

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE EDUCAÇÃO FÍSICA, FISIOTERAPIA E DANÇA**

RAQUEL OSOLINS SOARES

**EDUCAÇÃO FÍSICA E *FACEBOOK*:
AMPLIANDO CONTEÚDOS ATRAVÉS DA INTERAÇÃO DIGITAL**

Porto Alegre
2017

RAQUEL OSOLINS SOARES

**EDUCAÇÃO FÍSICA E *FACEBOOK*:
AMPLIANDO CONTEÚDOS ATRAVÉS DA INTERAÇÃO DIGITAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Comissão de Graduação do Curso de Educação Física da Escola de Educação Física, Fisioterapia e Dança da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial obrigatório para a obtenção do título em Licenciatura em Educação Física.

Orientadora: Prof. Dra. Denise Grosso da Fonseca

Porto Alegre
2017

RAQUEL OSOLINS SOARES

**EDUCAÇÃO FÍSICA E *FACEBOOK*:
AMPLIANDO CONTEÚDOS ATRAVÉS DA INTERAÇÃO DIGITAL**

Conceito final:

Aprovado em de de

BANCA EXAMINADORA

Avaliadora: Prof. Dra. Martha Ratenieks Roessler- Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Orientador: Professora Dra. Denise Grosso da Fonseca - Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Este trabalho é dedicado à Margot, minha rainha.

AGRADECIMENTOS

A Deus por me dar tudo o que foi preciso e foi preciso muita coisa.

A Universidade Federal do Rio Grande do Sul, por ser uma mãe.

A minha orientadora, professora Denise Grosso da Fonseca, por sua fundamental ajuda durante todas as etapas desse projeto.

A minha mãe, por segurar a onda.

A professora e amiga Adriana Berleze e as quero-queretes que muito me ensinaram sobre educação.

As amigas Daniela Portes e Milene Bordini, pela enorme ajuda na revisão desse trabalho.

Aos demais professores e alunos que colaboraram de uma forma ou de outra para essa minha formação, o meu muito obrigada.

Nada lhe posso dar que já não exista em você mesmo. Não posso abrir-lhe outro mundo de imagens, além daquele que há em sua própria alma. Nada lhe posso dar a não ser a oportunidade, o impulso, a chave. Eu o ajudarei a tornar visível o seu próprio mundo, e isso é tudo.

Hermann Hesse

RESUMO

As tecnologias estão presentes no ambiente escolar e é necessário lidar com a nova forma de linguagem desenvolvida por elas, a digital. Segundo pesquisa do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), 52% dos alunos entre 5º e 9º ano do Ensino Fundamental de áreas urbanas utilizam o celular em atividades escolares. No Ensino Médio, o índice chega a 74%. Essa geração, que se expressa digitalmente, continua tendo aulas analógicas e o professor, muitas vezes, fica perdido dentro desse universo para o qual não foi preparado. Nas aulas de educação física é ainda mais difícil desenvolver atividades digitais pelo conteúdo ligado ao movimento. O objetivo desse relato de experiência é mostrar como professor de educação física e aluno podem comunicar-se de maneira interativa, de forma a potencializar o aprendizado e estimular a autonomia do estudante. Durante a experiência de estágio com uma turma de segundo ano do ensino médio em Porto Alegre, com estudantes de idades entre 16 e 18 anos, foi criado um grupo do *Facebook* para interagir e ampliar o tempo em contato com os alunos. Além de aproximar alunos e estagiários o grupo serviu para análise de recursos didáticos dentro do ambiente virtual. Diante dos resultados positivos alcançados com o grupo do *Facebook* da turma 2F da Escola Estadual Padre Rambo de Porto Alegre foi criada uma base de informações a ser analisada de forma a se transformar em uma metodologia a ser utilizada por professores de educação física, sobretudo leigos em redes sociais. É possível acreditar que quanto mais as aulas de Educação Física estiverem relacionadas às redes sociais, melhor a participação e motivação dos alunos. No estudo a seguir serão apresentadas formas de otimizar a prática do uso dessa ferramenta junto com os relatos do uso com a turma 2F.

Palavras-chave: Metodologias de ensino. *Facebook*. Educação Física Escolar.

ABSTRACT

Technologies are present in the school environment, and it is necessary to deal with the new form of language developed in their wake: the digital language. According to a survey by the Regional Center of Studies for the Development of the Information Society (Cetic.br), 52% of students from the 5th to the 9th year in urban areas use cell phones during school activities. In high school, this number reaches 74%. This generation is used to expressing itself digitally, yet continues to be taught in analogic lessons. Teachers often get lost in this universe to whom they were never prepared. In physical education classes, it is even harder to develop digital activities, due to the nature of the discipline itself, which involves body movement. The purpose of this experience report is to show how physical education teachers and students can communicate in an interactive fashion, to potentiate learning and stimulate students' autonomy. During the internship with a class of 2nd year of high school in the city of Porto Alegre, southern Brazil, with students between 16 and 18 years old, a Facebook group was created to interact and to increase the time in contact with the students. In addition to bringing students and interns together, the group also made it possible to analyze teaching resources within the virtual environment. Taking into account the positive results obtained with the Facebook group of class 2F of the Padre Rambo school in Porto Alegre, a database was created to be analyzed in such a manner as to become a methodology to be used by physical education teachers, especially those not familiar with social networks. It is possible to believe that the more physical education lessons are related to social networks, the better will be student participation and motivation. The study that follows introduces different ways to optimize the use of this tool, and includes opinions by students of class 2F.

SUMÁRIO

1 - INTRODUÇÃO.....	11
2 - JUSTIFICATIVA.....	14
3 - O <i>FACEBOOK</i> COMO AMBIENTE VITUAL DE APRENDIZAGEM.....	16
3.1- Os objetivos do grupo do <i>Facebook</i>	16
3.2- A Criação do grupo.....	18
4 - ESTRATÉGIAS DE ENGAJAMENTO USADAS NO GRUPO “EDUCAÇÃO <i>FITNESS</i> ”	21
4.1 - Estratégia de inserção de postagens.....	21
4.2 - Estratégia do uso de vídeos.....	23
4.3 - Estratégia do uso de fotos.....	25
4.4 - Estratégia do uso de anúncios.....	30
4.5 - Estratégias de engajamento como uso de conteúdo extra-aula.....	32
4.6 - Estratégias de engajamento com o uso de atividades obrigatórias e avaliativas.....	33
5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	36
6 - REFERÊNCIAS.....	39

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1- Print do site Cetic.br	11
Figura 2- Print do site Cetic.br	12
Figura 3- Print da página do grupo do <i>Facebook</i> criado pelas estagiárias Adriana Zimmermann e Raquel Osolins – 2017.....	18
Figura 4- Figura usada como capa do grupo do <i>Facebook</i> " Educação <i>fitness</i> "	20
Figura 5- Print da página do grupo do <i>Facebook</i> criado pelas estagiárias Adriana Zimmermann e Raquel Osolins – 2017.....	20
Figura 6- Print da página do grupo do <i>Facebook</i> criado pelas estagiárias Adriana Zimmermann e Raquel Osolins – 2017.....	23
Figura 7- Print da página do grupo do <i>Facebook</i> criado pelas estagiárias Adriana Zimmermann e Raquel Osolins – 2017.....	25
Figura 8- Print da página do grupo do <i>Facebook</i> criado pelas estagiárias Adriana Zimmermann e Raquel Osolins – 2017.....	26
Figura 9- Print da página do grupo do <i>Facebook</i> criado pelas estagiárias Adriana Zimmermann e Raquel Osolins – 2017.....	27
Figura 10- Print da página do grupo do <i>Facebook</i> criado pelas estagiárias Adriana Zimmermann e Raquel Osolins – 2017.....	29
Figura 11- Print da página do grupo do <i>Facebook</i> criado pelas estagiárias Adriana Zimmermann e Raquel Osolins – 2017.....	30
Figura 12- Print da página do grupo do <i>Facebook</i> criado pelas estagiárias Adriana Zimmermann e Raquel Osolins – 2017.....	31
Figura 13- Print da página do grupo do <i>Facebook</i> criado pelas estagiárias Adriana Zimmermann e Raquel Osolins – 2017.....	33
Figura 14- Print da página do grupo do <i>Facebook</i> criado pelas estagiárias Adriana Zimmermann e Raquel Osolins – 2017.....	34

1 - INTRODUÇÃO

Atualmente, os alunos chegam à escola com contato e conhecimento das mídias tecnológicas. Aqui, podemos incluir todos os dispositivos móveis que se conectam à Internet como *smartphones* e *tablets*, e que permitem que esses alunos estejam presentes no ambiente escolar porém com a atenção voltada a outro local. Isso é uma realidade observada tanto nos gráficos dos institutos – nos quais podemos perceber que quase todas as escolas disponibilizam o acesso à Internet via rede *Wi-Fi* (Figura 1) - que se voltam a esse tipo de pesquisa, quanto pelos professores nas salas de aula das escolas públicas e particulares do Brasil. Visto que esses recursos digitais existem e estão presentes na escola, é importante que aprendamos a utilizá-los a favor do ensino, como recurso pedagógico, explorando condições favoráveis para sua utilização.

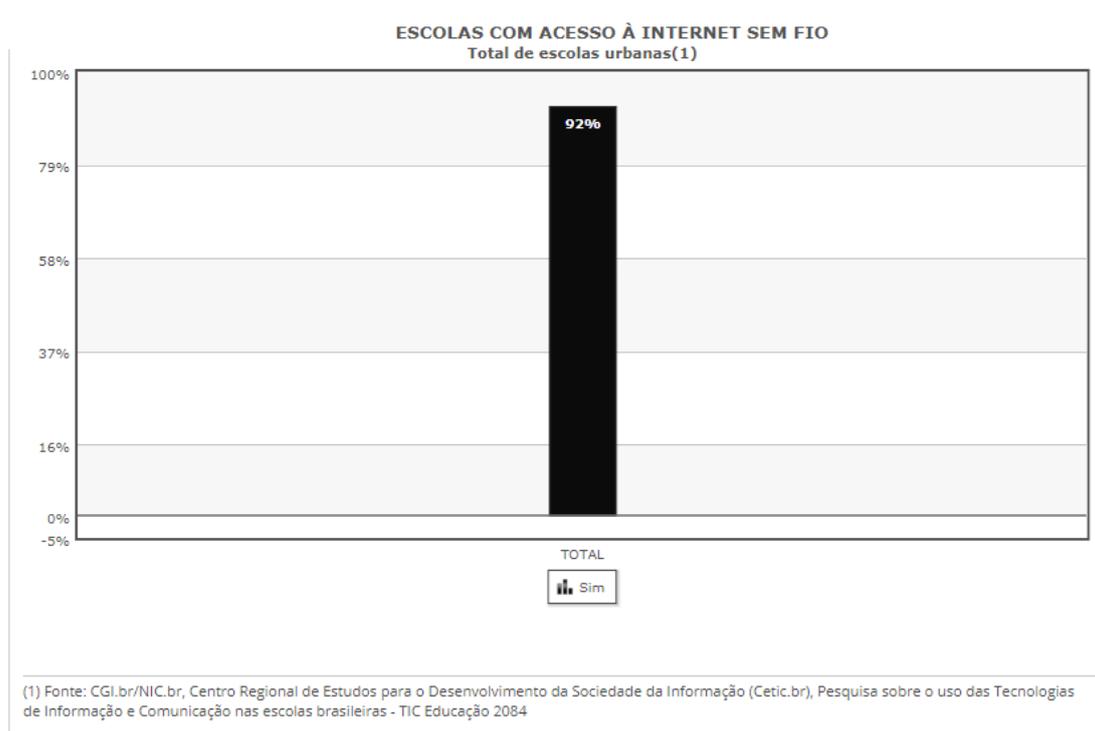


Figura 1: *Print do site Cetic.br*

Muito já vem sendo desenvolvido de forma a ajustar as possibilidades e as condições necessárias para que se realizem avanços nessa comunicação via digital entre alunos e professores. Podemos dizer que esse ajuste pode ser considerado o maior desafio educacional da atualidade. Para Brasil (2009), a compreensão das diferentes formas de comunicação que a

tecnologia nos disponibiliza no ambiente escolar ainda não se aliou às dinâmicas que possibilitam o diálogo entre as mídias e os educadores. A partir do gráfico abaixo - figura 2 - com dados de 2016, divulgado pelo Cetic.br¹, podemos perceber a diferença entre o acesso à Internet no âmbito escolar e o uso efetivamente pedagógico que é realizado nas escolas.

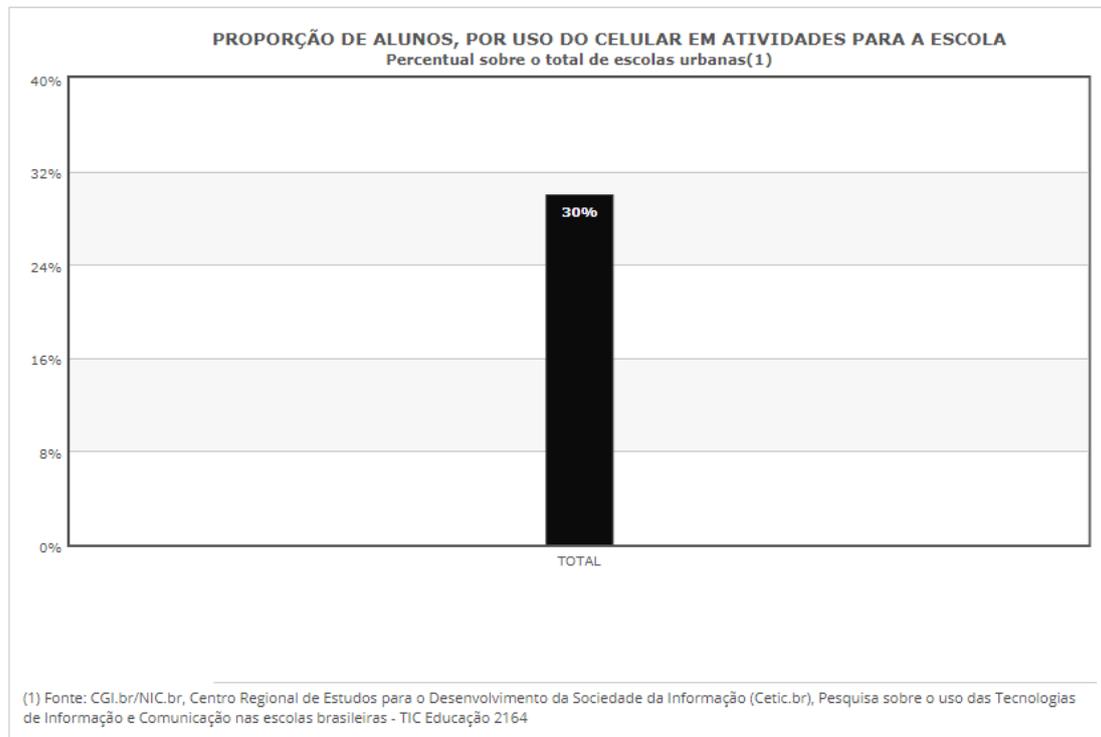


Figura 2: *Print do site Cetic.br*

Sendo assim, se um dos papéis da escola é criar indivíduos autônomos, ela não pode ficar alheia às mudanças que foram influenciadas pela presença do celular com acesso à Internet e todas as possibilidades de ampliar a realidade desses estudantes que esse contato traz. Melo e Branco (2011) afirmam que não basta apenas amplificar esse contato com o mundo, cabe ao professor proporcionar momentos de reflexão a partir dos diversos assuntos e informações que recebem diariamente pela via digital. Entendemos também que é importante dar respaldo ao aluno em suas escolhas sobre como se relacionar com as mídias de forma a reconhecê-las como meios de atingir conhecimento e conteúdos educativos.

¹ Com a missão de monitorar a adoção das tecnologias de informação e comunicação (TIC) – em particular, o acesso e uso de computador, Internet e dispositivos móveis – foi criado em 2005 o Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br). O Cetic.br é um departamento do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (Nic.br), que implementa as decisões e projetos do Comitê Gestor da Internet do Brasil (Cgi.br).

Segundo Brasil (2009) o termo TIC, Tecnologia da Informação e Comunicação, representa a aquisição, o armazenamento e a distribuição de informações por intermédio de equipamentos eletrônicos e digitais (rádio, televisão, telefone e computadores, entre outros) e é a fusão de diversas tecnologias voltadas para a informação (informática) com as tecnologias da comunicação (telecomunicações e mídias eletrônicas). E, complementando o conceito de TIC aplicado ao contexto educacional brasileiro, que é onde ocorre esse estudo, podemos dizer que a grande vantagem é o seu papel problematizador, que cria situações que despertam nos alunos o senso crítico sobre as informações ali recebidas. Através delas extrapolam-se os contextos virtuais e tradicionais de ensino. (SENA, 2011, p. 9).

2- JUSTIFICATIVA

Entre tantas formas de acessar esses conteúdos podemos destacar a rede social Facebook². Essa escolha não é por acaso, ela é a rede mais acessada do Brasil, sendo utilizada por oito em cada dez brasileiros. Os números mundiais ultrapassam um bilhão de usuários ativos. Segundo dados apresentados na Campus Party 2016³, a tendência é que continue se expandindo e continue arrebatando mais usuários em todo o mundo. Pensando no potencial do Facebook podemos destacar o que Afonso (2009, p. 29) diz: “A comunicação em rede tem sido explorada como instrumento de ativação de movimentos sociais e culturais como a luta dos direitos humanos, feministas, ambientalistas, etc.[...]”. Essa rede, que pode ser considerada como uma das TIC, tem um enorme potencial educativo .

Isso ocorre porque o ambiente virtual do *Facebook* é de fácil navegação e isso otimiza a prática do ensino do professor e ainda facilita a vida escolar do aluno. Caso o professor precisasse introduzir uma nova plataforma educativa demandaria não apenas tempo, mas interesse por parte dos alunos. O *Facebook* já é o "espaço" onde encontram seus amigos, interagem com os locais que frequentam, leem notícias sobre suas séries e bandas favoritas, ou seja, essa rede social já é conhecida e utilizada por eles diariamente. Sendo esse o motivo pela escolha dessa rede para investigar sua contribuição como ambiente virtual de aprendizagem.

Os grupos do *Facebook* são uma funcionalidade que essa rede social oferece. A partir das conexões de perfis de usuários existe a possibilidade do compartilhamento de diversas mídias, como fotos e vídeos, em diversos formatos. Dentro desses grupos existe uma linha do tempo na qual as postagens são feitas de duas formas distintas: apenas pelo moderador ou na opção onde todos do grupo podem iniciar as postagens. São chamados grupos moderados ou abertos. Essa ferramenta oferece uma forma de ensino atrativa e real. As postagens feitas em

² *Facebook* é uma rede social lançada em 4 de fevereiro de 2004, operado e de propriedade privada da *Facebook* Inc. Em 4 de outubro de 2012, o *Facebook* atingiu a marca de 1 bilhão de usuários ativos, sendo por isso a maior rede social em todo o mundo. O nome do serviço decorre o nome coloquial para o livro dado aos alunos no início do ano letivo por algumas administrações universitárias nos Estados Unidos para ajudar os alunos a conhecerem uns aos outros. O *Facebook* permite que qualquer usuário que declare ter pelo menos 13 anos possa se tornar usuário registrado do site. Fonte: Wikipedia. Acesso em : 08 dez. 2017

³ A *Campus Party Brasil* é o principal acontecimento tecnológico realizado anualmente no Brasil. Nele são tratados os mais diversos temas relacionados à Internet, reunindo um grande número de comunidades e usuários da rede mundial de computadores envolvidos com tecnologia e cultura digital.

grupos voltados para a educação aparecem dentro das próprias linhas do tempo dos participantes, misturando-se ao seu dia a dia.

Nesse trabalho de conclusão de curso relataremos como foi a experiência com a turma 2F, do segundo ano do ensino médio da Escola Estadual Padre Rambo, localizada no bairro Partenon em Porto Alegre. Durante o estágio supervisionado pela professora Denise Grosso da Fonseca foi criado um grupo do *Facebook* pelas estagiárias da UFRGS, Adriana Zimmermann e eu, Raquel Osolins. Assim levantaremos, apresentaremos e analisaremos os pontos que foram fundamentais para a criação do grupo destacando sua contribuição para a aproximação afetiva dos alunos e das estagiárias, para ampliação do horário das aulas de Educação Física e introdução de novos conteúdos da cultura corporal de movimento, que se constituíram nos principais objetivos da experiência desenvolvida.

3.O FACEBOOK COMO AMBIENTE VITUAL DE APRENDIZAGEM

Para Darido (2005), a Educação Física permite ao aluno apropriar-se da cultura corporal de movimento, com a intenção de formar cidadãos que irão produzi-la, reproduzi-la e transformá-la, permitindo, dessa forma, a experimentação dos alunos para usufruir de danças, jogos, esportes, lutas e ginástica de forma crítica e em benefício da melhoria da qualidade de vida. Essa definição da Educação Física escolar, sob um olhar atual, aproxima os alunos das TICs porque essas grandes temáticas podem se utilizar amplamente das mídias para sua apropriação e divulgação. Além disso, quando dispomos das ferramentas para remodelar o ensino-aprendizagem de forma a torná-lo mais atraente não temos porque não fazê-lo.

O maior desafio para a realização desse projeto era entender que a ferramenta do grupo do *Facebook* tinha de ser uma aliada no estágio e não uma tarefa a mais a ser executada, entre outras tantas que o estágio no ensino médio demanda. Dessa forma criamos um grupo no *Facebook* para ser utilizado como ambiente virtual de aprendizagem, suportando parte das interações ocorridas nas aulas do estágio durante o primeiro semestre de 2017.

Em um momento em que redes encontram-se em plena expansão e com grande influência no público jovem, existem estratégias que podem ser facilmente aplicadas, fazendo com que os professores de Educação Física se beneficiem dessa ferramenta gratuita e tão presente na vida desses estudantes como vimos na introdução do trabalho.

3.1 Os objetivos do grupo do *Facebook*

Logo no início do estágio fomos apresentados à coordenadora pedagógica da Escola Estadual Padre Rambo, professora Ana. Em sua fala, no primeiro dia em que chegamos no estágio, expressou o desejo que usássemos a internet, disponível em banda larga, para atividades com os alunos. A Escola Padre Rambo é uma das muitas presentes no primeiro gráfico desse trabalho, onde o *Wi-Fi* é disponibilizado. Ana deixou claro que além de todos - alunos e professores - terem acesso à conexão em alta velocidade, era incentivado o uso em atividades pedagógicas. Depois dessa informação, o desejo de experimentar o uso das redes sociais nas aulas de educação física foi endossado pelo único problema que poderia inviabilizar o projeto: a falta de conexão digital dos alunos.

As turmas foram escolhidas pelas duplas de estagiários nesse mesmo dia. E escolhemos por conta do horário, a turma chamada de 2F. O número dois significava que era uma turma de segundo ano e ela possuía na chamada trinta e um nomes. Efetivamente, no dia de maior adesão e logo no início do estágio, foram vinte. A média de presença nas aulas ficava em torno de dezessete alunos. As aulas de Educação física ministradas por mim e pela professora estagiária Adriana Zimmermann aconteciam às segundas e quartas-feiras no primeiro período do turno da tarde, que começava às 13h20min indo até às 14h10min. A turma era mista e apresentava quantidade equivalente de meninos e meninas, com idades que variavam pouco e ficavam entre dezesseis e dezoito anos. Muitos desses alunos já faziam estágio indicado pelo CIEE ou trabalhavam com os pais.

Observamos, também, que havia constante falta de professores, fato que não vamos analisar neste estudo. A parte boa era que estávamos encarregadas das aulas no primeiro período da tarde, com a vantagem de não ser facilmente alterado quando havia a necessidade de reuniões de área ou adiantamento dos períodos por falta de professores, como ocorreu com vários outros colegas estagiários.

As aulas ocorreram em todos os dias planejados dentro do cronograma da disciplina do estágio, porém, o primeiro horário tinha suas desvantagens, pois após o sinal da entrada os alunos levavam de cinco a quinze minutos para chegarem do saguão até a quadra, visto que essa passagem demorava a ser aberta. O corte de quinze minutos em uma aula de quarenta e cinco deixava o período das aulas muito restrito e fazia com que começássemos as aulas muitas vezes sem cumprimentar todos os alunos, perguntar se estava tudo bem ou simplesmente sem estabelecer uma conexão necessária para que os vínculos de afetividade fossem criados em um primeiro momento. Alguns alunos, por saberem que o portão demorava a ser aberto, chegavam ainda mais atrasados para não precisarem esperar, o que se tornou uma bola de neve com o passar do semestre.

Refletimos muito sobre a importância desses momentos iniciais com os alunos e a falta que eles estavam fazendo. Sendo assim, pensamos em aproveitar as múltiplas potencialidades do *Facebook* enquanto espaço de partilha e interação, no intuito de promover tanto ações que permitissem aos estudantes da turma 2F terem um espaço de construção do conhecimento além quadra como para que nos aproximássemos mais enquanto professor-aluno.

Percebido o problema do horário e a demora na abertura do portão logo nas aulas de diagnóstico, que foram três antes de começarmos as aulas do cronograma, tivemos a ideia de superar essa dificuldade também através do grupo do *Facebook* que já queríamos criar.

3.2 A criação do grupo

O levantamento inicial sobre o uso do *Facebook* ocorreu na primeira aula do semestre, logo após a nossa apresentação oficial como estagiárias. Com perguntas simples viabilizamos rapidamente a criação do grupo, pois 100% dos alunos da turma 2F possuíam perfil na rede social e o acessavam regularmente. Após a verificação da possibilidade do uso da ferramenta partimos para as estratégias de criação.

Passamos uma folha em branco para que os alunos colocassem seus nomes tal como estaria na rede social. Essa estratégia foi fundamental, pois com o uso diário da rede percebemos que muitos usuários usam apelidos, abreviam os nomes e escolhem apenas um dos sobrenomes. Sendo assim, seria inviável a utilização apenas da chamada para conseguir realizar a busca após a criação efetiva do grupo. Eu mesma não utilizo meu nome nas redes, sendo bem difícil alguém me localizar por Raquel Osolins em qualquer uma delas. Mesmo com essa medida, a busca pelos alunos na rede foi muito difícil e demandou bastante tempo. Isso porque alguns alunos tinham nomes e sobrenomes muito comuns - como Carla Silva ou Lucas Santos⁴- e havia uma infinidade de homônimos.

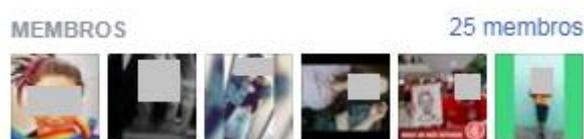


Figura 3 - *Print* da página do grupo do *Facebook* criado pelas estagiárias Adriana Zimmermann e Raquel Osolins – 2017

Esse, podemos destacar, como o primeiro desafio do projeto. Isso porque tínhamos em mente que conseguiríamos adicionar os membros ao grupo rapidamente e que logo postaríamos as boas-vindas. Para conseguirmos superar o problema, adicionamos primeiramente os alunos com nomes considerados incomuns, e pedimos ajuda para que eles adicionassem os colegas de turma que não achamos facilmente através da busca oferecida pela rede social.

⁴ Os nomes dos alunos são fictícios.

A segunda dificuldade não comprometeria a criação do grupo, mas poderia nos deixar frustradas. Isso porque a ideia era que os alunos fizessem sugestões para o nome do grupo e, a partir da ferramenta das enquetes que o *Facebook* disponibiliza, fazer a votação para eleger o mais votado. Imaginamos que dessa forma os alunos já se envolveriam com o grupo e participariam de forma empolgada. Mas não foi isso que aconteceu. Como o grupo ainda não tinha uma cara, não era uma criação coletiva, ou não tinha um sentido de existir para os alunos, eles não se envolveram na proposta. Ficou a reflexão sobre a forma com que eles se engajam, ou não, como foi o caso.

Para solucionar e dar andamento às atividades do grupo eu mesma criei o nome a partir de uma ideia pessoal que combinasse Educação Física com outra palavra moderna e de uso comum. O grupo foi batizado de "Educação fitness: grupo da turma 2F" e assim ficou. Alguns alunos elogiaram através da rede o nome, mas não houve outras manifestações. Acredito que o nome para os alunos não é algo que importe muito ou que seja determinante na participação dos mesmos.

O último ponto não foi bem uma dificuldade, mas foi o mais desafiador antes de iniciarmos os *posts* estratégicos. Podemos chamar de “encontrar o tom adequado da comunicação” com essa turma que ainda não conhecíamos. Sentamos para conversar sobre essa situação porque sentimos a necessidade de estabelecer o que seria adequado à faixa etária dos alunos. Existiu a preocupação de não infantilizar os *posts* para que a turma se sentisse à vontade para interagir. Nesse primeiro momento algumas ideias que coloquei em reunião com a outra professora foram questionadas e não entraram nas estratégias de ação para o grupo. Como por exemplo a postagem da " *Selfie* do dia ". Isso se deve ao fato de eu não conviver, em nenhuma parte da minha vida, com adolescentes. Consequentemente a linguagem utilizada por eles, tanto nas redes quanto na escola, é diferente das crianças dos estágios anteriores. As ideias pensadas para outras faixas etárias não fariam o menor sentido se fossem aplicadas.

Com as primeiras decisões tomadas a respeito da inserção dos vinte e cinco membros, do nome do grupo e do tom que seria usado nas postagens, o grupo estava pronto para ter uma imagem que o representasse e que fosse colocada como a capa do grupo do *Facebook*. A escolhida foi a imagem a seguir:



Figura 4- Imagem usada como capa do grupo do *Facebook* " Educação fitness ". Fonte: Google Imagens.

Sendo o efeito final obtido com a imagem no grupo o que observamos na imagem a seguir:



Figura 5- *Print* da página do grupo do *Facebook* criado pelas estagiárias Adriana Zimmermann e Raquel Osolins – 2017

4. ESTRATÉGIAS DE ENGAJAMENTO USADAS NO GRUPO “EDUCAÇÃO FITNESS”

O uso do *Facebook* de forma profissional, como é feito por criadores de conteúdo e analistas de mídias sociais, é estratégico. O objetivo é conseguir o maior engajamento possível, isto é, fazer com que cada vez mais os *posts* do grupo apareçam na linha do tempo de quem curte uma *fanpage*⁵ ou grupo. A *fanpage* difere do perfil por não ser pessoal, não pertence a um usuário. Quem faz uso de *fanpages* são empresas, marcas, celebridades, páginas de humor e todo e qualquer usuário que não seja uma pessoa física.

A opção pela criação de um grupo se deu por esse tipo não ser visto - sequer encontrado, quando na modalidade secreto - por pessoas que não são seus membros. Se procurarmos agora na busca do *Facebook*, apenas quem faz parte do grupo "Educação *fitness*" terá a opção de vê-lo e acessá-lo. Dessa forma, o que fosse postado pelos alunos não seria exposto a outras pessoas que não faziam parte da turma. Em nossa concepção, isso daria maior liberdade de participação aos alunos, considerando a relativa privacidade que oferece.

As estratégias de postagens a seguir misturam algumas noções profissionais de engajamento com publicações espontâneas de usuários comuns. Optamos pela praticidade nas postagens em vista do tempo corrido, porém não descuidamos de seu conteúdo voltado aos objetivos pedagógicos de criação do grupo: ampliação do horário das aulas e maior conexão com os alunos. Para um trabalho de curto prazo decidimos usar as seguintes estratégias que serão explicadas a seguir: uso de vídeos, uso de fotos, dicas de atividades extra classe, anúncios, trabalhos via grupo.

4.1 - Estratégias de inserção das postagens

Porém, tão importante para o sucesso do grupo quanto o conteúdo dos *posts* em si, é o momento de sua inserção na linha do tempo. Duas formas de inserir os *posts* foram utilizadas

⁵ *Fanpage* ou Página de fãs é uma página específica dentro do *Facebook* direcionada para empresas, marcas ou produtos, associações, sindicatos, autônomos, ou seja, qualquer organização com ou sem fins lucrativos que desejem interagir com os seus clientes no *Facebook*.

estrategicamente. As do tipo "*teaser*"⁶ que anunciavam o assunto da aula seguinte, enviando informações do que iria acontecer quando eles chegassem no momento da aula. E as do tipo "reflexivas", que complementavam os assuntos vistos.

Trabalhamos duas unidades didáticas no estágio com a turma 2F. A primeira, com a duração de apenas sete aulas, foi com a temática do circuito funcional, onde das sete estações de exercícios, dois eram reproduções de fundamentos ou movimentos de diferentes práticas corporais. Nesse primeiro momento, os alunos tiveram contato com o Karatê, capoeira, basquete, futsal e outros. A segunda unidade foi a do *rugby*, um esporte com pouca visibilidade no Brasil e com muitas peculiaridades. Pensando tanto nas práticas do circuito funcional temático como na "excentricidade" do *rugby* é que as postagens do tipo "*teaser*" se mostraram muito eficientes. Dessa forma, existia uma prévia do que colocaríamos em prática deixando os alunos mobilizados com o que faríamos.

Já as postagens do tipo "reflexivas" serviram em muitos momentos para complementar o que o pouco tempo de aula deixava passar. Em vários momentos ao final da aula, conversávamos que não frisamos alguma ideia importante, esquecíamos de dar um aviso para a próxima aula - como mostra a figura 6 - ou simplesmente não tínhamos certeza se alguma informação havia sido compreendida por todos. Com as postagens após a aula, retomando o que havia sido falado, atingíamos esses objetivos de forma eficiente. Outro ponto a destacar é que os alunos que faltavam a aula tinham acesso a esses *posts*, de forma a não ficarem totalmente por fora do que havia ocorrido na aula.

⁶ *Teaser* é algum indício de algo que vai ser revelado posteriormente. A tradução literal seria algo como "Provocador". Assim, em publicidade e Marketing, um *teaser* se refere à divulgação de algo que está para acontecer, seja uma campanha, um filme, uma peça de teatro ou o lançamento de um produto.

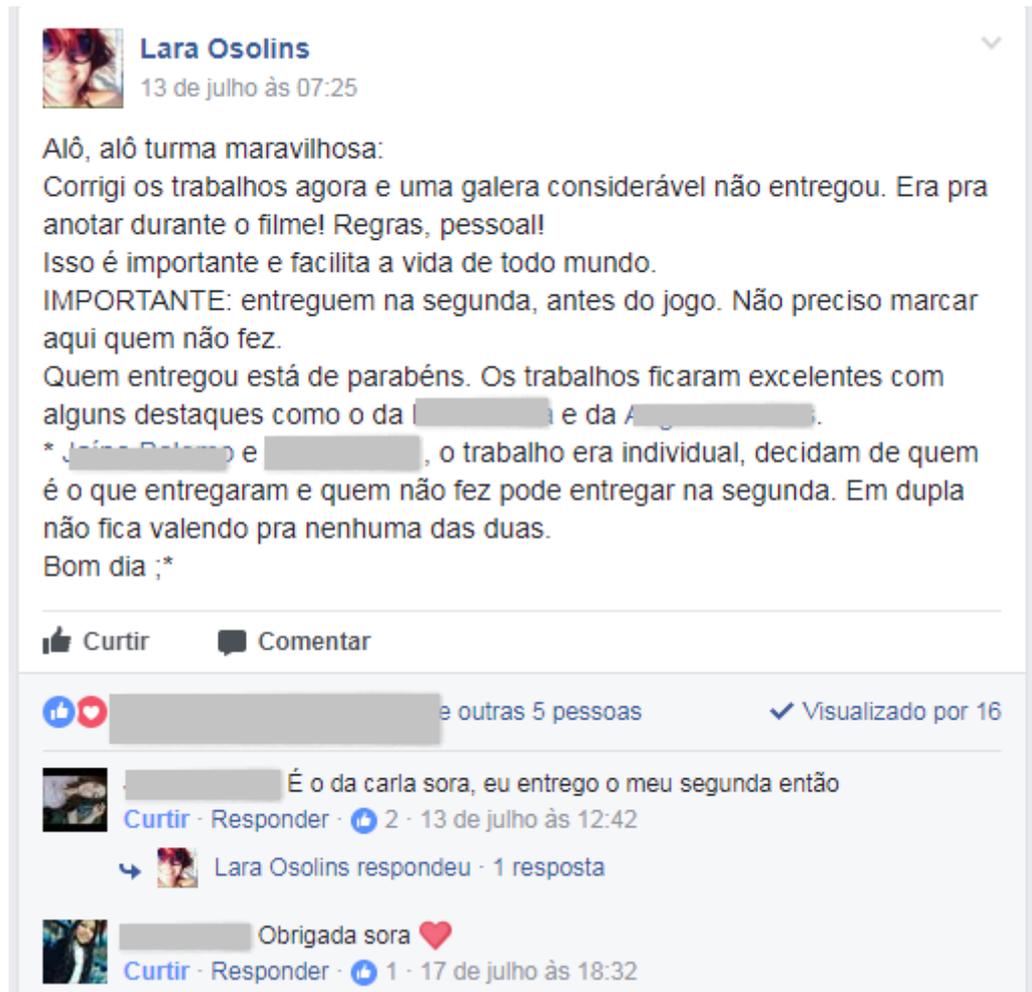


Figura 6 - Print da página do grupo do Facebook criado pelas estagiárias Adriana Zimmermann e Raquel Osolins – 2017

4.2 - Estratégias de engajamento com uso de vídeos

É preciso entender que nenhuma disciplina está pronta e uma mesma aula pode ser recriada muitas vezes. O uso dos vídeos possibilita a ampliação infinita de um conteúdo. Pensamos nisso ao nos darmos conta que a escola fica localizada em um bairro relativamente central de Porto Alegre, porém a maior parte dos alunos vem de outros bairros da periferia até ali. Tanto na primeira unidade trabalhada (circuito funcional) como na segunda (*rugby*) as atividades eram muito distantes da realidade daquela turma. Martín-Barbero (2014, p. 66) fala sobre as possibilidades que as mídias nos trazem em um sentido muito maior do que apenas tornar as aulas mais atrativas:

A revolução tecnológica que vivemos não afeta apenas individualmente a cada um dos meios, mas produz transformações transversais que se evidenciam na emergência de um ecossistema educativo conformado não só por novas máquinas ou meios, mas por novas linguagens, escritas e saberes.

O circuito funcional era conhecido dos alunos por esse nome apenas de ler letreiros de academias e com o *rugby* não era diferente. Suas referências eram limitadas e usamos vídeos para que eles tomassem conhecimento de suas possibilidades. Um vídeo mostrando o jogador Neymar fazendo um circuito funcional em sua preparação física, com uma ou outra atividade semelhante a que usávamos, já criava uma repercussão positiva entre os alunos. A atividade física praticada por um jogador conhecido motivava os alunos a fazerem também. Sendo a falta de motivação um dos principais obstáculos para quem leciona Educação Física no ensino médio, esse tipo de vídeo é uma estratégia de ação eficiente.

O uso de vídeos postados no grupo também foi essencial para que os alunos tomassem conhecimento dos circuitos funcionais e suas possibilidades, dando mais sentido ao que faziam nas aulas. Quanto aos vídeos sobre *rugby*, eles foram a porta de entrada para os fundamentos do jogo como ele é de forma oficial e para que os alunos fossem entendendo as etapas que eram oferecidas a cada aula. Tanto os vídeos postados no grupo do *Facebook* antes das aulas, como um "*teaser*" ou os pós-aula, como "reflexão" e confirmação do aprendizado, foram estratégias que deram certo.



Figura 7- Print da página do grupo do Facebook criado pelas estagiárias Adriana Zimmermann e Raquel Osolins – 2017

4.3 - Estratégias de engajamento com uso de fotos

A postagem de fotos, do tipo *selfie* - foto tirada de si mesmo - ou de grupos de amigos desenvolvendo juntos alguma atividade é muito comum e corriqueira entre os usuários de qualquer rede social. Seja no *Facebook*, *Instagram*⁷ ou *Snapchat*⁸. Sobre esse interesse no mundo digital, Delors et al (2001, p.186) já sinalizava:

As inovações que marcaram todo o século XX, quer se trate do disco, do rádio, da televisão, da gravação audiovisual, da informática, ou da transmissão de sinais eletrônicos por via hertziana, por cabo ou por satélite, revestiram uma dimensão não puramente tecnológica, mas essencialmente econômica e social. A maior parte destes sistemas tecnológicos, hoje miniaturizados e a preço acessível, invadiu uma boa parte dos lares do mundo industrializado e é utilizado por um número

⁷ *Instagram* é uma rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários, que permite aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de redes sociais, como *Facebook*, *Twitter*, *Tumblr* e *Flickr*. . Fonte: Wikipedia. Acesso em : 08 dez. 2017.

⁸ *Snapchat* é uma rede social de mensagens instantâneas voltado para celulares desenvolvida por Evan Spiegel, Bobby Murphy e Reggie Brown, estudantes da Universidade Stanford. Ele pode ser usado para enviar texto, fotos e vídeos e o diferencial é que este conteúdo só pode ser visto apenas uma vez, pois é deletado logo em seguida, se "autodestraindo" da rede social. . Fonte: Wikipedia. Acesso em : 08 dez. 2017.

cada vez maior de pessoas no mundo em desenvolvimento. Tudo leva a crer que o impacto das novas tecnologias ligadas ao desenvolvimento das redes informáticas vai se ampliar muito rapidamente a todo o mundo.

Partindo desse princípio, usamos as fotos para criar um sentimento de pertencimento ao grupo. Nas aulas do circuito funcional os alunos sabiam que em algum momento poderiam decidir ser fotografados para o grupo e mostravam gostar dessa possibilidade. Na figura 8 está registrado o primeiro momento em que usamos o recurso das fotos, logo nas primeiras aulas do circuito funcional. Alguns ainda escondiam o rosto e fugiam da câmera, comportamento esse que mudou logo que se viram na postagem do grupo.



Figura 8 - *Print* da página do grupo do *Facebook* criado pelas estagiárias Adriana Zimmermann e Raquel Osolins – 2017

Um dos cuidados que tivemos foi o de não fotografar e postar apenas os destaques da turma ou os alunos mais populares. Todos os alunos apareciam em postagens de fotos e isso fazia com que eles acessassem todas as imagens em busca de onde eles apareciam. Com apenas um pouco de cuidado e verificação das fotos tiradas antes do final da aula, o material fotográfico foi um grande aliado para conquistar o interesse dos alunos para o grupo do *Facebook*.



Figura 9 - *Print* da página do grupo do *Facebook* criado pelas estagiárias Adriana Zimmermann e Raquel Osolins – 2017

O uso das fotografias criou o interesse dos alunos pelo grupo, fazendo com que eles clicassem e dessem curtidas nesse tipo de postagem. As curtidas são a forma de interação que aprova a postagem. Abaixo de cada *post* do *Facebook* há o ícone de "curtir", vindo daí a derivação "curtida" com o significado de aprovação do assunto que foi abordado, seja ele foto, vídeo, *link* ou apenas texto.

Quanto mais os alunos curtiam os *posts*, mais o algoritmo do *Facebook* - chamado de *edgerank*⁹ - entendia que eles se interessavam por aquele assunto e, cada vez mais, as postagens de determinado grupo apareciam na linha do tempo do seu perfil. Se o aluno curte muitos *posts* do grupo de Educação Física logo essas postagens aparecem misturadas a seus outros assuntos preferidos. Essa é a forma de engajamento que desejávamos e trabalhamos para conseguir e dificilmente seria possível trabalhando apenas postagens de texto.

Ainda experimentamos estratégias diferentes para fazer com que os alunos se sentissem motivados, primeiramente a ver as fotos e, conseqüentemente, a curti-las, gerando assim o engajamento. Uma delas foi postar a foto e marcar toda a turma. A ferramenta de marcação é trabalhosa porém, ao utilizá-la, todos os que foram marcados recebem imediatamente uma notificação em seu perfil pessoal de que existe uma foto dele no grupo. Isso faria com que clicassem no *link* da notificação para a ver. Na foto 11 está demonstrado como ficam as fotos nas quais utilizamos o recurso da marcação dos alunos. Lembrando que ela é feita uma a uma e em uma turma de vinte alunos essa estratégia fica pouco prática. Pensando na praticidade e como forma de experimentação, fizemos *posts* sem marcação, simplesmente postamos as fotos e deixamos o álbum no grupo. Ao analisarmos o número de visualizações, que pode ser encontrado à direita no final do *post*, nos dois tipos de postagens de fotos percebemos que não houve diferenças entre eles.

⁹ O algoritmo do *Facebook*, *edgerank*, calcula quais publicações são relevantes para cada usuário, apresentando na sua linha do tempo somente o que ele acha que o usuário gostaria de ver. Para isso, leva em consideração três grandes fatores: afinidade, relevância e tempo. Quanto mais os dois lados interagem entre si, visitando o perfil ou página, deixando mensagens no mural, visualizando fotos, curtindo, comentando ou compartilhando conteúdo, mais eles irão aparecer um para o outro.



Figura 10 - Print da página do grupo do Facebook criado pelas estagiárias Adriana Zimmermann e Raquel Osolins – 2017 - Sem marcação dos alunos.



Figura 11 - Print da página do grupo do Facebook criado pelas estagiárias Adriana Zimmermann e Raquel Osolins – 2017. Com marcação dos alunos individualmente.

4.4 - Estratégias de engajamento com uso de anúncios

O uso mais comum dos grupos do Facebook, seja qual for o assunto, são os comunicados. Em muitos momentos do estágio tivemos que fazê-los, para o bom andamento das aulas, e usamos esse espaço. A maior parte era sobre atividades pedagógicas desenvolvidas em casa, lembretes e prazos. Lembrando que um dos objetivos de criação do grupo foi a ampliação do horário da aula de forma digital, podemos afirmar que essa ferramenta funcionou perfeitamente e isso por dois motivos.

O primeiro é que em um período de aula de quarenta e cinco minutos, reduzido por força das circunstâncias, explicadas no início do relato, muitas vezes a apenas trinta e cinco, ficava difícil solicitar uma tarefa e ter certeza que foi compreendida de igual forma por todos. Não há, na maioria das quadras e na escola em questão não era diferente, uma lousa onde se possa deixar escrito o anúncio e os alunos leiam no momento em que chegam na aula. Como era o primeiro tempo de aula muitos chegavam em momentos diferentes, perdendo assim o primeiro e breve contato das estagiárias com a turma. Porém, com os *posts* destinados aos anúncios, toda a turma tinha acesso aos comunicados, não apenas no momento em que eles eram feitos, mas a qualquer tempo que acessassem o grupo.

O segundo motivo, e o que faz da postagem no grupo uma interação muito mais eficiente que apenas o recado dado em aula de forma verbal, é que os alunos podem tirar suas dúvidas a qualquer tempo, e isso ocorreu muitas vezes no grupo da turma 2F. Os alunos processam as informações de formas diferentes e para alguns existe também o constrangimento de tirar suas dúvidas diante da turma. Alunos mais tímidos, os que não entenderam a explicação ou mesmo os que faltaram à aula, tiveram a oportunidade de usar a via digital para fazer perguntas às estagiárias fora do horário das aulas.

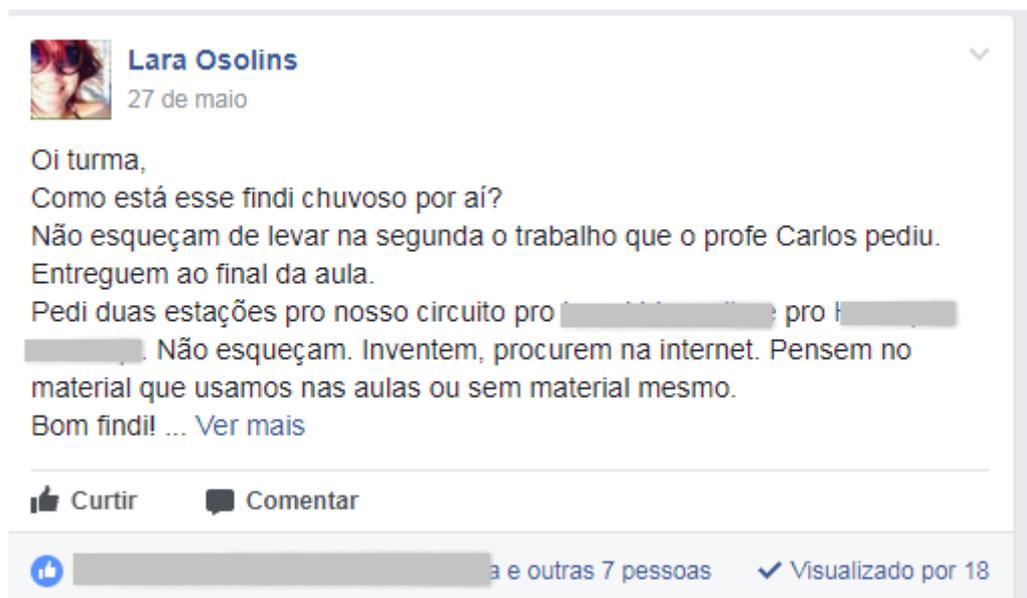


Figura 12- Print da página do grupo do *Facebook* criado pelas estagiárias Adriana Zimmermann e Raquel Osolins – 2017

4.5 - Estratégias de engajamento com uso de conteúdo extra aula

Uma das nossas preocupações em relação ao plano de aula era conseguirmos colocar na prática tudo que havíamos planejado. Mesmo com toda a organização do cronograma e não sofrendo diretamente com os cancelamentos de aula devido à falta de professores na escola, a preocupação ainda continuava. Solucionamos através das postagens de conteúdos teóricos no grupo e reforçávamos durante as aulas o que havia sido postado, para que os alunos também criassem o hábito de visualizarem esses *posts* antes das aulas.

Porém uma aula não se faz apenas das atividades descritas no plano. A partir do momento em que os alunos se tornavam mais próximos de nós, também nos tornávamos mais próximas deles e era natural que lembrássemos da turma quando víamos alguma informação que poderia interessá-los. Para essa comunicação também usamos as postagens do grupo como forma de interação com eles. Na imagem 13 está exemplificada uma postagem sobre um filme que assisti e acreditei que os alunos pudessem se interessar. Outros assuntos como divulgação de espaço gratuito para prática de esportes na cidade e eventos culturais gratuitos também foram assuntos abordados.



Figura 13 - Print da página do grupo do Facebook criado pelas estagiárias Adriana Zimmermann e Raquel Osolins – 2017

4.6 - Estratégias de engajamento com uso de atividades obrigatórias e avaliativas

Um dos grandes desafios para os professores de Educação Física escolar é a forma de avaliar seus alunos de forma justa e inclusiva. Diante dessa tarefa, escolhemos desenvolver uma avaliação através da via digital que já fazia parte do trabalho com a turma. Como todos os alunos tinham acesso ao grupo e ao final do semestre já tinham demonstrado interesse e participação através dessa ferramenta, julgamos que seria possível avaliá-los por meio de atividades desenvolvidas no grupo.

Para que as atividades de avaliação via grupo tivessem êxito, preparamos uma explicação em folha de ofício com passo a passo detalhado de como fazer pesquisas e criar *posts* com foto e texto para o Facebook. As explicações passadas de forma simples surtiram o efeito esperado e todas as postagens foram feitas segundo o modelo demonstrado no passo a passo. Na imagem 14 podemos observar o padrão que foi solicitado: assunto da pesquisa em

maiúsculas, dois parágrafos pesquisados sobre o tema e uma foto que captasse a essência do assunto solicitado.



Figura 14 - *Print* da página do grupo do *Facebook* criado pelas estagiárias Adriana Zimmermann e Raquel Osolins – 2017

Cada aluno recebeu um subtema dentro do tema *rugby* e uma data para postagem. Os temas diferentes faziam com que cada um pesquisasse um aspecto do *rugby* diferente - campo, posições, formato da bola, uniforme, como é feito o ponto e outros - mas que tivessem acesso a todos, porque cada um deles apareceria uma hora ou outra, na linha do tempo do grupo. Diferente dos trabalhos de pesquisa feitos de forma não colaborativa e em papel, os assuntos se complementaram e toda a turma teve acesso a todos os conteúdos. Outro aspecto

positivo desse tipo de avaliação é que como a postagem-avaliação ficaria exposta no grupo toda a turma veria, tornando-se muito mais desafiadora a busca pelas informações e escolha da foto ilustrativa. Não houve nenhum caso de informações erradas que precisassem de correção.

Dentro dessa estratégia tão importante quanto temas diferentes para cada aluno, são os intervalos entre as postagens, para que não houvesse acúmulo de postagens no mesmo dia. Quando isso ocorre as visualizações diminuem, pois o algoritmo do *Facebook* entende que nem tudo pode ser relevante para todos. O que fizemos e que funcionou de forma satisfatória, foi dividir os alunos em datas, de forma que houvesse apenas duas postagens-avaliação novas por dia.

5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando pensamos em utilizar o *Facebook* para nos comunicarmos com nossos alunos ainda não os conhecíamos. As ideias para que a ferramenta fosse utilizada e que o conteúdo chegasse de forma digital aos alunos era clara, mas a aproximação que surgiria com cada um deles, ainda não. O título desse trabalho de conclusão de curso fala da ampliação do conteúdo das aulas, o que trabalhamos para que acontecesse, mas a intensa conexão que tivemos com essa turma ficou como um bônus desse processo e não poderíamos deixar de destacá-lo ao final.

Alguns outros pontos ainda precisam ser colocados para que esse relato fique completo e que, de alguma forma, possa incentivar outros professores de Educação Física a experimentar esse tipo de interação digital com suas turmas. Todos esses pontos tem relação com um tema que é o mais polêmico quando trabalhamos com redes sociais: a exposição.

Não há uma forma correta, ideal, padronizada do que pode ou não ser postado nas redes sociais e cada um administra seu perfil da forma que acha melhor. Por outro lado, seria inocente pensar que o que expomos nas redes não terá consequências ou não sofrerá julgamentos. É interessante pensarmos que ao termos nossos alunos adicionados em nossas redes sociais eles farão parte desse espaço das nossas vidas e existe o bônus e o ônus dessa participação. Verão fotos da nossa família, terão curiosidades sobre nosso posicionamento pessoal em relação a assuntos que extrapolam a relação professor-aluno. Em nossa experiência com a turma 2F não houve problemas de nenhum tipo com relação à exposição do que postamos até então. Eles continuam adicionados e fazem parte de nossa rede, como todas as outras pessoas que conhecemos por diversos motivos.

Existiu a possibilidade de criarmos perfis exclusivos para a atuação docente, porém não os utilizamos. A ideia de ter um perfil "Professora Raquel" e "Professora Adriana" não surgiu antes da criação do grupo, porém é uma forma efetiva para evitar a exposição da vida pessoal do professor. Como não experimentamos essa possibilidade e usamos nossos próprios perfis já existentes, não podemos afirmar que funcione do mesmo modo que aconteceu ao utilizarmos nossos perfis pessoais. Acreditamos, porém, que seja uma solução viável especialmente para professores que tenham muitas turmas e precisem administrar um número maior de grupos.

Além da preocupação de que os alunos passam a ter acesso à vida pessoal do professor ao serem adicionados nas redes, também há outro ponto a ser abordado sobre o mesmo assunto. O grupo "Educação *fitness*" foi criado de forma "não moderada", sem a figura de um moderador que aprovasse as postagens dos membros, e isso deixava os alunos totalmente livres para escrever o que quisessem no grupo. Houve apenas duas participações orgânicas dos alunos, onde eles mesmos criaram as postagens sem nenhuma solicitação ou indução por parte das professoras. Em um momento um aluno criou uma postagem para avisar que não iria à aula e em outro foi criada uma postagem para comemorar a vitória do campeonato de *rugby* que fizemos nas últimas aulas. Na nossa experiência, deixar o grupo aberto para que eles também se comunicassem conosco fez com que o grupo fosse uma via de duas mãos. Em nossa análise isso permitiu que o grupo tivesse maior acolhimento e que, mesmo sem postagens orgânicas de todos os alunos, apenas o fato de saber que poderiam fazê-lo já impactava positivamente na relação com o espaço virtual.

Caso algum professor não queira deixar o grupo aberto pode criá-lo de forma moderada. Essa opção é oferecida logo na criação do grupo. A cada postagem feita por um aluno será enviada uma notificação ao perfil usado pelo professor e a mesma será aprovada ou não por ele. Só após essa interação é que a postagem aparecerá para o grupo.

Na conclusão desse trabalho não poderíamos deixar de apontar que trabalhar utilizando as redes sociais não é uma forma de se distanciar do lado humano da atividade docente. Ao interagirmos com os alunos através de um site - no nosso caso o *Facebook* - nós passamos também a existir para eles fora do horário e do contexto das aulas, e eles para nós. Hoje sabemos do que gostam, conhecemos seus amigos e suas realidades, da forma como querem expor, mas nos aproximamos de forma real. É inegável a forma poderosa como conhecer nossos alunos nos fez professoras melhores.

Nossos dois objetivos foram alcançados um por causa do outro. Conseguimos ampliar o horário das aulas através do grupo, visto que esse espaço fez sentido para os alunos e dessa forma participaram, "curtiram", engajaram-se. Os conteúdos (vídeos, fotos, *links*...) foram escolhidos pensando em cada um deles e isso só foi possível porque conseguimos conhecê-los além daqueles trinta minutos de aula.

Entendemos que o grupo do *Facebook*, "Educação *fitness*" foi fundamental para que nossa experiência de estágio fosse não apenas satisfatória, mas o início de uma trajetória docente que começa com a certeza de um aliado.

REFERÊNCIAS

AFONSO, A. S. **Uma Análise da Utilização das Redes Sociais em Ambientes Corporativos**, 2009, 163 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital) - Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 2009.

BELLONI, M. L. **O que é mídia-educação**. 2. ed. Campinas: Autores Associados, 2005.

BETTI, M. **Imagens em avaliação: uma pesquisa-ação sobre o uso de matérias televisivas em aulas de Educação Física**. Educar em Revista, Curitiba, PR, n. esp. 02, p. 137-152. 2010. Disponível em: < <http://goo.gl/1m8cYk>>. Acesso em: 15 Set. 2017. ISSN 1984-0411.

BIANCHI, P; PIRES, G. de L. **Possibilidades para o ensino-aprendizagem com TICs na Educação Física escolar: uma experiência com blogs**. Cadernos de formação RBCE, Campinas, SP, v. 01, n. 02. mar. 2010. Disponível em: < <http://goo.gl/nGwbYk>>. Acesso em: 07 Set. 2017. ISSN 2175-3962.

BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria de Educação a Distância. **Programa de Formação continuada Mídias na Educação**. Integração de Mídias na Educação (Módulo introdutório), Brasília: MEC, 2009. Disponível em: < <http://goo.gl/QUZnzt>>. Acesso em: 07 set. 2017

DARIDO, S. C.; RANGEL, I. C. A. **Educação Física na escola: implicações para a prática pedagógica**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2005.

DELORS, J. et al. **Educação: um tesouro a descobrir. Relatório para a UNESCO da Comissão Internacional sobre Educação para o século XXI**. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

KIRKPATRICK, D. **O efeito Facebook: os bastidores da história da empresa que conecta o mundo**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2011.

MARTÍN-BARBERO, J. **A comunicação na educação**. Tradução de Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Dafne Melo. São Paulo: Contexto, 2014.

MELO, S. C.; BRANCO, E. S. **O uso das tecnologias de informação e comunicação nas aulas de Educação Física**. In: CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO-EDUCERE, 5, 2011, Curitiba. Seminário Internacional de Representações Sociais, Subjetividade e Educação-SIRSSE, 1, 2011, Curitiba. **Anais eletrônicos...** Curitiba: Pontifícia Universidade Católica do Paraná, PR. nov. 2011. Disponível em: < <http://goo.gl/IK8g5k>>. Acesso em: 07 set. 2017.

MOREIRA, J. A.; JANUÁRIO, S. **Redes sociais e educação: reflexões acerca do facebook como espaço de aprendizagem**. In: PORTO, C.; SANTOS, E. (Org.). *Facebook e educação: publicar, curtir, compartilhar* [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2014.

PIRES, G. de L.; BIANCHI, P. (Org.). **Novas contribuições do LaboMídia/UFSC à pesquisa em Mídia-Educação (Física)**. Florianópolis: Tribo da Ilha, 2012.

SENA, D. C. S. de. **As tecnologias da informação e da comunicação no ensino da Educação Física escolar**. Revista Digital Hipertextus, Recife, PE, n. 6, p. 1-12. ago. 2011. Disponível em: <<http://goo.gl/X7ZlaI>>. Acesso em: 07 set. 2017. ISSN 1981-6081.

SILVA, M. **Sala de aula interativa a educação presencial e à distância em sintonia com a era digital e com a cidadania**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DA COMUNICAÇÃO, 24, p. 1-20. 2011, Campo Grande. Campo Grande: Intercom, 2011.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. Porto Alegre: Bookman Editora, 2015.

99 MILHÕES DE BRASILEIROS ESTÃO NO FACEBOOK TODOS OS MESES. Disponível em: www.innovarepesquisa.com.br/blog/99-milhoes-de-brasileiros-estao-facebook-todos-os-meses. Acesso em: 10 set. 2017.