

A ATUAÇÃO DOCENTE A DISTÂNCIA EM SITES DE REDES SOCIAIS NA PERSPECTIVA DA COLABORAÇÃO EM REDE

Thaís Oliveira de Lima
Ana Beatriz Gomes Carvalho
(UFPE)

RESUMO: Este artigo é resultado de uma dissertação de mestrado que teve como objetivo investigar a atuação docente nos sites de redes sociais na perspectiva da colaboração em rede, considerando a visibilidade, popularidade, reputação e autoridade nas atividades desenvolvidas. Foram analisados cinco sujeitos considerados referência na Educação a Distância e que são professores de instituições de ensino superior. A pesquisa é de cunho qualitativo, com análise de conteúdo dos dados e uso do software Node XL para representar as redes pesquisadas. Os resultados apontam para a ineficiência nas ações de colaboração em rede dos nossos pesquisados, bem como, para as dificuldades em manter as redes sociais na Internet, acarretando nas limitações da efetividade das categorias analisadas.

PALAVRAS-CHAVE: Colaboração em rede; Sites de redes sociais; Educação a Distância.

ABSTRACT: This paper is the result of a dissertation that investigated professor's performance on social network under network collaboration perspective, considering visibility, popularity, reputation and authority on developed activities. They were analyzed five professors of higher education institutions considered reference on Distance Education. This is a qualitative research with data content analysis and using of Node XL software to represent searched networks. The results show inefficiency of professors' collaborative network actions, as well as the difficulties on maintaining social network on the Internet, resulting on the limitation of effectiveness of the analyzed categories.

KEYWORDS: Network collaboration; Social network websites; Distance Education.

Introdução

A educação a distância (EAD) certamente se configura como uma forte tendência capaz de conciliar a amplitude de elementos que agrupam os principais requisitos e necessidades de se ensinar e aprender algo nos nossos dias. A busca sempre crescente por essa modalidade, em todos os tipos de cursos e níveis educacionais, aponta para uma nova concepção de educação que se flexiona e se reinventa para poder atender à imensa demanda de interessados em suas múltiplas necessidades.

A EAD tem criado um novo modelo de estudantes e professores, gerando e ampliando diversos questionamentos a respeito dos modelos e estilos de ensino e aprendizagens, sobretudo, por alimentar-se de uma ideia democrática do conhecimento, onde professores e alunos colaboram uns com os outros no processo de aprendizagem que está sendo construído. Tal modelo contrapõe-se ao arquétipo de educação bancária regida pelo modelo tradicional que está sustentada por duas traves mestras: salas de aula fechadas e uma organização hierárquica da informação e dos conteúdos (SIEMENS, 2005).

O foco deste artigo está na EAD que se utiliza dos espaços não convencionais, mas que propaga essa modalidade nos espaços de *sites* de redes sociais, além dos ambientes virtuais de aprendizagem (AVA). Buscamos investigar ações que sinalizassem para uma postura comprometida e crítica com a partilha do conhecimento e consideramos que as atividades desenvolvidas nos *sites* de redes sociais, a exemplo do *Blog*, *Twitter* e *Facebook*, possuem inúmeras possibilidades como espaços integradores da aprendizagem colaborativa.

Estudos demonstram que as estratégias colaborativas de ensino-aprendizagem aumentam o envolvimento dos estudantes no curso, ocasionando um maior empenho no processo de aprendizagem e que os métodos colaborativos são mais efetivos do que os métodos tradicionais na promoção da aprendizagem *online* do que as abordagens pedagógicas que enfatizam uma relação individual do estudante com os conteúdos disponibilizados em rede (MOTA, 2009).

Propomos com esse estudo analisar criticamente as práticas docentes a distância em espaços virtuais abertos, em situações ocorridas nos *sítes* de redes sociais, pois compreendemos que a aprendizagem deve implicar em uma rede que interligue os agentes (sujeitos) e os conteúdos, saberes e informações.

Assim, o nosso objetivo foi verificar as práticas docentes a distância, no tocante à colaboração em rede e à influência da visibilidade, reputação, popularidade e autoridade desses docentes nas redes sociais. Especificamente, procuramos observar se os professores realizavam ações de colaboração em rede e quais eram as estratégias que adotavam; compreender como os docentes se apropriavam da rede, identificando em quais territórios virtuais eles estavam presentes e como os utilizavam; analisar as informações que divulgavam e abrangência de sua influência; verificar a posição que o professor ocupava dentro de sua rede social, através da audiência do seu perfil e ou de seus perfis e ponderar a efetiva influência dos professores em suas redes sociais.

Para isso, utilizamos a abordagem qualitativa de pesquisa, caracterizada pela pesquisa descritiva, a etnografia virtual como instrumento de coleta de dados auxiliada pelo software Node XI e a análise de conteúdo (BARDIN, 2009) dos dados coletados. Os resultados apontaram para a ineficiência das ações de colaboração

em rede dos nossos pesquisados, bem como, para as dificuldades em manter as redes sociais na Internet, acarretando nas limitações da efetividade da visibilidade, popularidade, reputação e autoridade dos nossos sujeitos.

1. A educação a distância e a aprendizagem colaborativa

A Educação a Distância evidentemente não protagoniza sozinha a crise de paradigmas que envolve a Educação em todas as esferas. A soma de inúmeros fatores colabora para que essas tensões paradigmáticas que se instauraram permaneçam (BEHAR, 2009). Com o surgimento dos ambientes virtuais de aprendizagem (AVA) e de novas práticas de ensino mediadas pelo computador, é necessária uma nova postura frente ao ato de ensinar e de aprender tanto do professor quanto do aluno, no presencial e no virtual, sobretudo, se pensarmos em uma perspectiva colaborativa (DIAS e LEITE, 2010).

A colaboração em rede, de modo geral, se refere à liberdade dos usuários em reproduzirem, aprenderem, transformarem, aperfeiçoarem e distribuírem as informações que emergem nos espaços virtuais. A colaboração em rede não pode ser entendida como a negação da criação ou do conhecimento individual, para ser melhor compreendida, acreditamos fazer-se necessário embasá-la na perspectiva de “inteligência coletiva”, trazida por Lévy (1999), que nos leva a somar o conhecimento construído individualmente, com os que construímos coletivamente e compartilhamos socialmente para podermos potencializá-los.

Entender como os docentes constroem espaços nas redes sociais é também essencial para compreender como as conexões

são estabelecidas. Para isso, é preciso ser visto para existir no ciberespaço. Acrescentamos que para além do “ser visto” o que nos interessa é o desenrolar dessa visibilidade e quais produtos são construídos entre as conexões. A visibilidade deve ser, portanto, um imperativo para produções significativas de saberes na promoção e no fortalecimento dessas redes, já que tratamos das redes sociais estabelecidas por docentes.

2. O capital social e os valores constituídos nos *sites* de redes sociais

Tratando-se do que inicialmente mencionamos “capital social”, nenhuma definição sobre o termo é assegurada. Recuero (2009, p. 43) aponta que “o que se concorda é que o conceito se refere a um valor constituído a partir das interações entre os atores sociais”. Para nós, ele constitui o que de fato interessa, ou ainda, o que influencia os sujeitos envolvidos nessas conexões, quais valores eles estabelecem ou o que eles julgam ter valor entre o que é estabelecido através das redes sociais. Poderíamos então dizer que o valor do capital social não se encontra nos sujeitos, mas na forma como eles se articulam, na estrutura das redes que se interconectam. Outro ponto que é importante ressaltar é a ligação entre esse conceito e as trocas que envolvem os atores em suas redes sociais virtuais.

Considerando o capital social e as redes sociais, há ainda que considerar as interações que ocorrem nesses espaços, e a partir delas o misto de questões que os permeiam. Antes de qualquer coisa, devemos considerar que, quando se fala de capital social e de redes sociais, está implícito que há entre eles um envolvimento entre pessoas que Recuero (2009, p.23) chama de atores. Tais atores são

responsáveis por compor essa dinâmica que se encontra em ambos processos e seus conceitos. São os atores que representam os “nós” e que efetivam os “laços” na rede.

Para Recuero (2009), a verificação do tipo de valor construído em cada *site* pode auxiliar também na percepção do capital social construído nesses ambientes e sua influência na construção e na estrutura das redes sociais. Segundo a autora, esses valores seriam a visibilidade, a reputação, a popularidade e a autoridade, que transformamos em categorias de análise para a nossa pesquisa.

A visibilidade é constituída enquanto valor porque proporciona que os nós sejam mais visíveis na rede. Quanto mais um nó está relacionado, conexo, maiores são as possibilidades dele receber determinados tipos de informações que estão circulando nas redes. Em outras palavras, quanto mais conectado a uma densidade significativa de nós, mais o acesso à informação e as notícias precederam a um determinado ator, sem falar na quantidade de investidas que ele mesmo terá diante da propagação do determinado fato ou evento (RECUERO, 2009: p.106).

A autora pontua ainda que a visibilidade está nitidamente atrelada à manutenção da rede social, a presença desses sujeitos, desses atores, é o que fundamenta a visibilidade na rede. A visibilidade é estimada a partir da própria presença deles. Outros valores decorrem dessa presença a ponto de gerar novos valores.

A reputação é produto dessa visibilidade, porém, está associada e inteiramente ligada à confiança. Nos *sites* de redes sociais, expomos informações sobre nós, de como pensamos e o que fazemos, permitindo ao outro construir suas próprias considerações a respeito de “quem eu sou”. Essas impressões ajudam a construir essas redes sociais na internet e através de sistemas e ferramentas é

possível ter um determinado controle sobre tais informações e das impressões que são emitidas. Tudo isso ajuda na construção da reputação como elemento de valor nas redes sociais virtuais. “A reputação, assim, pode ser influenciada pelas nossas ações, mas não unicamente por elas, pois depende também das construções dos outros sobre essas ações” (RECUERO, 2009: p.107).

Já no caso da popularidade, um nó mais centralizado na rede sinaliza o que é mais popular, a posição que o nó ocupa na rede estabelece que há mais pessoas conectadas a ele e que também por isso, possivelmente, esse nó terá uma capacidade de maior de influência que outros nós na mesma rede.

Como a popularidade pode ser observada através da audiência, os fatores que geram audiência como o número de comentários, curtidas, retuítes, o número de visitas a um perfil, a quantidade de links, retrarão o tamanho da audiência e, por conseguinte, da popularidade. A popularidade também pode ser vista como um valor relativo a quantidades, no que se diferencia, por exemplo, da reputação, que é um valor meramente qualitativo. Também se diferencia da visibilidade, por que a visibilidade tem valor relacional e está atrelada à capacidade de ser visto ou percebido. Enquanto em uma rede vários nós podem ser visíveis, apenas alguns são populares (RECUERO, 2009: p. 29).

Outro valor constituído na rede que se estabelece não pelo lugar que o nó ocupa, nem pela sua centralidade ou visibilidade, está associado ao poder de influência de um nó em sua rede social: a autoridade. Talvez por isso, consideramos este o mais importante dentro de uma rede social. Ele é capaz de produzir uma verdadeira avalanche de compartilhamentos e de difusões de informações. A autoridade se associa tanto ao capital relacional, quanto ao cognitivo, pois outros

atores julgam relevante e importante o que esse nó compartilha, julgam haver valor no que está contido nas informações divulgadas. Portanto, o que é compartilhado tem uma responsabilidade social bastante acentuada e, em muitos casos, os sujeitos que possuem autoridade na rede tornam-se especialistas em um conteúdo determinado.

O que podemos apreender é que, em meio aos *sites* de redes sociais, há valores relacionados, construídos neles, que permeiam as trocas, as interações, os relacionamentos, os processos colaborativos e, por fim, definem as redes sociais individuais de cada sujeito. É a partir desses valores constituídos que podemos facilmente perceber as relações existentes nesses espaços e compreender nosso lugar nesse emaranhado de nós virtuais. Há ainda que se considerar a construção do capital social que se tornou consequência do uso desses sites sociais e de suas ferramentas de comunicação, pois o processo de difusão de saberes, informações, conteúdos, é resultado dessas interações e dos processos que ocorrem nesses espaços.

3. Percurso metodológico

Durante o período de observação de cada sujeito, selecionamos os perfis que interagem com os sujeitos pesquisados para compor a sua rede de colaboração em cada *site* das redes sociais. Os dados das conexões das redes de cada um foram analisados em conjunto.

Escolhemos cinco professores, todos considerados como referência em pesquisas e estudos sobre educação e tecnologia, tendo como prática realizar atividades em Educação a Distância fora dos ambientes convencionais conhecidos como ambientes virtuais de aprendizagem. Após a escolha dos sujeitos, listamos os *sites* de

redes sociais nos quais eles estavam presentes e coletamos os dados utilizando a etnografia virtual (GUTIERREZ, 2004).

A observação nos *sites* de redes sociais desses professores considerou o quantitativo de seguidores, o conteúdo das postagens, a frequência das atualizações, as trocas, o *feedback* e os debates, a quantidade de curtidas e compartilhamento, bem como a disseminação dos pôsteres desses professores e a capacidade de gerar conversação.

Escolhemos as categorias *a priori*, a partir da literatura que utilizamos para fundamentar o nosso estudo: colaboração em rede (LÉVY, 1999), visibilidade, reputação, popularidade e autoridade (RECUERO, 2009). Consideramos os seguintes elementos para a análise de cada categoria:

Categorias	Elementos
Colaboração em rede	Liberdade dos usuários em, reproduzirem, aprenderem, transformarem, aperfeiçoarem e compartilharem as informações; partilha de conhecimentos; pesquisa, debate, dúvidas, inquietações, trocas, diálogo.
Visibilidade	Manutenção das redes sociais, Frequência e atualização nos sites de redes sociais, gerenciamento dos grupos, nível de conexões, quantidade de postagens, quantidade de site de redes sociais que participa e alimenta,
Reputação	Qualidade das informações que compartilha, reprodução e disseminação das informações que compartilha, influência nas informações que dispõe, nível de conexões.
Popularidade	Quantidade de seguidores nos sites de redes sociais, quantidade de comentários, curtidas, compartilhamentos.
Autoridade	Poder de influência sobre os demais atores, comprometimento na atualização das informações, tipo de informação que publica, quantidade de citações que recebe, capacidade de gerar conversação pelo que diz (compartilhamento das notícias), difusão das informações.

Quadro 1: Resumo dos elementos das categorias de análise

Em razão das categorias escolhidas e o que encontramos na observação virtual desses sujeitos, desenvolvemos tipos de nivelamento em função da quantidade de elementos que encontramos imbricados nas categorias. Assim, para cada categoria, considerando a quantidade de elementos presentes que a caracterizavam, esses níveis foram considerados altos, moderados e baixos.

4. Análise dos resultados e discussões

Analizamos os sites de redes sociais mais utilizados pelos nossos sujeitos e entre eles estavam o Facebook, o Twitter e o Blog. Baseamo-nos na leitura das postagens feitas pelos professores pesquisados, e nas respostas que lhes eram conferidas pelos atores de suas redes ao “curtir”, “comentar” e “compartilhar” suas publicações.

4.1 Análise do sujeito P1

O sujeito P1 é bacharel em Filosofia e Letras, Especialista em Administração e Ensino e Aprendizagem na Educação Superior, Mestre em Tecnologia Educacional, Doutor em Letras e possui Pós-Doutorado. É autor de diversos artigos, capítulos e livros. Atualmente é Coordenador do curso de Pós-graduação lato-sensu (Especialização) em Inovação em Tecnologias Educacionais, professor e pesquisador em uma universidade privada, e professor, pesquisador e orientador de Doutorado em um programa de pós-graduação em outra instituição.

Sites de Redes Sociais	Quantidade de seguidores	Observado no período
Facebook	5.225	10/06 a 09/07 de 2013
Twitter	3.145	10/06 a 09/07 de 2013
Blog	Não publica números de visitantes	01/06 a 15/07 de 2013

Quadro 2: Panorama do sujeito P1 nos sites de redes sociais.

O professor pesquisado tem uma rede social consideravelmente numerosa, que abrange mais de cinco mil pessoas, o que para nós merece destaque, pois se tratando de abrangência e de diversidade de informações, nosso pesquisado pode ser considerado uma fonte de notícias das mais variadas. Por outro lado, é também um multiplicador dessas notícias, o que podemos compreender como sendo um difusor ágil de informações.

Diante das observações realizadas no período de trinta dias, podemos perceber que o sujeito P1 é bastante assíduo no Facebook. Durante o tempo de observação, em poucas ocasiões ele se ausentou, isso nos demonstra seu comprometimento em se manter conectado, em fortalecer suas redes e de valorizar sua presença virtualmente.

Relacionando o comportamento do sujeito P1 em seus sites de redes sociais e no estabelecimento de suas conexões com sua rede social, observamos que, em se tratando do elemento “colaboração em rede”, o sujeito não consegue avançar nesse quesito por vários fatores, entre os quais destacamos a fragilidade

em estabelecer *feedback* nas postagens, contribuindo muito pouco ou nada com o que é compartilhado ou debatido.

Categorias	Sites de Redes Sociais		
	Facebook	Twitter	Blog
Colaboração em Rede	Moderada	Baixa	Baixa
Visibilidade	Alta	Alta	Alta
Reputação	Alta	Moderada	Moderada
Popularidade	Alta	Moderada	Moderada
Autoridade	Alta	Moderada	Moderada

Quadro 3: Síntese das categorias analisadas do sujeito P1.

Ao analisarmos as ações de P1 no Facebook, logo verificamos a quantidade exponencial de curtidas e até compartilhamentos sempre maiores que os comentários. Para nós, isso é característica dessa fragilidade na colaboração, já que limita as possibilidades de interações com os demais atores.

No Twitter e no Blog, a colaboração em rede é menos expressiva ainda, embora a presença do professor e suas mais variadas postagens com uma quantidade de informações disseminadas não garantem a atração dos seus seguidores. Podemos concluir que além da colaboração, a sua reputação também é ameaçada, pois não consegue validar as trocas e a interação.

Com relação à visibilidade, Recuero (2009) pontua que todos os nós são visíveis numa rede, uns mais outros menos, mas todos têm sua visibilidade garantida. Nesse quesito, P1 consegue se

destacar em todos os elementos que consideramos relevantes para a efetivação desta categoria, pois costuma atualizar seus *sites* com frequência e com postagens inéditas, fortalecendo as relações com suas redes, está presente nos sites de redes sociais mais populares (os que destacamos) e em outros que não foram foco dessa pesquisa, e ainda consegue ter mais de uma publicação diária em mais de um dos sites, sem que se repita em nenhum deles as mesmas informações.

No que tange à reputação, percebemos que, no Facebook, ele consegue atender aos requisitos necessários à efetivação dessa categoria, no entanto, no Twitter e no Blog, o sujeito P1 já não responde com tamanha satisfação. Levando em consideração o elemento disseminação das informações, percebemos que em ambos os sites há um forte declive.

O cenário que encontramos na categoria reputação se repete na popularidade e na autoridade. No Facebook, a popularidade do professor é evidente, exposta no quantitativo de seguidores, nas curtidas, compartilhamentos e, ainda que em menor proporção, nos comentários. Já se tratando dos demais sites, apenas o quantitativo de seguidores poderia assegurar sua popularidade, no entanto, no Blog, não tivemos como mensurar, visto que o professor não deixa exposto seus seguidores, nem a quantidade de visitantes na sua página.

Em se tratando de autoridade, analisando o perfil do professor, conhecendo sua trajetória, poderíamos assegurar que a categoria autoridade não seria questionável. No entanto, em se tratando dos espaços virtuais, o nosso sujeito apresenta uma considerável baixa no quesito autoridade, principalmente no Twitter e no Blog, não pela qualidade das informações que fornece, isso é

inquestionável, mas pela capacidade limitada de influenciar sua rede social e de gerar conversação a partir de suas informações.

4.2 Análise do sujeito P2

Professor de uma universidade pública, Engenheiro eletrônico, Mestre em Psicologia Cognitiva e Doutor em Ciências da Educação. Interessa-se pela área de interação humano computador, desenvolveu vários projetos de ambientes colaborativos de aprendizagem, entre eles um *site* de rede social.

Sites de Redes Sociais	Quantidade de seguidores	Observado no período
Facebook	Aproximadamente 130. Ele não exibe em sua página o quantitativo geral de "amigos".	01/08 a 02/09 de 2013
Twitter	453	03/08 a 03/09 de 2013
Blog	Não publica números de visitantes.	Possui um blog colaborativo, mas não o atualiza desde 07/03/12

Quadro 4: Panorama do sujeito P2 nos sites de redes sociais.

Após analisarmos o desenvolvimento das atividades do sujeito P2 no Facebook, podemos concluir que suas postagens se resumem a informações profissionais, além da utilização para divulgação dos seus trabalhos, os quais desenvolve dentro e fora da universidade, sendo esses com e sem parcerias. Poucas postagens faziam referência às suas ações de vida pessoal, embora destacamos as postagens que sutilmente relatam seu gosto por

música clássica e séries de televisão francesas. Geralmente suas postagens relacionavam-se a temas e conteúdos de sua área de interesse e atuação.

Em relação aos dias em que foi observado, podemos perceber que P2 possui uma presença assídua no Facebook. Como observamos no primeiro sujeito, a situação se repete também com P2, a relação quantitativa entre o número de curtidas e compartilhamento sobressai diante dos comentários e que quase nunca há uma devolutiva do professor, pois o *feedback*, trocas e interações são limitados.

Assim como ocorreu com o sujeito P1, o sujeito P2 possui 130 seguidores, mas não há registro da ação desse quantitativo em sua página. Em sua postagem com maior número de participações, registramos um número inferior a cinquenta inferências. Ou seja, mesmo possuindo um quantitativo significativo de seguidores, isso não quer dizer que ele faça conexão com todos esses, observamos que apenas com alguns o professor estabelece uma relação mais próxima.

A postura de compartilhamento de informações acadêmicas é repetida no Twitter. Destacamos que as informações são variadas e não são as mesmas do Facebook, inclusive nesse site o professor chega a ter uma participação mais ativa que no anterior.

Ainda a mesma estratégia observada no Facebook, o sujeito P2 atua no Twitter como compartilhador de informações, não há autoria, nem postagens de opiniões particulares, ou ainda algo que gere polêmicas. Ele “retuita” muito mais notícias e informações do que publica algo produzido por ele. Merece destaque a audiência que fornece ao congresso internacional do qual é um dos principais organizadores e as informações constantes que fornece sobre o *site*

de rede social do qual também é um dos principais colaboradores. Inclusive boa parte das postagens que ele publica é em nome dessa rede social.

Salientamos ainda que a manutenção desse *site* e de suas redes sociais é assegurada pela assiduidade e compromisso no compartilhamento e difusão das informações e, embora não tenhamos identificado a disseminação de suas publicações por parte de seus seguidores, as encaramos como de alta pertinência e julgamos que as pessoas que fazem parte de suas redes são beneficiadas pelas informações inéditas e pertinentes da área.

Categorias	Sites de Redes Sociais		
	Facebook	Twitter	Blog
Colaboração em Rede	Baixa	Baixa	Não tivemos como mensurar
Visibilidade	Alta	Alta	Não tivemos como mensurar
Reputação	Baixa	Baixa	Não tivemos como mensurar
Popularidade	Baixa	Baixa	Não tivemos como mensurar
Autoridade	Baixa	Baixa	Não tivemos como mensurar

Quadro 5: Síntese das categorias analisadas do sujeito P2.

Considerando os elementos na perspectiva da colaboração em rede, empreendemos que o sujeito P2 não satisfaz de modo considerável a esse quesito, tanto no Facebook quanto no Twitter,

considerando o número reduzido de comentários e de disseminação de seus pôsteres. Mais uma vez, vale ressaltar que poderíamos considerar que o professor está fazendo o seu papel, ao promover a divulgação de tantas informações pertinentes, no entanto, não participa de sua rede e se isola ou se limita a marcar presença apenas nos cliques de curtidas e em poucos casos de compartilhamento. No caso do Facebook, no entanto, como registramos, o professor também não assume uma postura de “animador dessa inteligência coletiva”, usando a expressão de Lévy (1999), ao não fornecer o *feedback* na maioria das suas postagens.

Relacionando a categoria visibilidade ao que observamos na atuação de P2, em se tratando da manutenção das redes sociais, frequência e atualização nos sites de redes sociais, gerenciamento dos grupos e quantidade de postagens, julgamos que a visibilidade do professor é ascendente e atinge o nível que elegemos mais alto. Nos demais elementos que dizem respeito à reputação, P2 não conseguiu sobressair, pois não há quantidade expressiva de difusão das informações e, por conseguinte, ele não gera influência em sua rede social.

A popularidade e a autoridade do professor também são modestas nos *sites* de redes sociais. Como a categoria popularidade está intrinsecamente relacionada ao quantitativo de pessoas que comenta, curte, compartilha e ainda com a quantidade de seguidores que dispõe, logo se percebe a limitação do professor no favorecimento dessa categoria.

Na categoria autoridade, considerando o poder de influência sobre os demais atores, comprometimento na atualização das informações, tipo de informação que publica, quantidade de citações que recebe, capacidade de gerar conversação pelo que diz

(compartilhamento das notícias) e difusão das informações, consideramos a autoridade em seu nível mais incipiente.

4.3 Análise do sujeito P3

É natural de uma cidade do interior do estado de São Paulo, hoje reside na capital paulistana, graduado em Pedagogia, tem especialização em Avaliação a Distância e em Administração Escolar, mestrado em Tecnologia Educacional e doutorado em Educação. Foi professor em universidades públicas e privadas, hoje é aposentado, mas continua realizando vários trabalhos e escrevendo livros. Tem experiência na área de Educação, com ênfase em Ensino-Aprendizagem.

Sites de Redes Sociais	Quantidade de seguidores	Observado no período
Facebook	1.744	02/08 a 29/09 de 2013
Twitter	292	Sua última postagem foi em maio de 2012.
Blog	Não expõe quantidade de seguidores e nem de visitantes.	20/07 a 30/08 de 2013

Quadro 6: Panorama do sujeito P3 nos sites de redes sociais.

As postagens do sujeito P3 no Facebook englobam um misto de vida social, exposição de seus trabalhos, conteúdos da atualidade, notícias e informações de sua área de atuação e áreas afins, postagens que exibem o gosto do pesquisado por literatura, artes, poesia, música e diversos gêneros textuais. Tem uma forma

peculiar de postar publicações, geralmente elas exibem algum conteúdo com humor inteligente, suave e, às vezes, ácido e crítico.

Durante o período em que analisamos sua página no Facebook, manteve-se assíduo e atualizou constantemente seu *site*, embora houvesse casos de espaçamentos de dois dias entre uma publicação e outra. Destacamos, além do conteúdo em sua maioria envolto em humor, que o sujeito P3 geralmente fazia suas publicações em forma de microcontos de sua autoria.

Observamos que o professor apresenta uma postura de autoria muito forte, suas postagens sempre revelam a sua opinião, sua visão de mundo, e nos momentos em que compartilhou alguma notícia, de algum modo provocava uma situação de debate ao entorno. Diferentemente dos demais pesquisados, havia uma qualidade em P3 de sempre se fazer presente nos debates.

Em algumas situações, oportunizado pelo debate que foi gerado em torno do programa do governo federal relacionado ao ministério da saúde, o “mais médicos”, onde médicos estrangeiros foram contratados pelo governo brasileiro para dar assistência a famílias carentes em situações precárias de acesso à saúde, o professor fez várias postagens, destacando sua posição política/pessoal, que depois seguiram com algumas charges e microcontos. Salientamos a participação dos seguidores de P3 em suas publicações, a difusão de suas postagens ganha destaque, sobretudo, quando comparamos com os demais pesquisados.

No Blog ele também assegura a autoria, reforçando as suas preferências nesse espaço. O sujeito P3 escreve os seus textos em primeira pessoa, exprimindo sua opinião e visão de mundo. Reforça, em suas publicações nesse espaço, seu gosto por artes, música e gêneros textuais diversificados. Utiliza-se desse espaço para dar

suporte a outros professores, sugerindo atividades e a melhor forma de colocá-las em prática, além de postar também notícias inéditas sobre educação e tecnologia. Vale destacar que os conteúdos expostos no blog se diferenciam dos conteúdos dispostos no Facebook, eles não se repetem em nenhum momento.

Sobre a audiência de suas publicações no Blog, percebemos um considerável declive nas interações e na repercussão das informações nesse ambiente. O professor não consegue atingir no Blog nem um terço da marca das manifestações que provoca no Facebook, não pelo teor de suas postagens, mas pela atuação dos demais atores. Nesse cenário os atores respondem de modo muito inferior.

Categorias	Sites de Redes Sociais		
	Facebook	Twitter	Blog
Colaboração em Rede	Moderada	Não temos como mensurar	Baixa
Visibilidade	Alta	Não temos como mensurar	Alta
Reputação	Alta	Não temos como mensurar	Baixa
Popularidade	Alta	Não temos como mensurar	Baixa
Autoridade	Moderada	Não temos como mensurar	Baixa

Quadro 7: Síntese das categorias analisadas do sujeito P3.

Relacionando a atuação do sujeito P3 nos *sites* de redes sociais que se manifesta com as categorias dessa pesquisa, percebemos discrepante diferença entre as que foram analisadas no Facebook com as que foram analisadas no blog. Observamos que o professor apresenta total comprometimento na atualização, na seleção e pertinência dos conteúdos publicados, mas o *blog* se caracteriza como um espaço de pouca participação.

Em relação à visibilidade, esta não foi afetada por estar inteiramente relacionada com a capacidade do professor em manter suas postagens atualizadas. O professor respondeu bem e garantiu esse quesito, embora não houvesse uma sistematização de postagens diárias, essas eram garantidas de forma semanal.

Como a categoria reputação se relaciona com a capacidade de disseminar uma informação e não só com a qualidade da informação, esta também foi prejudicada nesse *site*. A popularidade e a autoridade também sofreram uma queda significativa no *blog*, a primeira por envolver questões quantitativas de número de comentários e seguidores.

4.4 Análise do sujeito P4

É português naturalizado brasileiro, atualmente reside na cidade de São Paulo, possui formação inicial em Filosofia, fez mestrado e doutorado em Ciências da Comunicação. Foi professor de uma universidade pública, hoje é aposentado, mas continua pesquisando, atuando como conferencista e orientando projetos nas áreas associadas as Novas Tecnologias com metodologias nas modalidades presencial e a distância, além de ser autor de livros na área.

Sites de Redes Sociais	Quantidade de seguidores	Observado no período
Facebook (Página Pessoal)	2.227	Entre os meses de Junho e Julho de 2013 o professor ainda não havia feito nenhuma postagem no ano vigente.
Facebook (Página que alimenta sobre temas relacionados à Educação Humanística)	127	Entre os meses de Junho e Julho de 2013 o professor havia feito apenas 2 postagens durante o ano vigente.
Twitter	1.588	Entre os meses de Junho e Julho de 2013 o professor havia feito apenas 3 postagens durante o ano vigente.
Blog	1.187	Entre os meses de Junho e Julho de 2013 o professor havia feito apenas 2 postagens durante o ano vigente.

Quadro 8: Panorama do sujeito P4 nos sites de redes sociais.

O sujeito P4 escolheu ter duas páginas no Facebook e não consegue manter um bom fluxo de conexões em nenhuma delas. Mesmo com um número de seguidores no Facebook (mais de duas mil pessoas) bastante expressivo, a sua rede de relações não chega a abranger vinte pessoas.

Na sua página pessoal, há movimentação de algumas pessoas citando-o em eventos, ou ainda agradecendo o professor por adicioná-los como “amigo” no Facebook, mas as publicações não passam disso. Ponderando sua formação e área de atuação voltadas para educação e tecnologia, logo se vê que seu discurso não incorpora sua prática, pelo menos nas redes virtuais.

Na página que alimenta com o assunto específico voltado para educação humanística, talvez pela ausência do professor e pela sua falta de manutenção da rede (que abrange pouco mais de cem pessoas), os poucos diálogos que são traçados em suas duas únicas postagens durante o período da pesquisa não conseguem impulsionar as pessoas para o debate e as trocas. Seus seguidores apenas se comportam como a maioria dos seguidores que observamos, ponderando e limitando suas ações no simples “curtir” da postagem. Devemos salientar o espaçamento de aproximadamente cinco meses entre uma postagem e outra, tempo que acreditamos ser suficiente para enfraquecer os laços das redes sociais, mas, ainda assim, suas postagens recebem algumas “curtidas”, expressando que alguém ainda persistia em continuar pertencendo aquela rede e por outro lado, que o professor apresenta certa “reputação” e prestígio entre seus seguidores.

Outro fato que destacamos é que o professor costumou utilizar essa página para divulgar suas atividades no Blog, inclusive repete nessa página os mesmos textos de seu Blog, porém, chama sua rede para ampliar o debate no outro espaço virtual.

No Twitter também se repetem as mesmas atitudes que foram analisadas e observadas no Facebook. Não há comprometimento em manter atualizado nenhum tipo de notícias e informações. As publicações que foram divulgadas no Twitter foram publicadas uma no mês de janeiro, outra em março e as mais atuais no mês de junho do ano de 2013. É importante observar que o professor expõe textos de cunho bem pessoal, aguça as pessoas a debaterem considerando os temas que aborda, mas não participa desses diálogos e trocas.

Achamos interessante que no seu Twitter até julho de 2013, apenas foram publicadas quatro postagens e três delas se remetem ao blog e uma a um recado deixado pelo professor, pedindo que uma pessoa entre em contato com ele.

Categorias	Sites de Redes Sociais		
	Facebook pessoal/página	Twitter	Blog
Colaboração em Rede	Baixa/Baixa	Baixa	Baixa
Visibilidade	Baixa	Baixa	Baixa
Reputação	Baixa	Baixa	Baixa
Popularidade	Moderada/Baixa	Baixa	Baixa
Autoridade	Baixa/Baixa	Baixa	Baixa

Quadro 9: Síntese das categorias analisadas do sujeito P4.

Apreciando os cenários que expomos, podemos perceber que P4 não se sobressai em nenhum aspecto elencado em nossas categorias.

Na categoria colaboração em rede o sujeito P4 não alcança nenhum dos elementos propostos, entre eles a participação a efetiva troca dos demais atores. A categoria foi comprometida pela ausência do professor e a popularidade também sofreu declive, quando associamos as questões que envolvem a quantidade de curtidas e compartilhamento, pois, como vimos esses elementos são limitados nos sites pesquisados.

As questões que envolvem a autoridade do professor em sua rede não se diferenciaram das demais, não encontramos poder de influência do professor, propagação de seus pôsteres, citações

referenciando-o, motivos pelos quais justificamos a sua autoridade baixa.

4.5 Análise do sujeito P5

Natural de Santa Catarina, foi professor de algumas universidades públicas, estudou Filosofia, Teologia e Música, é doutor e possui pós-doutorado em Sociologia, ocupou cargos em vários ministérios. Tem experiência na área de Política Social, com ênfase em Sociologia da Educação e Pobreza Política. Pesquisa principalmente a questão da aprendizagem nas escolas públicas. Publicou mais de 90 livros. Ainda atua em conferências ministradas por todo o país e no exterior, em geral em torno da questão do professor, mas também no âmbito da política social e da metodologia científica. Esta atividade é alimentada permanentemente por publicações de livros e artigos.

Sites de Redes Sociais	Quantidade de seguidores	Observado no período
DIHITT	24	Por ausência de publicações recentes analisamos o período de 14/01 a 04/03 de 2013, que correspondem as suas atualizações mais recentes.
Blog	Não temos como mensurar	03/06 a 24/07 de 2013

Quadro 10: Panorama do sujeito P5 nos sites de redes sociais.

O sujeito P5 não está inserido em nenhum site de rede social de maior proporção, como é o caso do Facebook e do Twitter. Sua atuação nos espaços virtuais se resume a dois Blogs.

Não há nenhuma diferença entre as publicações em nenhum dos Blogs. Em ambos o sujeito mantém a mesma perspectiva de textos voltados para educação. Não há postagens voltadas para sua vida pessoal, nem divulgação de trabalhos paralelos. Esses espaços são como algum tipo de repositório de textos que surgem do ponto de vista do professor, inclusive há uma tonalidade muito particular, daquilo que o professor encara como verdade nas suas produções.

Entre os meses que observamos a atuação do professor, percebemos que o mesmo se mantém assíduo e busca manter suas publicações atualizadas, porém, seus seguidores não costumam participar ou contribuir com suas produções. Em suas publicações não há curtidas, comentários, nem dos mais elementares, como costumávamos observar nos espaços virtuais dos outros professores pesquisados.

Julgamos que os conteúdos divulgados são de grande valia, os textos são bem interessantes e dariam muita oportunidade para debates e conversação das mais longas e calorosas possíveis, porém, acreditamos que esses episódios sofrem bastante influência da pouca visibilidade e popularidade do professor pesquisado.

	Sites de Redes Sociais		
Categorias	Blog	DIHITT	-
Colaboração em rede	Baixa	Baixa	-
Visibilidade	Moderada	Moderada	-
Reputação	Baixa	Baixa	-
Popularidade	Baixa	Baixa	-
Autoridade	Baixa	Baixa	-

Quadro 11: Síntese das categorias analisadas do sujeito P5.

Analisando P5 sob as referências de nossas categorias, não nos reservou nenhuma surpresa que em todas as categorias o sujeito estivesse no nível mais baixo.

Concluimos que a baixa possibilidade na colaboração em rede esteja respaldada pela deficiência na sua visibilidade e popularidade, não temos como trocar, dialogar, experimentar outras experiências vivendo no anonimato. Recuero (2009) fala da necessidade de sermos percebidos, se quisermos efetivamente realizar uma atividade relevante no ciberespaço. Como o professor não se faz visível, isso dificulta a possibilidade de haver algum tipo de colaboração em rede.

Em razão das limitações de sua presença marcante em rede, a sua visibilidade é fragilizada, não pela manutenção e atualização dos seus *sites*, mas pelo nível de conexões que estabelece, chegando a ser nulo.

A sua reputação também não é assegurada em rede. Vemos isso não pela qualidade de suas informações, muito menos pela relevância dos seus pôsteres, mas pela falta de proporção e

disseminação que acompanha suas publicações, em outras palavras, as publicações de P5 não geram audiência.

Considerando a categoria popularidade, uma categoria totalmente quantitativa, percebemos que o professor também não consegue alcançar o nicho dos populares. Embora em apenas um dos Blogs tenhamos conseguido mensurar o quantitativo de seguidores, percebemos através das ausências de marcação, citação do sujeito investigado, compartilhamento de seus textos, que ele não é um sujeito popular.

Quando a questão envolve a categoria autoridade, é interessante notarmos que um sujeito que é mundialmente conhecido por seus estudos, livros e demais publicações, não consegue reproduzir a sua popularidade no ciberespaço. O sujeito P5 não expressa em seus *sítes* de redes sociais sua capacidade de influência sobre sua rede social, embora seu comprometimento em favorecer seus seguidores com textos de qualidade e relevância acadêmica e intelectual seja inquestionável, eles não ganham visibilidade na grande rede.

4.6 Análise da dinâmica da rede dos sujeitos pesquisados

A análise da dinâmica das redes dos sujeitos pesquisados traz algumas revelações interessantes que reforçam e aprofundam a análise individual realizada sobre o desempenho dos mesmos nas suas respectivas redes. Considerando todos os *sítes* de redes sociais de todos os sujeitos pesquisados, obtivemos o seguinte resultado:

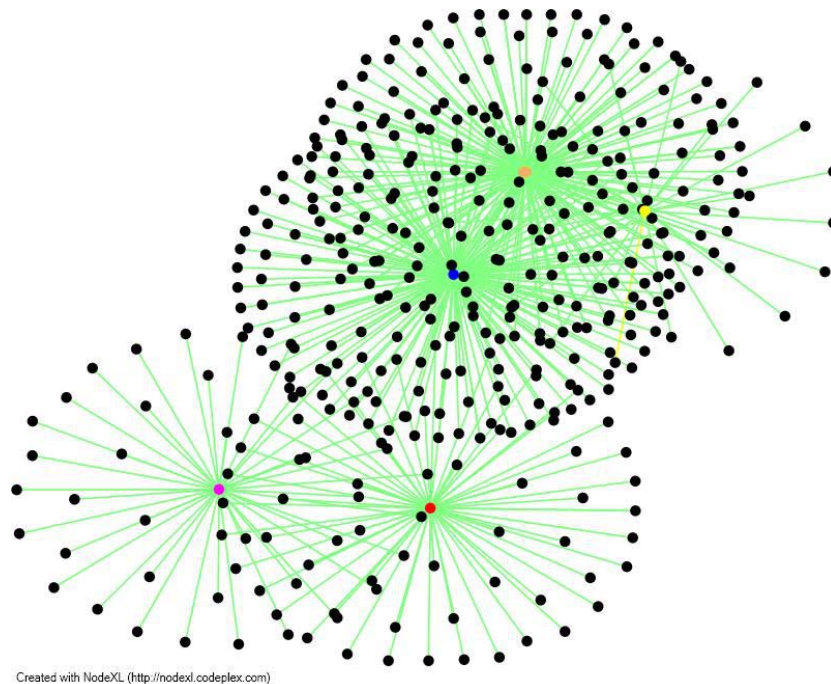


Figura 1: Representação das redes dos cinco sujeitos pesquisados, considerando todos os sites de redes sociais.

Conforme podemos observar, os cinco sujeitos pesquisados apresentam vários elementos participantes da rede em comum. As redes dos professores P1 (representado em azul) e P2 (representado em laranja) são consideravelmente mais densas do que as redes dos sujeitos P3 (representado em rosa), P4 (representado em vermelho) e P5 (representado em amarelo). Especialmente, podemos notar que três sujeitos (P1, P2 e P3) apresentam conexões mais próximas e estão posicionados de forma mais central na rede, enquanto os sujeitos P4 e P5 estão distantes e apresentam vários participantes em comum entre eles.

Pensamos que a dinâmica das redes dos sujeitos em diferentes espaços virtuais pudesse apresentar também características bastante diferentes, mas o resultado que

encontramos indica que a configuração apresentou a mesma tendência nas diversas ferramentas utilizadas pelos sujeitos, embora com algumas diferenças interessantes, como podemos observar nos resultados a seguir.

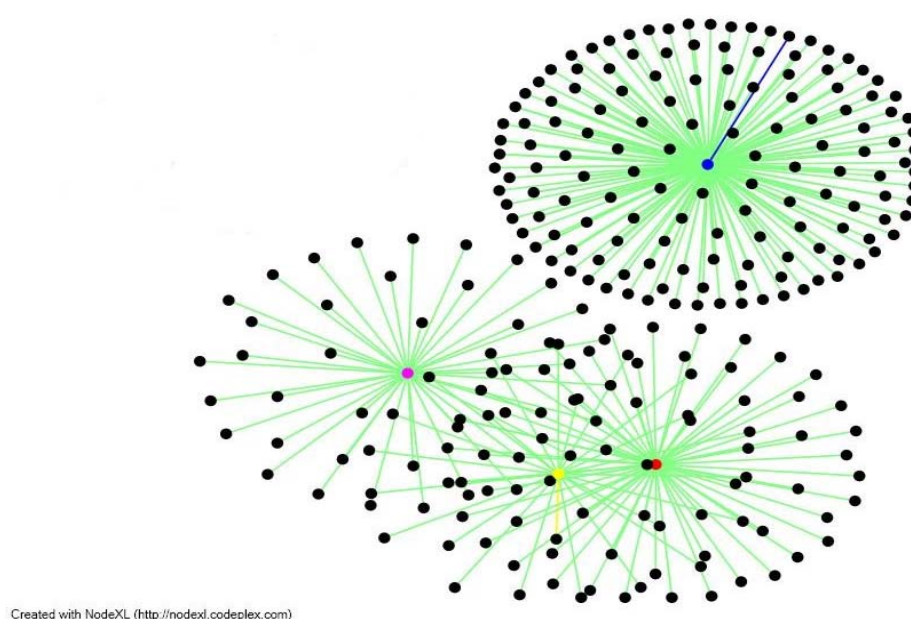


Figura 2: Representação da dinâmica das redes dos sujeitos pesquisados nos *blogs*.

Na representação da dinâmica das redes, considerando apenas os *blogs* dos sujeitos pesquisados, o sujeito P1 apresenta uma rede mais consolidada, mas que não possui interseção com os elementos participantes das redes dos demais sujeitos. Já os sujeitos P3, P4 e P5 apresentam redes mais frágeis, mas com diversos elementos participantes em comum. Isso significa que os elementos que participam dos *blogs* dos sujeitos P3, P4 e P5 buscam informações semelhantes, enquanto os participantes do blog do sujeito P1 possuem interesses diferentes. É importante ressaltar que é possível encontrar diferenças entre o uso das

diferentes ferramentas que se materializam nas representações. No caso dos *blogs*, o sujeito P3 apareceu junto com os sujeitos com representações de rede mais frágeis.

É importante ressaltar que o P1 é o único sujeito que apresenta interseção com todos os sujeitos pesquisados, o que poderia indicar um nível de capilaridade mais alto que os demais sujeitos em função dos bons resultados da sua estratégia de participação nas redes que encontramos durante a nossa observação.

Considerações finais

Com o resultado de nossa pesquisa, podemos perceber que, no ciberespaço, essa atividade inclusive altera o posicionamento de professores e alunos, incluindo professores como aprendentes e alunos como ensinantes. Isso porque, na perspectiva que empregamos de colaboração em rede, o conhecimento do professor não se evidencia sobre o do estudante, ambos participam de uma dinâmica que os equaliza, tornando-os pares.

Um dado importante que obtivemos nessa investigação foi que no ciberespaço os professores não conseguem manter seu mesmo nível de autoridade. Se pensarmos a quantidade de produções de estudantes na *internet* e que em muitos casos a audiência que lhes assistem é muito superior ao de seus professores, reforçando situações em que os alunos possuem mais autoridade e influência sobre a vida de outros sujeitos do que seus professores. Isso nos remete à gênese da cultura *Hacker*, protagonizada por um público potencialmente jovem e com ideais marcantes de libertação e de democratização dos saberes.

Se em espaços formais de aprendizagem o professor está acostumado a ter toda a atenção voltada para si, ainda que para isso não necessite de diligência ou empenho algum, o nosso estudo demonstrou que, nos *sites* de redes sociais, ele precisa de muito esforço e dedicação para barganhar audiência, visibilidade e popularidade.

Se apenas o mero fato de ser “visível” já não é considerado tão fácil, se considerarmos a necessidade de expansão de um dado laço ou nó, a popularidade é produto de muita dedicação às suas redes. E o que podemos perceber é que os nossos sujeitos não tiveram sucesso, em se tratando de popularidade, já que tangenciaram os níveis moderados e baixos. Isso porque ser popular no espaço virtual implica presença assídua e capacidade de gerar exponenciais conversações a partir do que expõe, e, nesse espaço, ninguém é obrigado a ocupar uma cadeira, muito menos estar submetido a uma hierarquia, portanto, o que é publicado precisa ser relevante e atraente, e a manutenção dessa rede social precisa ser pontual.

Outra questão bastante pertinente, e que os dados dessa pesquisa demonstraram, é que a qualidade das informações que os sujeitos pesquisados compartilham, reproduzem e disseminam é excelente. Porém, eles não possuem relevante influência nas redes virtuais, considerando a importância dos nossos sujeitos para o meio acadêmico.

A autoridade desses sujeitos, que é inquestionável nos espaços presenciais, foi considerada como critério de escolha dos sujeitos nessa pesquisa e, confrontando com os elementos que instituímos baseados em nossos aportes teóricos, conferimos que

também não é reproduzida nas vivências virtuais dos nossos pesquisados.

Referências

BARDIN, Lawrence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 2009.

BEHAR, Patricia Alejandra (Org.). **Modelos Pedagógicos em educação a distância**. Porto Alegre, Artmed, 2009.

DIAS, Rosilâna Aparecida; LEITE, Lígia Silva. **Educação a distância: da legislação ao pedagógico**. 2ª ed, Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

FROSSARD, Vera Cecília. **A colaboração em cursos de educação a distância: uma proposta construcionista social**. 2007. Disponível em: <<http://www.cinted.ufrgs.br/ciclo10/artigos/6dVera.pdf>>. *Acessado em: 15/06/12*.

GUTIERREZ, Suzana de Souza. **A etnografia virtual na pesquisa de abordagem dialética em redes sociais on line**. 2004. Disponível em: <http://www.anped.org.br/reunioes/32ra/arquivos/trabalhos/gt16-5768--int.pdf> Acesso: 01/02/13.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 2. ed. Tradução de Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Loyola, 1999.

MOTA, José Carlos. **Da Web 2.0 ao E-learning 2.0: aprender na rede**. 2009. Dissertação (Mestrado em Ciências da Educação – Especialidade de Pedagogia do E-learning) - Universidade Aberta, AB, Portugal, 2009. Disponível em: <http://orfeu.org/weblearning20/>. *Acessado em: 08/10/11*

RECUERO, Raquel. **Revista.ibict.br**, vol. 4, No 1 (2008). Comunidades em redes sociais na internet: um estudo de caso dos fotologs brasileiros.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre, Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura).

SIEMENS, George. Connectivism: A Learning Theory for the Digital Age. In: **International Journal of Instructional Technology and Distance Learning**. v.2., n.1, 2005. *Disponível em:* http://www.itdl.org/Journal/Jan_05/index.htm. *Acesso em:* 01/12/2013.