

Consumo de informações por estudantes de uma escola de educação de jovens e adultos: a internet como foco

Consumption of information by students of a school of youth and adult education: the internet as a focus

DOI:10.34117/bjdv7n5-278

Recebimento dos originais: 07/04/2021

Aceitação para publicação: 03/05/2021

João Pedro Santos Costa

Universidade Federal do Maranhão

Programa de Educação Tutorial, PET Conexões de Saberes, Imperatriz, Maranhão

E-mail: joaopedrosc01@gmail.com

Ticiania de Sousa Lima

Educando Brasil

E-mail: ticiania6869@gmail.com

Aline Santana Figueiredo

Mestranda de Enfermagem da Universidade Federal do Maranhão

São Luís, Maranhão

E-mail: aline_ibms@hotmail.com

Adriana Crispim de Freitas

Universidade Federal do Maranhão

Programa de Educação Tutorial, PET Conexões de Saberes, Imperatriz, Maranhão

E-mail: adriana.crispim@ufma.br

RESUMO

As escolas públicas são instituições da sociedade que mais carecem de investimentos que ampliem as novas formas de ensino-aprendizagem. Nesse contexto, estão englobadas as escolas que se destinam a Educação de Jovens e Adultos-EJA que, no Brasil, passaram a fazer parte dos planos educacionais desde anos 40. Este estudo teve como objetivo analisar como os alunos da educação de Jovens e Adultos fazem o consumo midiático, com ênfase na internet, e, posteriormente, realizar ações de extensão, a fim de explorar comunicações alternativas. Trata-se de um estudo transversal de natureza aplicada, com caráter quantitativo. Quanto aos fins da pesquisa caracteriza-se como descritiva. Foi realizada em uma escola estadual para jovens e adultos na cidade de Imperatriz, participaram do estudo 174 estudantes do ensino médio. Em relação às preferências entre os hábitos de consumo, voltado para a internet, a nível internacional, os resultados mostraram que 53 (30,5 %) dos entrevistados afirmaram utilizar a internet “várias vezes por dia”, enquanto apenas 18 (10,3%) afirmaram “nunca” acessarem a internet. Quanto aos dados nacionais, 64 (36,8%) afirmaram que utilizam a internet várias vezes por dia, para conteúdos internacionais, e quanto aos conteúdos regionais, 82 (47,1%) afirmaram utilizar internet várias vezes por dia. Esta pesquisa possibilitou conhecer os hábitos de consumo dos alunos do Centro de Educação de Jovens e Adultos no que se refere a utilização da internet para se informar sobre conteúdos informativos.

Palavras-chave: EJA. Internet. Consumo Midiático. Ensino Médio. Hábitos.

ABSTRACT

Public schools are the institutions of society that lack the most investments that expand the new forms of teaching-learning. In this context, are included the schools that are destined to the Education of Young and Adults-EYA, that in Brazil, have become part of the educational plans since years 40. This study had the objective to analyze how the students of the Education of Youth and Adults do the media consumption, with an emphasis on the Internet, and subsequently carry out extension actions in order to explore alternative communications. It is a transversal study of an applied nature, with quantitative character. As for the purposes of the research is characterized as descriptive. It was performed at the state school for youth and adults in the city of Imperatriz, participated in the study 174 high school students. Regarding the preferences among Internet-oriented consumer habits, the results showed that 53 (30.5%) of the respondents said they use the internet “several times a day”, while only 18 (10.3%) said “never” to access the internet. Regarding national data, 64 (36.8%) stated that they use the Internet several times a day for international content, and 82% (47.1%) reported using the Internet several times a day. This research made it possible to know the consumption habits of the students of the Youth and Adult Education Center regarding the use of the Internet to learn about informative contents.

Keywords: EJA. Internet. Media Consumption. High school. Habits.

1 INTRODUÇÃO

Inclusão digital é o nome dado ao processo de democratização do acesso às tecnologias da informação, de forma a permitir a inserção de todos na chamada sociedade da informação. Esta não se limita ao acesso físico a novas tecnologias, mas implica também desenvolver competências para o seu uso. A escola que não oferece aos estudantes oportunidades de desenvolvimento destas competências, acaba dificultando sua inserção na nova sociedade. Conseqüentemente, a escola necessita pensar sobre seus projetos a fim de que seja ofertada uma educação por meio da tecnologia a fim de efetivar uma aprendizagem significativa ao educando.

As distâncias entre países de diferentes continentes têm-se tornado mais curta com o advento da tecnologia. Os meios de comunicação exemplificam muito bem como assuntos de diferentes continentes tornam-se notícias com facilidade em outras regiões do planeta. Além da evolução das novas tecnologias, bem como as ferramentas das redes sociais, e a troca de mensagens instantâneas. Sem sombra de dúvidas, as relações entre os atores sociais se encontram com uma nova forma de se comunicar. Sendo assim, o surgimento e rapidíssima difusão da internet provocaram uma verdadeira revolução,

entre outras características, o rompimento dos conceitos tradicionais de espaço e tempo (OLIVEIRA, 2017).

A família, as religiões, o ambiente de trabalho ou âmbito escolar/acadêmico, sofreram com impactos das novas tecnologias da informação e comunicação. Com isso, as diferentes formas de fazer comunicação também se transformaram. A partir daí, se configura uma nova maneira de absorver todas essas mudanças no dia a dia.

Para ser mais preciso de como essas mudanças tem alterado a forma de se fazer notícias, e conseqüentemente como as informações chegam até as pessoas, basta lembrar quando um acontecimento factual (um acidente, por exemplo) ocorria, o jornal impresso ou o rádio só noticiavam no dia seguinte. Hoje, com o advento da internet, dos portais de notícias e das redes sociais digitais, têm-se o fato noticiado quase que instantaneamente.

Do final da década de 1990 aos dias atuais, a internet tem cumprido um papel cada vez mais central na vida da população brasileira, com destaque para os jovens entre 16 e 34 anos. Por isso, é de suma importância que o gestor cultural considere a internet, em sua potencialidade, como um canal de comunicação e troca com o público, e adote medidas que otimizem o uso dessa ferramenta (PIESCO, 2015).

As escolas públicas são as instituições da sociedade em que mais carecem de investimentos que ampliem as novas formas de aprendizagem. Nesse contexto, estão englobados as escolas que se destinam a Educação de Jovens e Adultos que, no Brasil, passam a fazer parte dos planos educacionais desde anos 40. Segundo Pierro, Joia e Ribeiro (2001), a educação focada na alfabetização de jovens e adultos, corrobora para os “efeitos positivos da educação dos adultos sobre a educação das crianças, ambas componentes indissociáveis de um mesmo projeto de elevação cultural dos cidadãos”.

Ainda, entende-se por educação de jovens e adultos as escolas que se destinam a educação de pessoas que não tiveram oportunidades de estudos, onde o tempo letivo, geralmente, é a metade de um ano escolar das séries letivas normais.

Ainda, entende-se por educação de jovens e adultos as escolas que se destinam a educação de pessoas que não tiveram oportunidades de estudos, onde o tempo letivo, geralmente, é a metade de um ano escolar das séries letivas normais.

Desde a explosão da internet, no fim dos anos 90, experimenta-se uma verdadeira revolução nas formas de comunicação e relacionamento. A internet tem sido um espaço de participação e intervenção em constante transformação, onde os indivíduos podem tratar, de forma praticamente ilimitada, dos mais variados assuntos e

tecer redes de relacionamentos em escalas antes inimagináveis. Por meio dela, pode-se, por exemplo, ir virtualmente ao mercado ou ao banco e ter ainda acesso rápido à cultura, a espaços para manifestação de opiniões e de prestação de serviço (CARRANO, 2017).

O interesse pelo presente estudo se deu pela carência de pesquisas regionais/locais, que falem a respeito do consumo dos jovens ou que trabalhem com escolas públicas. A maioria dos estudos encontrados se concentram a verificar o consumo das mídias a nível nacional, ou apenas se incubem em comparar questões envolvendo o público universitário (SCHMITZ et al., 2014). Os estudos encontrados ainda se concentram em analisar o consumo nas plataformas digitais, diferente desta pesquisa, que também engloba os veículos tradicionais, ainda presente na vida dos brasileiros, de acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2016.

É importante levar em consideração todo o contexto social que os produtos midiáticos representam. Esta pesquisa pretende entender como os alunos da Educação de Jovens e Adultos, do ensino médio, estão fazendo o consumo midiático, e qual a importância e o lugar que estes meios ocupam na vida de cada um. Ainda, levando em consideração que a pluralidade de meios para se manter informado, mostra também o novo tipo de usuário que se dedica menos para encontrar notícias, e utiliza de compartilhamento, comentários ou investigações de diferentes perspectivas para conseguir informações que lhes interessam.

Sendo assim, a presente pesquisa teve como objetivo analisar como os alunos da educação de Jovens e Adultos fazem o consumo midiático, com ênfase na internet, e, posteriormente, realizar ações de extensão, a fim de explorar comunicações alternativas.

2 EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS - EJA

A EJA é uma modalidade de ensino da educação básica que visa atender aqueles indivíduos que não tiveram a oportunidade de concluir o ensino fundamental e médio na idade própria. No entanto, dar a oportunidade de vagas sem repensar as políticas públicas, a prática educativa, as formas de avaliação, o material didático utilizado não é suficiente. Na opinião de Marques e Pachane, para entender sobre esse público faz-se necessário “transitar pelo menos por três campos que contribuem para a definição de seu lugar social: a condição de ‘não crianças’, a condição de excluídos da escola e a condição de membros de determinados grupos culturais” (2010, p. 483).

A Educação de Jovens e Adultos deve ser tratada de acordo com a Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB) que define e regulamenta o sistema de educação

(público ou privado) do Brasil (da educação básica ao ensino superior), com base nos princípios presentes na Constituição de 1988. A primeira LDB foi criada em 1961, seguida por uma versão em 1971, que vigorou até a promulgação da mais recente em 1996 (BRASIL, LDB, Lei 9394/96).

A Educação de Jovens e Adultos deverá, ainda, estar de acordo com as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação de Jovens e Adultos estabelecidas na Conferência Internacional de Hamburgo, na Lei 9394/96, no Parecer CEB 11/00 e na Deliberação 08/00 CEB.

As Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação de Jovens e Adultos vieram preencher uma lacuna no encaminhamento de ações para a elaboração das propostas curriculares nos diversos segmentos, apontando princípios éticos, políticos e estéticos importantes para a consolidação de formulações significativas, democráticas e criativas. Por isso, a elaboração das propostas curriculares e o currículo delas constante incluirá o desenvolvimento de competências básicas, conteúdos e formas de tratamento dos conteúdos que busquem chegar às finalidades da educação de jovens e adultos.

Faz-se necessária uma reflexão crítica do cotidiano escolar e também ir além dos muros, ter acesso a realidade da EJA em um nível mais amplo que nos auxilie a entender e construir planos de ação para o nosso espaço escolar, tudo isso para não “reproduzir as abordagens e práticas da escola que um dia os excluiu” (VILANOVA, 2012. p. 61).

Para Barros (2011) os alunos da EJA têm uma característica própria que os configuram como sendo aqueles que não tiveram oportunidade de seguir os estudos formais na época condizente com idade/série. Ainda pode-se apontar como ponto característico desta classe de alunos como sendo aqueles provenientes de camadas mais carentes da população, e já inseridos de alguma forma no contexto laboral. Na maioria dos alunos o contato com computadores ou outras tecnologias se realiza de forma precária e informal.

A ausência dos alunos do EJA com as mídias, de forma direcionada, numa relação de ensino aprendizagem, é mais um fator que se acrescenta a uma lista de dificuldades para estes alunos na busca de ampliar suas relações sociais e profissionais. Desta forma, o ensino voltado à EJA deve ter como meta um ensino onde os alunos possam apropriar-se destes conhecimentos e obter mais chance no processo de interação.

Assim que as novas tecnologias a cada dia se revestem de uma função quase indispensável como ferramentas de acesso à informação, interação social e profissional,

e nesta relação à exclusão se agrava quando falamos de pessoas que não acompanharam a evolução e sim se descobriram diante dela, entre muitas das situações existentes nesta realidade, está o caso dos jovens e adultos – EJA.

3 INTERNET

Com a chegada da internet, a obtenção de informações sobre os mais variados temas e assuntos, se tornou bem mais fácil. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad), divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2014, o Brasil atingiu a marca de 54,4% dos lares com acesso à internet. Também foi mostrado em pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas de São Paulo que, atualmente, o país possui cerca de 168 milhões de *smartphones*, oferecendo acesso à rede aos seus usuários.

A população brasileira, como o mais presente na internet em toda a América Latina (Internet World Stats, 2020), está gradativamente alterando seus hábitos a partir das novas possibilidades tecnológicas. As pessoas estão cada vez mais conectadas e, quem opta por privar-se dessa tecnologia, acaba criando uma barreira de comunicação e de possibilidades para com a sociedade.

Nas palavras de Castel (2004, p.15):

A internet é o tecido das nossas vidas. Se as tecnologias da Informação são o equivalente histórico do que foi a eletricidade na era industrial, na nossa era poderíamos comparara internet com a rede elétrica e o motor elétrico, dada a sua capacidade para distribuir o poder da informação por todos os âmbitos da atividade humana. E mais, tal como as novas tecnologias de geração e distribuição de energia permitiram que as fábricas e as grandes empresas se estabelecessem como as bases organizacionais da sociedade industrial, a Internet constitui atualmente a base tecnológica da forma organizacional que caracteriza a Era da informação: a rede.

Segundo Pereira e Caparróz, (2008, p.101).

A sociedade da informação, na qual estamos inseridos, nos confronta com diferentes termos e conceitos que passam a se tornar comuns na linguagem presente no ciberespaço. Falarem trocar email, teclar, navegar na internet pode parecer familiar para aqueles que utilizam a Rede Mundial de Computadores, como os nativos digitais, mas pode ter outro, ou até nenhum, significado, para os excluídos digitais.

Neste sentido Aranha (2007, p.228) discute que:

A tecnologia não surge como algo de fora, mas fruto das relações sociais, que depende da necessidade do uso, e os homens/mulheres utilizam as tecnologias conforme as necessidades que tiverem para mediar suas relações.

4 USO DAS REDES SOCIAIS PARA SE INFORMAR

Um conceito importante para entender esse novo contexto midiático é o de rede social. De acordo com o Dicionário de Comunicação, entende-se por redes sociais “uma rede formada por um conjunto de nós e suas conexões” (Redes Sociais, DICIONÁRIO DE COMUNICAÇÃO, p. 303). Dessa forma, entende-se por redes sociais as conexões de indivíduos que estão ligados por algum tipo de afinidade, seja de um filme, de um curso ou de algum hobby em comum.

Recuero (2011) afirma que a palavra rede é uma metáfora para observar padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. Como afirma a autora:

O que muitos chamam de "mídia social" hoje, compreende um fenômeno complexo, que abarca o conjunto de novas tecnologias de comunicação mais participativas, mais rápidas e mais populares e as apropriações sociais que foram e que são geradas em torno dessas ferramentas. É um momento de hiperconexão em rede, onde estamos não apenas conectados, mas onde transcrevemos nossos grupos sociais e, através do suporte, geramos novas formas de circulação, filtragem e difusão dessas informações. (RECUERO, 2011)

Todavia, muitas vezes e com a observação do tempo, mesmo as pessoas que oferecem resistência acabam se rendendo a esta nova ferramenta. Isso é constatado pela grande amplitude da atual faixa etária de brasileiros nas redes, que varia de 15 a 60 anos (PNAD, 2014), sendo os mais jovens os mais observados na internet.

5 METODOLOGIA

DELINEAMENTO DO ESTUDO

Trata-se de um estudo transversal de natureza aplicada, com caráter quantitativo. Quanto aos fins da pesquisa caracteriza-se como descritiva, pois a maioria das pesquisas descritivas tem como objetivo primordial a exposição de características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis, que visam descobrir a existência de associações entre essas variáveis, algumas das pesquisas descritivas vão além da simples identificação da existência entre variáveis e pretendem determinar a natureza dessa relação (GIL, 2002).

O presente trabalho foi realizado na escola estadual Centro de Educação de Jovens e Adultos (CEJA) do município de Imperatriz, Mesorregião Oeste Maranhense e distante 639 km de São Luís, capital do Estado do Maranhão. De acordo com o IBGE, a cidade de Imperatriz, Mesorregião Oeste Maranhense e distante 639 km de São Luís, capital do Estado do Maranhão. De acordo com o IBGE, o município apresenta uma população estimada de 254.569 habitantes e uma área territorial 1.368,987 km e o Índice de desenvolvimento humano (IDH) do município é de 0,731 (IBGE, 2017).

Quanto aos aspectos éticos, a pesquisa foi submetida ao Comitê de Ética e Pesquisa da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), tendo recebido o CAAE nº 71279817.1.0000.5087, e também, os participantes foram esclarecidos sobre os propósitos do estudo e deram seu consentimento por meio da assinatura do Termo de Assentimento Livre e Esclarecido (TALE) dos pais ou responsável legal e o Termo de Compromisso Livre e Esclarecido (TCLE), conforme preconiza a Resolução 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde.

AMOSTRA

Participaram do estudo 174 estudantes adolescentes, estudantes do ensino médio de uma escola pública estadual, do município de Imperatriz, Maranhão, Brasil. O tamanho da amostra foi calculada de acordo com a fórmula para estudos transversais com população finita: $n = N \cdot \delta^2 \cdot (Z_{\alpha/2})^2 / (N-1) \cdot (E)^2 + \delta^2 \cdot (Z_{\alpha/2})^2$. Onde: n=tamanho da amostra; $Z_{\alpha/2}$ = valor crítico para o grau de confiança; δ = desvio padrão populacional da variável; E= erro padrão; N=tamanho da população finita. Foram considerados como parâmetros o coeficiente de confiança de 95% (1,96), o erro amostral de 10% e população.

A amostra do estudo foi composta a partir dos seguintes critérios de elegibilidade: 1) Possuir idade igual ou superior a 18 anos (maior de idade); 2) Está matriculado na instituição de ensino. Foram excluídos da pesquisa aqueles responderam parcialmente ao questionário, tinham idade inferior a 18 anos, dificultou ou burlou a aplicação de questionários e não está na instituição no dia da aplicação.

COLETA DE DADOS

Os dados foram coletados no primeiro e segundo semestre de 2017, através de um instrumento adaptado, auto-aplicável. Neste instrumento foram abordados aspectos

relacionados ao perfil social, com as variáveis idade, raça/cor, gênero e escolaridade e questões relacionadas aos hábitos de consumo da internet.

Os dados foram analisados com base nas informações coletadas pelos questionários aplicados na escola, e levando em consideração a referência bibliográfica como embasamento teórico para as discussões que serão levantadas. Para o tratamento dos dados, foi utilizada a plataforma estatística Statistical Package for Social Science for Windows (SPSS) versão 18, que é um software para análise estatística de dados, em um ambiente amigável, utilizando-se de menus e janelas de diálogo, que permite realizar cálculos complexos e visualizar seus resultados de forma simples e autoexplicativas.

6 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em relação às preferências entre os hábitos de consumo, voltado para a internet, a nível internacional, os resultados mostraram que 53 (30,5 %) dos entrevistados afirmaram utilizar a internet “várias vezes por dia”, enquanto apenas 18 (10,3%) afirmaram “nunca” consumir internet. Quanto aos dados nacionais, 64 (36,8%) afirmaram que utilizam a internet várias vezes por dia, para conteúdos internacionais, e quanto aos conteúdos regionais, 82 (47,1%) afirmaram utilizar internet várias vezes por dia (Tabela 1).

Tabela 1. Distribuição da frequência do consumo informações pela internet, Imperatriz, MA, Brasil, 2017

VARIÁVEIS	Regionais		Nacionais		Internacionais	
	F	%	F	%	F	%
Não respondeu	33	19,0	38	21,8	36	20,7
Nunca	12	6,9	9	5,2	18	10,3
Várias vezes por ano	11	6,3	6	3,4	14	8,0
Várias vezes por dia	82	47,1	64	36,8	53	30,5
Várias vezes por mês	12	6,9	24	13,8	25	14,4
Várias vezes por semana	24	13,8	33	19,0	28	16,1
Total	174	100,0	174	100,0	174	100,0

Fonte: Autores, 2018.

Quando questionados sobre a forma como esses estudantes consomem internet, o estudo constatou que uma parcela significativa de participantes utiliza a internet várias vezes ao dia. A partir disso, Pontieri, Andrade, Palitot e Nascimento (2017) ressaltam que, antes do aparecimento da internet, jamais havia sido tão fácil à obtenção de informações sobre os mais variados assuntos, seja uma pesquisa acadêmica ou encontrar um endereço pela cidade.

Como evolução tecnológica, a internet representa um importante instrumento de acesso a serviços, informações, relações interpessoais, lazer, entretenimento e aprendizagem. Ao mesmo tempo, como espaço ainda em construção representa riscos e desafios pelo baixo conhecimento sobre o seu funcionamento para o público em geral, certo anonimato de seus usuários e pela velocidade como os detentores do poder econômico e das tecnologias manipulam o seu funcionamento (UNICEF, 2013).

Segundo Ferreira, Luz e Maciel (2015), o crescimento do acesso às TIC's pode ser percebido na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), referente a 2013, que evidencia o crescimento na proporção de internautas no país, de 49,2%, em 2012, para 50,1%, em 2013, do total da população. De acordo com o IBGE, o Brasil ganhou 2,5 milhões de internautas (2,9%) entre 2012 e 2013, o que totaliza aproximadamente 86,7 milhões de usuários de internet com 10 anos ou mais. A pesquisa também indicou aumento de residências que limitam-se ao aparelho celular como meio telefônico em 2013. Foram contabilizadas cerca de 130 milhões e 8 mil pessoas de dez anos ou mais, ou 75,5% da população no Brasil, com celular.

Na tabela 2, mostra-se o tempo em que cada participante fica na internet durante o dia, em que, de acordo com os dados obtidos, 100 (57,5%) dos entrevistados afirmaram dispor mais de três horas do seu tempo utilizando a internet, enquanto apenas 2 (1,1%) afirmaram não dispor de nenhum tempo para o uso da internet.

Tabela 2. Quanto tempo você usa internet durante o dia?

VARIÁVEIS	F	%	FA
Acima de 3 horas	100	57,5	57,5
De 1 a 2 horas	26	14,9	14,9
Menos de 1 hora	34	19,5	19,5
Não respondeu	12	6,9	6,9
Nenhuma	2	1,1	1,1
Total	174	100,0	100,0

Fonte: Autores, 2017.

Os dados mostraram que 57,5% dos pesquisados ficam mais de três horas na internet, dado esse que é similar ao resultado encontrado no estudo de Castanho e Zorzim (2017), em que afirmam que em relação ao tempo de permanência na internet, o maior índice de respostas foi a alternativa cuja média é de 3 a 5 horas e o sentimento de satisfação após o uso, acrescido da vontade de continuar navegando após esse período. Em relação ao acesso e uso da internet, o Brasil destaca-se pelo acesso às mídias sociais e aos sites de notícia e informação (PIESCO, 2015).

O surgimento e a difusão rápida da internet provocaram uma verdadeira revolução, entre outras características, o rompimento dos conceitos tradicionais de espaço e tempo. Com a minimização das distâncias espaço-temporais e a intensificação da recursividade, a possibilidade de múltiplas interferências, a variedade de conexões e a diversificação de trajetórias, rompeu-se a temporalidade rígida (OLIVEIRA, 2017).

Para Piesco (2015) a internet é o meio de informação essencial na vida cotidiana dos jovens brasileiros. Segundo a UNICEF, 70% dos adolescentes brasileiros podem ser considerados “incluídos” no que diz respeito ao acesso à internet, dos quais 64% acessam a rede diariamente.

Quando questionados sobre o tipo de suporte que utilizam para se informar, 137 (78,7%) responderam que o celular é o mais utilizado, enquanto 17 (9,8%) falaram que o notebook é o mais utilizado. Também quando questionado sobre qual o tipo de suporte utilizado para acessar as redes sociais, o celular foi a variável que apresentou maior frequência, com 123 (70,7%) respostas afirmativas (Tabela 3).

Tabela 3. Tipo de suporte que utiliza para se informar e tipo de suporte que utiliza para usar as redes sociais

Qual suporte você utiliza para se informar?		
VARIÁVEIS	F	%
Celular	137	78,7
Computador de mesa	6	3,4
Não respondeu	8	4,6
Nenhum	3	1,7
Notbook	17	9,8
Tablet	3	1,7
Total	174	100,0
Qual tipo de suporte utiliza para acessar a (redes sociais)?		
VARIÁVEIS	F	%
Não respondeu	12	6,9
Nenhum	7	4,0
Pelo Celular	123	70,7
Tablet (Internet)	13	7,5
Tradicional	19	10,9
Total	174	100,0

Fonte: Autores, 2017.

Os resultados encontrados na pesquisa, corrobora com os dados obtidos no estudo de Malcher, Seixas, Raiol e Florêncio (2017), em que foram entrevistados 55 estudantes, e, apenas não tinham um aparelho de celular, seja de modelo com menos recursos até *smartphone*. O uso do celular foi destacado para: interação em redes sociais, escutar música, tirar e compartilhar fotos e também para falar por voz com familiares e

amigos. Ainda que muitos tenham sido considerados pelos colegas ou se autodeclarado “viciados” em celular, os participantes destacaram a preferência pelo contato pessoal. Também foi destacado o uso do celular como mídia que viabiliza pesquisas solicitadas pelos professores na escola. Quando precisam fazer algum tipo de busca, a maior parte dos jovens coloca crédito no celular e faz as pesquisas diretamente de casa.

No contexto atual, observa-se também que há uma cultura audiovisual eletrônica proporcionando às jovens informações, valores, saberes e outros modos de ler e perceber o conhecimento. Os complexos processos de comunicação da sociedade difundem linguagens e conhecimentos que descentram a relação escola-livro, âmbito do sistema escolar tradicional que insiste em permanecer nos dias atuais. No entanto, em meio à toda revolução tecnológica, ainda observamos professores que resistem e não fazem uso de qualquer tipo de tecnologia, nem mesmo os mais comuns como a TV e o Vídeo.

Quadros, Rasêra e Moschetta (2011) nos diz que os computadores pessoais, telefones celulares e outros dispositivos móveis elevaram a conectividade entre os jovens, pois têm a possibilidade de estar conectado uns aos outros a qualquer hora e de qualquer lugar. Os adultos também têm usado esses dispositivos e em alguns países, como nos Estados Unidos, já superaram o tempo de navegação na internet.

Ao serem questionados sobre o tipo de conteúdo visitado na internet, 44 (25,3%) afirmaram que visitam conteúdos voltados para entretenimento, 41 (23,6%) afirmaram que visitam conteúdo voltado para o esporte e 25 (14,4%) visitam outros conteúdos (tabela 4).

Tabela 4. Qual tipo de conteúdo você prefere observar na internet?

VARIÁVEIS	F	%
Cultura	7	4,0
Economia	5	2,9
Entretenimento	44	25,3
Esporte	41	23,6
Internacional	17	9,8
Local / Regional	8	4,6
Não respondeu	7	4,0
Nenhum	9	5,2
Opinião	5	2,9
Outros	25	14,4
Política	6	3,4
Total	174	100,0

Fonte: Autores, 2018.

Segundo os dados, 25,3% dos estudantes visitam conteúdos de entretenimento na internet, sendo que esse conteúdo pode ser voltado às redes sociais, uma vez que, de

acordo com o estudo do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação as principais atividades realizadas por crianças e adolescentes na Internet são: enviar mensagens instantâneas (79%), assistir vídeos on-line (77%), ouvir música na Internet (75%) e acessar redes sociais (73%).

A participação em sites de relacionamento ou redes sociais, atividade recorrente no cotidiano de alunos e que se constitui em um novo fenômeno social, é bastante familiar entre os alunos. A maioria dos alunos brasileiros de Ensino Fundamental e Médio (89%) declarou não ter nenhuma dificuldade para participar de redes sociais, possivelmente por ser uma atividade já integrada ao seu dia a dia. Vale ressaltar que esta proporção é ainda superior entre alunos de escola particular (97%). Atividades de comunicação, como uso do e-mail, mensagens instantâneas e as próprias redes sociais, são realizadas sem dificuldades pelos alunos brasileiros. Isso revela que, para tanto, os alunos já adquiriram habilidades técnicas no uso das TIC, o que não implica necessariamente a existência de competências e habilidades para o uso crítico das TIC, em um âmbito mais amplo, pertinentes a alfabetização midiática e informacional (CETIC, 2013).

Ainda questionados quanto a frequência que usam as redes sociais, 134 (77,0%) afirmaram usar várias vezes por semana e apenas 7 (4,0%) afirmaram nunca utilizar, ainda questionados sobre a frequência do uso das redes sociais para se informar sobre assuntos do cotidiano, 87 (50,0%) afirmaram sempre utilizar, sendo o WhatsApp a rede social mais utilizada, com 106 (60,9%) respostas afirmativas (Tabela 5).

Tabela 5. Frequência que usam redes sociais, frequência que utiliza para se informar sobre assuntos cotidianos e qual a frequência de utilização do Whatsapp

Frequência que usam redes sociais		
VARIÁVEIS	F	%
Não respondeu	8	4,6
Nunca	7	4,0
Várias vezes por ano	15	8,6
Várias vezes por mês	10	5,7
Várias vezes por semana	134	77,0
Total	174	100,0
Com que frequência usa para se informar sobre assuntos cotidianos?		
VARIÁVEIS	F	%
Não respondeu	12	6,9
Nunca	05	2,9
Várias vezes por ano	18	10,3
Várias vezes por mês	52	29,9
Várias vezes por semana	87	50,0
Total	174	100,0
Utilização do WhatsApp para se informar de assuntos cotidianos		
VARIÁVEIS	F	%
Não respondeu	15	8,6

Nunca	11	6,3
Várias vezes por ano	15	8,6
Várias vezes por mês	27	15,5
Várias vezes por semana	106	60,9
Total	174	100,0

Fonte: Autores, 2018.

As redes sociais já eram uma importante fonte de informações, através das “comunidades” nos sites de relacionamento, em função da qualificação dos usuários de acordo com suas áreas de interesse, facilitando a busca por personagens para ilustrar as matérias. Essa relação de proximidade proporcionada pelas páginas das redes sociais ou pelas colunas dos leitores ganhou um enorme reforço com a adesão de um novo aplicativo de mensagens múltipla na produção jornalística (FERREIRA et al., 2015).

O WhatsApp é hoje o aplicativo mais popular em 140 países e é apontado como o aplicativo de celular mais importante para os usuários brasileiros. No dia 12/6/2013, o aplicativo WhatsApp registrou o envio de 27 bilhões de mensagens em um único dia, um novo recorde para o serviço. O recorde anterior aconteceu em dezembro 2012 com o envio de 18 bilhões de mensagens. O app tem mais de 350 milhões de usuários em todo o mundo. Neste contexto, é cada vez mais comum uma pessoa ser indagada primeira se tem o aplicativo, em vez do seu número telefônico (REIS, 2013).

Ainda questionados sobre as redes sociais, foi pedido para os entrevistados fazerem uma avaliação em relação ao conteúdo transmitido, sendo as classificações: Ruim, Não Respondeu, Muito Ruim, Muito Boa e boa. A classificação que recebeu maior percentual foi a “Muito Boa”, com 80 (46,0%) dos participantes (Tabela 6).

Tabela 6. Como você avalia a qualidade dos conteúdos transmitidos pelas redes sociais?

Variáveis	F	%
Boa	75	43,1
Muito Boa	80	46,6
Muito Ruim	10	5,7
Não respondeu	6	3,4
Ruim	3	1,7
Total	174	100

Um conceito importante para entender esse novo contexto midiático é o de rede social. De acordo com o Dicionário de Comunicação, entende-se por redes sociais “uma rede formada por um conjunto de nós e suas conexões” (Redes Sociais, DICIONÁRIO DE COMUNICAÇÃO, p. 303).

Dessa forma, entende-se por redes sociais as conexões de indivíduos que estão ligados por algum tipo de afinidade, seja de um filme, de um curso ou de algum hobbie

em comum. Recuero (2011) afirma que a palavra rede é uma metáfora para observar padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. Como afirma a autora:

O que muitos chamam de "mídia social" hoje, compreende um fenômeno complexo, que abarca o conjunto de novas tecnologias de comunicação mais participativas, mais rápidas e mais populares e as apropriações sociais que foram e que são geradas em torno dessas ferramentas. É um momento de hiperconexão em rede, onde estamos não apenas conectados, mas onde transcrevemos nossos grupos sociais e, através do suporte, geramos novas formas de circulação, filtragem e difusão dessas informações. (RECUERO, 2011).

Redes são estruturas abertas, com capacidade de expansão sem limites e que integram cada novo nó de maneira que passe a dividir os mesmos códigos de comunicação que os demais. Isso não quer dizer que todos desempenhem a mesma função, pois, segundo Castells (1999), a morfologia de redes determina as relações de poder, sendo que os nós mais fortes assumem características privilegiadas, capazes de acionar os interruptores.

As redes sociais instauram uma forma comunicativa feita de fluxos e de troca de informações "de todos para todos". Em função da quantidade ilimitada de informações que podem ser veiculadas na rede, a temporalidade também é distinta, praticamente em tempo real, resultando instantâneas todas as formas de comunicação na web (Di Felice, 2008, p. 53).

As redes configuram-se como um conjunto de nós, interconectados, formados por estruturas não lineares, flexíveis, dinâmicas, compostas de organizações formais ou informais. Tais nós são representados por indivíduos ou grupos de indivíduos, os quais detém as informações. Assim, quanto mais conexões um nó consegue promover, mais forte ele se torna. Recuero (2009) confirma a importância dos nós (ou nodos) da rede para o processo de interação, definindo-os como cerne das redes sociais.

Na tabela 7 são mostrados os resultados do questionamento que diz respeito a qual o meio de comunicação que mais influencia na tomada de decisões, sendo que a TV ficou como o meio de primeira escolha, com 67 (38,5%) de preferência dos participantes, ficando a internet como segunda escolha, com 54 (31,0%) de preferência dos entrevistados. Tais dados podem ser relacionados com a pergunta do meio de comunicação mais confiável pelos pesquisados, em que a TV também foi mencionada como o meio mais confiante, com 80 (46,0%) de preferência dos participantes, e as revistas e jornais como segunda escolha, com 26 (14,9%).

Tabela 7. Meio de comunicação que mais influencia na tomada de decisões e meio de comunicação mais confiável pelos pesquisados

Meio de comunicação que mais influencia na tomada de decisões		
VARIÁVEIS	F	%
Internet	54	31,0
Livros	11	6,3
Não respondeu	11	6,3
Outros	2	1,1
Revistas e jornais	29	16,7
Televisão	67	38,5
Total	174	100,0

Sobre os conteúdos informativos veiculados nos meios de comunicação, qual você considera mais confiável?		
VARIÁVEIS	F	%
Internet	20	11,5
Livros	21	12,1
Não respondeu	6	3,4
Outros	5	2,9
Rádio	6	3,4
Redes sociais	10	5,7
Revistas e jornais	26	14,9
Televisão	80	46,0
Total	174	100,0

Fonte: Autores, 2017

Segundo Rizzini, Pereira, Zamora, Coelho, Winograd e Carvalho (2005), em sua pesquisa, afirmam que, os dados encontrados confirmam uma tendência mundial que aponta a televisão como o equipamento de comunicação de massa mais difundido, mesmo entre os setores mais populares. A televisão está presente nos lares da quase totalidade dos adolescentes da amostra; 99,5% deles declararam possuir ao menos um aparelho de televisão em suas casas. A televisão é um meio de comunicação e informação que pode ser compartilhado por grupos de faixas etárias e gêneros diferentes.

7 CONCLUSÃO

Esta pesquisa possibilitou conhecer os hábitos de consumo dos alunos do Centro de Educação de Jovens e Adultos no que se refere a utilização da internet para se informar sobre conteúdos informativos. Como também saber a frequência do consumo informações relacionados a assuntos de nível regional, nacional e internacional, o tempo que utiliza a internet durante o dia, o meio de comunicação que considera mais confiável, o suporte que utiliza para se informar, tipo de suporte utiliza para acessar (redes sociais, whatsapp), a qualidade dos conteúdos transmitidos pelas redes sócias e meio de comunicação que já influenciou a tomar decisão.

São poucos os artigos que tratam do tema Educação de Jovens e Adultos nas revistas científicas brasileiras, apesar dos principais autores que possuem influência na área serem reconhecidos e já discutirem sobre a importância do tema há quase cinquenta anos.

Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad), divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2014, o Brasil atingiu a marca de 54,4% dos lares com acesso à internet. Também foi mostrado em pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas de São Paulo que, atualmente, o país possui cerca de 168 milhões de smartphones, oferecendo acesso à rede aos seus usuários. Dessa forma, os resultados se relacionam com os dados obtidos com a pesquisa, onde a maioria utiliza o celular para se informar e acessar as redes sociais.

A população brasileira, como o mais presente na internet em toda a América Latina (Internet World Stats, 2020), está gradativamente alterando seus hábitos a partir das novas possibilidades tecnológicas. As pessoas estão cada vez mais conectadas e, quem opta por privar-se dessa tecnologia, acaba criando uma barreira de comunicação e de possibilidades para com a sociedade. Mesmo com todo esse avanço da internet, os entrevistados consideram a televisão o meio de comunicação mais confiável e que já deixou se influenciar na tomada de alguma decisão de sua vida.

Compreendendo a EJA como uma Educação, prevista por lei, que propõe dar oportunidades para concluir os estudos àqueles que por algum motivo não completaram na idade própria, percebemos que na prática ainda há muito que se fazer, pois as políticas públicas têm garantido apenas o acesso desse público à escola, mas não a sua permanência.

REFERÊNCIAS

- Aranha, A. V. S. et al (2007). Diálogos entre escola, formação docente e práticas sócio-culturais: possibilidades e limites da Educação do Campo. In: GRACINDO, Regina Vinhaes (org.) ET AL *Educação como exercício de diversidade: estudos em campos de desigualdades sócio-educacionais*. Editora Líber Livro.
- BRASIL, LDB. Lei 9394/96 - *Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional*. Recuperado em 09 outubro, 2018, de <www.planalto.gov.br>.
- BRASIL, Parecer CNE/CEB n. 11 de 10 de maio de 2000. *Dispõe sobre as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação de Jovens e Adultos*. Relator: Carlos Roberto Jamil Cury. Brasília. Recuperado em 09 outubro, 2018, de <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/PCB11_2000.pdf>.
- Carrano, P. C. R. (2017). Redes sociais de internet numa escola de ensino médio: entre aprendizagens mútuas e conhecimentos escolares. *Perspectiva*, 35 (2), 395-421.
- Castanho, M. I. S., & Zorzim, T. J. I. (2017). Internet, cultura do consumo e subjetividade de Jovens. *Pesqui. prá. psicossociais*. 12 (1), 36-53.
- Castel, R. (2004). As armadilhas da Exclusão. IN: BELFIORE-WANDERLEY, Mariangela, BÓGUS, Lucia & YAZBEK, Maria Carmelita. *Desigualdade e a Questão Social*. São Paulo: EDUC.
- Castells, M. (1999). *A Sociedade em Rede* (6ª ed.). São Paulo: Paz e Terra.
- CETIC-Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (2013). Cresce número de crianças e adolescentes que buscam notícias na Internet. Recuperado em 09 outubro, 2018, de <<https://www.cetic.br/noticia/cresce-numero-de-criancas-e-adolescentes-que-buscam-noticias-na-internet-aponta-cetic-br/>>.
- Di Felice, M. (2008). *Das tecnologias da democracia para as tecnologias da colaboração. Do público para as redes: a comunicação digital e as novas formas de participação social*. Difusão Editora.
- Di Pierro, M. C., Joia, O. & Ribeiro, V. M. (2001). Visões da educação de jovens e adultos no Brasil. *Cadernos Cedes*, 21(55), 58-77.
- Ferreira, P. A., Luz, C. R. M., & Maciel, I. M. S. (2015). As redes sociais como fonte de informação: uso do *Whatsapp* como ferramenta de apuração da notícia (Rio de Janeiro, Brasil). In *Intercom-Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Rio de Janeiro-RJ, Brasil.
- Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa*. Atlas.
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (2017). *Internet chega pela 1ª vez a mais de 50% das casas no Brasil*, mostra IBGE. Recuperado em 08 dezembro, 2017, de <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/04/internet-chega-pela-1-vez-mais-de-50-das-casas-no-brasil-mostra-ibge.html>>.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (2017). *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD): síntese de indicadores 2017*. Imperatriz/MA. Recuperado em 08 dezembro, 2017, de <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ma/imperatriz/panorama>>.

Malcher, M. A., Seixas, N. S. A., Raiol, W., & Florêncio, F. J. S. O. (2017). Consumo midiático de jovens cametaenses: pesquisa exploratória na cidade de Cameté e na comunidade Rio Furtados. In *Intercom-Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Curitiba-PR, Brasil.

Marques, D. T., & Pachane, G. G. (2010). Formação de educadores: uma perspectiva de educação de idosos em programas de EJA. *Educação e Pesquisa*, 36(2), 475-490.

Oliveira, E. S. G. (2017). Adolescência, internet e tempo: desafios para a Educação. *Educar em Revista*, (64), 283-298.

Pereira, M. A. S., & Caparróz, A. S. C. (2008). O conceito de hipertexto para alunos universitários usuários da internet. Sociedade Educacional Uberabense. Recuperado 22 maio, 2018, de <<http://www.catedra.ucb.br/sites/100/122/00000195.pdf>>.

Piesco, J. (2015). Impacto da internet sobre os hábitos culturais da população jovem em São Paulo. *Centro de Pesquisa e Formação*, (1), 94-111.

Pontieri, B., Andrade, T., Palitot, A., & Nascimento, B. R. (2017). Uma análise sobre os Hábitos de Consumo na Internet com os Alunos da UFPB. In *Intercom-Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste*, Fortaleza-CE, Brasil.

Quadros, C., Rasêra, M., & Moschetta, A. (2011). Jornalismo para tecnologias móveis: o consumo entre jovens. *SBPJor–Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo*, 9º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (Rio de Janeiro, ECO- Universidade Federal do Rio de Janeiro), Rio de Janeiro-RJ, Brasil.

Recuero, R. (2009). Redes sociais na internet. Sulina.

Recuero, R. (2011), A nova revolução: as redes são as mensagens. In: BRAMBILLA, Ana. *Para entender as mídias sociais*. Recuperado em 09 outubro, 2018, de <<https://www2.unifap.br/claudiomarcio/files/2014/04/paraentenderasmidiassociais.pdf>>.

“Redes Sociais”. (2009). Dicionário de Comunicação. Paulus.

Reis, B. S. S. (2013). “Você tem WhatsApp?” Um estudo sobre a apropriação do aplicativo de celular por jovens universitários de Brasília. *Trabalho de conclusão de curso (TCC)*, Faculdade de Comunicação-FACCurso de Comunicação Organizacional, Universidade de Brasília, Brasília, DF, Brasil.

Rizzini, I., Pereira, L., Zamora, M. H., Coelho, A. F., Winograd, B., & Carvalho, M. (2005). Adolescentes brasileiros, mídia e novas tecnologias. *Revista Alceu*, 6(11), 41-63.

Schmitz, D., Mazer, D., Wottrich, L., Toaldo, M., Jacks, N., & Costa, S. M. (2014). Jovem brasileiro e consumo midiático em tempos de convergência: panorama preliminar. *XII Congresso Latino Americano de Investigadores de lá Comunicación*, Peru.

UNICEF-Fundo das Nações Unidas para a Infância (2013). O uso da internet por adolescentes. Recuperado em 09 outubro, 2018, de https://crianca.mppr.mp.br/arquivos/File/publi/unicef/br_uso_internet_adolescentes.pdf.

Vilanova, R. (2012). O livro didático de Ciências na Educação de Jovens e Adultos: uma análise crítica e alguns subsídios para a avaliação e escolha pelo professor. Martins, I., Gouvêa, G. e Vilanova, R. (org.). *O livro didático de Ciências: contexto de exigência, critérios de seleção, práticas de leitura e uso em sala de aula*. Editora Isabel Martins.