017.

_____. **Relatório Prouni 2009, 1º semestre.** 2009a. Disponível em:
<http://prouniportal.mec.gov.br/images/pdf/Quadros_informativos/numero_bolsas_ofertadas_por_uf_primeiro_semestre_2009.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2017.

_____. **Relatório Prouni 2009, 2º semestre.** 2009b. Disponível em:
<http://prouniportal.mec.gov.br/images/pdf/Quadros_informativos/numero_bolsas_ofertadas_por_uf_segundo_semestre_2009.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2017.

_____. **Relatório Prouni 2010, 1º semestre.** 2010a. Disponível em:
<http://prouniportal.mec.gov.br/images/pdf/Quadros_informativos/numero_bolsas_ofertadas_por_uf_primeiro_semestre_2010.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2017.

_____. **Relatório Prouni 2010, 2º semestre.** 2010b. Disponível em:
<http://prouniportal.mec.gov.br/images/pdf/Quadros_informativos/numero_bolsas_ofertadas_por_uf_segundo_semestre_2010.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2017.

_____. **Relatório Prouni 2011, 1º semestre.** 2011a. Disponível em:
<http://prouniportal.mec.gov.br/images/pdf/Quadros_informativos/numero_bolsas_ofertadas_por_uf_primeiro_semestre_2011.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2017.

_____. **Relatório Prouni 2011, 2º semestre.** 2011b. Disponível em:
<http://prouniportal.mec.gov.br/images/pdf/Quadros_informativos/numero_bolsas_ofertadas_por_uf_segundo_semestre_2011.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2017.

_____. **Relatório Prouni 2012, 1º semestre.** 2012a. Disponível em:
<http://prouniportal.mec.gov.br/images/pdf/Quadros_informativos/numero_bolsas_ofertadas_por_uf_primeiro_semestre_2012.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2017.

_____. **Relatório Prouni 2012, 2º semestre.** 2012b. Disponível em:
<http://prouniportal.mec.gov.br/images/pdf/Quadros_informativos/numero_bolsas_ofertadas_por_uf_segundo_semestre_2012.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2017.

_____. **Relatório Prouni 2013, 1º semestre.** 2013a. Disponível em:
<http://prouniportal.mec.gov.br/images/pdf/Quadros_informativos/numero_bolsas_ofertadas_por_uf_primeiro_semestre_2013.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2017.

_____. **Relatório Prouni 2013, 2º semestre.** 2013b. Disponível em:
<http://prouniportal.mec.gov.br/images/pdf/Quadros_informativos/numero_bolsas_ofertadas_por_uf_segundo_semestre_2013.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2017.

_____. **Relatório Prouni 2014, 1º semestre.** 2014a. Disponível em:
<http://prouniportal.mec.gov.br/images/pdf/Quadros_informativos/numero_bolsas_ofertadas_por_uf_primeiro_semestre_2014.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2017.

_____. **Relatório Prouni 2014, 2º semestre.** 2014b. Disponível em:
<http://prouniportal.mec.gov.br/images/pdf/Quadros_informativos/numero_bolsas_ofertadas_por_uf_segundo_semestre_2014.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2017.

_____. **Relatório Prouni 2015, 1º semestre.** 2015a. Disponível em:
<http://prouniportal.mec.gov.br/images/pdf/Quadros_informativos/numero_bolsas_ofertadas_por_uf_primeiro_semestre_2015.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2017.

_____. **Relatório Prouni 2015, 2º semestre.** 2015b. Disponível em:
<http://prouniportal.mec.gov.br/images/pdf/Quadros_informativos/numero_bolsas_ofertadas_por_uf_segundo_semestre_2015.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2017.

_____. **Relatório Prouni 2016, 1º semestre.** 2016a. Disponível em:
<http://prouniportal.mec.gov.br/images/pdf/Quadros_informativos/numero_bolsas_ofertadas_por_uf_primeiro_semestre_2016.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2017.

_____. **Relatório Prouni 2016, 2º semestre.** 2016b. Disponível em:
<http://prouniportal.mec.gov.br/images/pdf/Quadros_informativos/numero_bolsas_ofertadas_por_uf_segundo_semestre_2016.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2017.

RANGEL, M.; FREIRE, W. **Educação com Tecnologia:** texto, hipertexto e leitura. Rio de Janeiro: Wak Editora, 2011.

RECUERO, R. Rede Social. In: AVORIO, A.; SPYER, J. (Orgs.). **Para entender a Internet.** Ed. rev. e ampl. S/l.: Edição dos autores, 2015. p. 83-84. Disponível em:
<<http://paraentender.com/sites/paraentender.com/static/pdf/livro.pdf>>. Acesso em: 28 ago. 2017.

REVEL, J. Cultura. Culturas: uma perspectiva historiográfica. In: _____. **Proposições. Ensaios de história e historiografia.** Rio de Janeiro: EdUERJ, 2009, p. 97-138.

_____. Microanálise e construção do social. In: _____ (org). **Jogos de escala: a experiência da microanálise.** Rio de Janeiro: EdFGV, 1998, p. 15-38.

RIOUX, J. P.; SIRINELLI, J.-F. **Para uma História Cultural.** Lisboa: Editora Estampa, 1998.

RISTOFF, D. Perfil socioeconômico do estudante de graduação. Uma análise de dois ciclos completos do ENADE (2004 a 2009). **Cadernos do GEA,** Rio de Janeiro, n. 4, p. 7, jul./dez., 2013a.

_____. Vinte e um anos de educação superior. Expansão e democratização. **Cadernos GEA,** Rio de Janeiro, n. 3, jan.-jun. 2013b.

ROCHE, D. **História das coisas banais: nascimento do consumo nas sociedades do século XVII ao XIX**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

ROSNEY, J. de. O Salto do Milênio. In: MARTINS, F. M.; SILVA, J. M. **Para Navegar no Século XXI**. 3. ed. Porto Alegre: Sulina/Pucrs, 2003

ROSSI, P. **Comer: necessidade, desejo, obsessão**. São Paulo: UNESP, 2014.

SANTOS, B. de S. **A Globalização e as Ciências Sociais**. São Paulo: Cortez, 2002.

SILVA, A. R. **Práticas de leitura de estudantes do curso de Pedagogia: entre apropriações e formalidades**. (Dissertação) Mestrado. 2015, 142 f. Rio Claro: Instituto de Biociências de Rio Claro/UNESP, 2015.

SGUISSARDI, V. **Estudo diagnóstico da política de expansão da (e acesso à) educação superior no Brasil 2002-2012**. Piracicaba, 2014. (relatório impresso).

STALLIVIERI, L. **O sistema de ensino superior no Brasil - Características, tendências e perspectivas**. Paper. 22 f. Caxias do Sul: UCS, 2007. Disponível em: <http://arquivos.info.ufrn.br/arquivos/2015111051735b2558185badbe931b72e/Stallivieri_-_O_Sistema_de_Ensino_Superior_do_Brasil.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2017.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e Cultura Moderna**. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

TORQUATO, I. **Seminário Hipertexto**. Disciplina “Comunicação e Tecnologia”. Curso de Pós-Graduação: Projeto arte e sociedade. Área: Comunicação e Poéticas Visuais. FAAC/UNESP-Bauru, 2º semestre de 1997.

VALDEMARIN, V. T.. **Relatório FAPESP**. Araraquara, 2016. (relatório impresso)

WILLIAMS, R. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

_____. **Cultura e Sociedade**. São Paulo: Nacional, 1969.

_____. **Cultura e Materialismo**. São Paulo: UNESP, 2011.

_____. **Palavras-Chave**. São Paulo: Boitempo, 2007.

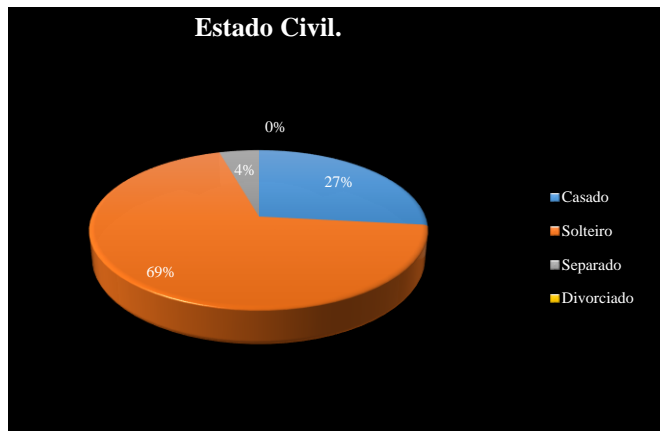
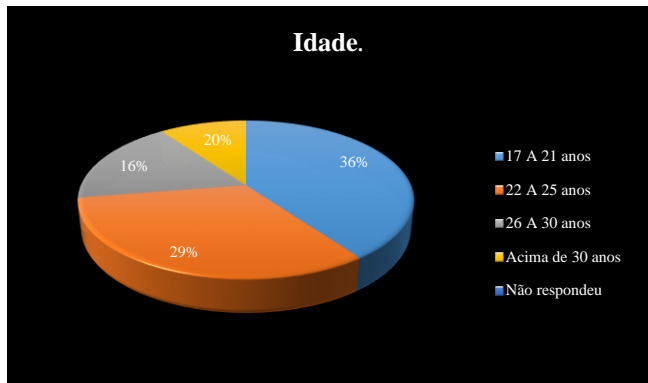
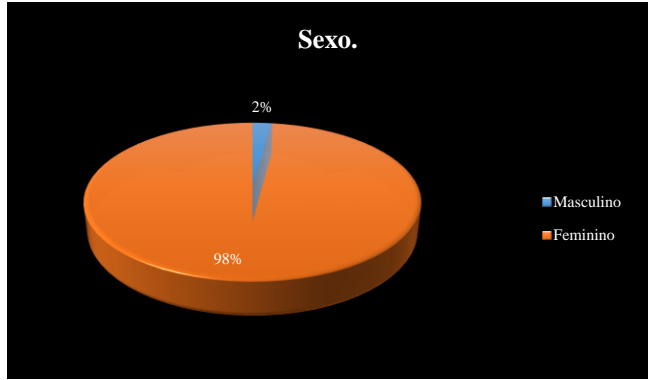
_____. **Cultura é de Todos (*Culture is Ordinary*)**, 1958. Tradução: Maria Elisa Cevasco. Disponível em <http://pt.scrib.com/do/68474445/a-cultura-e-ordinaria1>. Acesso em 07 de Janeiro de 2018.

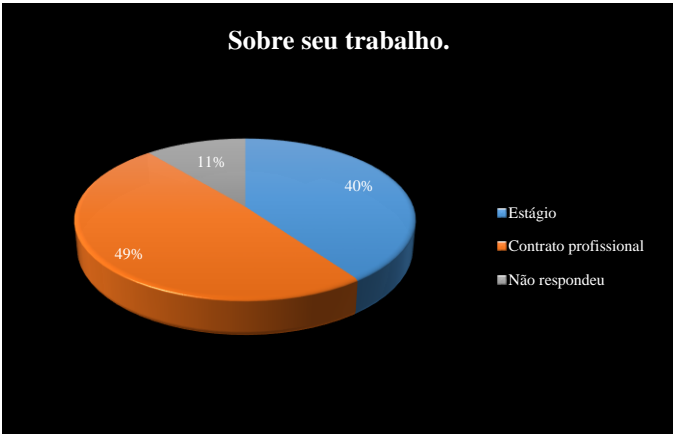
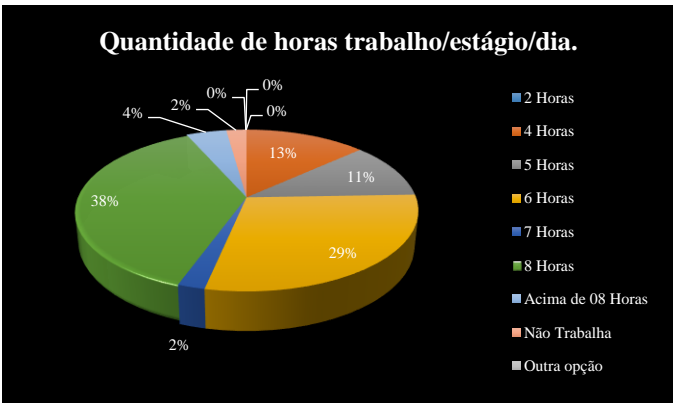
WOLF.M. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 2001.

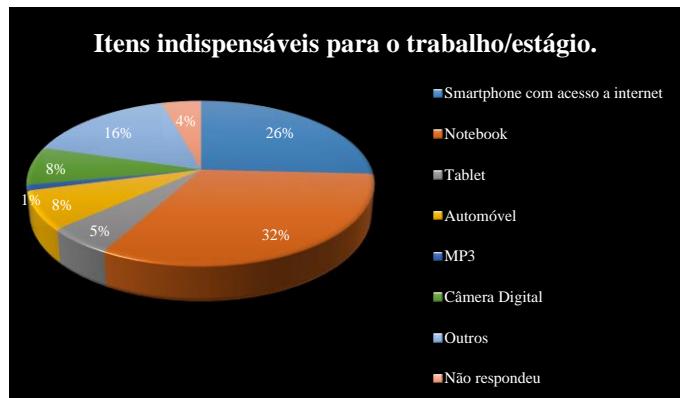
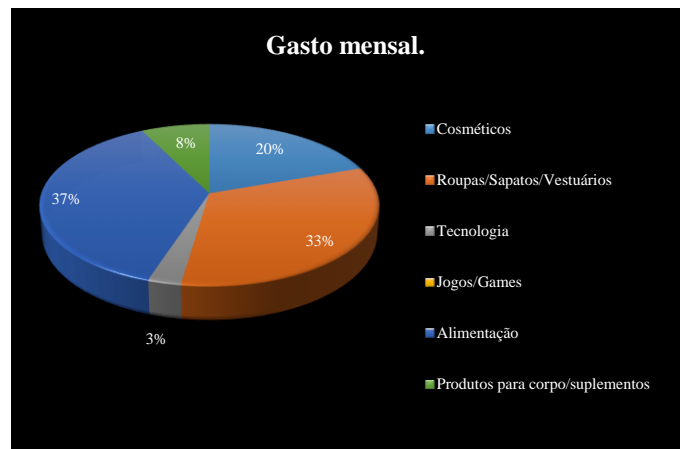
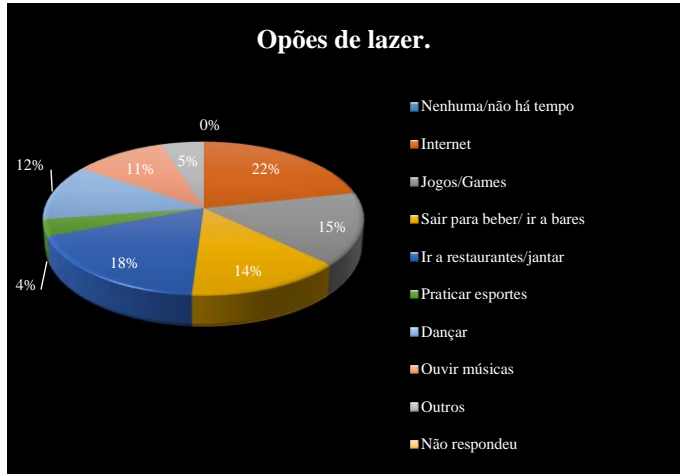
ZIKMUND, W. G. **Princípios da Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Tomson Learning, 2006.

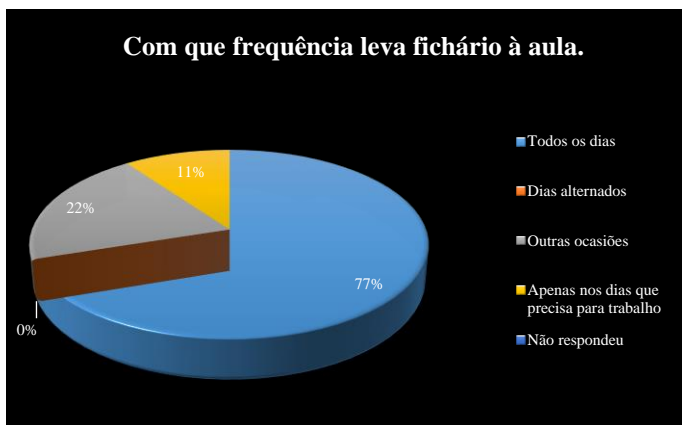
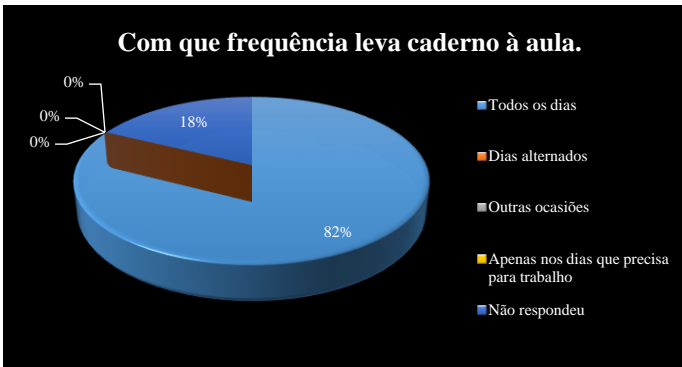
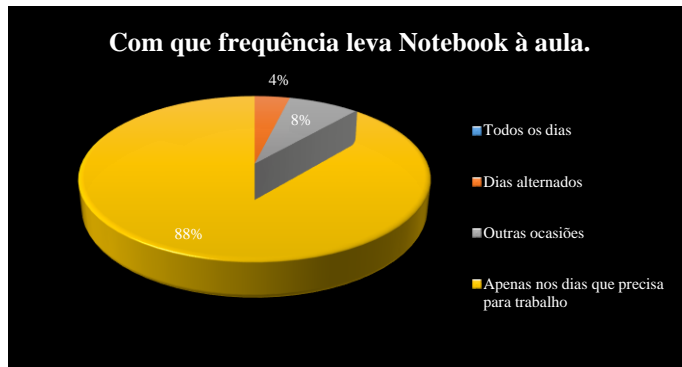
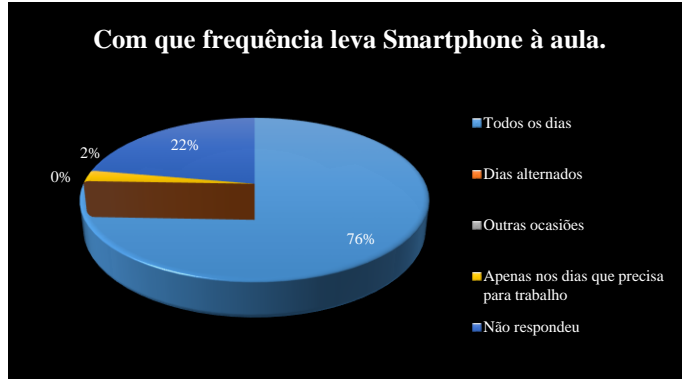
APÊNDICE A- GRÁFICOS DOS RESULTADOS POR CURSOS

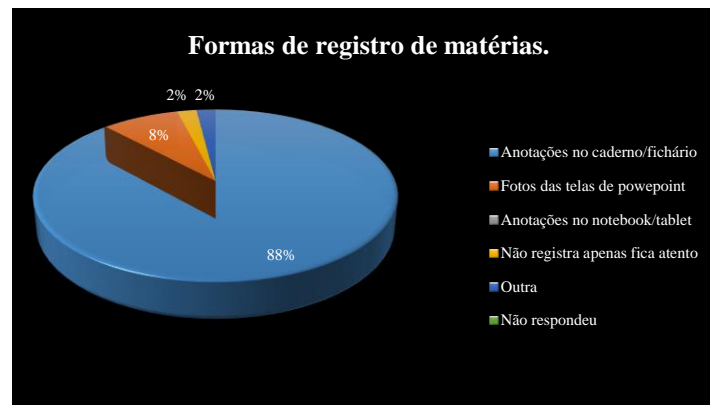
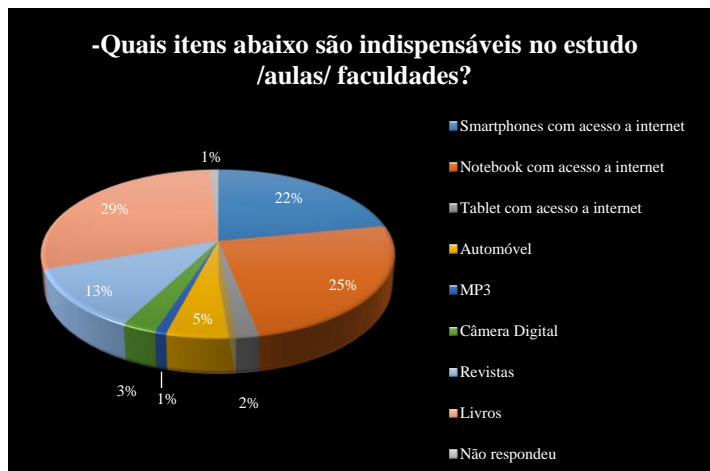
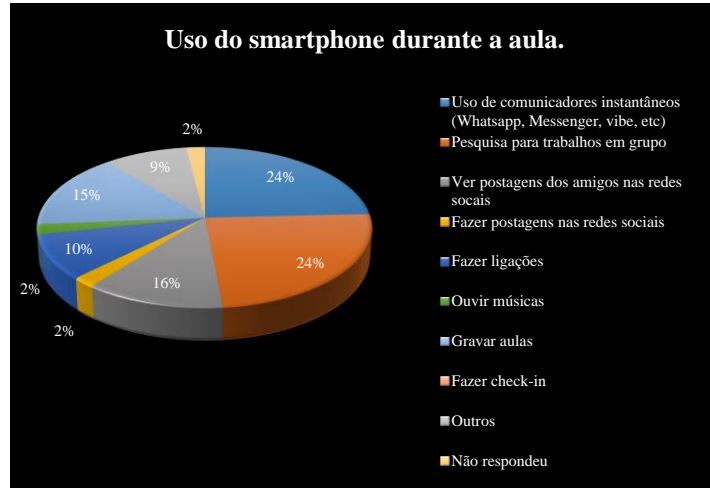
GRÁFICOS ESPECÍFICOS DO CURSO DE PEDAGOGIA UNIARA

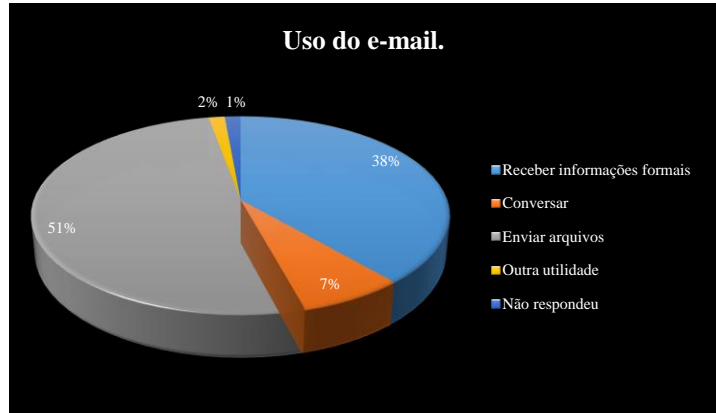
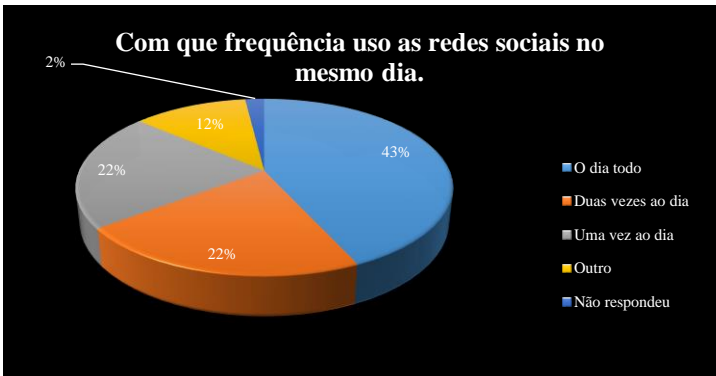
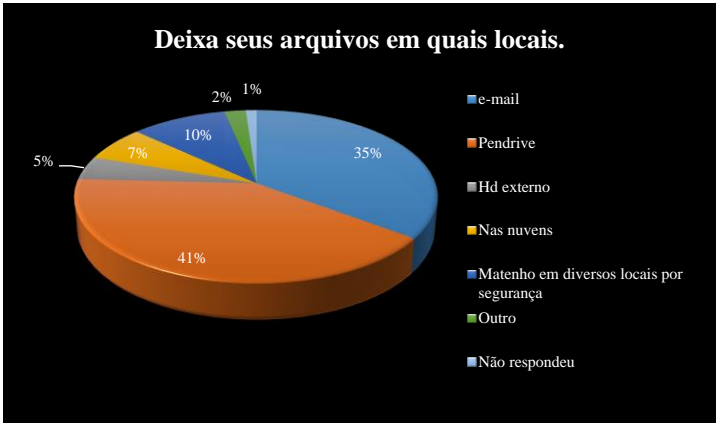
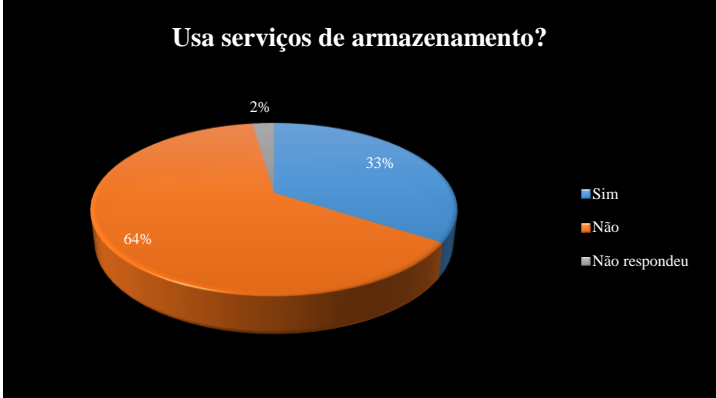


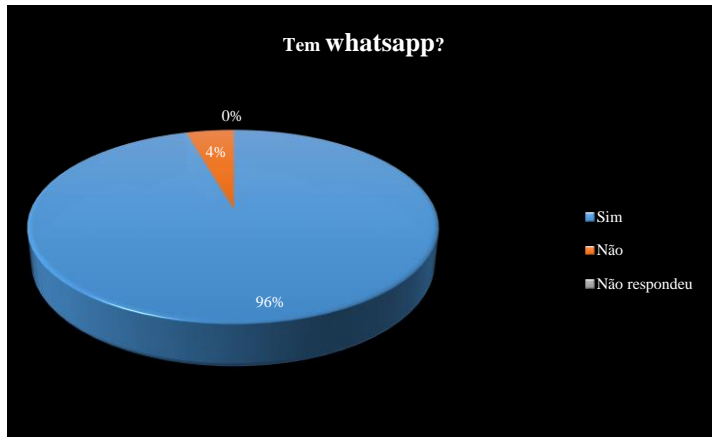
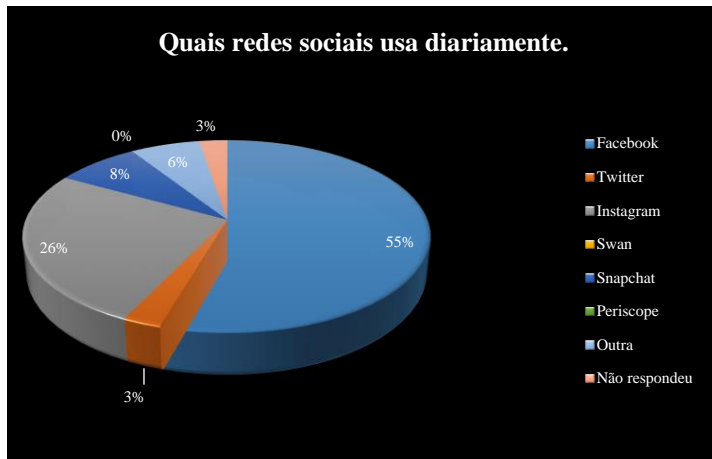
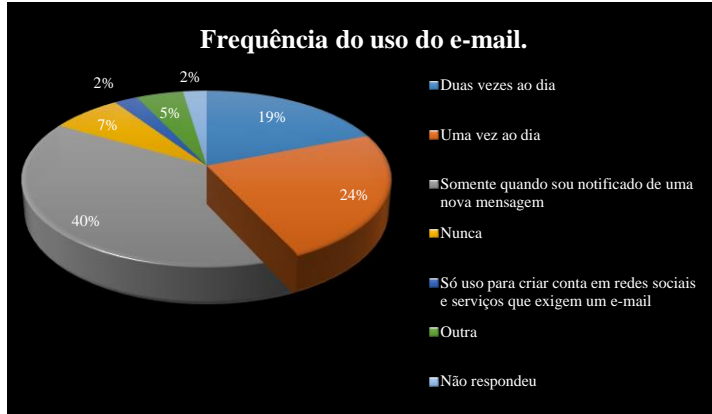


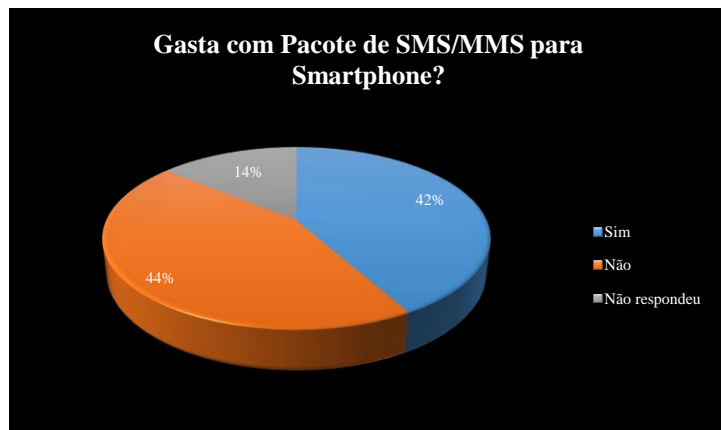
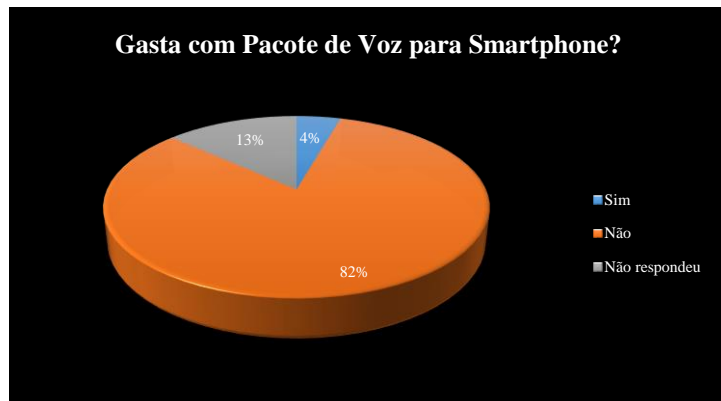
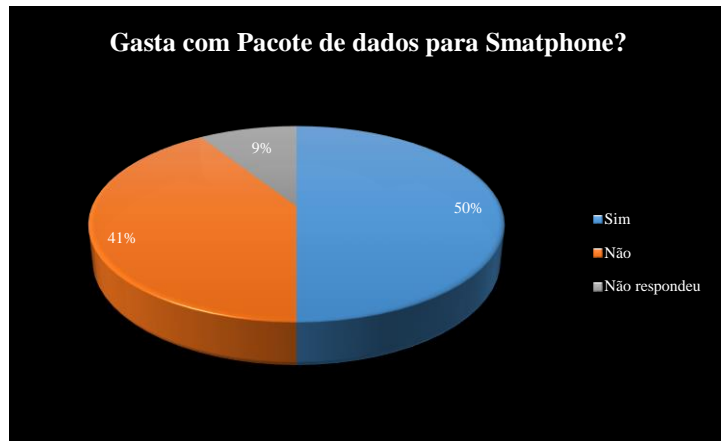
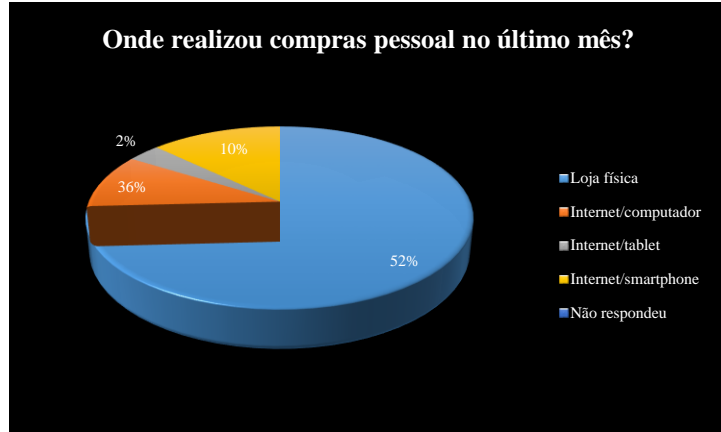


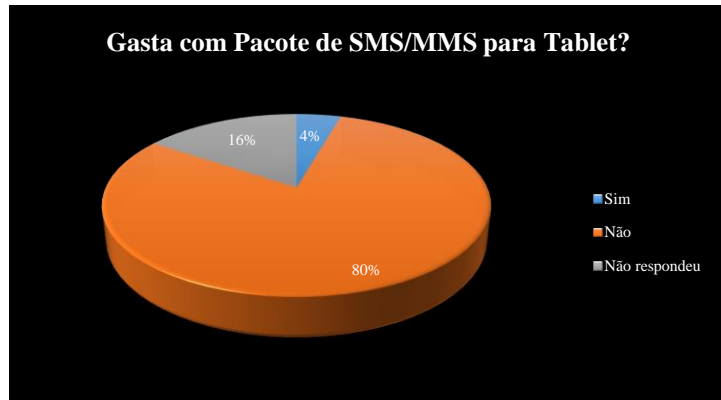
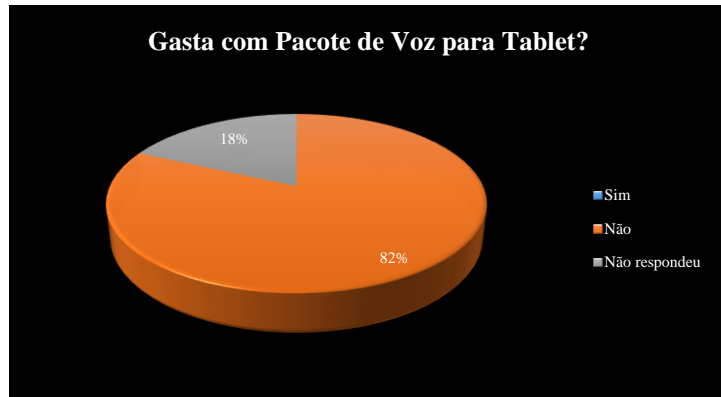
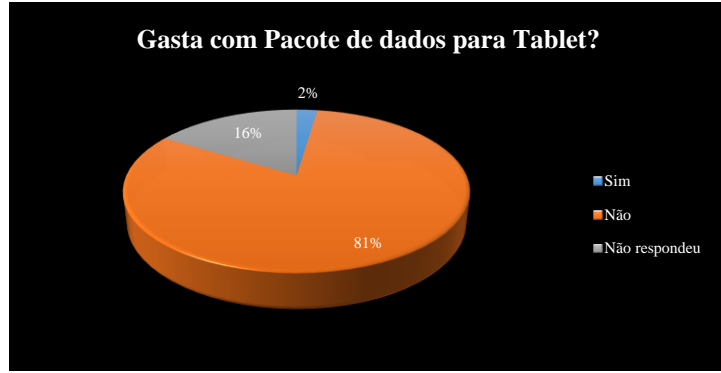




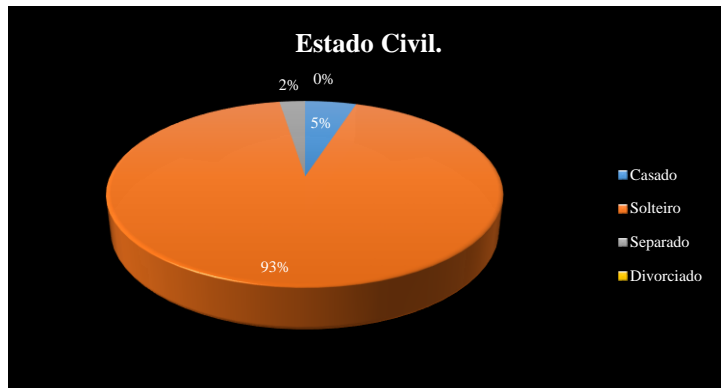
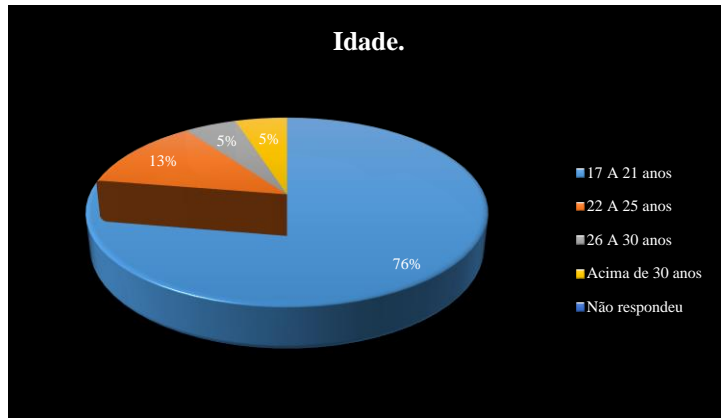
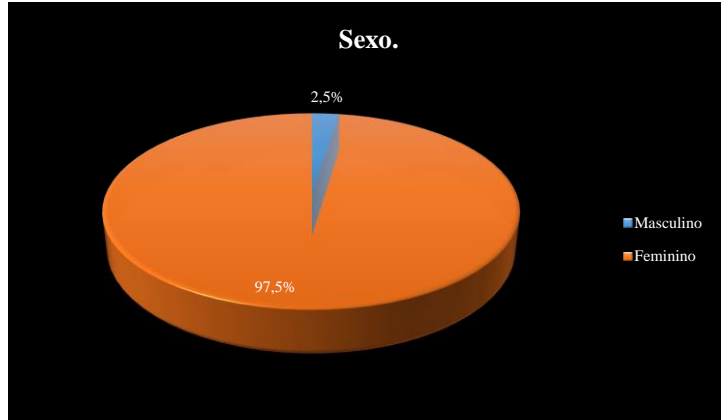


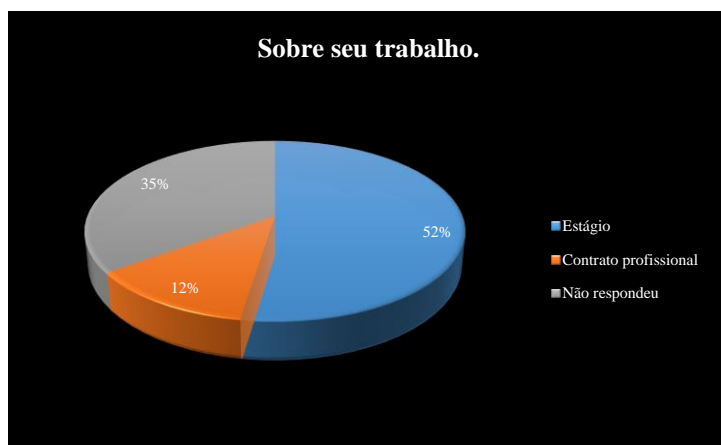
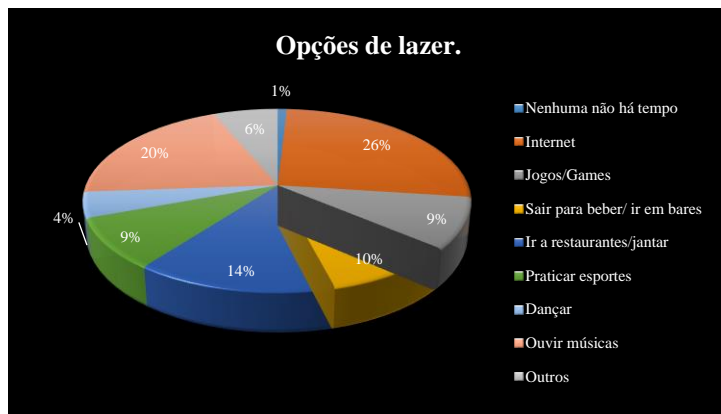
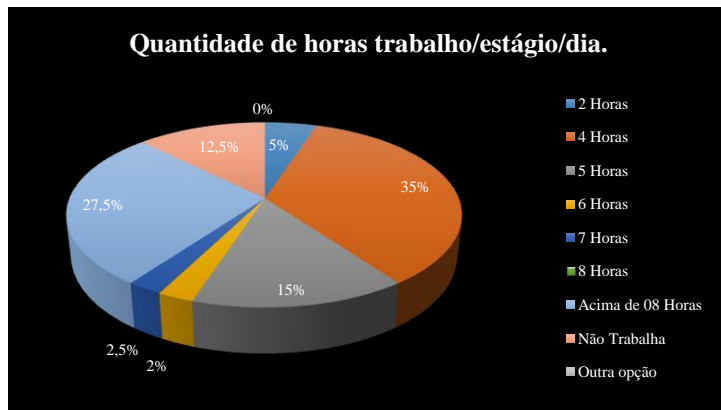


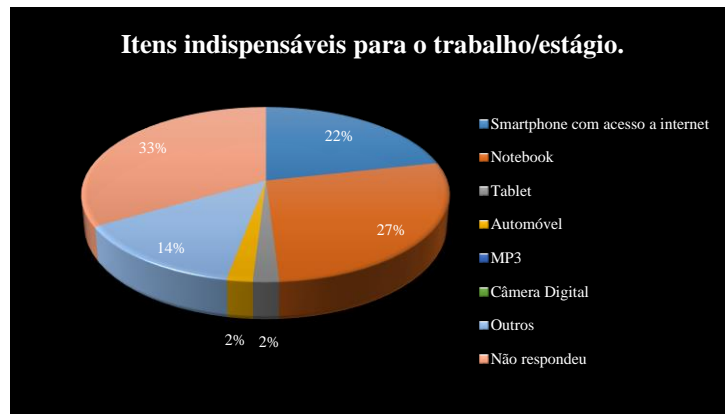
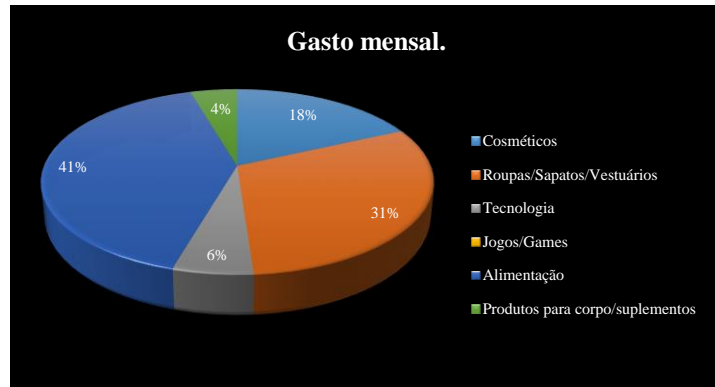
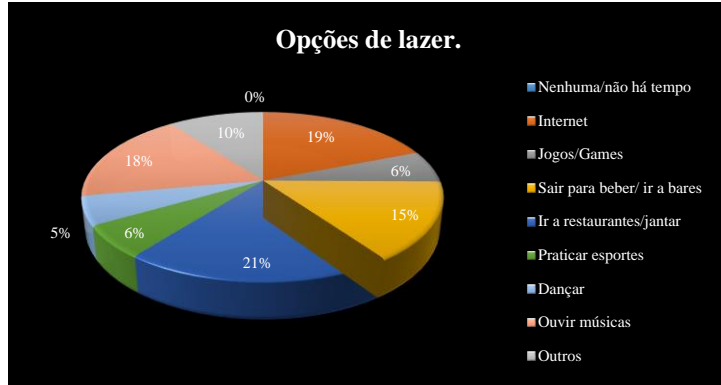


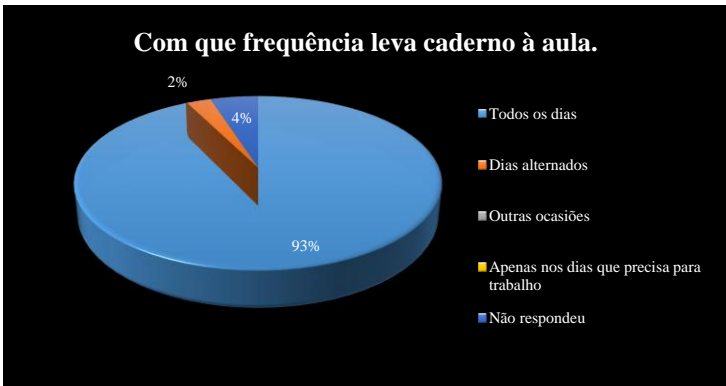
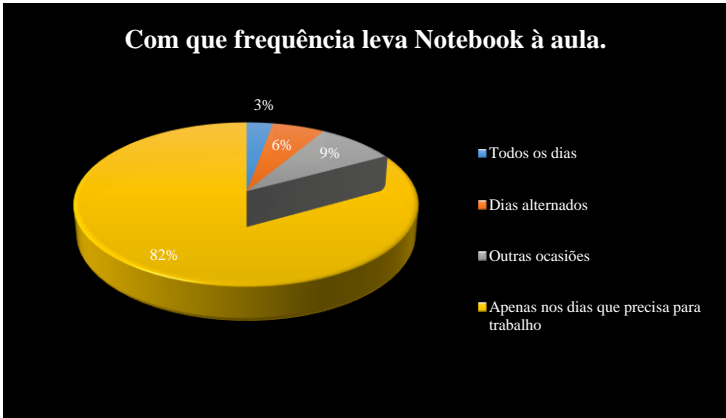
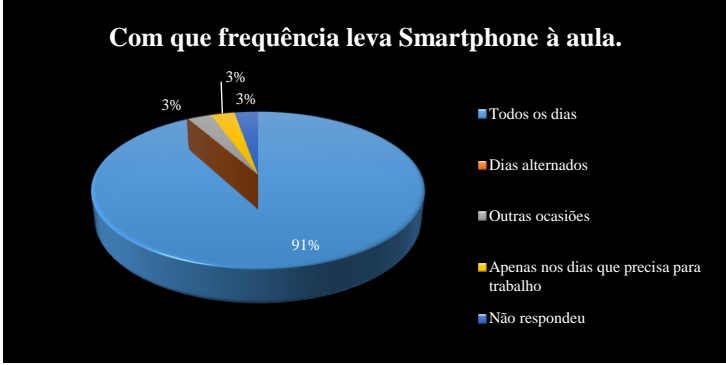


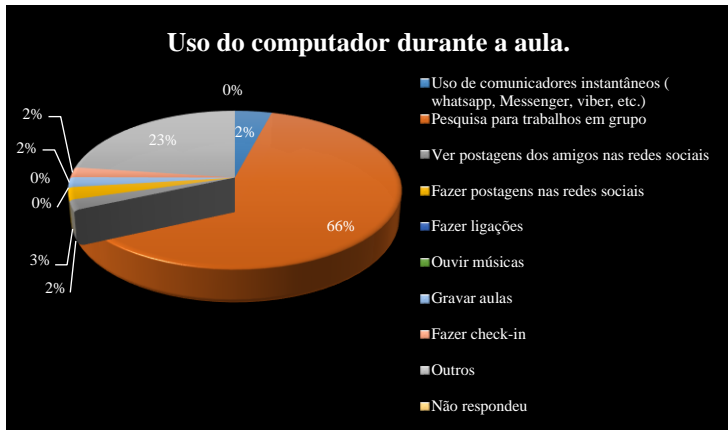
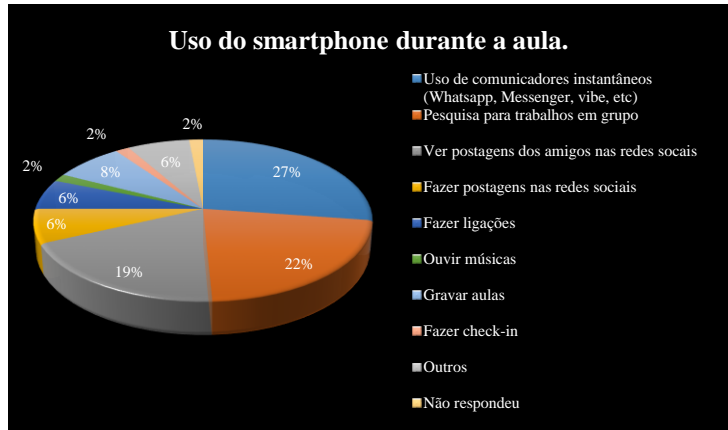
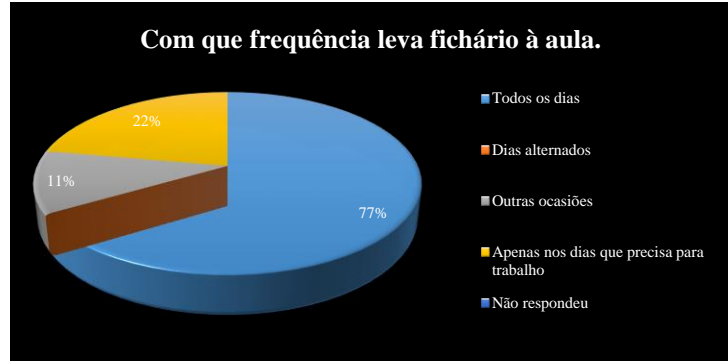
**GRÁFICO ESPECÍFICOS DO CURSO DE PEDAGOGIA UNESP
DIURNO**

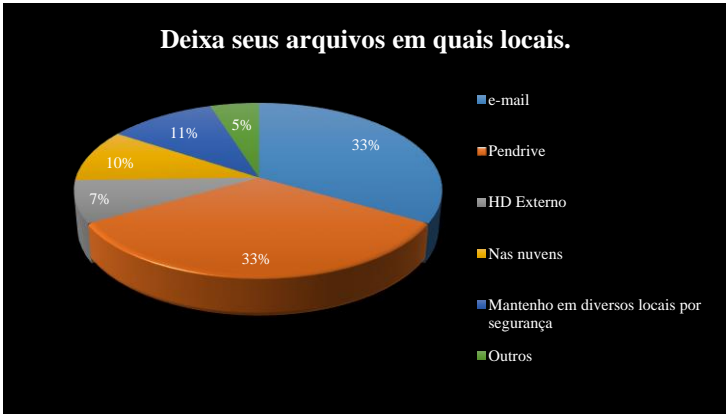
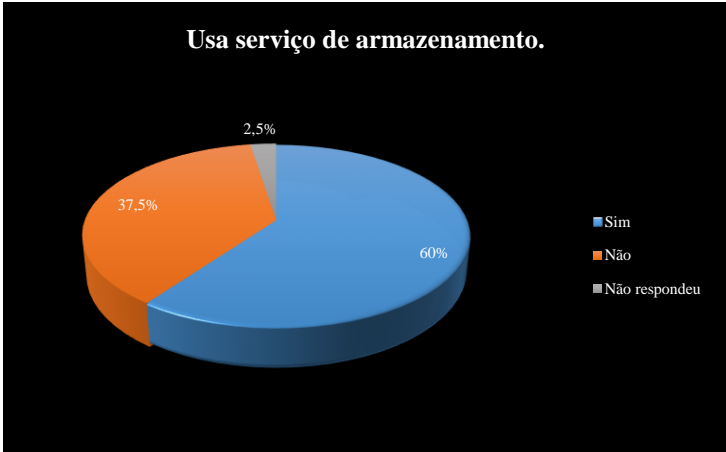
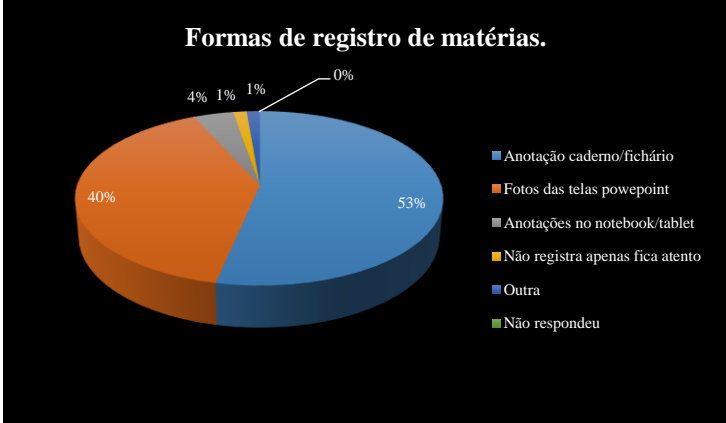


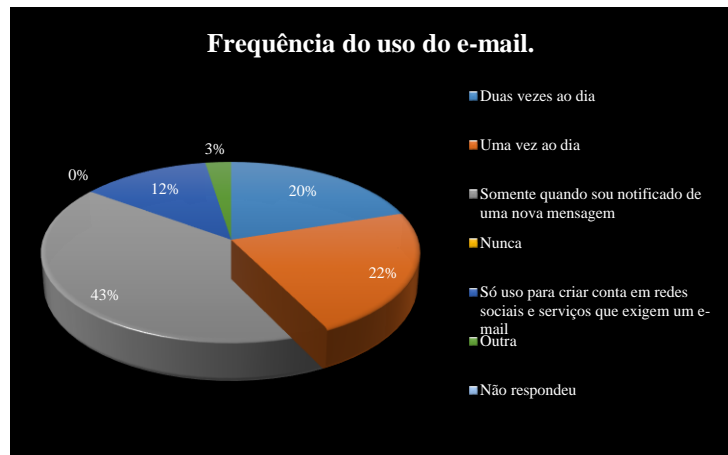
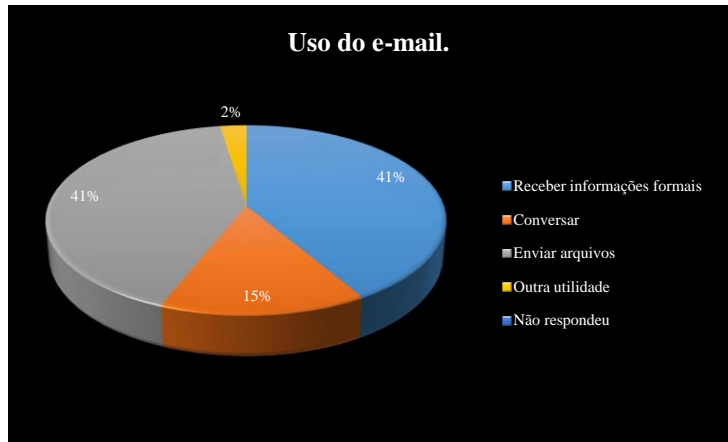
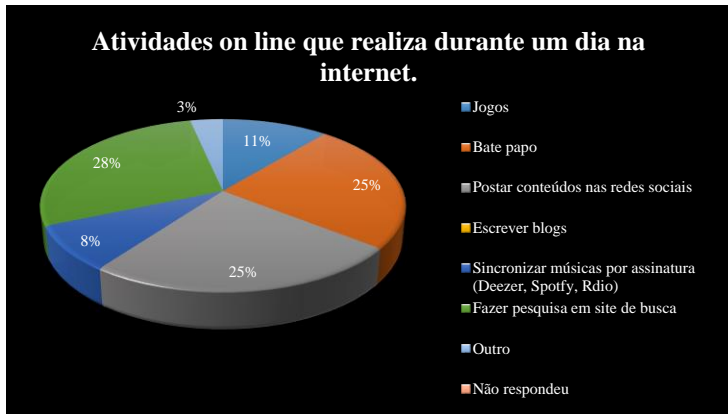
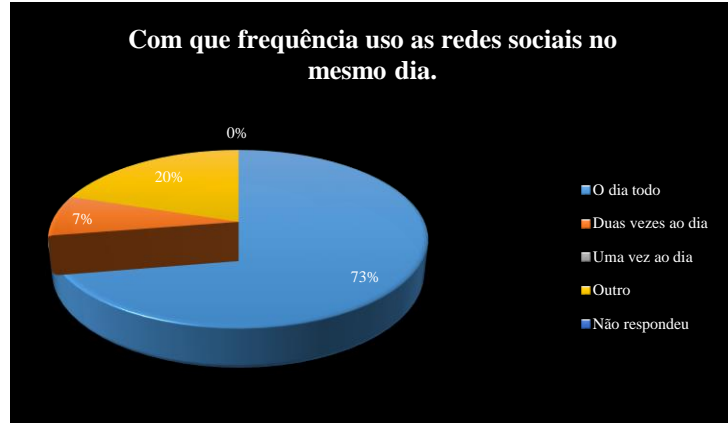


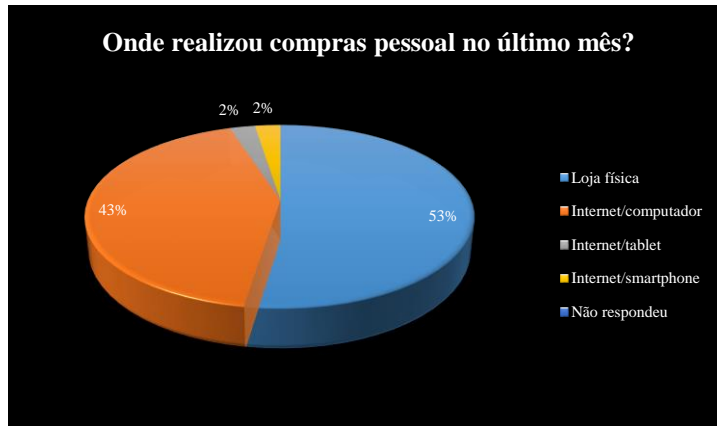
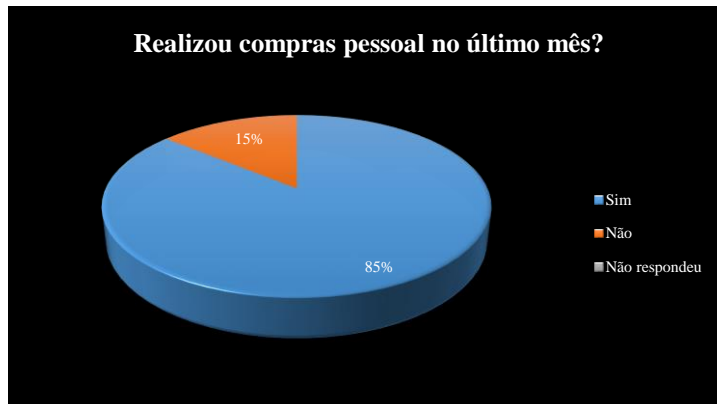
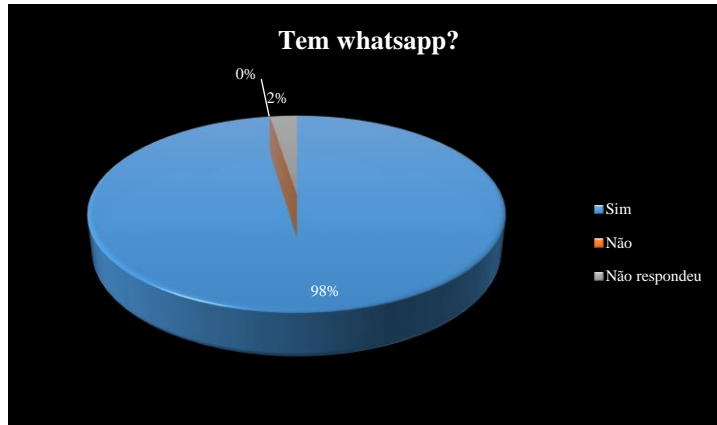
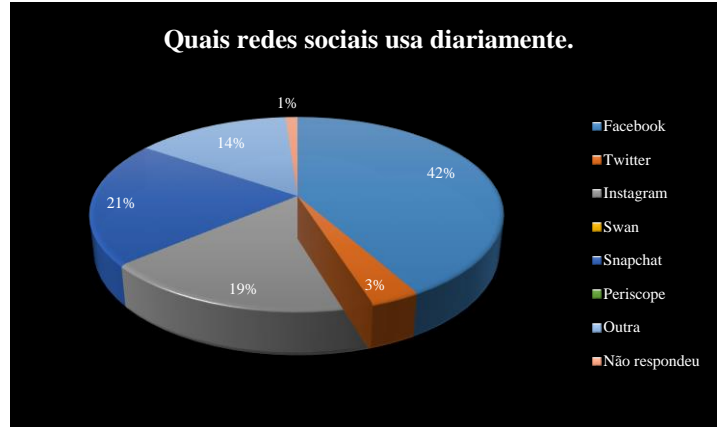


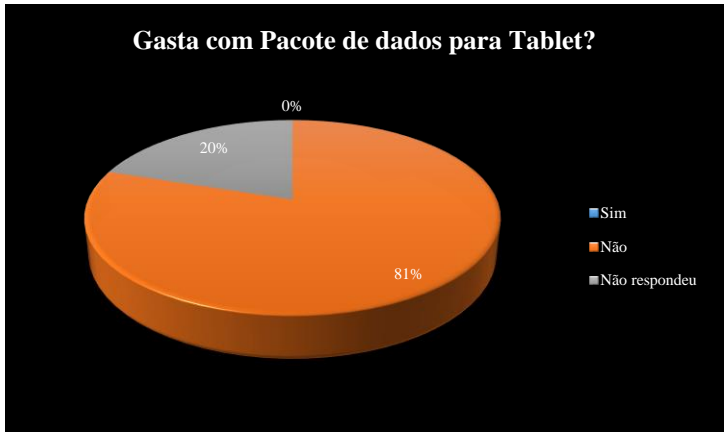
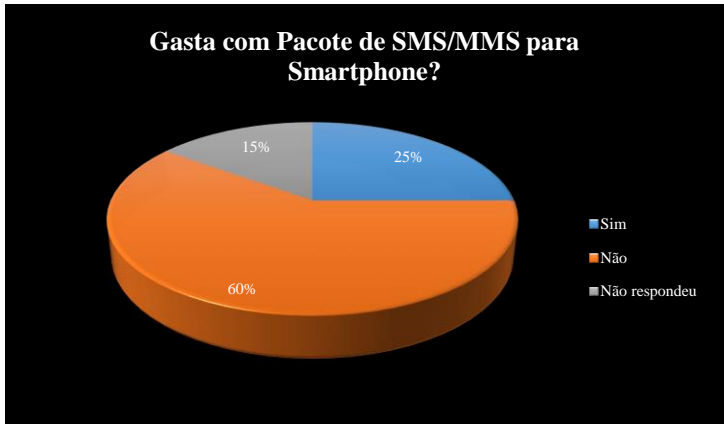
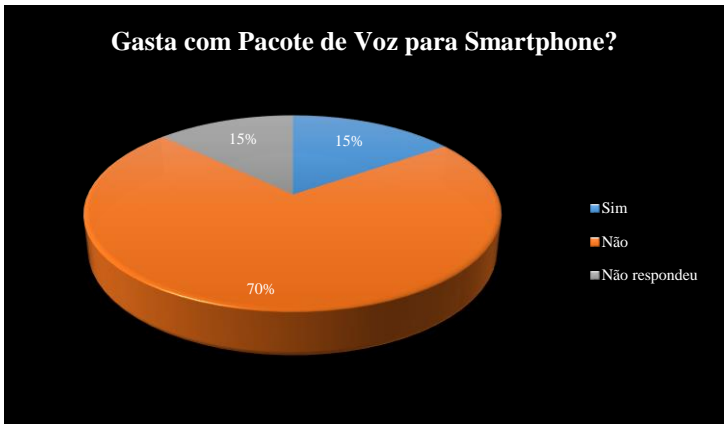
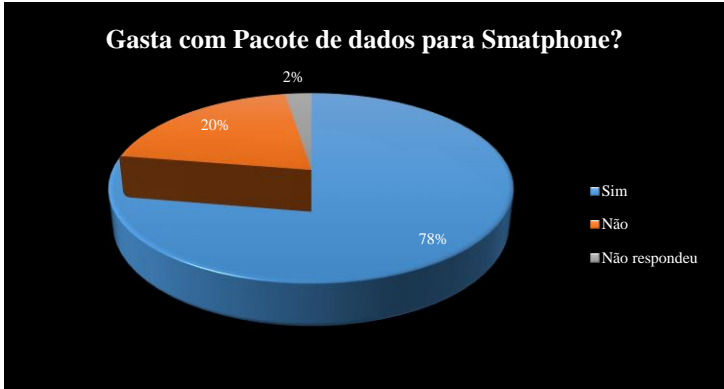


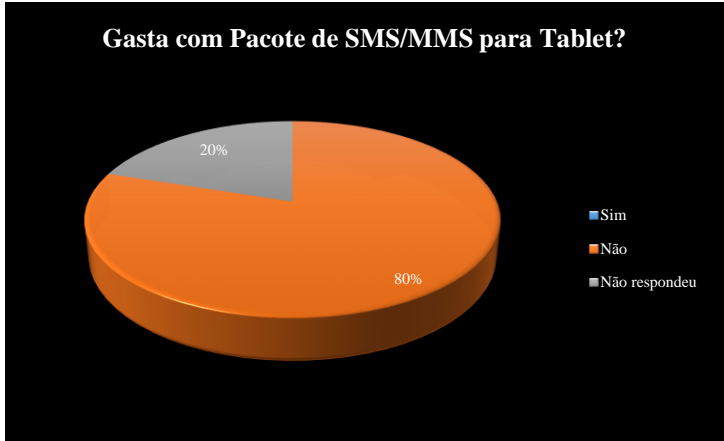




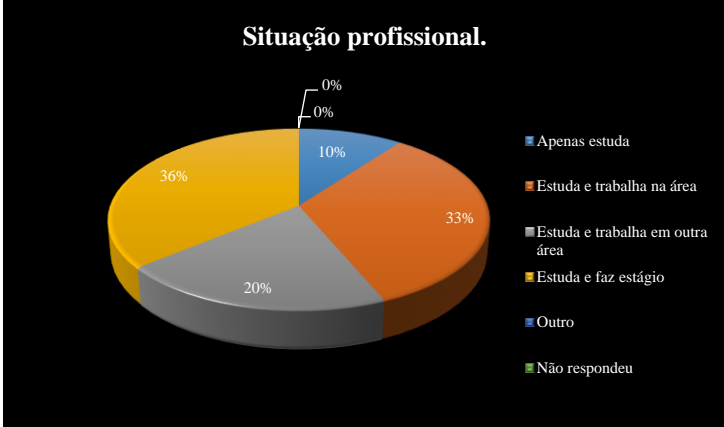
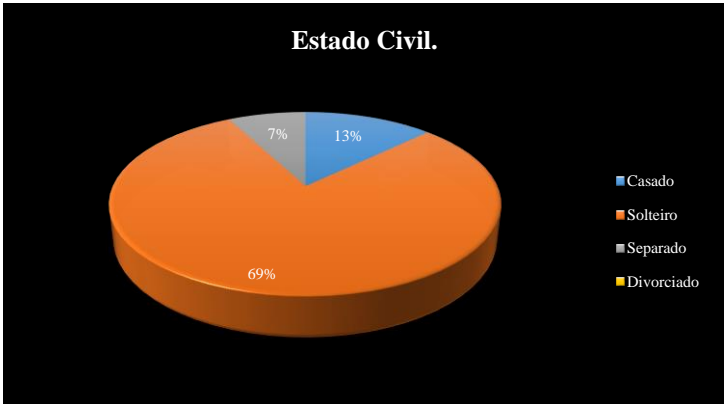
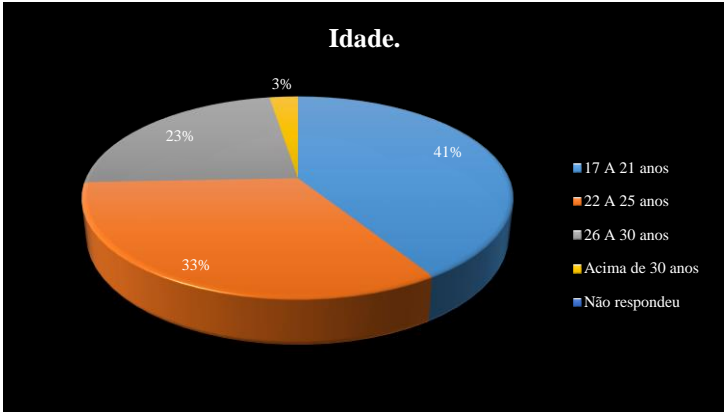
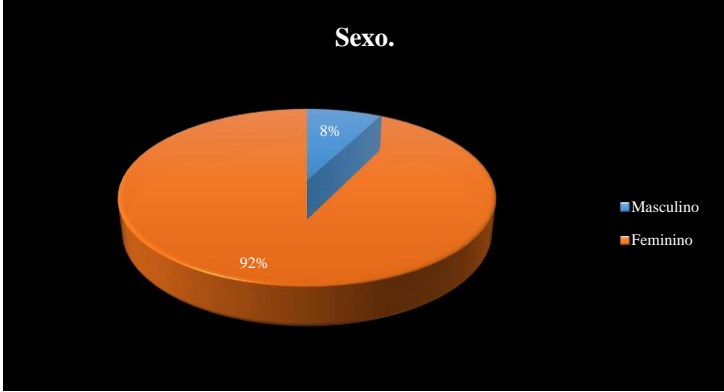


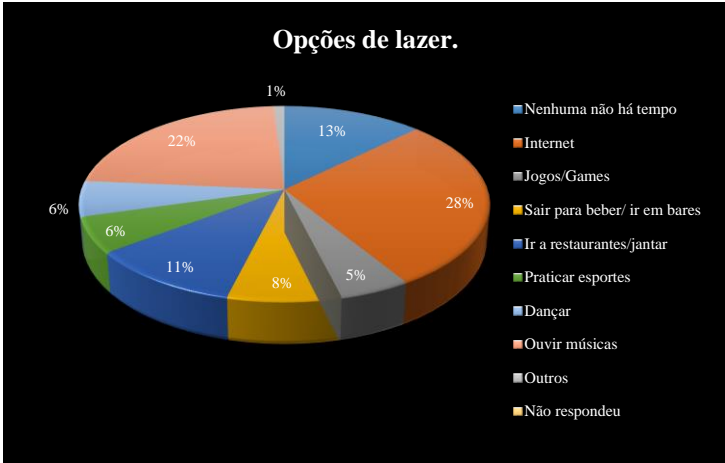
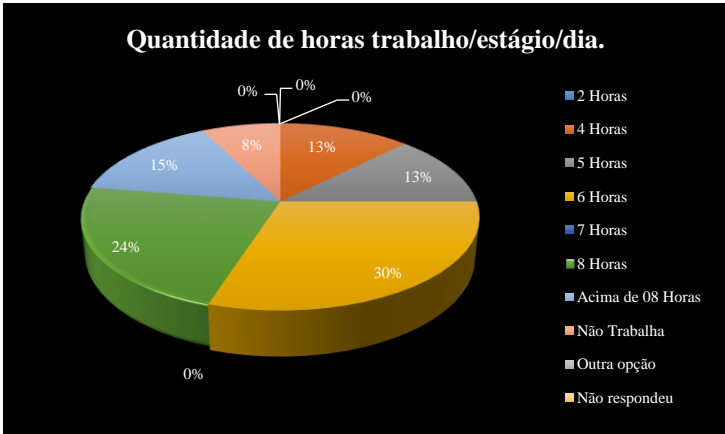


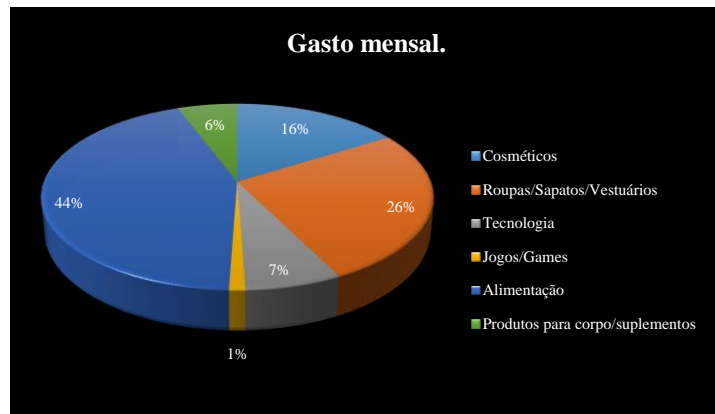
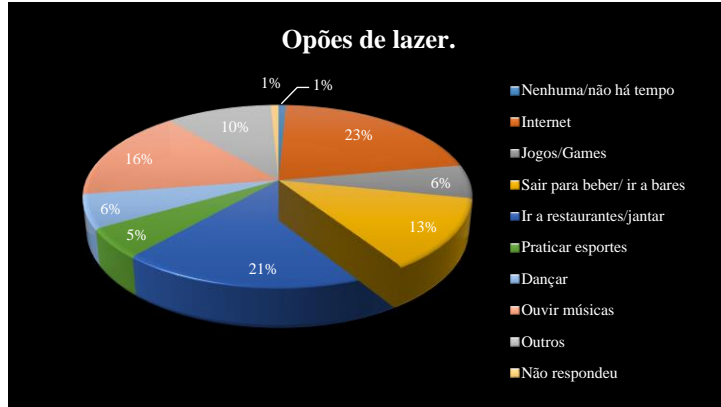


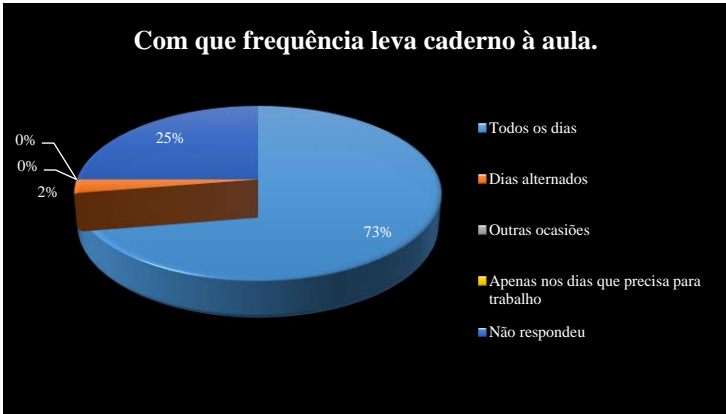
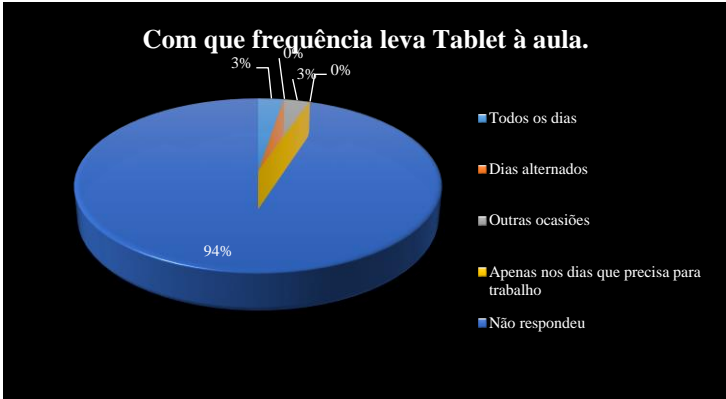
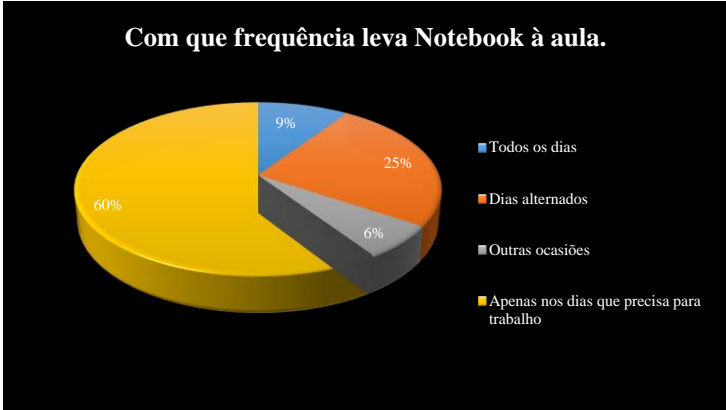
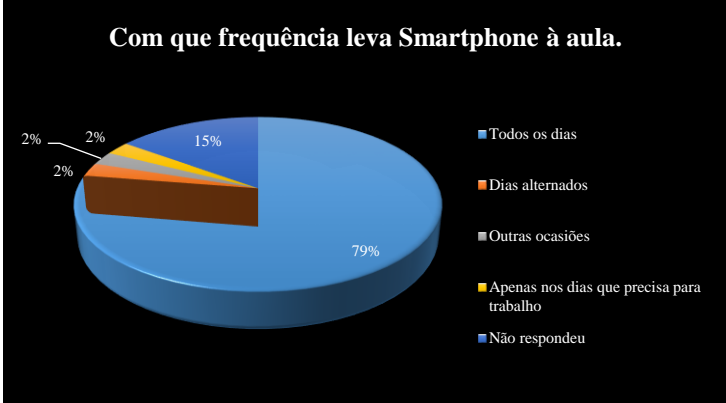


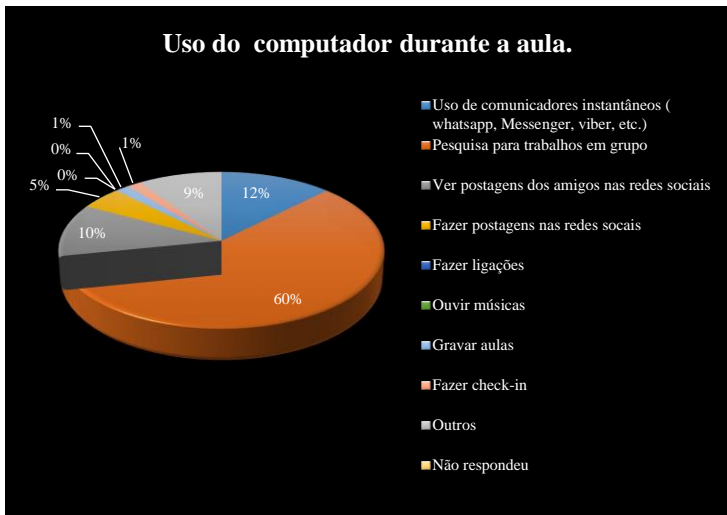
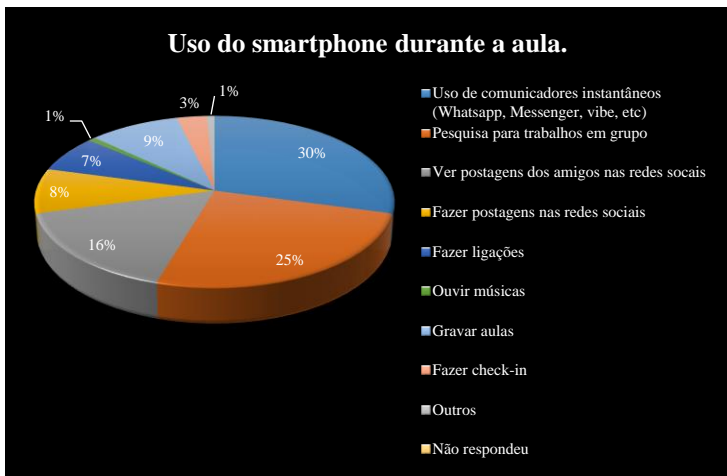
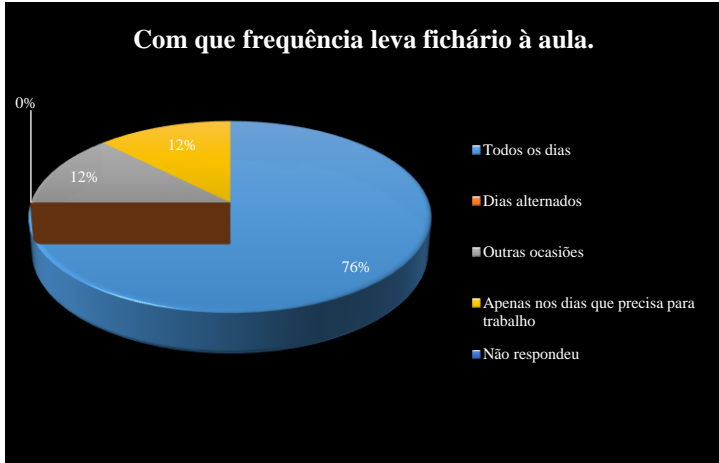
**GRÁFICOS ESPECÍFICOS DO CURSO DE PEDAGOGIA NOTURNO
UNESP**

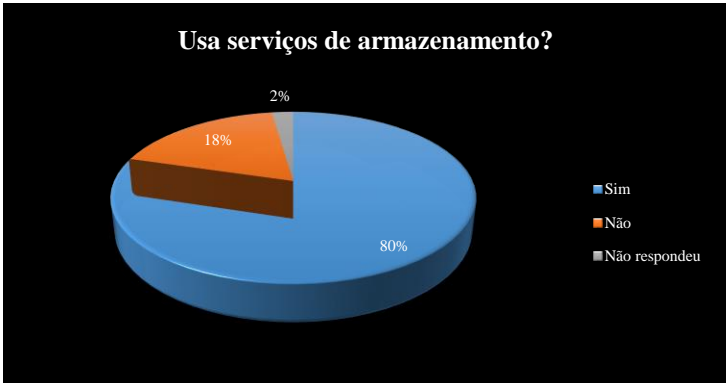
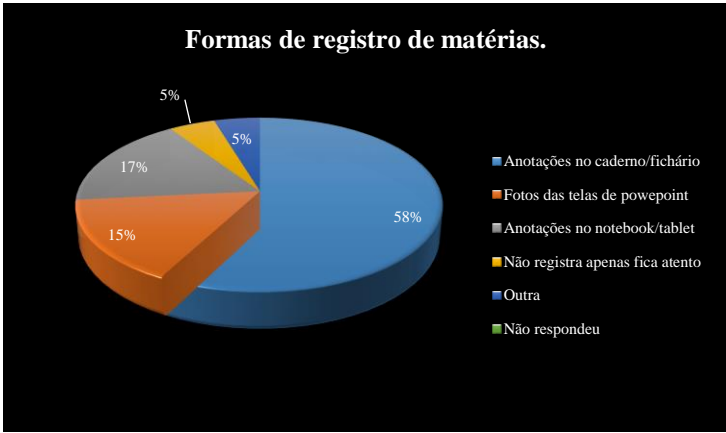
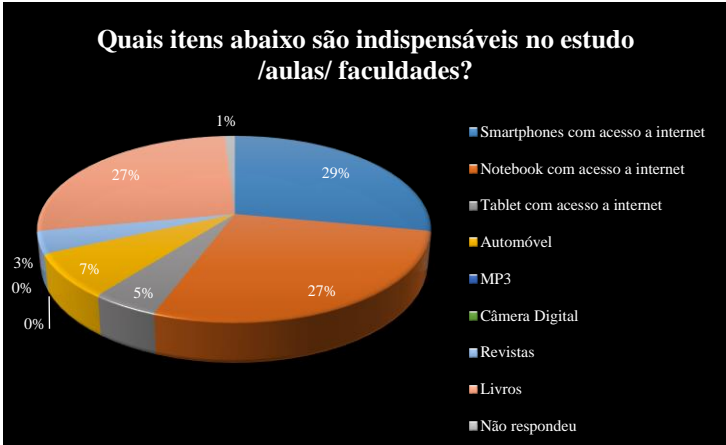


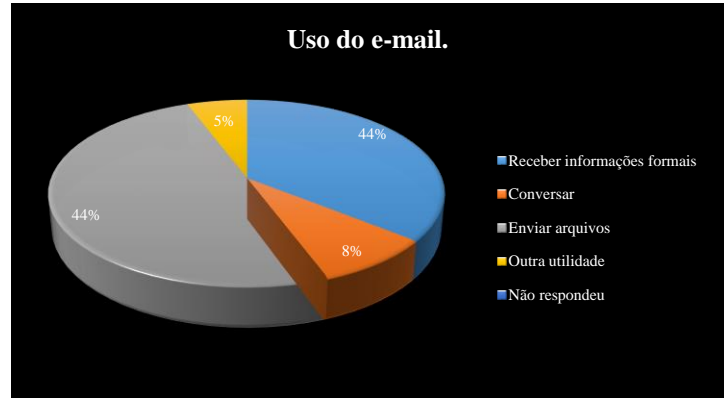
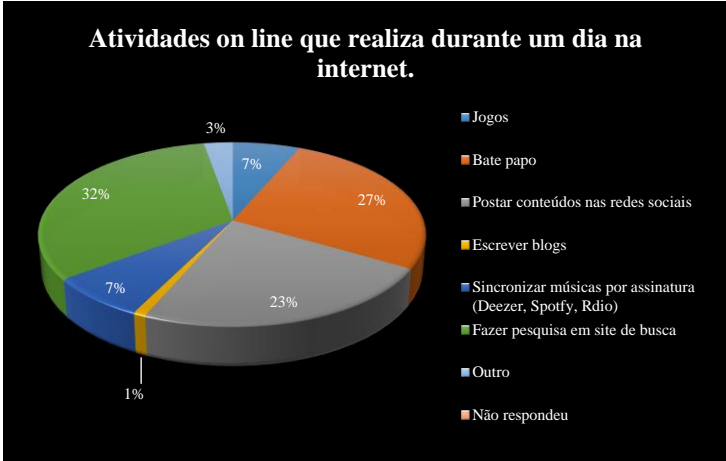
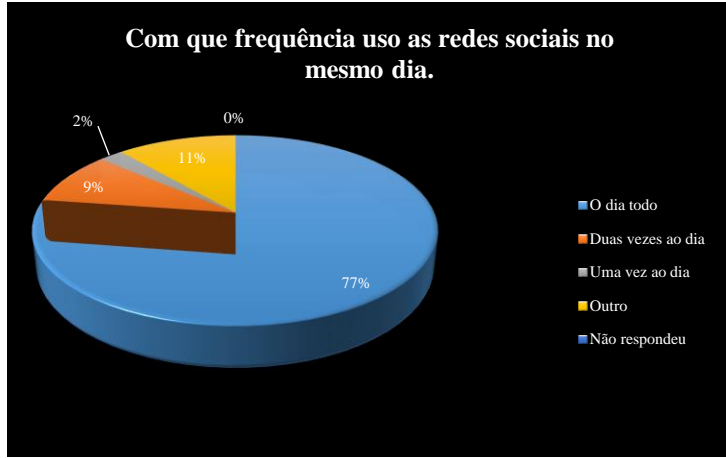
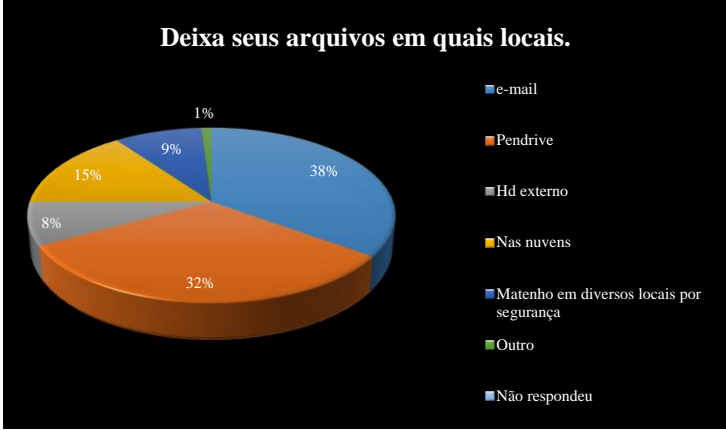


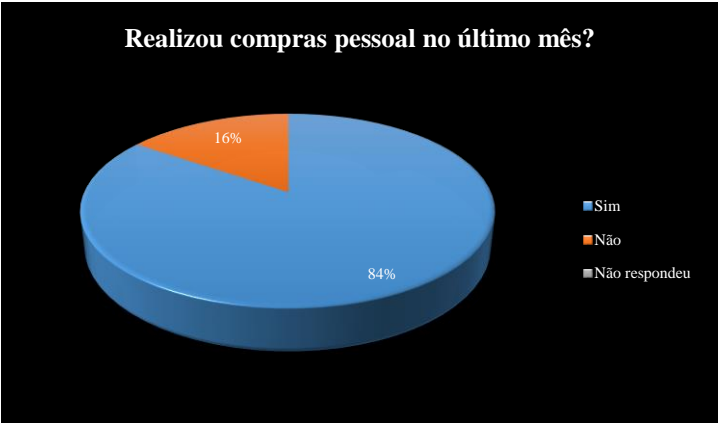
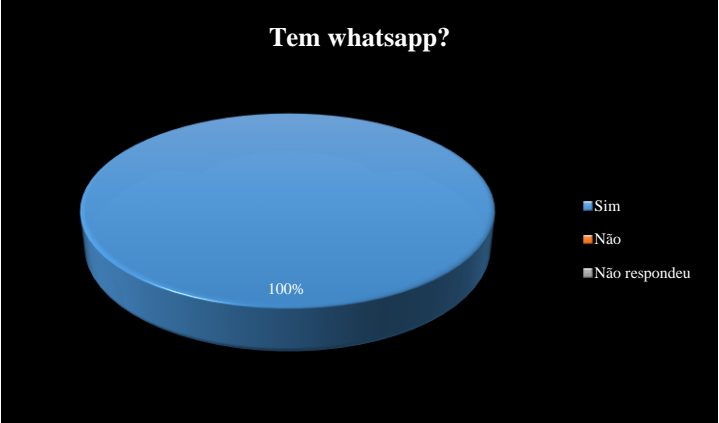
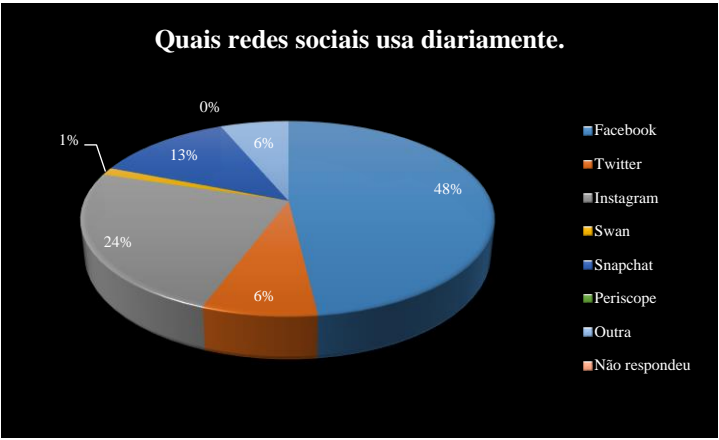
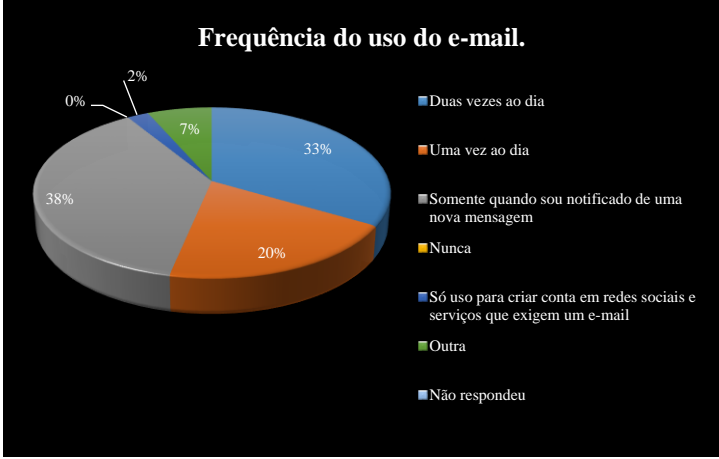


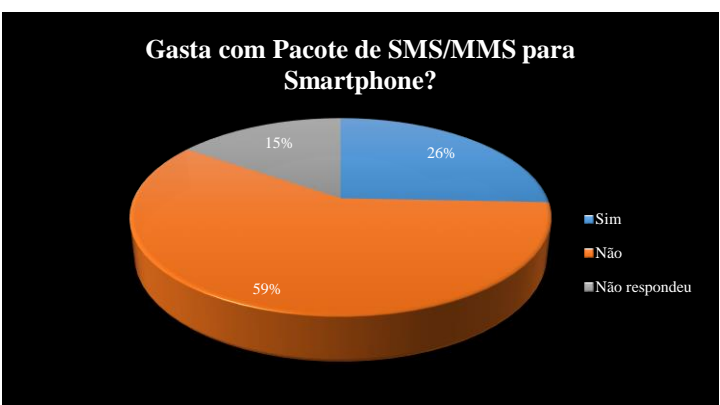
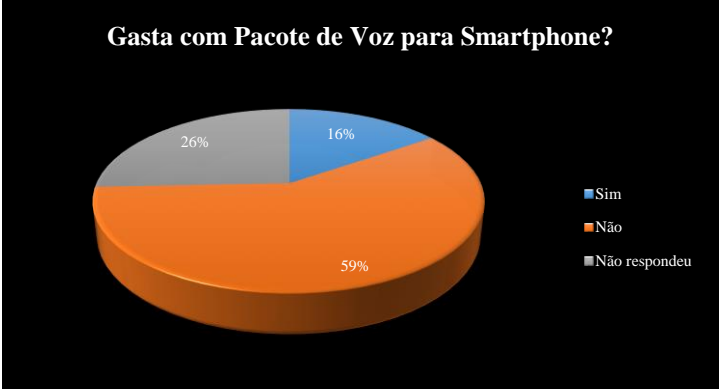
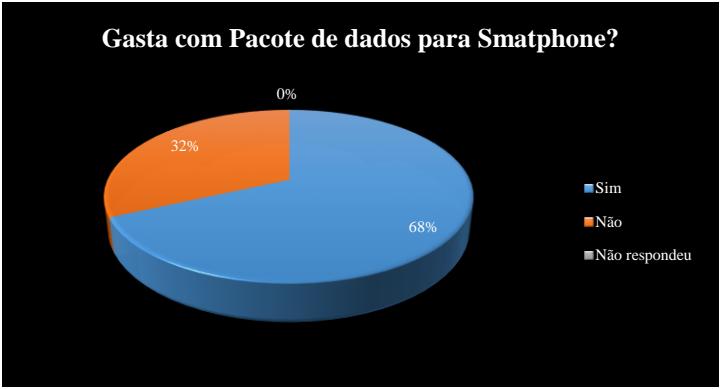
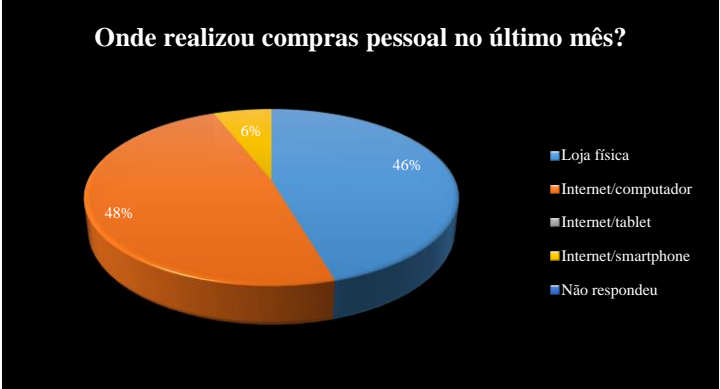


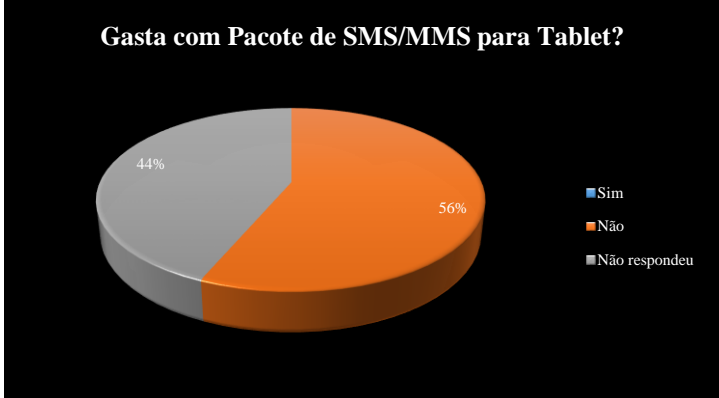
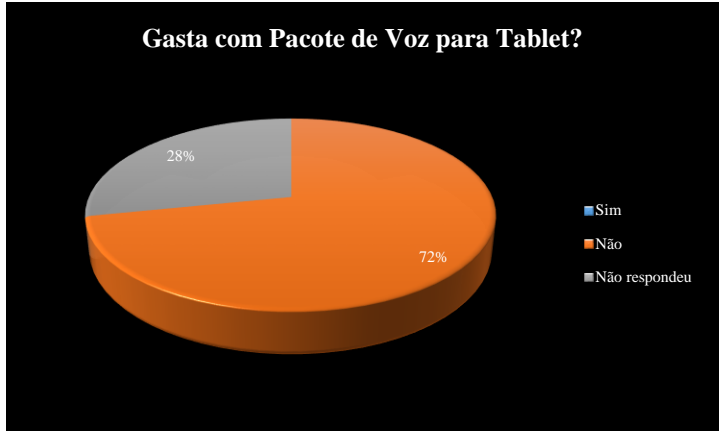
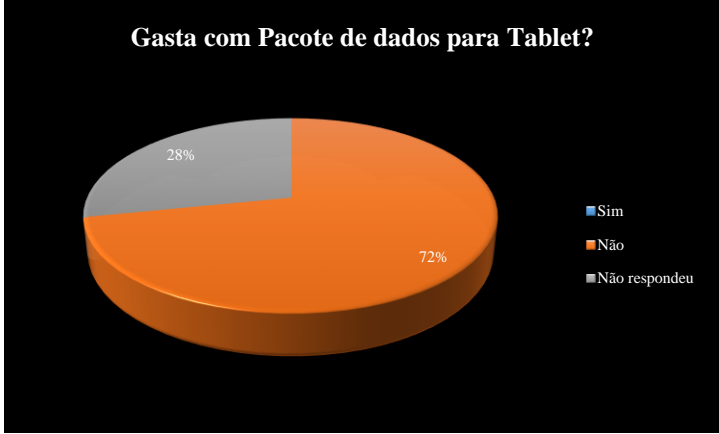




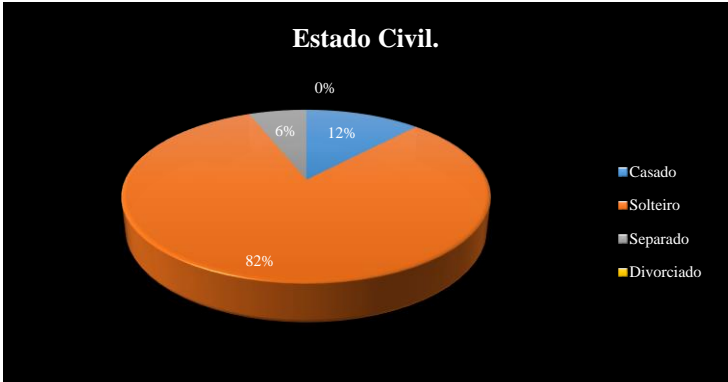
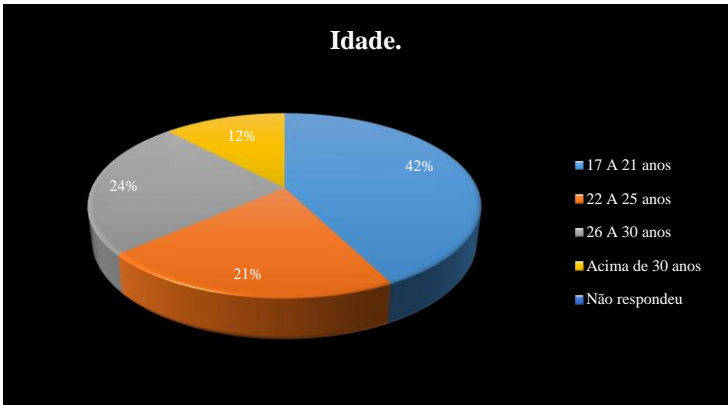
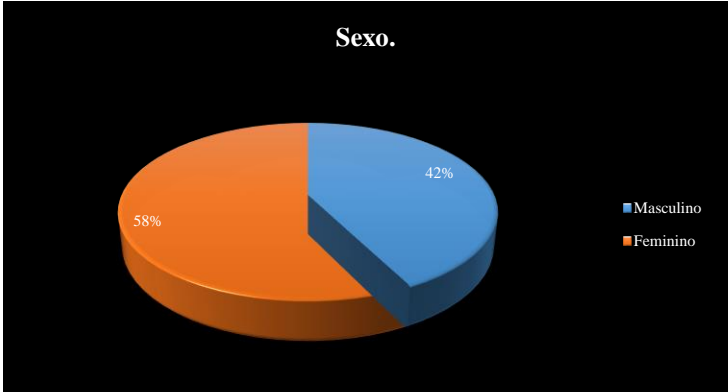


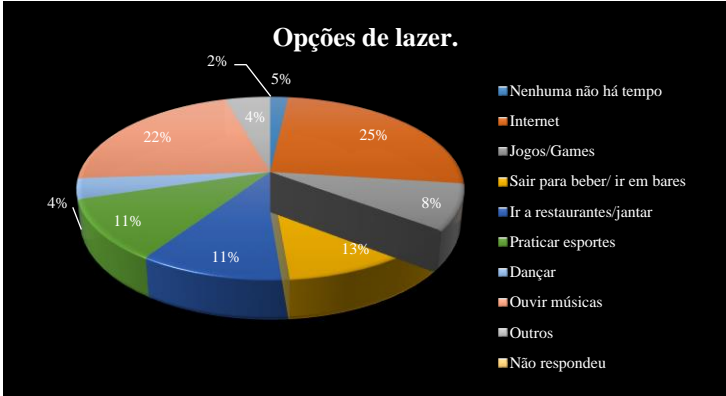
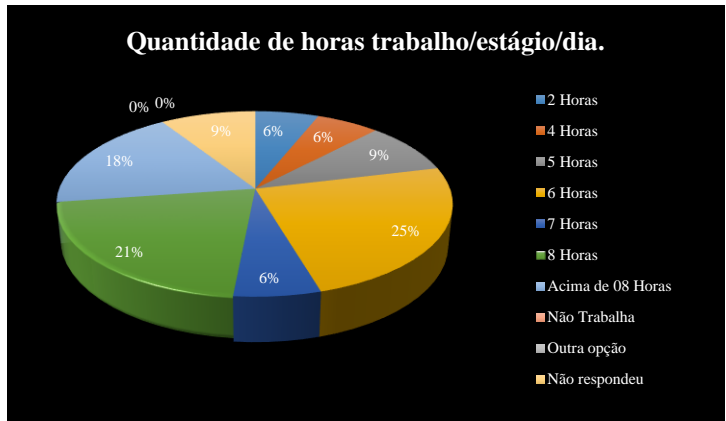
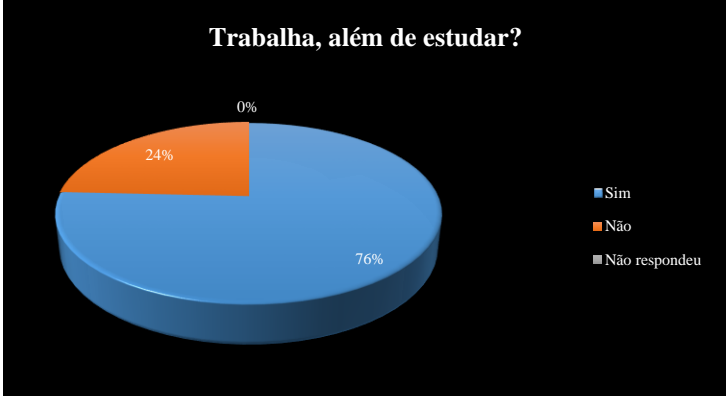


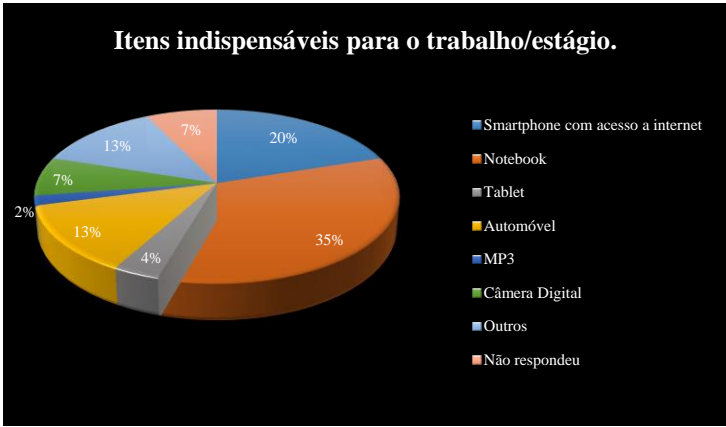
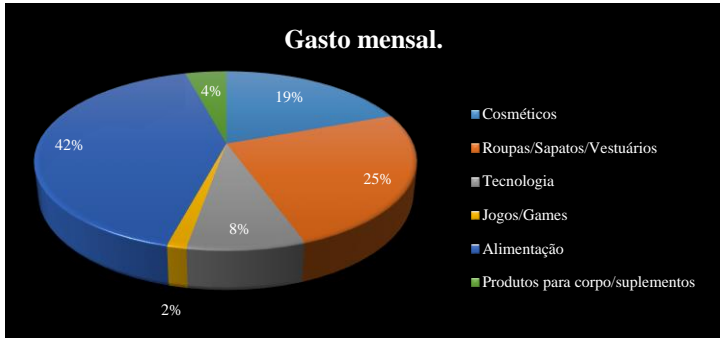
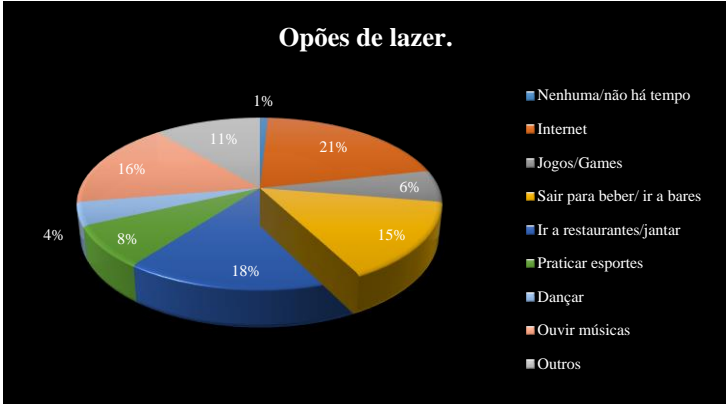


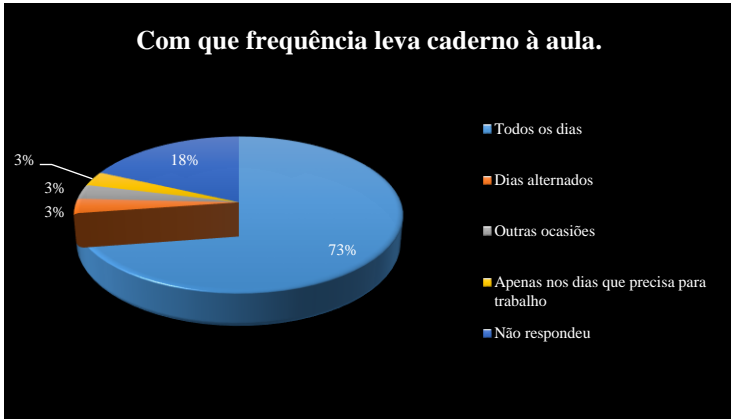
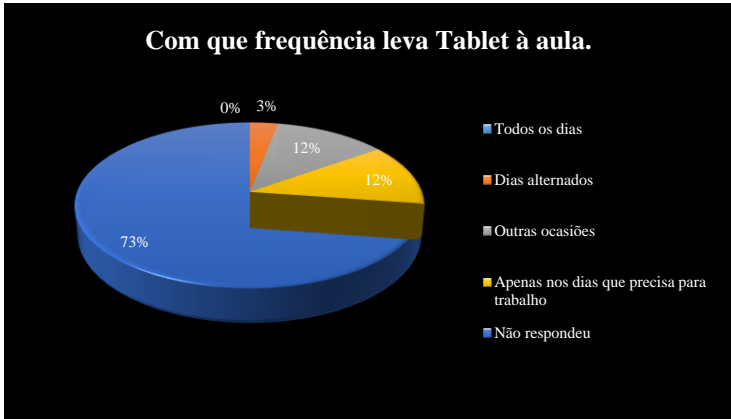
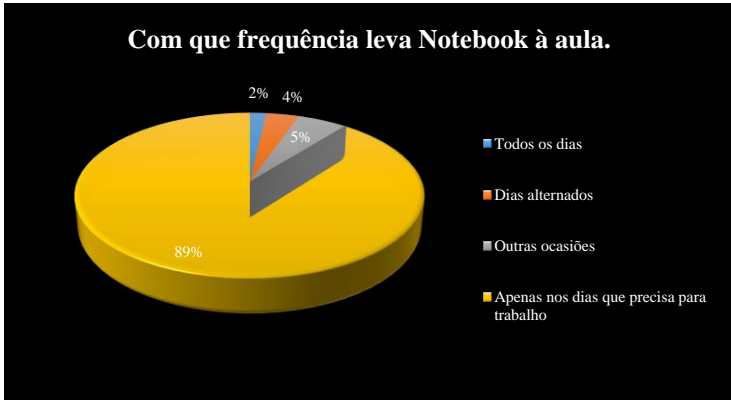
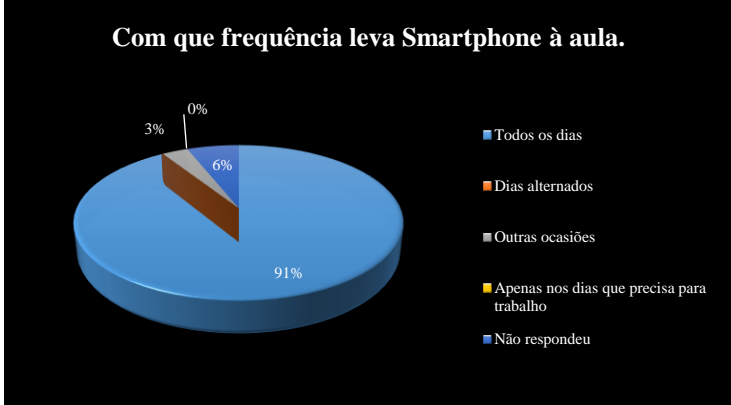


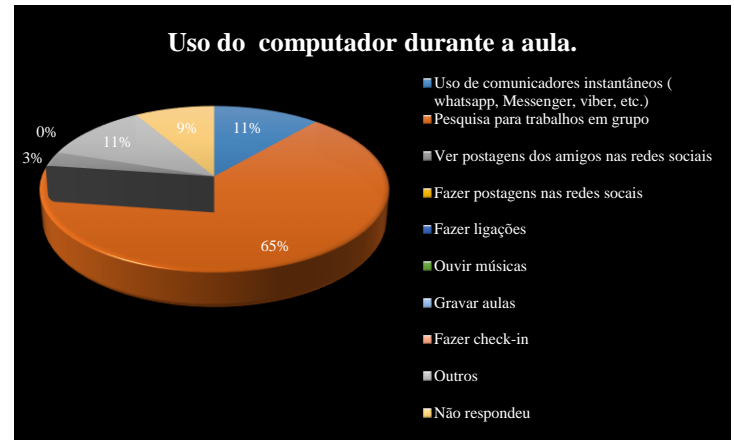
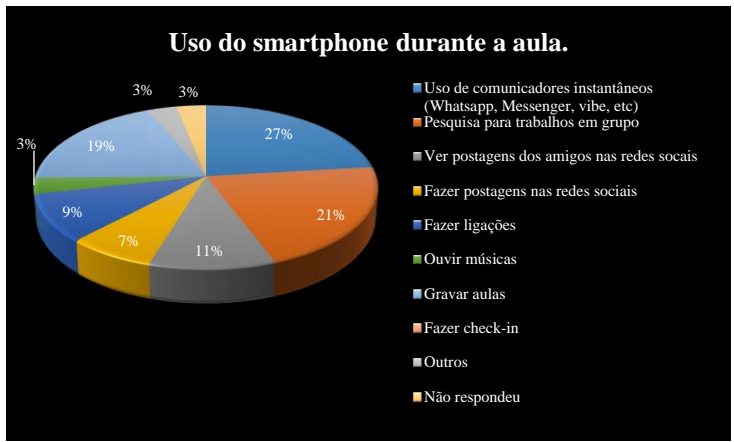
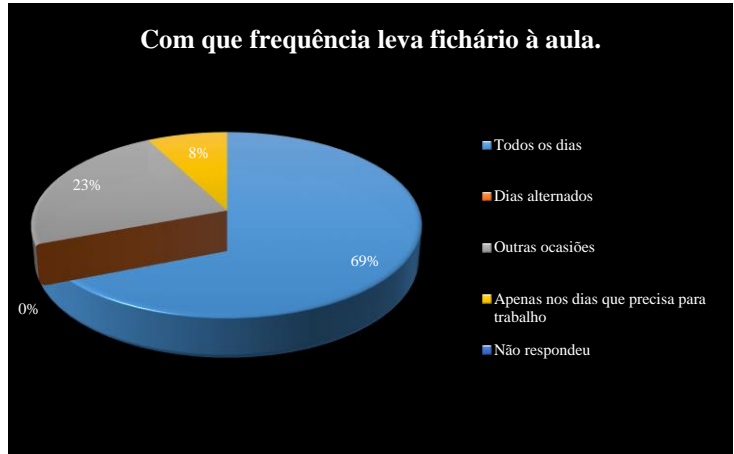
GRÁFICOS ESPECÍFICOS DO CURSO DE BIOLOGIA UNIARA

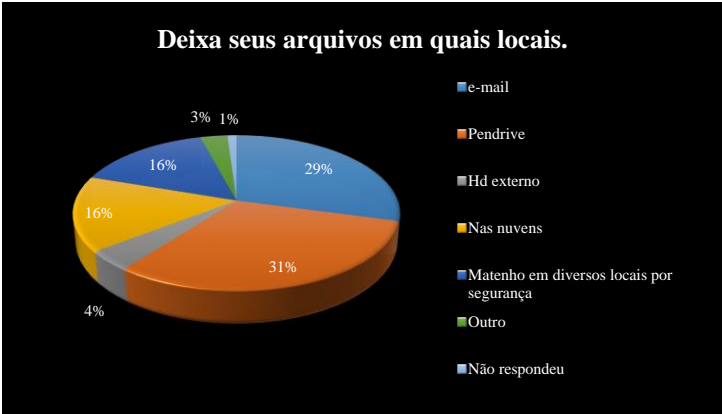
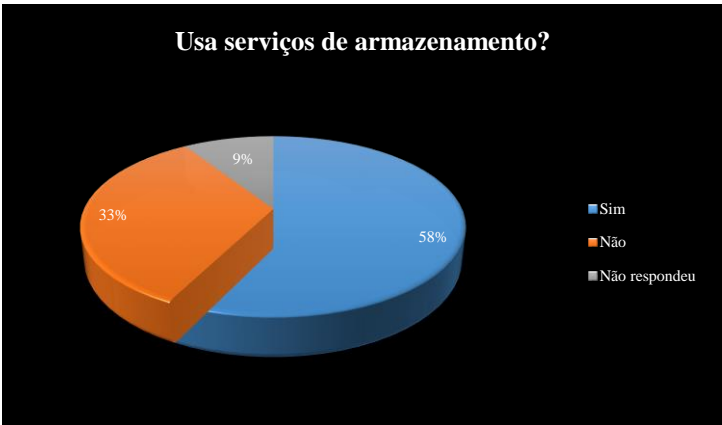
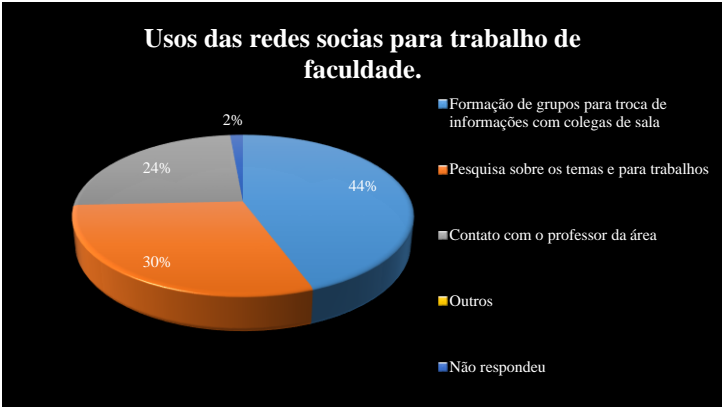
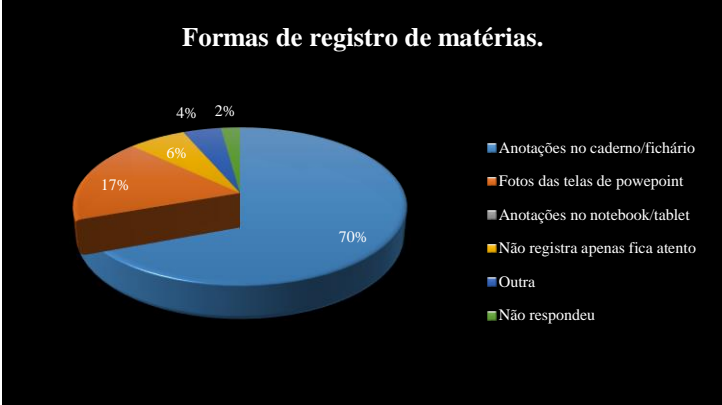


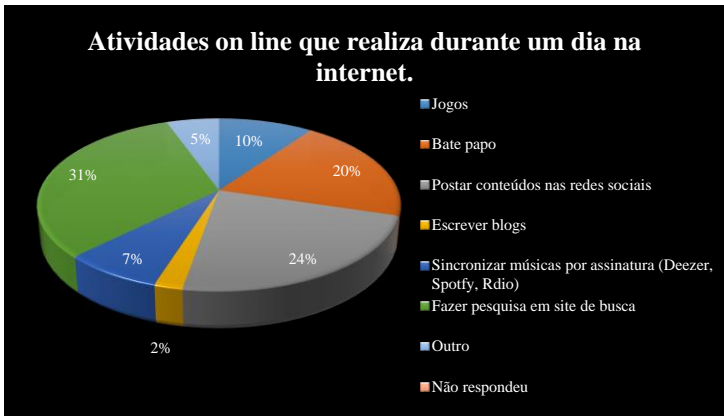
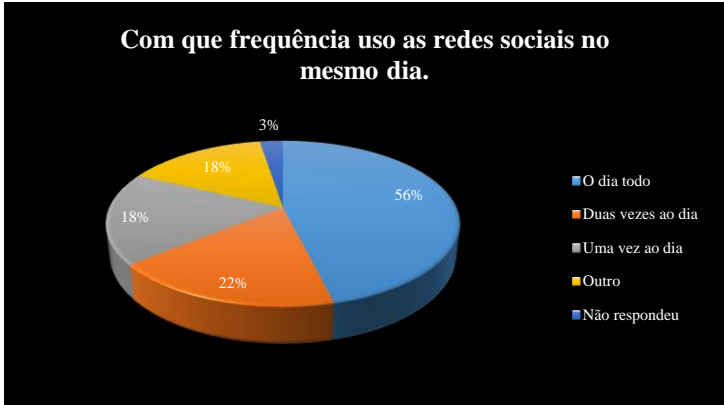


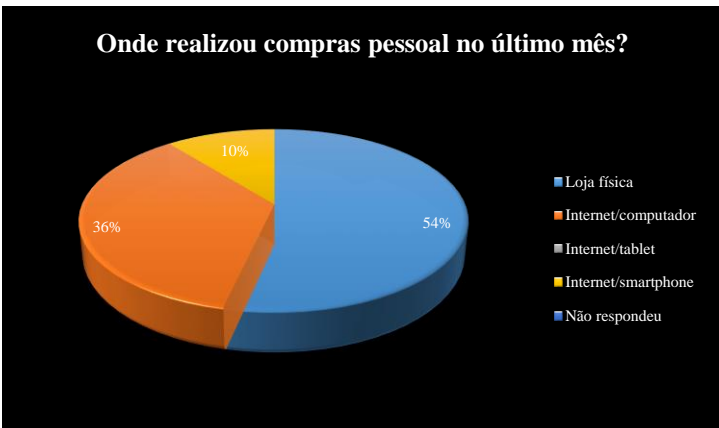
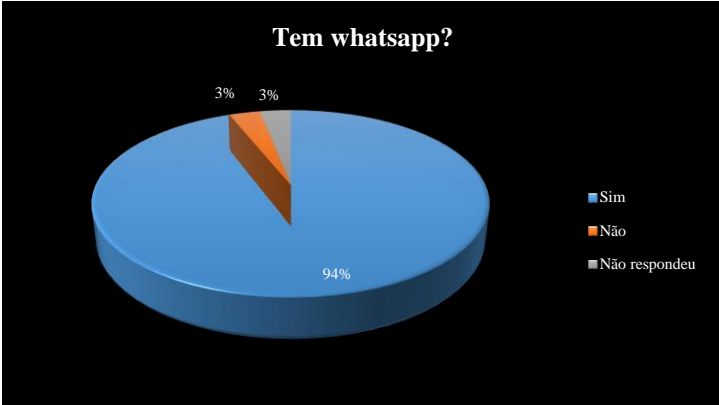
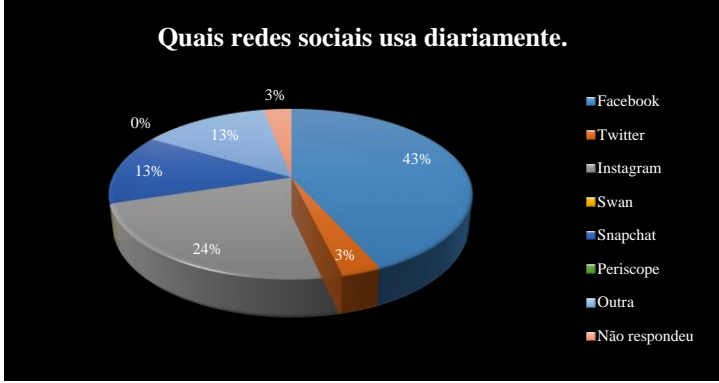


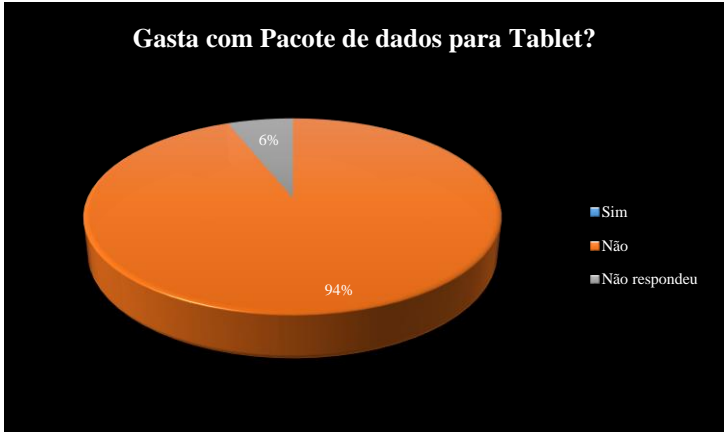
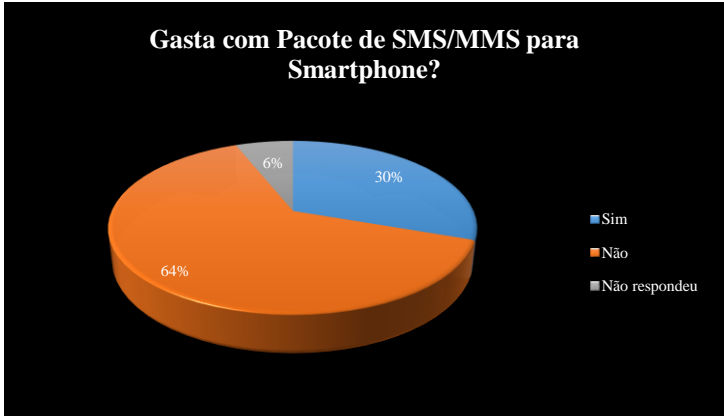
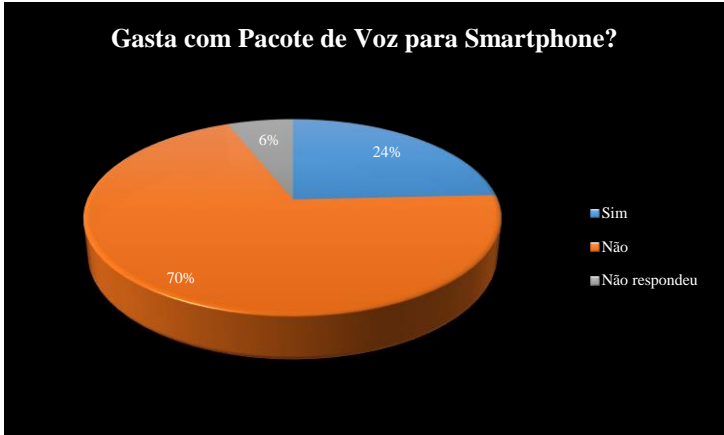
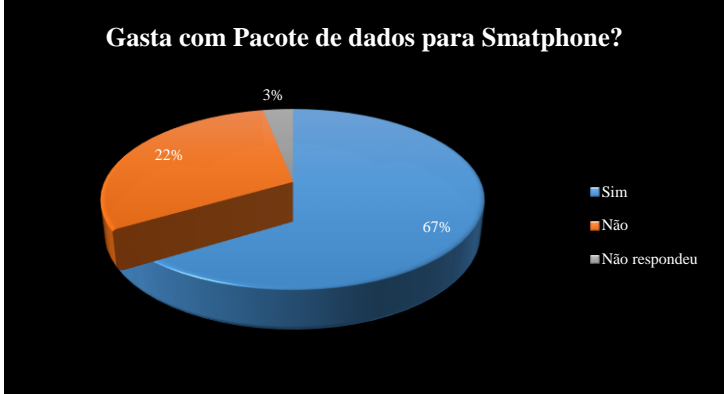


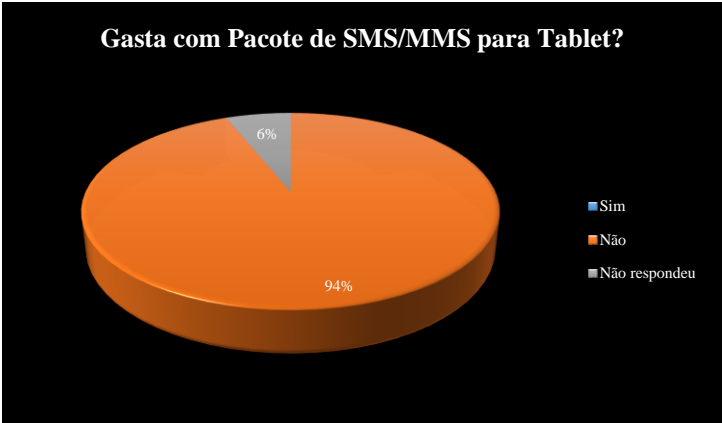




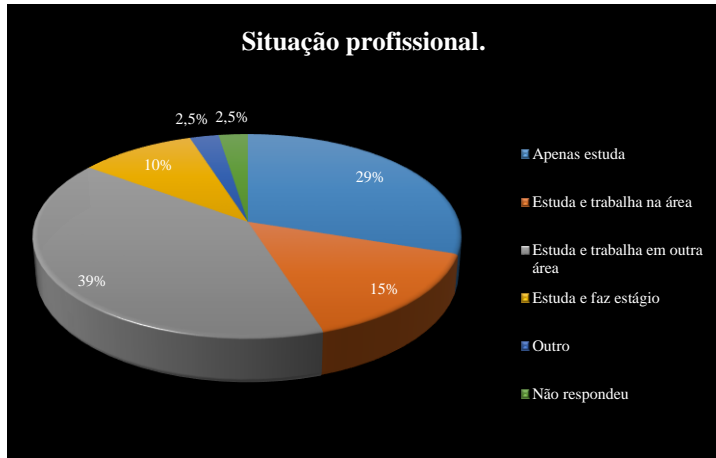
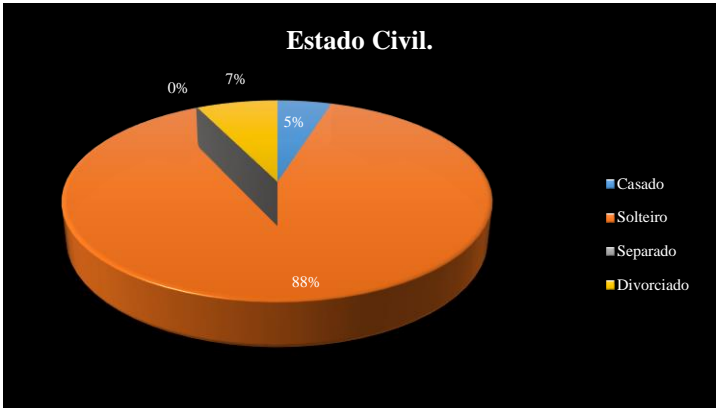
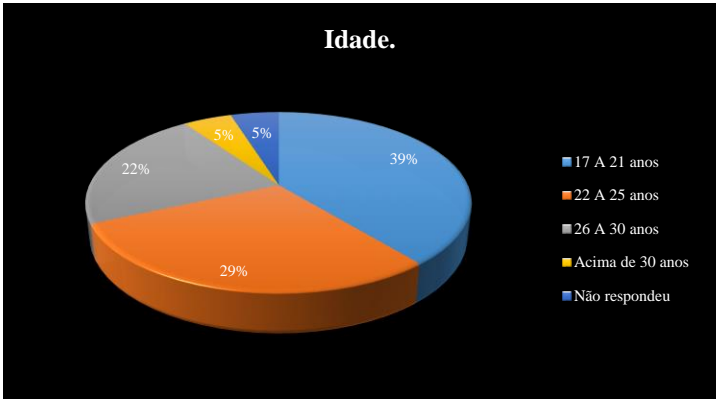
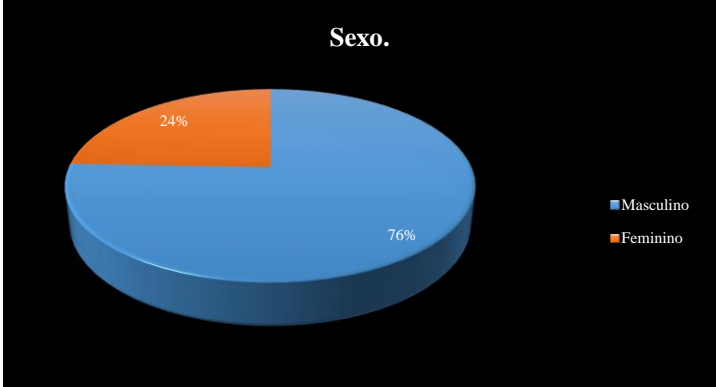


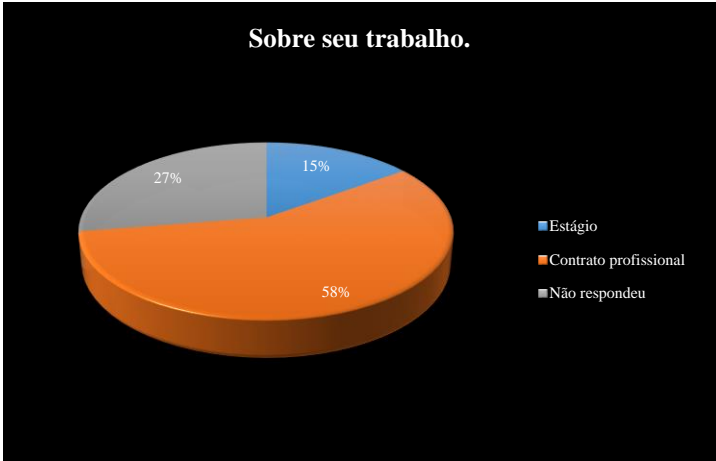
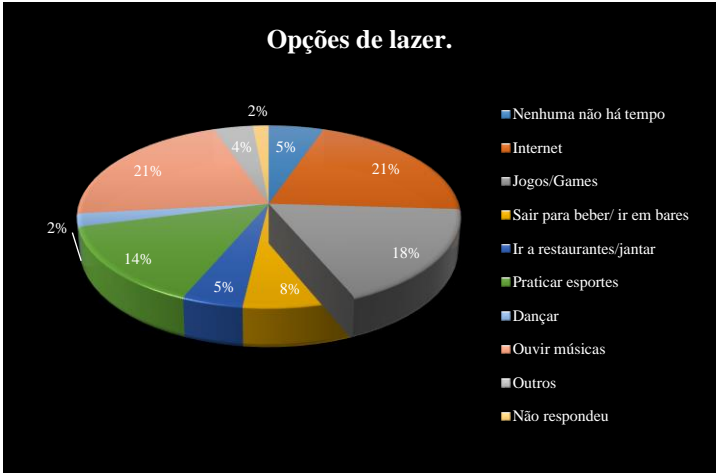
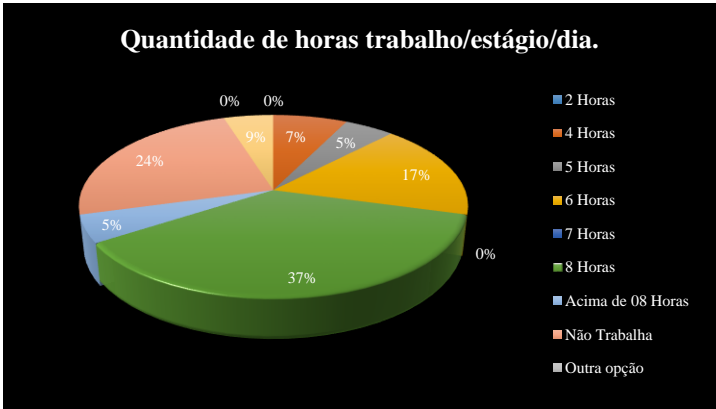


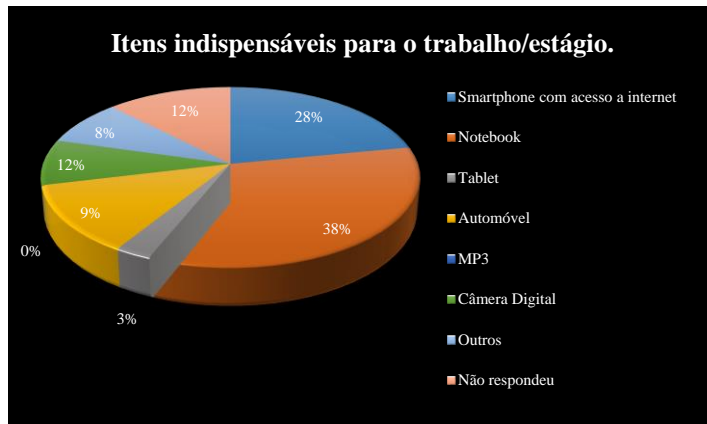
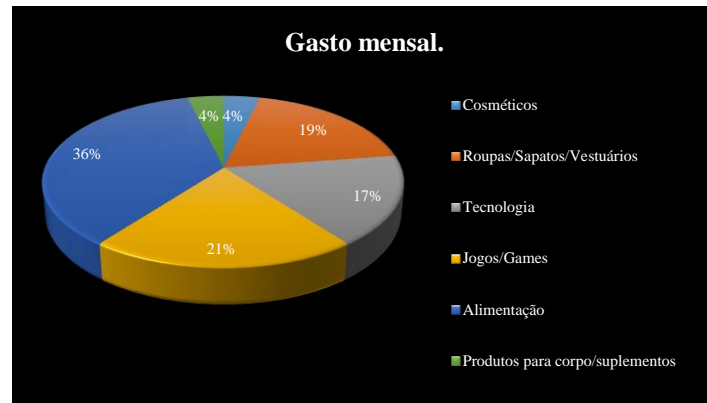
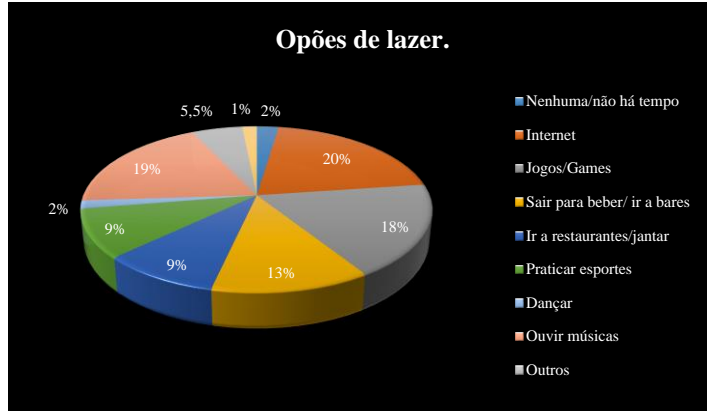


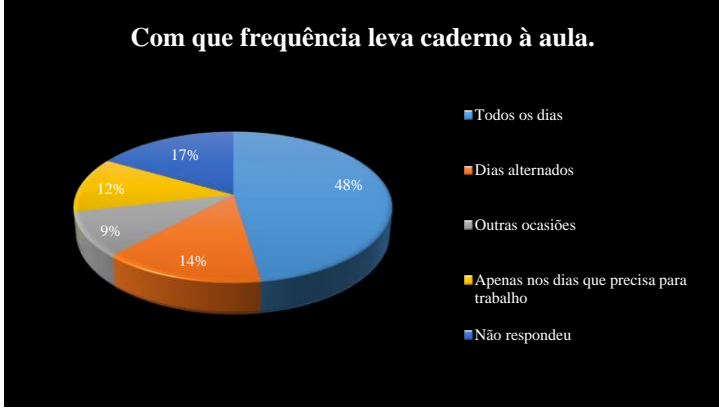
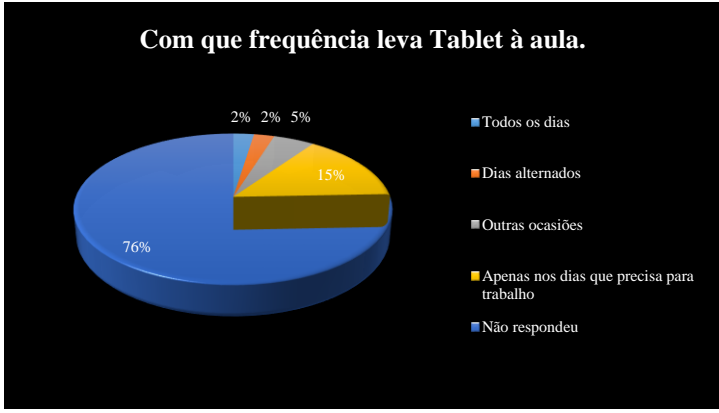
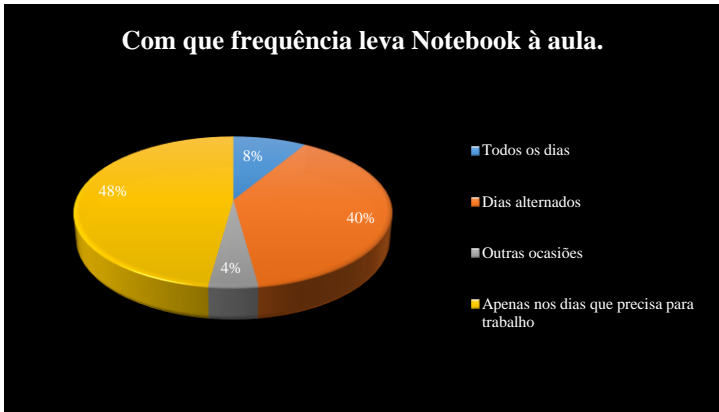
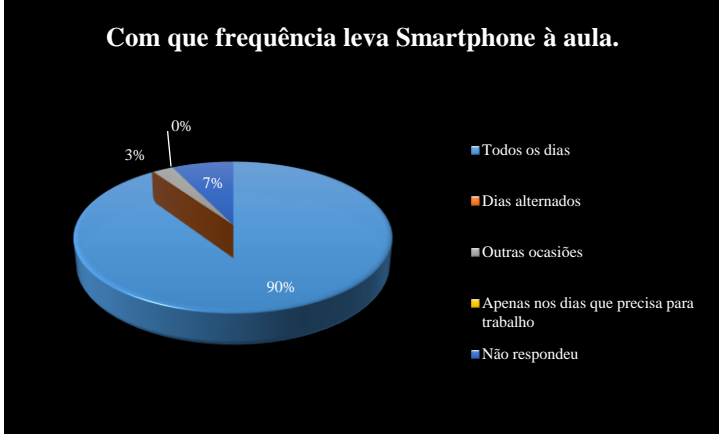


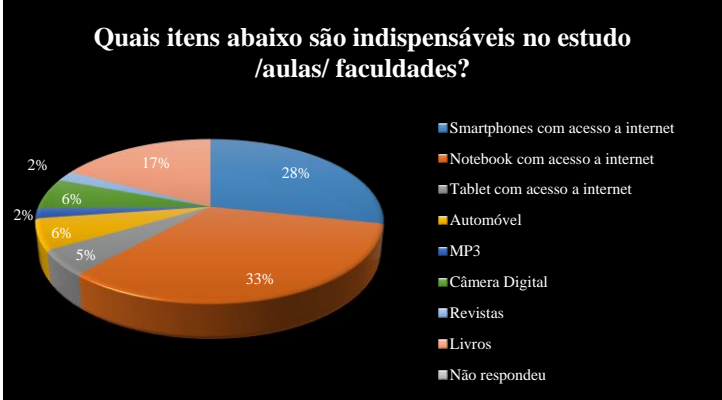
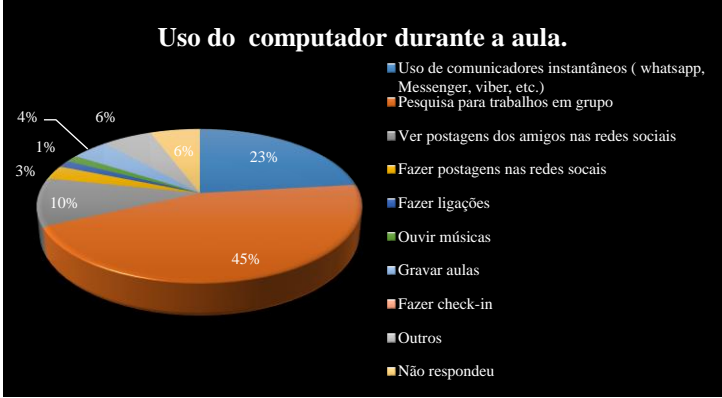
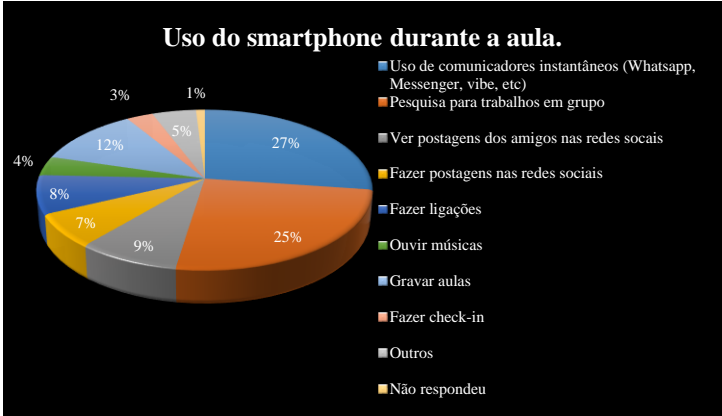
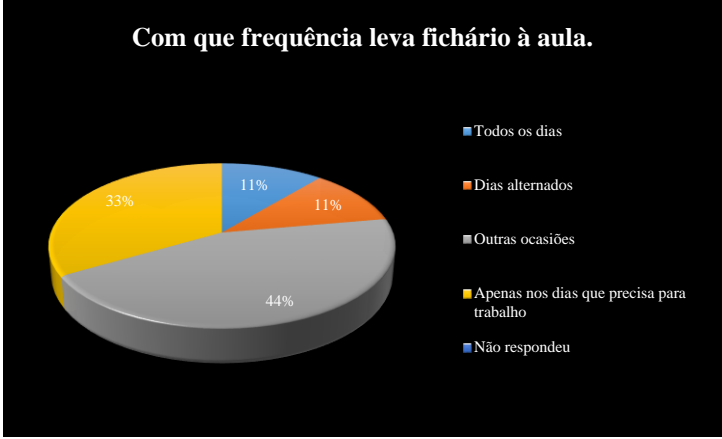
GRÁFICOS ESPECÍFICOS DO CURSO DE DESIGN DIGITAL UNIARA

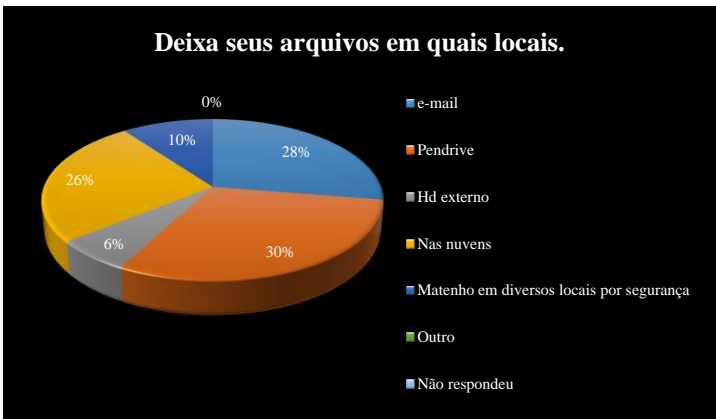
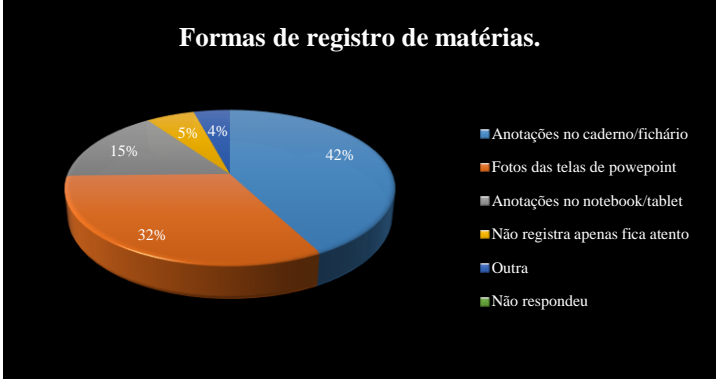


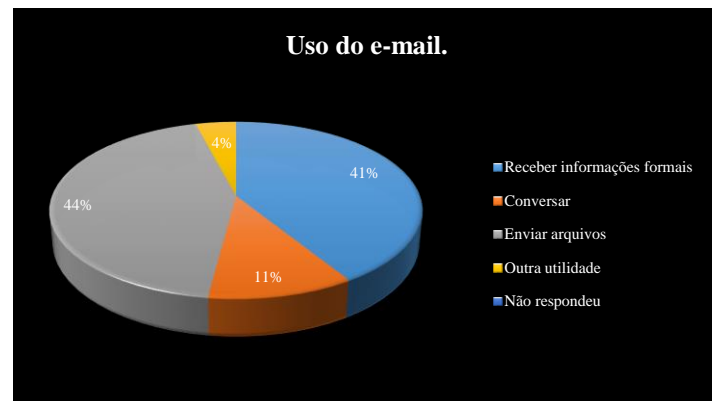
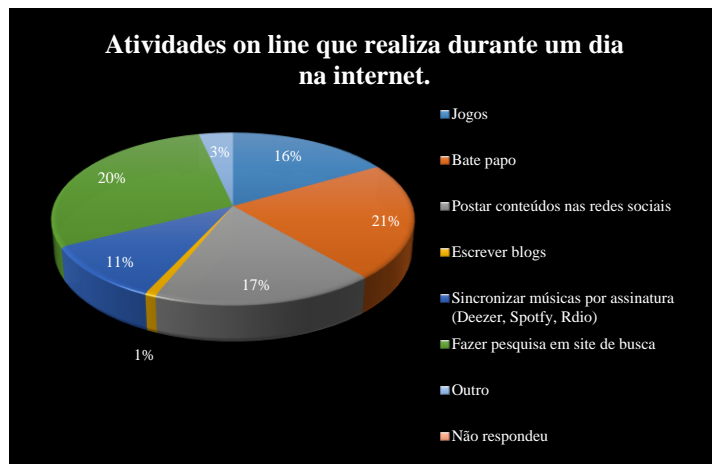
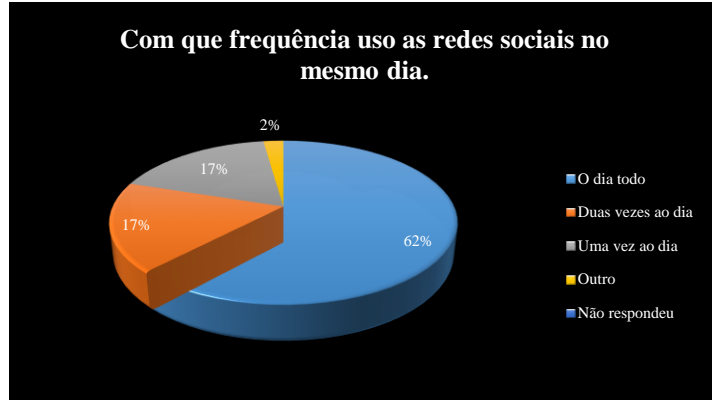


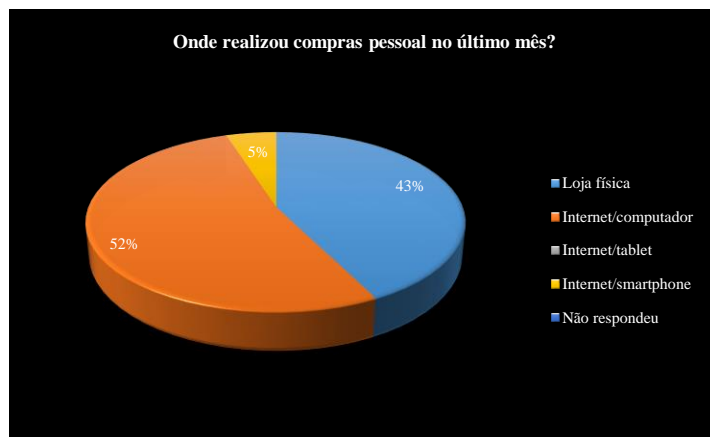
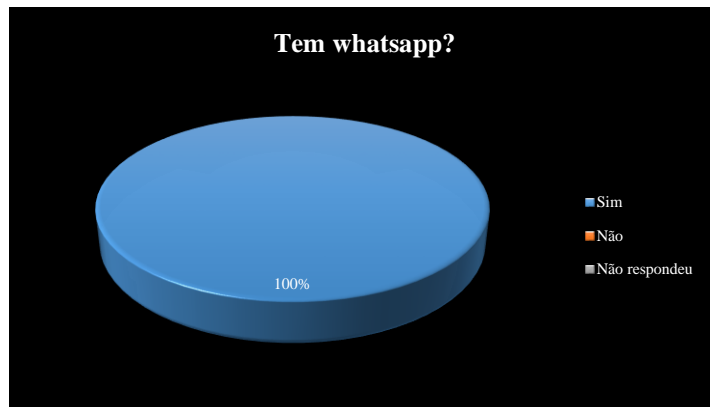
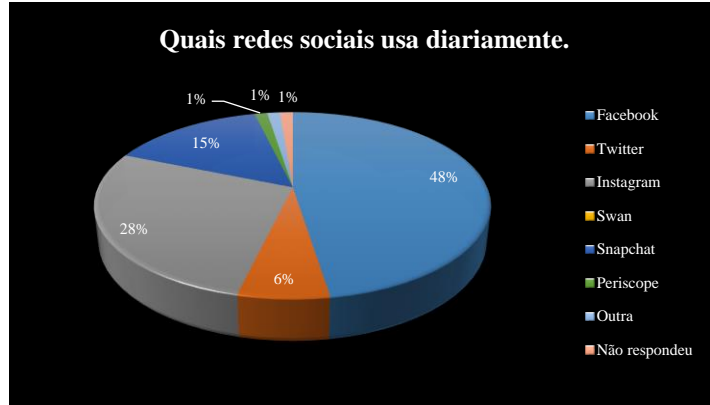


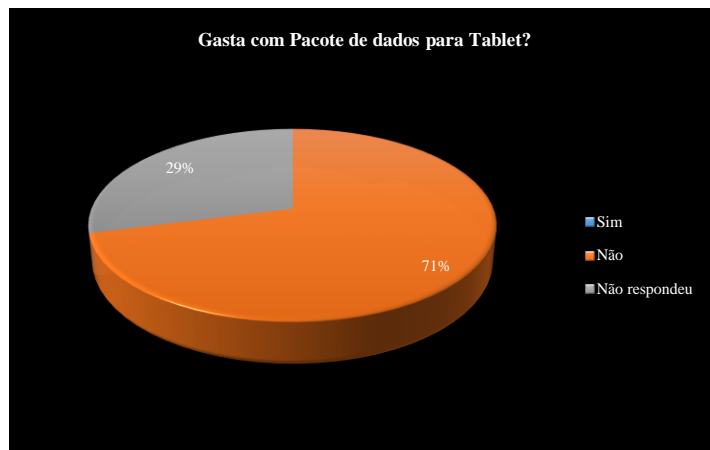
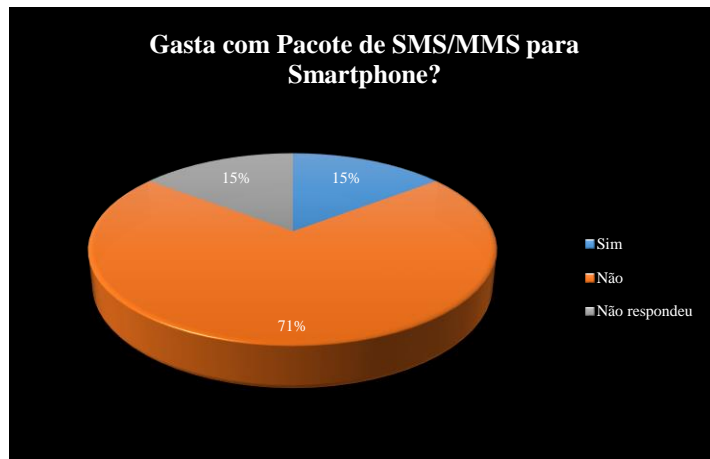
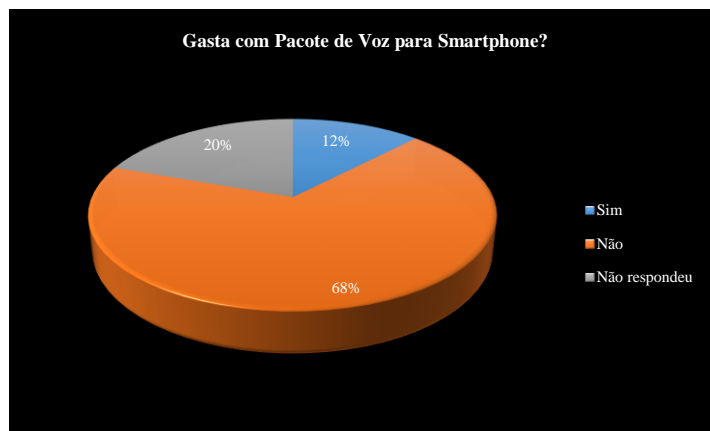
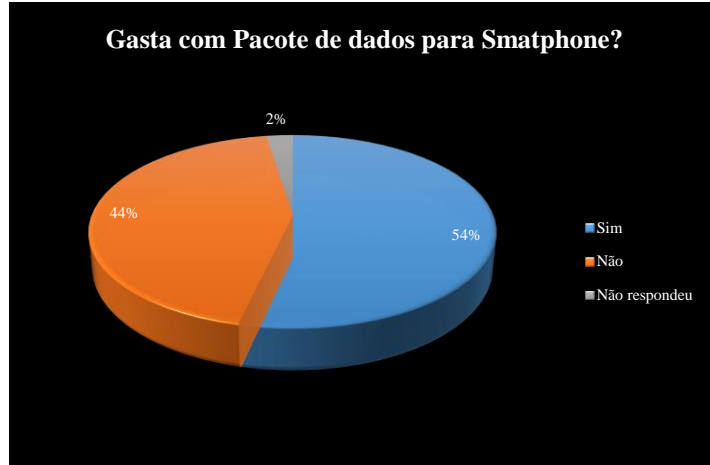


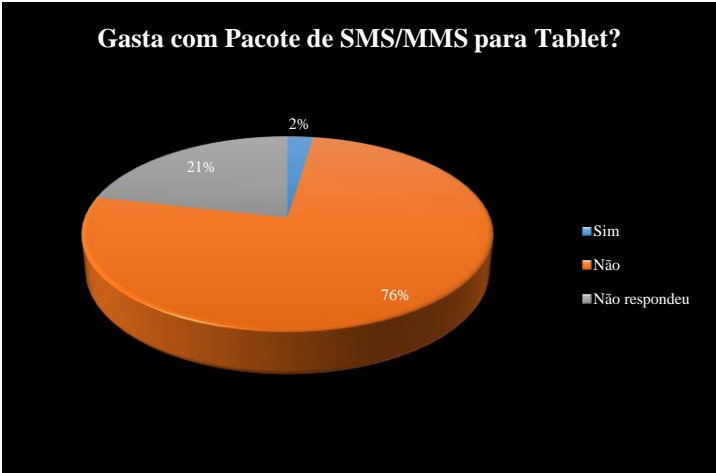
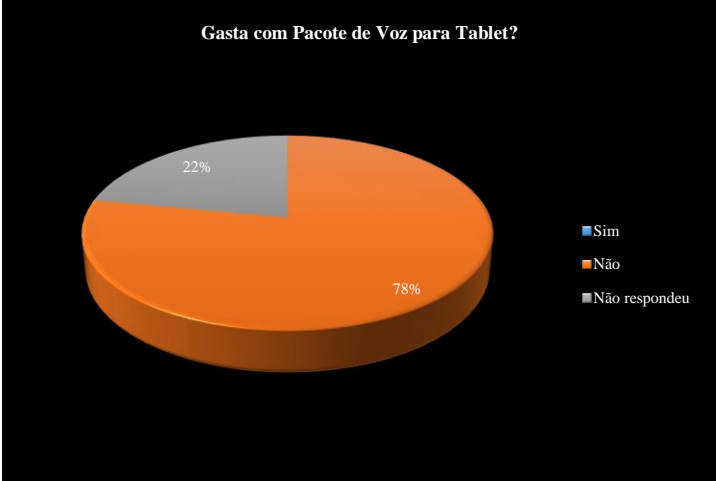




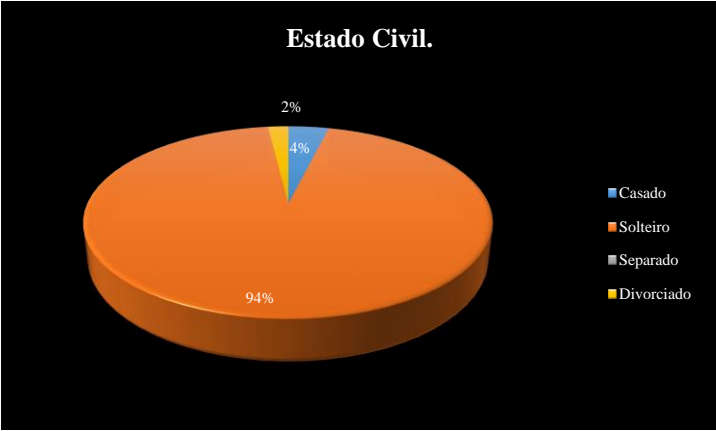
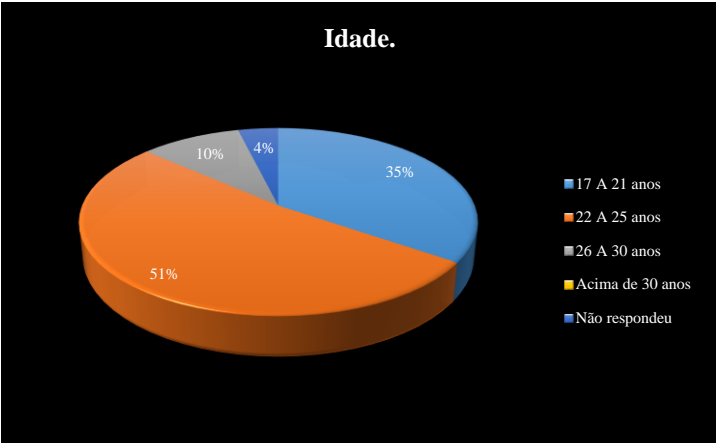
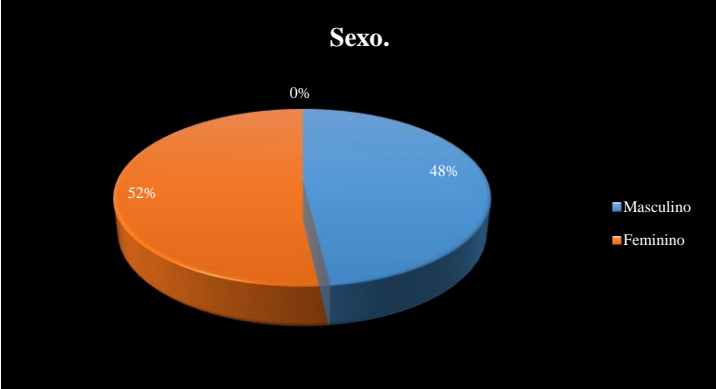


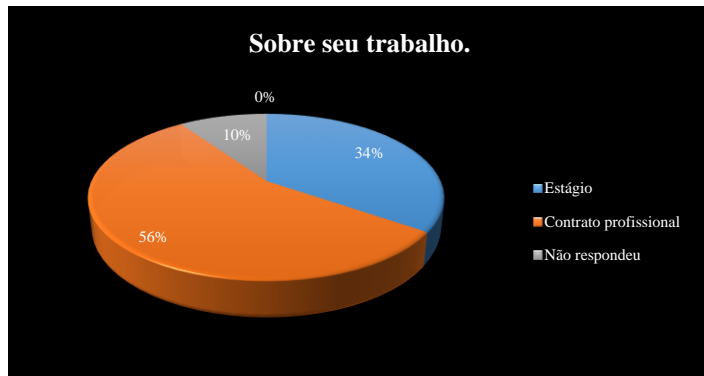
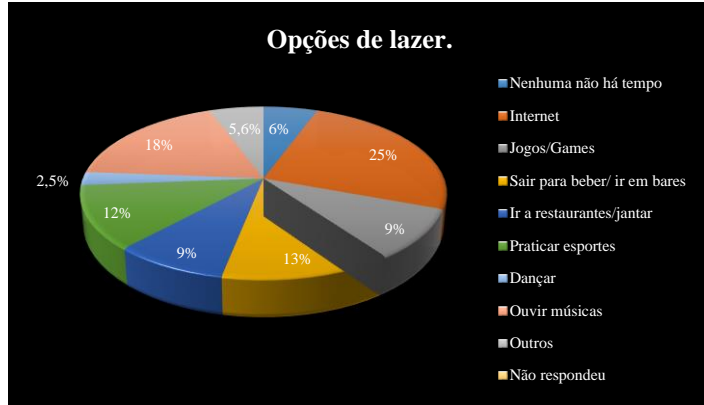
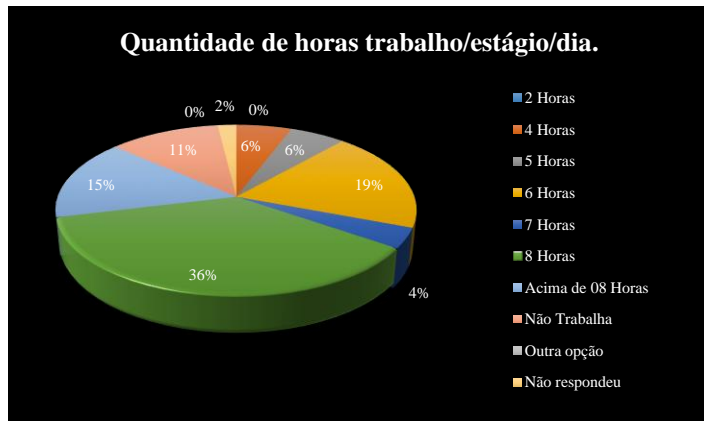
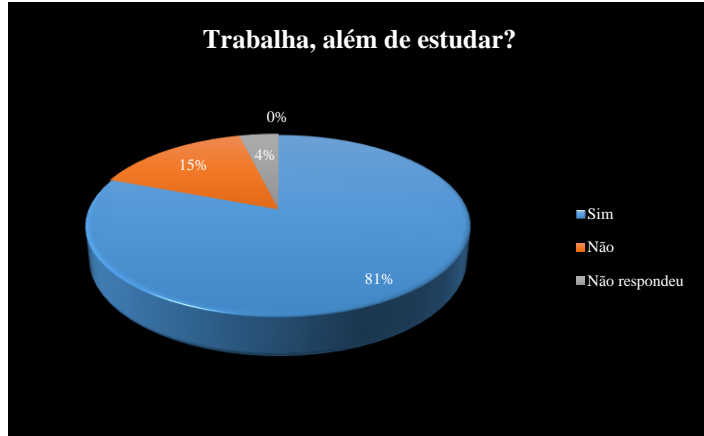


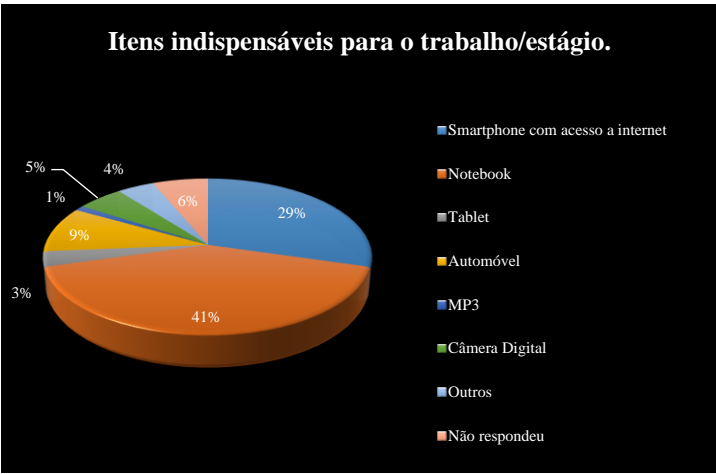
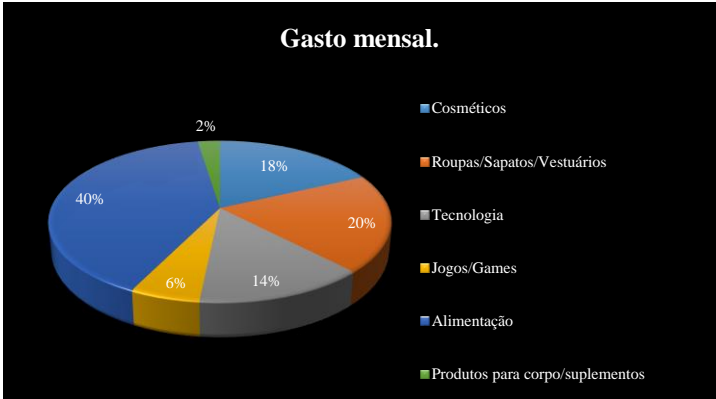
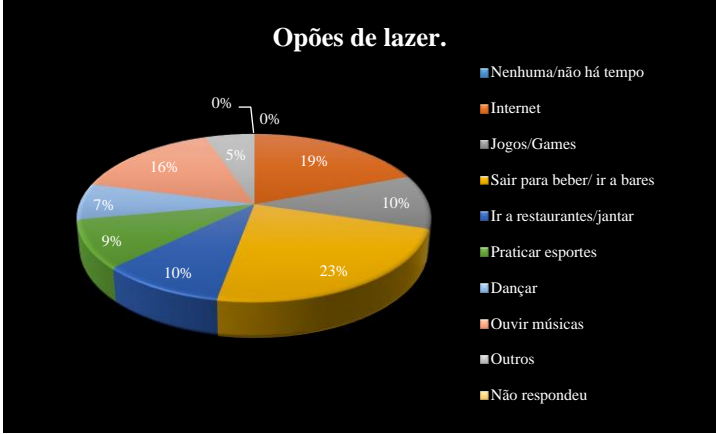


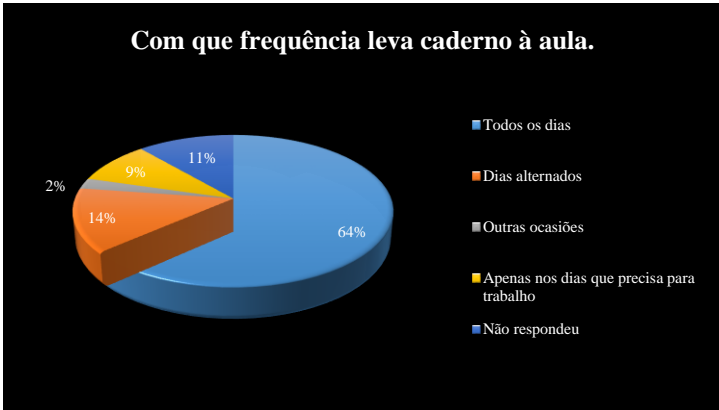
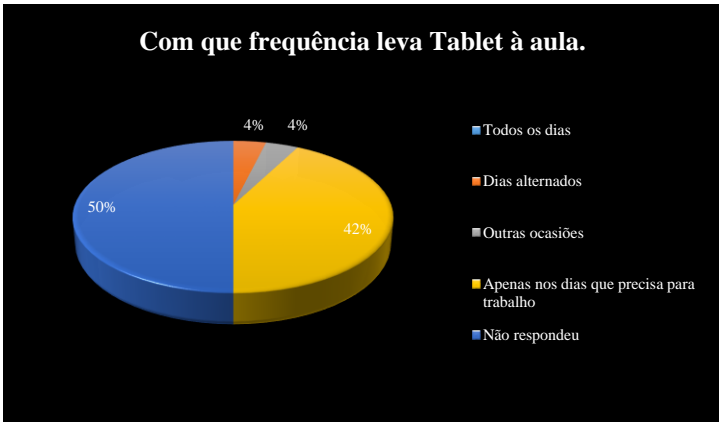
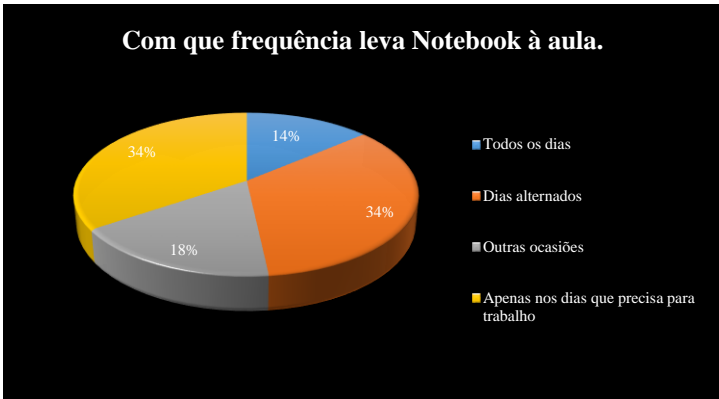
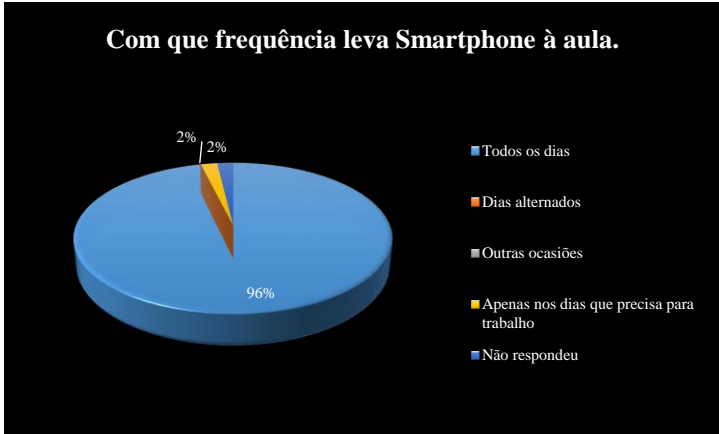


**GRÁFICOS ESPECÍFICOS DO CURSO DE PUBLICIDADE E
PROPAGANDA UNIARA**

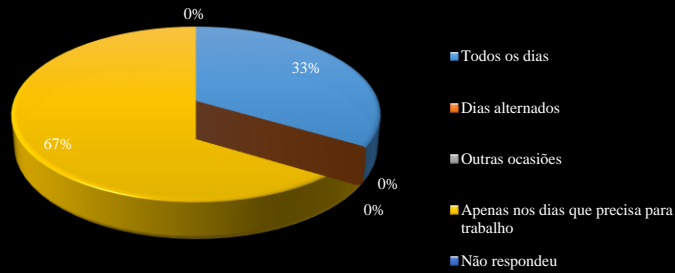




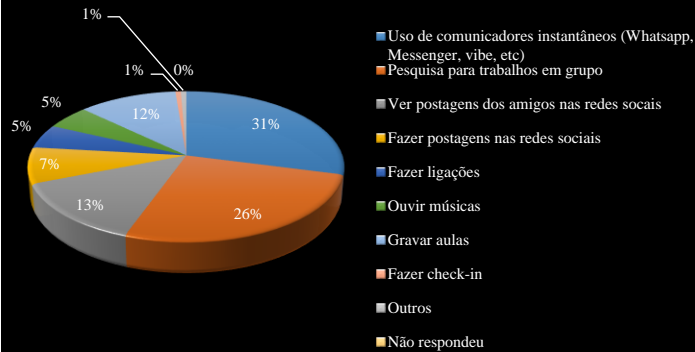




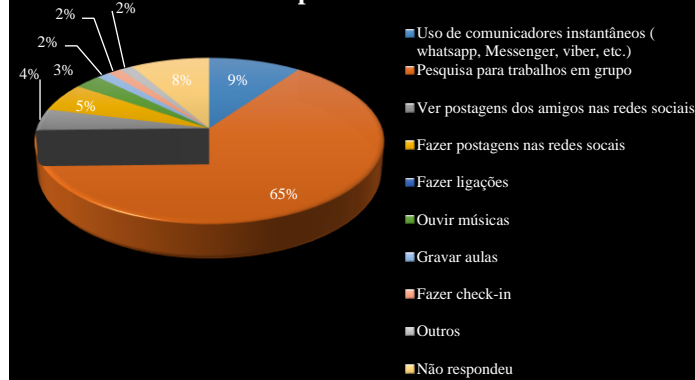
Com que frequência leva fichário à aula.



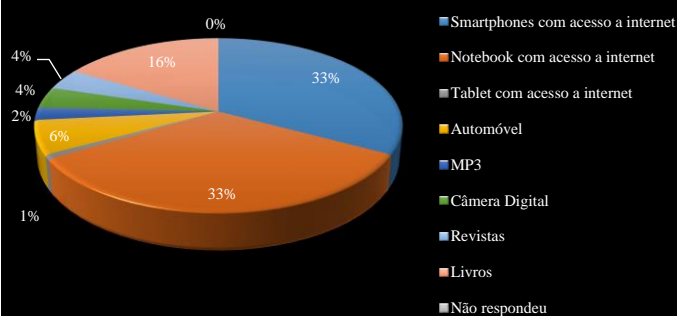
Uso do smartphone durante a aula.

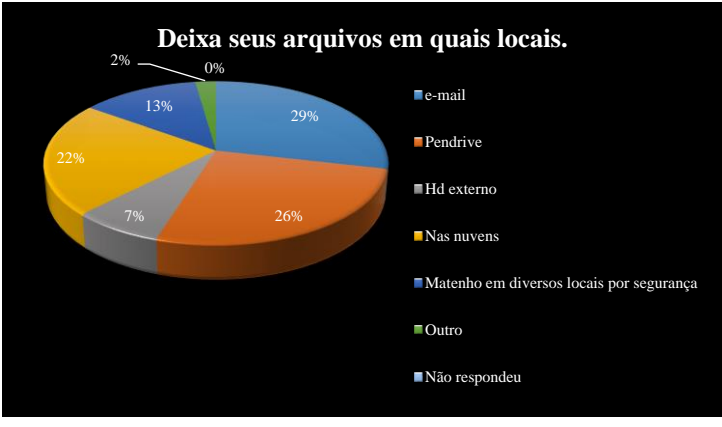
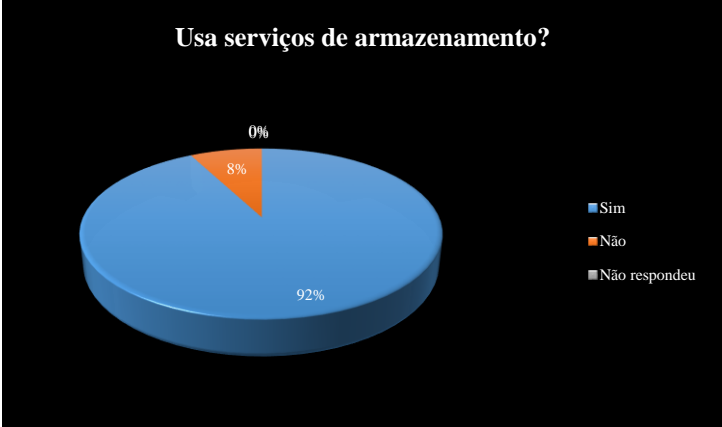
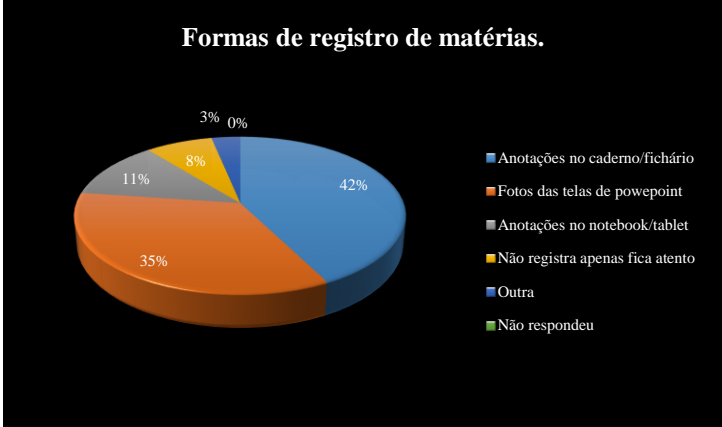


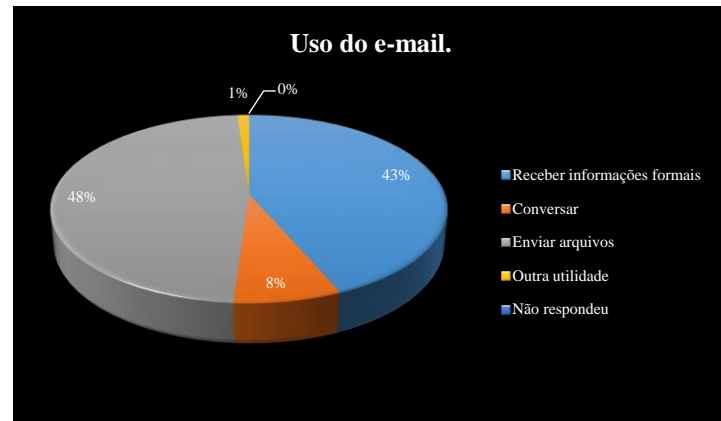
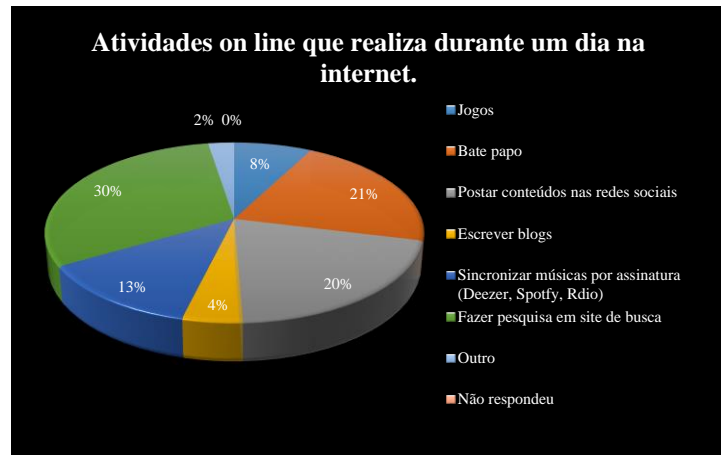
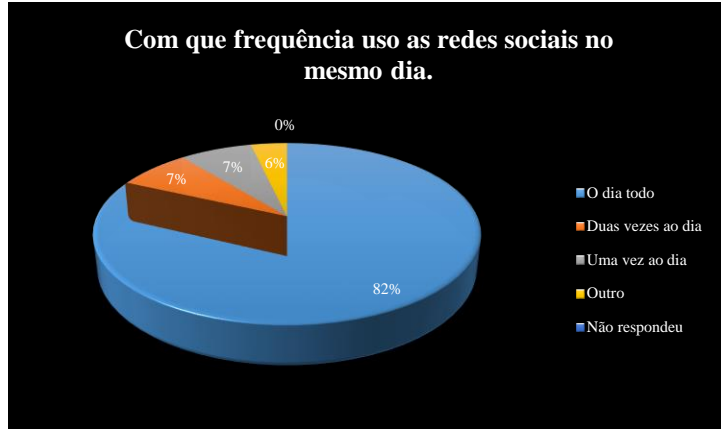
Uso do computador durante a aula.

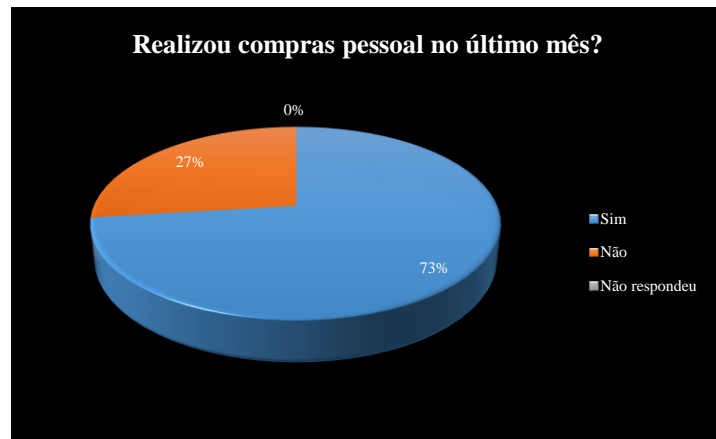
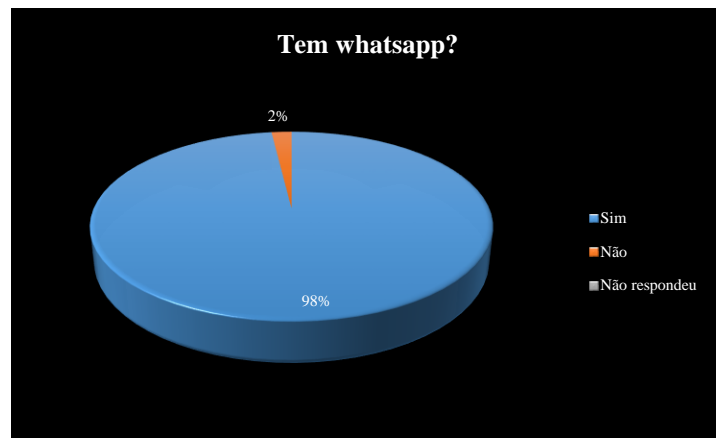
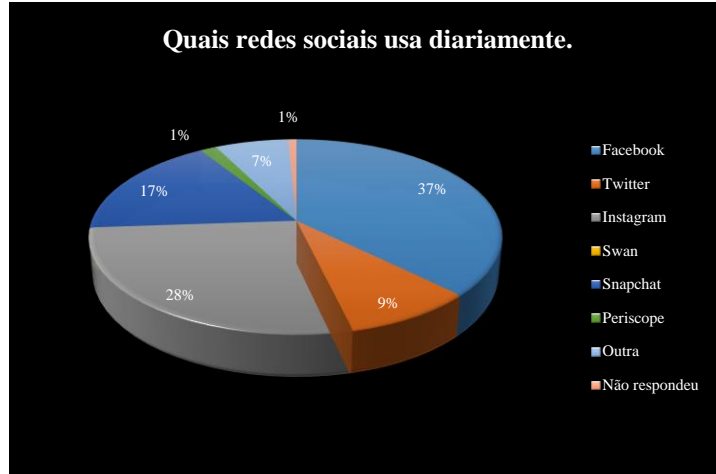


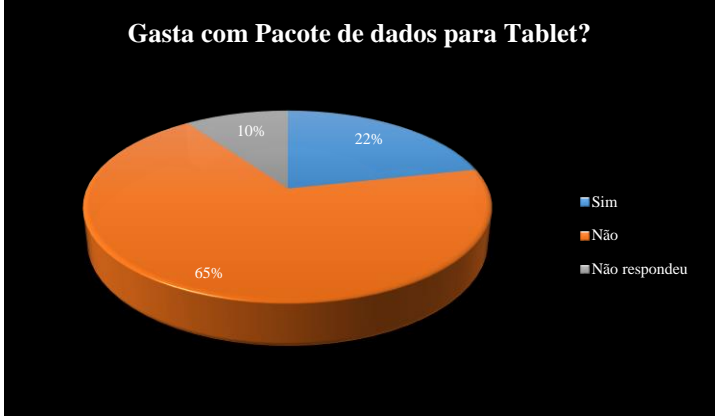
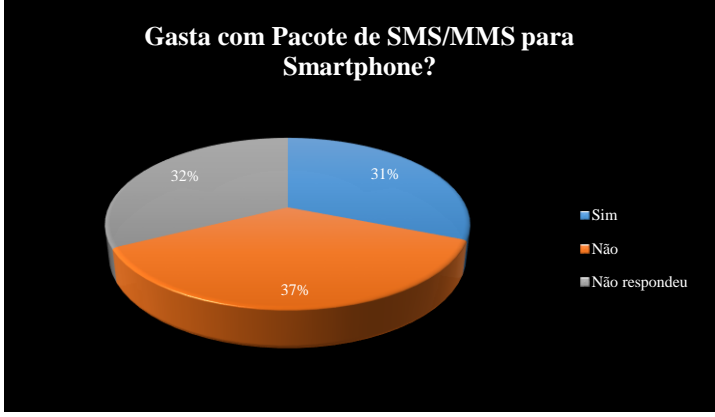
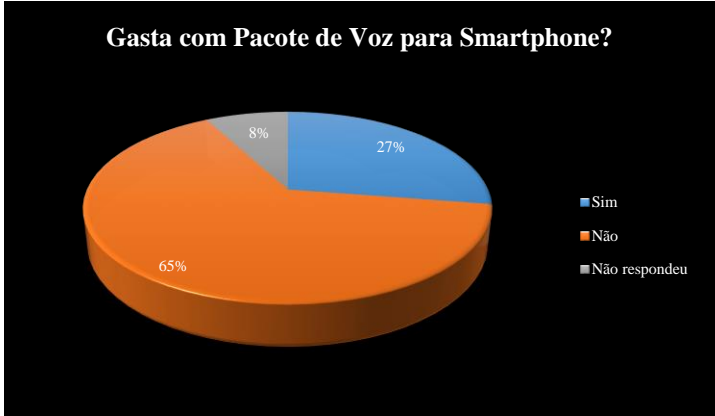
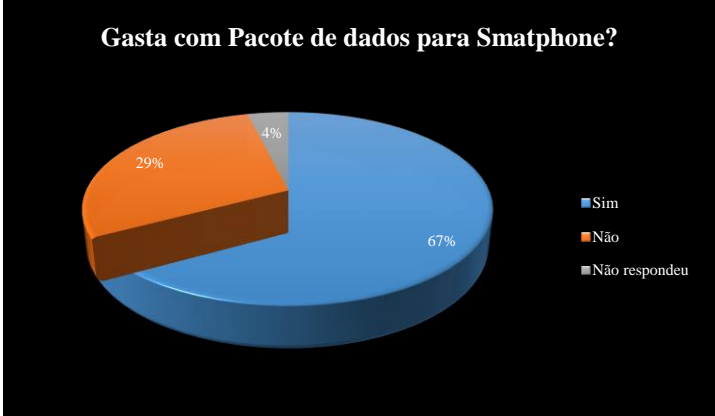
Quais itens abaixo são indispensáveis no estudo /aulas/ faculdades?

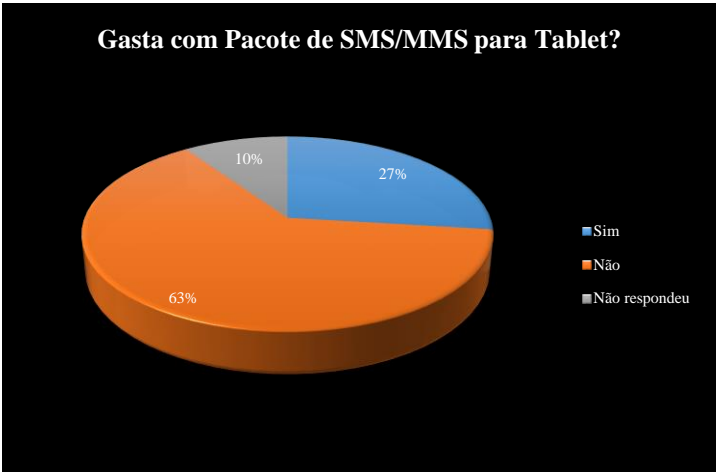
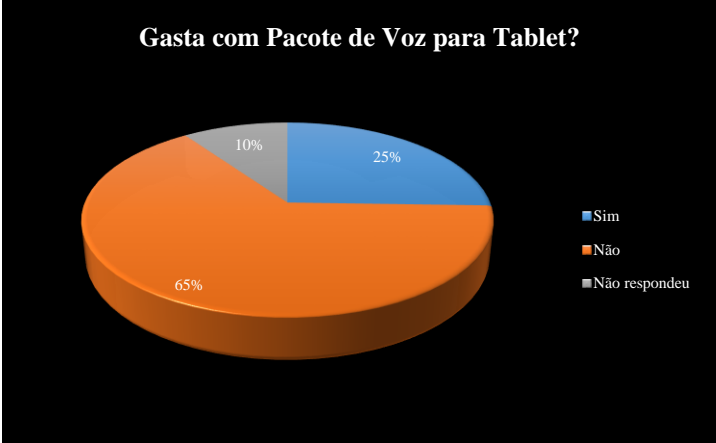




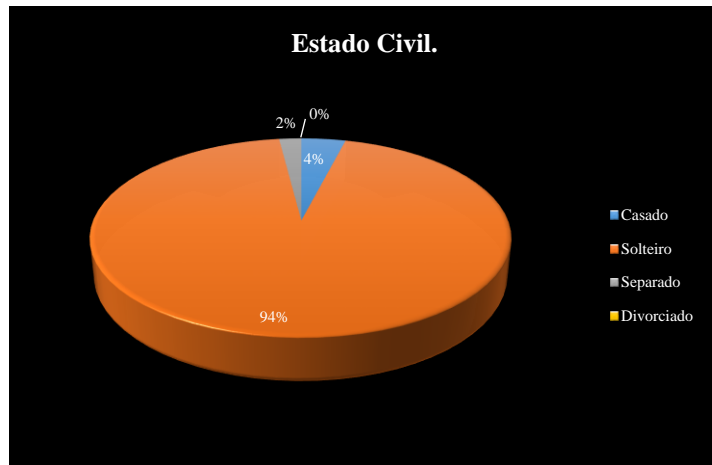
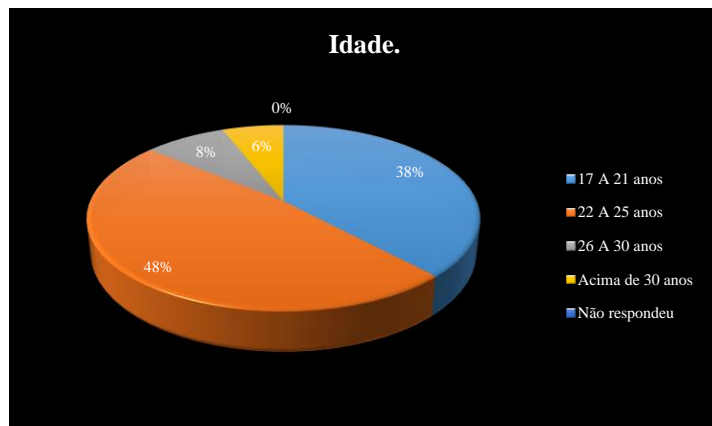
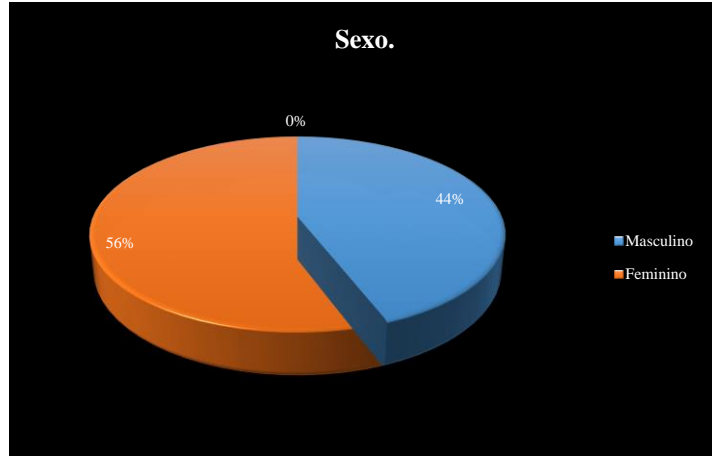


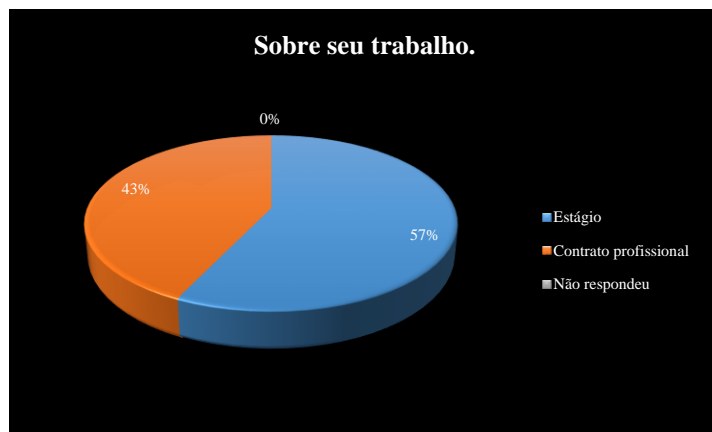
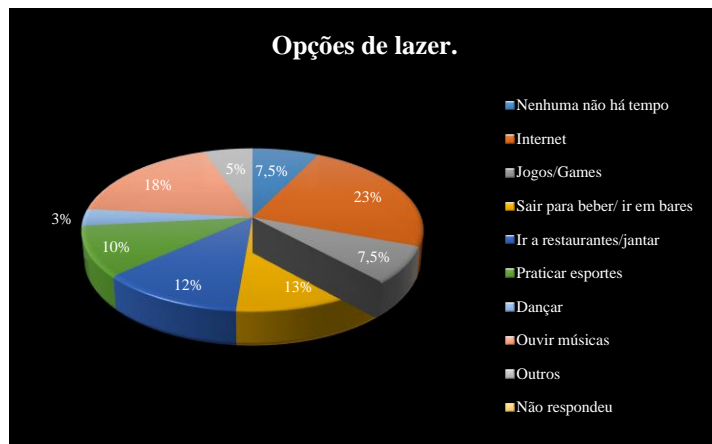
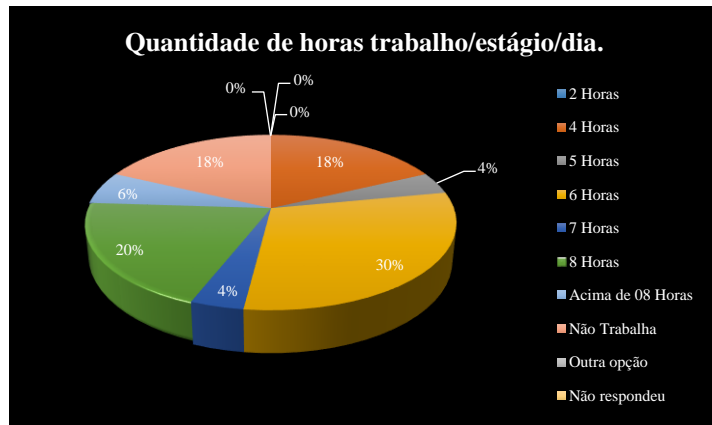
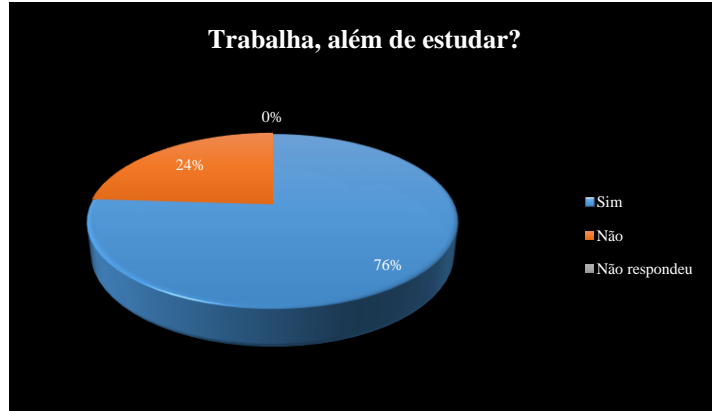


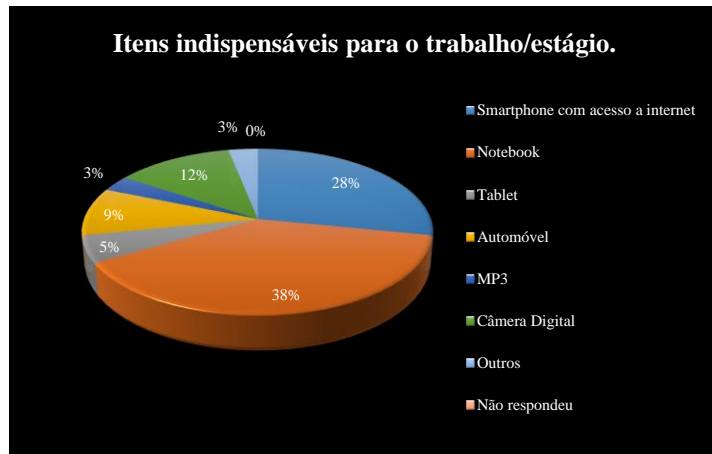
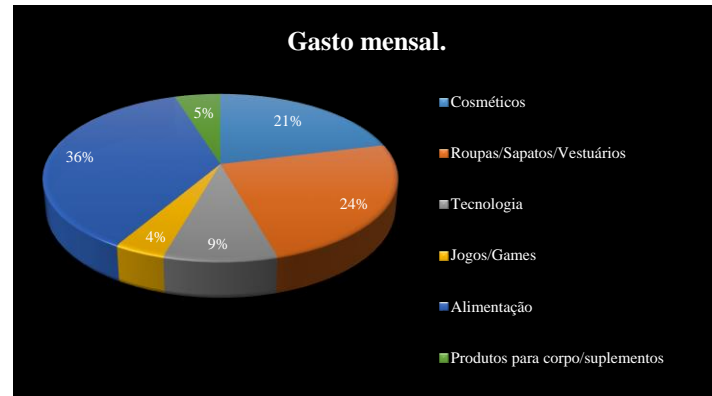
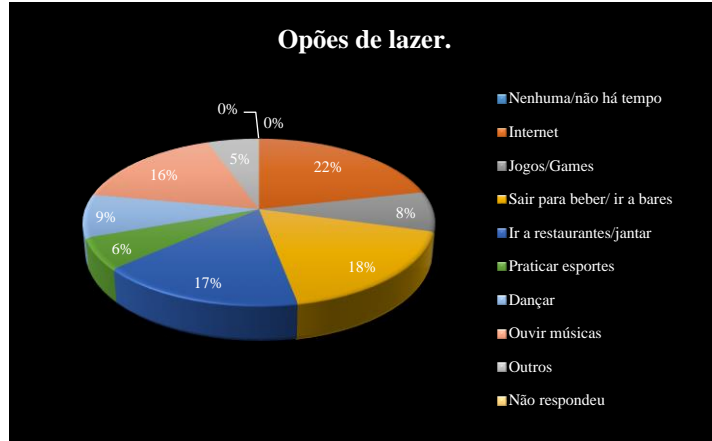




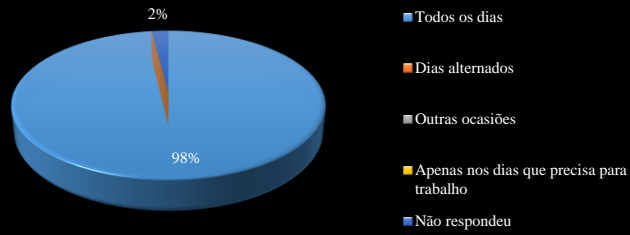
GRÁFICOS ESPECÍFICOS DO CURSO DE JORNALISMO UNIARA



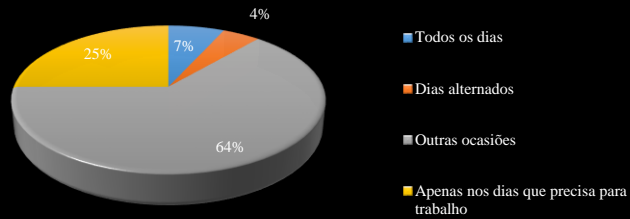




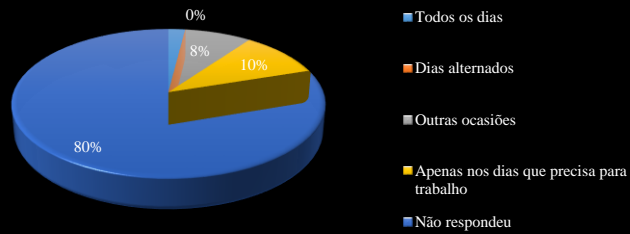
Com que frequência leva Smartphone à aula.



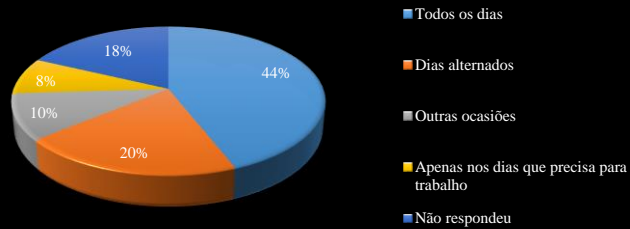
Com que frequência leva Notebook à aula.

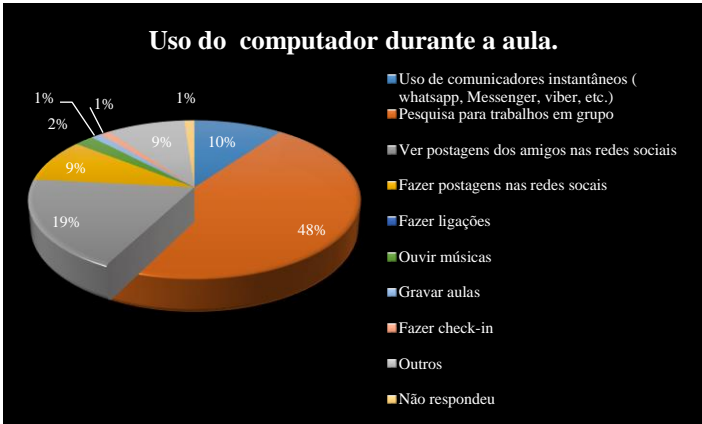
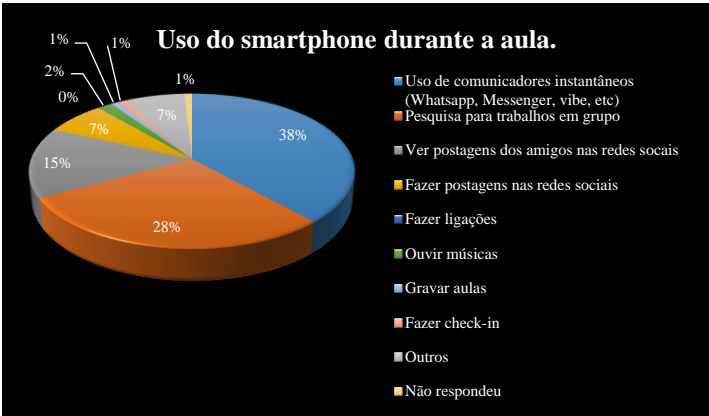
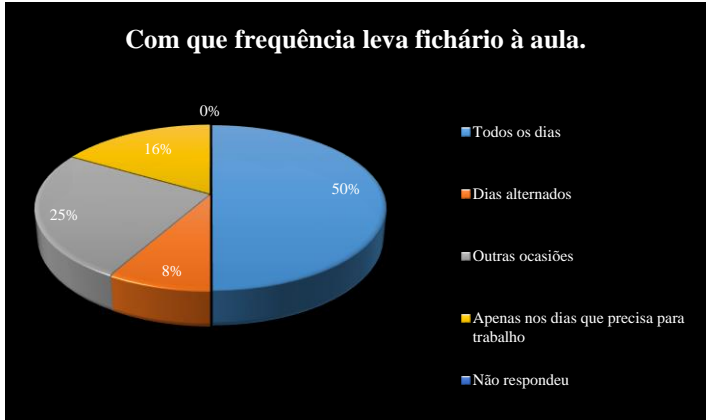


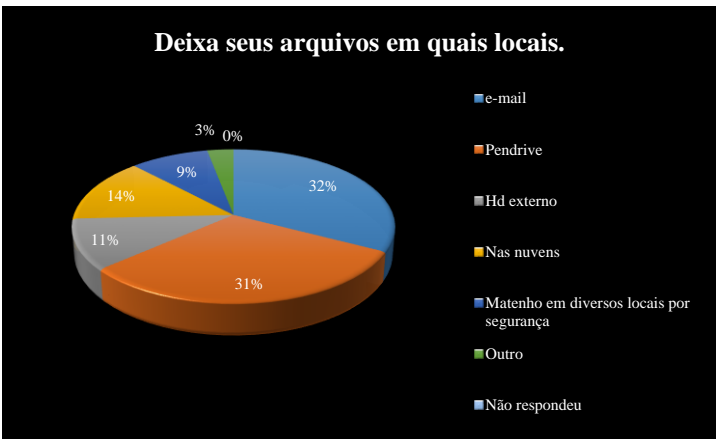
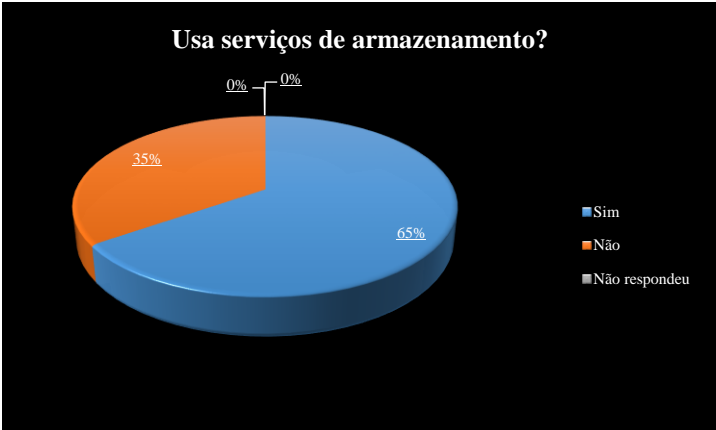
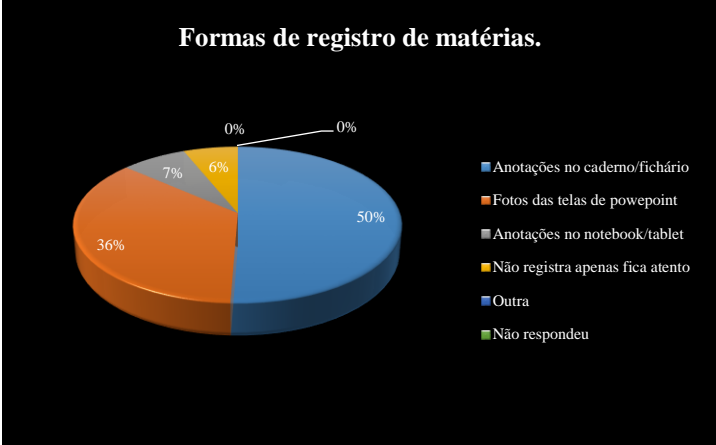
Com que frequência leva Tablet à aula.

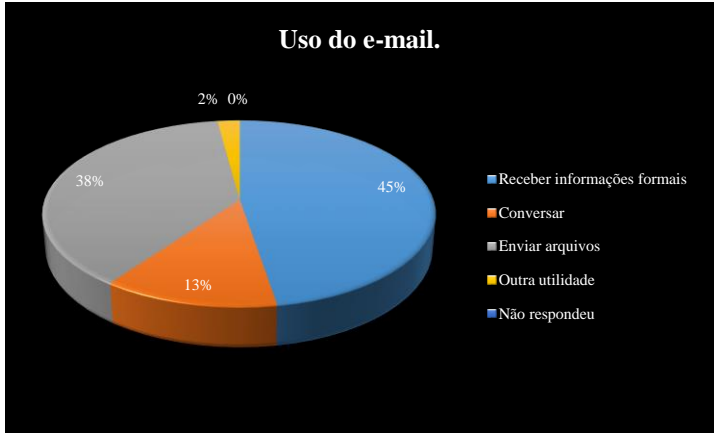
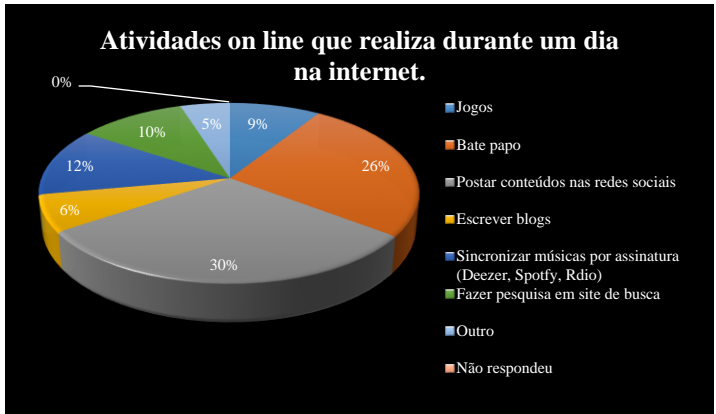
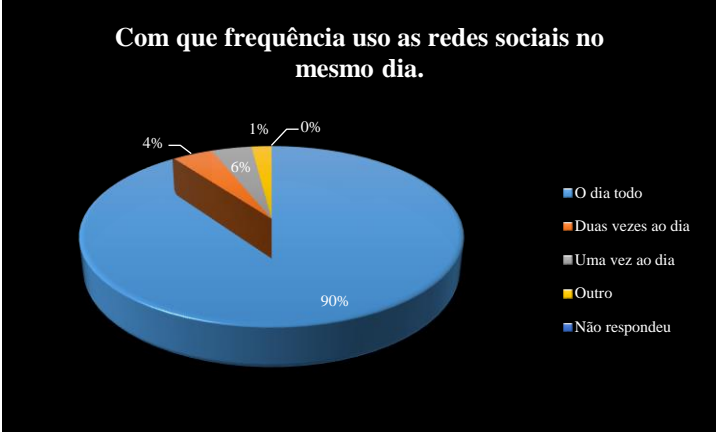


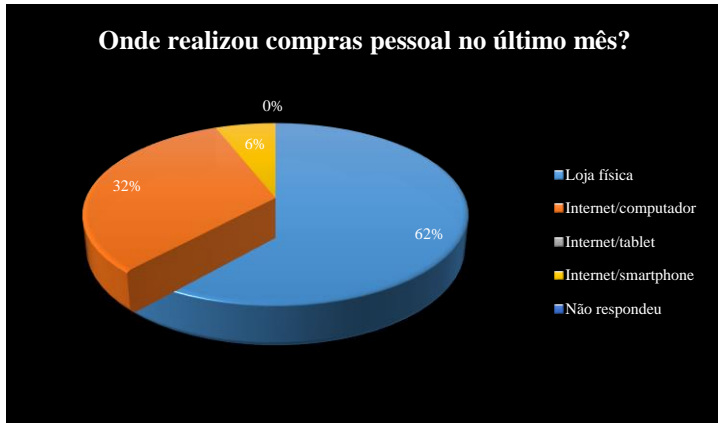
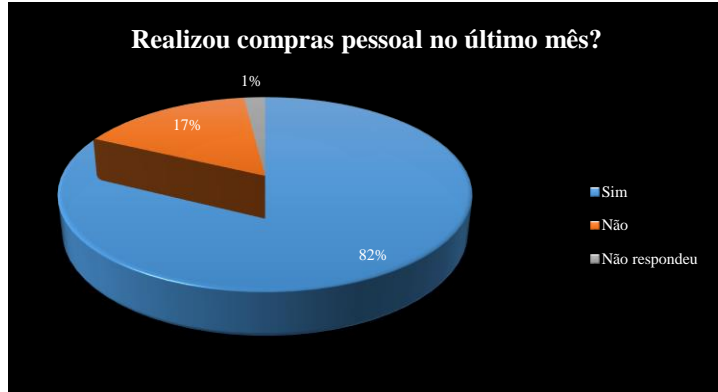
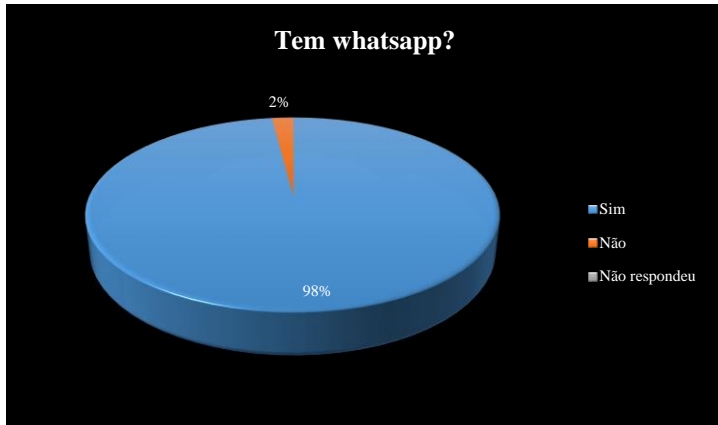
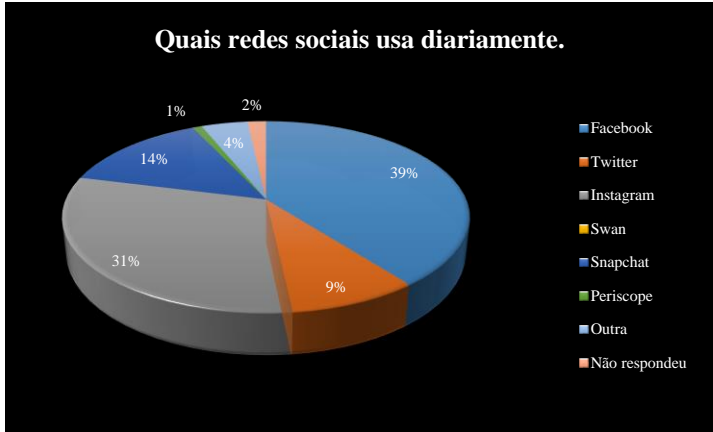
Com que frequência leva caderno à aula.

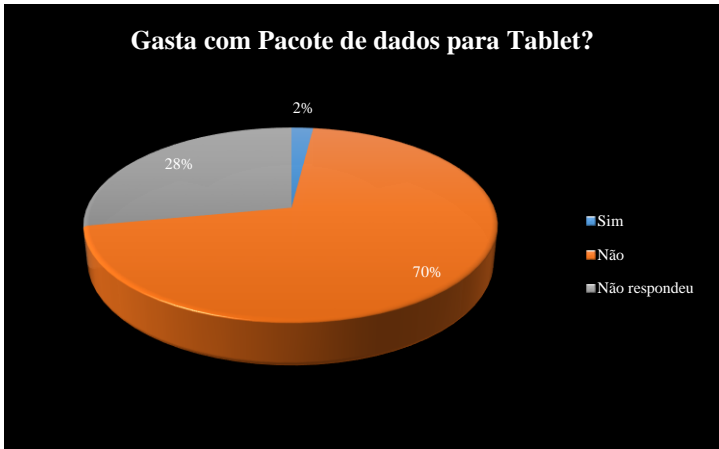
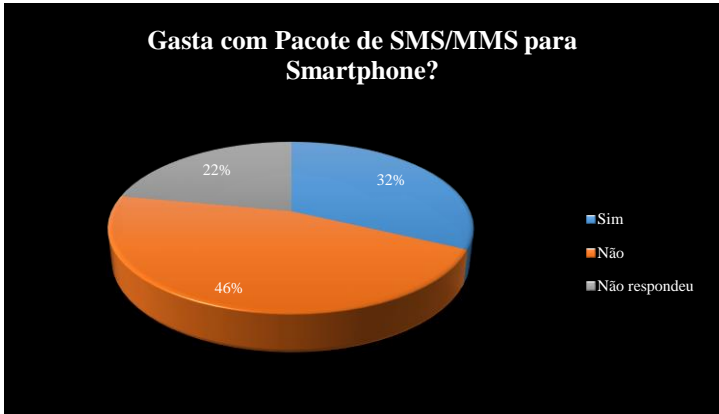
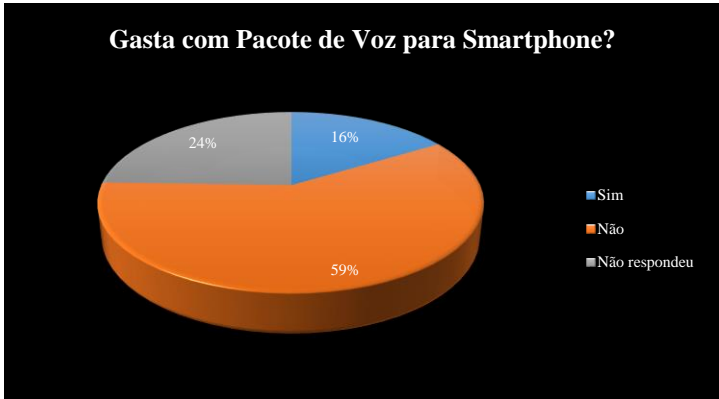
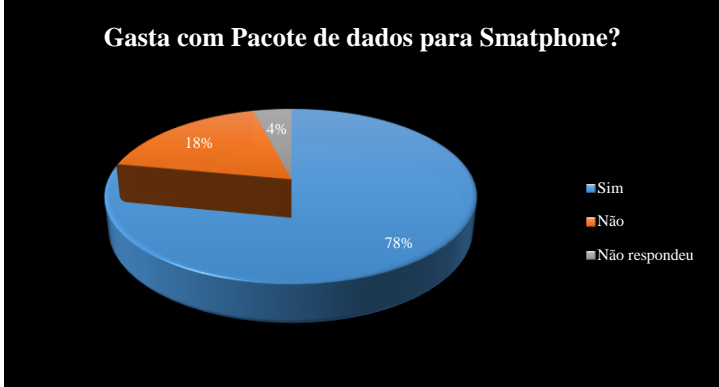


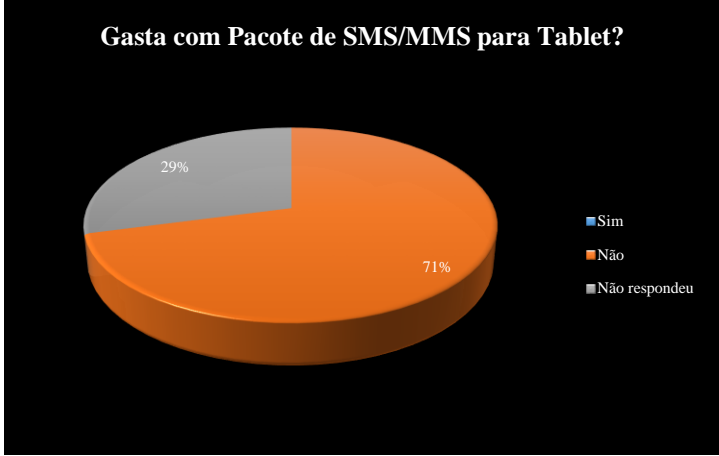
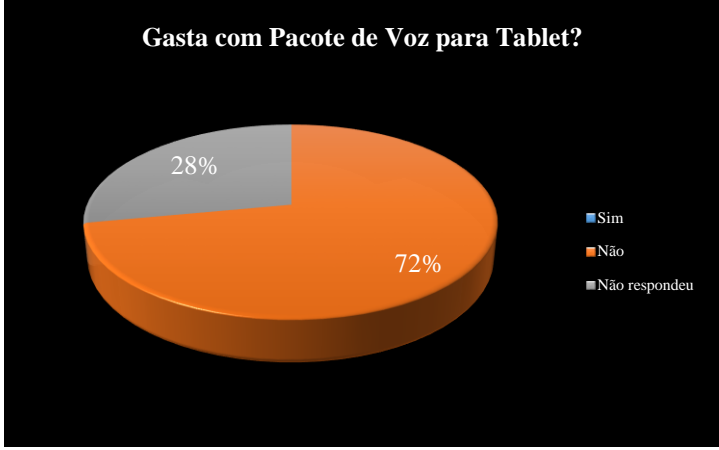












APENDICE B- MODELO DE QUESTIONÁRIO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – (TCLE)- Via do Aluno (Conselho Nacional de Saúde, Resolução 466/12)

Caro estudante de graduação de PEDAGOGIA da UNESP, é com muita satisfação que convidamos você para participar da *pesquisa O Uso dos Dispositivos Móveis em Sala de Aula Como Parte da Cultura Escolar dos Universitários*, sob a responsabilidade da pesquisadora *Eduarda Escila Ferreira Lopes, portadora do R.G 20.321.354-3*, orientada pela Profa. Dra. Vera Teresa Valdemarin, e matriculada no curso de *Doutorado em Educação* no Instituto de Biociência- campus de Rio Claro para obtenção do título *de Doutor*.

Em poucas palavras, é importante afirmar que essa pesquisa pretende identificar as alterações do cotidiano da cultura escolar dos estudantes universitários tendo como elemento o uso dos dispositivos móveis e internet. Ressalta-se também a importância de dois instrumentos a serem utilizados para a obtenção dos dados a serem analisados, ou seja, a aplicação do questionário sobre uso dos dispositivos móveis a todos os participantes e a *focus group* sobre as experiências com dispositivos móveis a alguns alunos.

Nesse sentido, você estará participando dessa pesquisa ao responder o questionário sobre hábitos digitais cujas questões abordam, sobretudo, atividades com uso dos dispositivos móveis em sala de aula e poderá participar da *focus group*. Desse modo, considerando-se a natureza desses procedimentos e da própria pesquisa, os riscos a que estão submetidos os participantes são mínimos, ou seja, os eventuais riscos poderão ocorrer durante o preenchimento do questionário ou durante a realização da *focus group* quando eventualmente poderá ocorrer algum constrangimento em responder a alguma questão.

Para minimizar esses riscos, é importante destacar que as entrevistas *focus group* serão realizadas em ambiente reservado que garanta sua privacidade, além do respeito a todas as suas opiniões, *focus group*, mantendo-se fiel às suas declarações no momento da análise e divulgação dos dados, em total respeito a sua dignidade como pessoa. Além disso, se você se sentir constrangido como alguma questão, poderá se recusar a responder ou desistir, a qualquer momento, tanto do preenchimento do questionário quanto da realização das entrevistas.

Se você aceitar participar, estará contribuindo para o desenvolvimento de estudo sobre a cultura escolar e meios digitais que pode permitir reflexões significativas sobre o uso destes recursos em ambiente acadêmico.

É válido afirmar também que você tem toda a garantia de esclarecimento sobre o andamento da pesquisa por meio dos telefones que constam na parte final desse Termo. Se depois de consentir sua participação você desiste de continuar participando, tem o direito e a liberdade de retirar seu consentimento em qualquer fase da pesquisa, seja antes ou depois da coleta de dados, sem ter que apresentar justificativas e sem nenhum prejuízo a sua pessoa. Os resultados da pesquisa serão analisados e publicados somente para fins científicos, sendo garantido o sigilo de sua identidade.

Você não terá nenhuma despesa e também não receberá nenhuma remuneração.

Se você se sentir suficientemente esclarecido sobre essa pesquisa, seus objetivos, eventuais riscos e benefícios, convidam-o (a) a assinar este Termo, elaborado em duas vias, sendo que uma ficará com você e outra com a pesquisadora.

Araraquara, 11 de AGOSTO de 2016

Assinatura do Pesquisador Responsável

Dados sobre a Pesquisa:

Título do Projeto: O uso dos dispositivos móveis em sala de aula como parte da cultura escolar dos Universitários.
 Pesquisador Responsável: Eduarda Escila Ferreira Lopes
 Cargo/função: Professora Universitária Instituição: Centro Universitário de Araraquara – Uniara
 Endereço: Rua Voluntários da Pátria, 1309. Dados para contato: fone (16)3010-5560 / 99781-5268 e-mail: eduardaescila@gmail.com

Orientador (a): Profa. Dra. Vera Teresa Valdemarin Instituição: Instituto de Biociências – campus de Rio Claro
 Endereço; Avenida 24 a, 1515 Dados para contato: fone (19) 3526-9601 e-mail: vera@fclar.unesp.br

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – (TCLE)- Via da Pesquisadora
(Conselho Nacional de Saúde, Resolução 466/12)

Caro estudante de graduação de PEDAGOGIA da UNESP,, é com muita satisfação que convidamos você para participar da *pesquisa O Uso dos Dispositivos Móveis em Sala em Sala de Aula Como Parte da Cultura Escolar dos Universitários*, sob a responsabilidade da pesquisadora *Eduarda Escila Ferreira Lopes*, portadora do R.G 20.321.354-3, orientada pela Profa. Dra. Vera Teresa Valdemarin, e matriculada no curso de *Doutorado em Educação* no Instituto de Biociência- campus de Rio Claro para obtenção do título *de Doutor*.

Em poucas palavras, é importante afirmar que essa pesquisa pretende identificar as alterações do cotidiano da cultura escolar dos estudantes universitários tendo como elemento o uso dos dispositivos móveis e internet. Ressalta-se também a importância de dois instrumentos a serem utilizados para a obtenção dos dados a serem analisados, ou seja, a aplicação do questionário sobre uso dos dispositivos móveis a todos os participantes e a focus group sobre as experiências com dispositivos móveis a alguns alunos.

Nesse sentido, você estará participando dessa pesquisa ao responder o questionário sobre hábitos digitais cujas questões abordam, sobretudo, atividades com uso dos dispositivos móveis em sala de aula e poderá participar da focus group. Desse modo, considerando-se a natureza desses procedimentos e da própria pesquisa, os riscos a que estão submetidos os participantes são mínimos, ou seja, os eventuais riscos poderão ocorrer durante o preenchimento do questionário ou durante a realização da focus group quando eventualmente poderá ocorrer algum constrangimento em responder a alguma questão.

Para minimizar esses riscos, é importante destacar que as entrevistas focus group serão realizadas em ambiente reservado que garanta sua privacidade, além do respeito a todas as suas opiniões, focus group, mantendo-se fiel às suas declarações no momento da análise e divulgação dos dados, em total respeito a sua dignidade como pessoa. Além disso, se você se sentir constrangido como alguma questão, poderá se recusar a responder ou desistir, a qualquer momento, tanto do preenchimento do questionário quanto da realização das entrevistas.

Se você aceitar participar, estará contribuindo para o desenvolvimento de estudo sobre a cultura escolar e meios digitais que pode permitir reflexões significativas sobre o uso destes recursos em ambiente acadêmico.

É válido afirmar também que você tem toda a garantia de esclarecimento sobre o andamento da pesquisa por meio dos telefones que constam na parte final desse Termo. Se depois de consentir sua participação você desiste de continuar participando, tem o direito e a liberdade de retirar seu consentimento em qualquer fase da pesquisa, seja antes ou depois da coleta de dados, sem ter que apresentar justificativas e sem nenhum prejuízo a sua pessoa. Os resultados da pesquisa serão analisados e publicados somente para fins científicos, sendo garantido o sigilo de sua identidade.

Você não terá nenhuma despesa e também não receberá nenhuma remuneração.

Se você se sentir suficientemente esclarecido sobre essa pesquisa, seus objetivos, eventuais riscos e benefícios, convidam-o (a) a assinar este Termo, elaborado em duas vias, sendo que uma ficará com você e outra com a pesquisadora.

Araraquara, 11 DE AGOSTO de 2016

Assinatura do Pesquisador Responsável

Assinatura do Sujeito da Pesquisa

Dados sobre a Pesquisa:

Título do Projeto: O uso dos dispositivos móveis em sala de aula como parte da cultura escolar dos Universitários.
 Pesquisador Responsável: Eduarda Escila Ferreira Lopes
 Cargo/função: Professora Universitária Instituição: Centro Universitário de Araraquara – Uniara
 Endereço: Rua Voluntários da Pátria, 1309. Dados para contato: fone (16)3010-5560 / 99781-5268 e-mail: eduardaescila@gmail.com

Orientador (a): Profa. Dra. Vera Teresa Valdemarin Instituição: Instituto de Biociências – campus de Ri o Claro
 Endereço: Avenida 24 a, 1515 Dados para contato: fone (19) 3526-9601 e-mail: vera@fclar.unesp.br

Dados sobre o sujeito da Pesquisa:

Nome: _____
 Documento de Identidade: _____
 Sexo: _____ Data de Nascimento: ____/____/____
 Endereço: _____
 Telefone para contato: _____

1– Sexo

- (A) Feminino (B) Masculino

2 – Qual sua idade?

- (A) 17 a 21 (B) 22 a 25 (C) 26 a 30 (D) Acima 30

3– Qual seu estado civil

- (A) Casado (B) Solteiro (C) Separada / divorciado

**4 – Sobre sua situação profissional, escolha a alternativa que mais se aproxima:
(escolha apenas uma alternativa)**

- | | |
|-------------------------------------|--------------------------|
| (A) Apenas estuda | (D) Estuda e faz estágio |
| (B) Estuda e trabalha na área | (E) Outros: _____ |
| (C) Estuda e trabalha em outra área | |

5 – Além de estudar, você trabalha? (escolha apenas uma alternativa)

- (A) Sim (B) Não

6 – Quantas horas por dia você trabalha ou faz estágio? (escolha apenas uma alternativa)

- | | |
|-------------|----------------------|
| (A) 2 horas | (E) 7 horas |
| (B) 4 horas | (F) 8 horas |
| (C) 5 horas | (G) Acima de 8 horas |
| (D) 6 horas | (H) Não trabalha |

7 – Quais são suas opções de diversão e lazer durante os dias da semana(segunda-feira a sexta-feira)? (pode escolher quantas alternativas forem necessárias)

- | | |
|----------------------------------|-----------------------|
| (A) Nenhuma / não há tempo | (F) Praticar esportes |
| (B) Internet | (G) Dançar |
| (C) Jogos / games | (H) Ouvir musica |
| (D) Sair para beber / Ir a bares | (I) Outros: _____ |
| (E) Ir a restaurantes / Jantar / | |

**8 – Quais são suas opções de diversão e atividades de lazer durante o final de semana ?
(pode escolher quantas alternativas forem necessárias)?**

- | | |
|----------------------------------|-----------------------|
| (A) Nenhuma / não há tempo | (F) Praticar esportes |
| (B) Internet | (G) Dançar |
| (C) Jogos / games | (H) Ouvir musica |
| (D) Sair para beber / Ir a bares | (I) Outros: _____ |
| (E) Ir a restaurantes / Jantar / | |

**9– Dos itens citados abaixo diga: com quais gasta dinheiro mensalmente?
(pode escolher quantas alternativas forem necessárias)?**

- | | |
|----------------------------------|---------------------------------------|
| (A) Cosméticos | (D) Jogos / games |
| (B) Roupas / sapatos / vestuário | (E) Alimentação |
| (C) Tecnologia | (F) Produtos para corpo / suplementos |

10-Sobre o seu trabalho diga a principal característica: (escolha apenas uma alternativa)

- (A) É estágio (B) É contrato profissional

**11– Quais dos itens abaixo são indispensáveis em seu trabalho / estágio?
(pode escolher quantas alternativas forem necessárias)?**

- | | |
|---|--------------------|
| (A) Smartphone com acesso a Internet (3G, 4G ou rede sem fio) | (D) Automóvel |
| (B) Notebook/Computador com acesso a Internet (3G, 4G ou rede sem fio); | (E) MP3 |
| (C) Tablet com acesso a Internet (3G, 4G ou rede sem fio) | (F) Câmera digital |
| | (G) Outros : _____ |

**11 A – Na sua rotina diária de aulas na Faculdade, quais itens você leva:
(pode escolher quantas alternativas forem necessárias)?**

- | | |
|----------------|-------------|
| (A) Smartphone | (C) Tablet |
| (B) Notebook | (D) Caderno |

- (E) Fichário (F) Outros: _____

12 – Com qual frequência você leva o item citado na questão acima à sala de aula? (escolha apenas uma alternativa)

	Todos os dias (A)	Dias alternados (B)	Outras ocasiões (C)	Apenas nos dias que precisam para trabalhos (D)
12.1 Smartphone				
12.2 Notebook				
12.3 Tablet				
12.4 Caderno				
12.5 Fichário				
12.6 Outros				

13 – Quais os usos faz do smartphone durante a aula?

(pode escolher quantas alternativas forem necessárias)?

- (A) Uso de comunicadores instantâneos (Whatsapp, Messenger, Viber etc) (E) Fazer ligações
 (B) Pesquisas para trabalhos em grupo (F) Ouvir música
 (C) Ver postagens dos amigos nas redes sociais (G) Gravar aulas
 (D) Fazer postagens nas redes sociais (H) Fazer check-in
 (I) Outros: _____

14 – Quais os usos que faz do computador na aula? (pode escolher quantas alternativas forem necessárias)?

- (A) Uso de comunicadores instantâneos (Whatsapp, Messenger, Viber etc) (D) Fazer postagens nas redes sociais
 (B) Pesquisas para trabalhos em grupo (E) Fazer ligações
 (C) Ver postagens dos amigos nas redes sociais (F) Ouvir música
 (G) Gravar aulas
 (H) Fazer check-in
 (I) Outros: _____

15 – Quais dos itens abaixo são indispensáveis no seu estudo/aulas/faculdade?

(pode escolher quantas alternativas forem necessárias)?

- (A) Smartphone com acesso a Internet (3G, 4G ou rede sem fio)
 (B) Notebook/Computador com acesso a Internet (3G, 4G ou rede sem fio);
 (C) Tablet com acesso a Internet (3G, 4G ou rede sem fio)
 (D) Automóvel
 (E) MP3
 (F) Câmera digital
 (G) Revista
 (H) Livros

16- Como você registra a matéria dada em aula? (pode escolher quantas alternativas forem necessárias)?

- (A) Anotações no caderno/fichário
 (B) Foto das telas do powerpoint
 (C) Anotações no notebook/tablet
 (D) Não registra, apenas fica atento.
 (E) Outra: _____

17 – Quais os usos das redes sociais para trabalhos de faculdade?

(pode escolher quantas alternativas forem necessárias)?

- (A) Formação de grupo para troca de informações com colegas de sala
 (B) Pesquisa sobre os temas e para trabalhos
 (C) Contato com professor da área
 (D) Outros: _____

18 – Quais os usos do WhatsApp na realização de trabalhos acadêmicos?

Descreva até três formas de uso que aconteceram no último bimestre de aula.

19 – Você usa algum serviço de armazenamento de dados na nuvem (Google Drive, One Drive, Dropbox etc)? (escolha apenas uma alternativa)

- (A) Sim (B) Não

20 – Você deixa seus arquivos digitais em quais locais ?

(pode escolher quantas alternativas forem necessárias)?

- (A) E-mail (D) Nas nuvens
 (B) Pen drive (E) Mantenho em diversos locais por segurança
 (C) HD externo (F) Outros: _____

**21 – Com que frequência usa as redes sociais num mesmo dia?
 (escolha apenas uma alternativa)?**

- (A) O dia todo (C) Uma vez ao dia
 (B) Duas vezes ao dia (D) Outra: _____

**22 – Quais atividades online você realiza durante um dia na internet?
 (pode escolher quantas alternativas forem necessárias)?**

- (A) Jogos (D) Escrever em blogs (F) Fazer pesquisa em sites de busca
 (B) Bate papo (E) Sincronizar música por assinatura (Deezer, Spotify e Rdio (G) Outro: _____
 (C) Postar conteúdo nas redes sociais –

23- Para você, e-mail serve para ?

- (A) Receber informações formais (C) Enviar arquivos
 (B) Conversar (D) Outro utilidade: _____

24 – Sobre seu e-mail diga qual a frequência de acesso? (escolha apenas uma alternativa)

- (A) Duas vezes ao dia (D) Nunca (F) Outra: _____
 (B) Uma vez ao dia (E) Só uso para criar contas em redes sociais e serviços que exigem um email
 (C) Somente quando sou notificado de uma nova mensagem –

25 – Se optou pela alternativa NUNCA, diga quais os motivos? Se fez outras opções vá para questão 26.

**26 – Das redes sociais abaixo, quais você usa diariamente?
 (pode escolher quantas alternativas forem necessárias)?**

- (A) Facebook (D) Swarm (G) Outra: _____
 (B) Twitter (E) Snapchat _____
 (C) Instagram (F) Periscope

27 – Tem WhatsApp?

- (A) Sim
 (B) Não **8 – Se optou pela alternativa NÃO, diga quais os motivos? Se optou por SIM vá para questão 29.**

29 – Se sim, quais os usos?

30 – No smartphone, você usa sua própria internet ou usa wireless?

31- No twitter você é um usuário que acompanha as postagens de quem você segue?

32 – Cite 5 perfis que você segue e considera mais importes

33 – Já fez comentários sobre assuntos importantes nas redes sociais?

34 – Quais blogs você segue com assiduidade?

35 – Você acessa mais blogs ou páginas do face?

36– Tanto no facebook quanto no Twitter, você lê apenas o texto da postagem ou clica nele para ter acesso ao conteúdo completo?)

37 – No último mês, você realizou alguma compra pessoal?

(escolha apenas uma alternativa)(A)

- (A) Sim (B) Não

38 – Se sim optou pela alternativa SIM, diga como foi a compra. Se optou pela alternativa NÃO vá para questão 39.

(A)Loja física

(B) Internet / computador

(C) Internet / Tablet

(D) Internet / Smartphone

39 – Comente a frase: Eu compro produtos que são exibidos nas minhas redes sociais

40 – Você gasta mensalmente dinheiro com os itens abaixo: (escolha apenas uma alternativa)

	Sim	Não
40.1 Pacote de dados para Smartphone		
40.2.Pacote de voz para Smartphone		
40.3 Pacote de SMS/MMS para Smartphone		
40.4Pacote de dados para tablet		
40.5Pacote de voz para tablet		
40.6Pacote de SMS/MMS para Tablet		

41- Comente a frase: já usei para trabalhos escolares links recebidos pelo facebook

42- Comente a frase: o professor falou algo que imediatamente procurei na internet pelo celular/tablete/computador