

Área: Estratégia | **Tema:** Temas Emergentes em Estratégia

Influências do Uso das Mídias Digitais no Ensino Superior: Percepções de Acadêmicos do Curso de Administração

Influences of digital media use in higher education: Academic perceptions of administration course

Aline Paim Soares, Elizandra Limana, Thaís Flores Ferreira e Valéria Da Veiga Dias

RESUMO

Com a revolução digital, é imprescindível a utilização das mídias digitais no processo de ensino e aprendizagem para dinamizar as aulas, ampliar o conhecimento e a relação interpessoal. Assim, o presente artigo busca evidenciar as influências do uso das mídias digitais no processo de ensino e aprendizagem do ensino superior, sob a percepção dos acadêmicos de administração de uma universidade do Rio Grande do Sul. A estratégia metodológica utilizada caracterizou-se como um estudo de campo descritivo e quantitativo. A coleta de dados foi realizada por meio de aplicação de um questionário estruturado, envolvendo uma amostra formada por 43 estudantes do curso de Administração da instituição. Os resultados do artigo demonstram que os alunos utilizam as mídias digitais para estudo e evidência que o uso das tecnologias digitais contribui no processo de ensino e aprendizagem do ensino superior, mas que sob a percepção destes respondentes ainda existem algumas limitações a serem corrigidas. Neste sentido, nota-se a importância da inserção midiática no ambiente acadêmico, mas que diante deste contexto é necessária muita atenção no uso destas tecnologias.

Palavras-Chave: Revolução Digital, Ensino e Aprendizagem, Influências do uso

ABSTRACT

With the digital revolution, it is essential to use digital media in the teaching and learning process to streamline classes, expand knowledge and interpersonal relationships. Thus, the present article seeks to highlight the influences of the use of digital media in the teaching and learning process of higher education, under the perception of the management academics of a university in Rio Grande do Sul. The methodological strategy used was characterized as a study of descriptive and quantitative field. Data collection was performed by applying a structured questionnaire, involving a sample of 43 students from the institution's business Administration course. The results of the article demonstrate that students use digital media for study and evidence that the use of digital technologies contributes to the teaching and learning process of higher education, but that under the perception of these respondents there are still some limitations to be corrected. In this sense, it is noted the importance of media insertion in the academic environment, but that in this context much attention is needed in the use of these technologies.

Keywords: Digital Revolution, Teaching and Learning, Influences of use

Eixo Temático: Estratégia

INFLUÊNCIAS DO USO DAS MÍDIAS DIGITAIS NO ENSINO SUPERIOR: PERCEPÇÕES DE ACADÊMICOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

INFLUENCES OF DIGITAL MEDIA USE IN HIGHER EDUCATION: ACADEMIC PERCEPTIONS OF ADMINISTRATION COURSE

RESUMO

Com a revolução digital, é imprescindível a utilização das mídias digitais no processo de ensino e aprendizagem para dinamizar as aulas, ampliar o conhecimento e a relação interpessoal. Assim, o presente artigo busca evidenciar as influências do uso das mídias digitais no processo de ensino e aprendizagem do ensino superior, sob a percepção dos acadêmicos de administração de uma universidade do Rio Grande do Sul. A estratégia metodológica utilizada caracterizou-se como um estudo de campo descritivo e quantitativo. A coleta de dados foi realizada por meio de aplicação de um questionário estruturado, envolvendo uma amostra formada por 43 estudantes do curso de Administração da instituição. Os resultados do artigo demonstram que os alunos utilizam as mídias digitais para estudo e evidência que o uso das tecnologias digitais contribui no processo de ensino e aprendizagem do ensino superior, mas que sob a percepção destes respondentes ainda existem algumas limitações a serem corrigidas. Neste sentido, nota-se a importância da inserção midiática no ambiente acadêmico, mas que diante deste contexto é necessária muita atenção no uso destas tecnologias.

Palavras-Chave: Revolução Digital, Ensino e Aprendizagem, Influências do uso.

ABSTRACT

With the digital revolution, it is essential to use digital media in the teaching and learning process to streamline classes, expand knowledge and interpersonal relationships. Thus, the present article seeks to highlight the influences of the use of digital media in the teaching and learning process of higher education, under the perception of the management academics of a university in Rio Grande do Sul. The methodological strategy used was characterized as a study of descriptive and quantitative field. Data collection was performed by applying a structured questionnaire, involving a sample of 43 students from the institution's business Administration course. The results of the article demonstrate that students use digital media for study and evidence that the use of digital technologies contributes to the teaching and learning process of higher education, but that under the perception of these respondents there are still some limitations to be corrected. In this sense, it is noted the importance of media insertion in the academic environment, but that in this context much attention is needed in the use of these technologies.

Keywords: Digital Revolution, Teaching and Learning, Influences of use.

1 INTRODUÇÃO

A partir do século XIX a influência da ciência na sociedade modificou os processos industriais, bem como, a inclusão das novas tecnologias como a internet, aparelhos móveis e jogos eletrônicos vêm moldando a forma de interação humana. Com o avanço da internet, novos termos surgiram como educação online, comércio eletrônico, redes sociais virtuais, entre outros (KNOLL; CORSO e JUNIOR, 2017).

Segundo Abreu et al. (2013), as tecnologias de informação e comunicação (TICs) modernas, como os computadores, o acesso à internet e os telefones celulares, revolucionaram a forma como as pessoas se comunicam, se socializam, buscam, trocam informações e adquirem conhecimento. Hoje é possível acessar qualquer informação sobre quase todos os temas em apenas alguns segundos e com um simples toque de uma tela (ABREU; EISENSTEIN e ESTEFENON, 2013).

Para Xavier (2011, p.1), “com a chegada das tecnologias digitais surgiram novas e inúmeras ofertas de informação, comunicação, aprendizagem, administração, entretenimento e lazer, principalmente com a popularização do computador conectado à internet”. Certamente essas tecnologias têm influenciado comportamentos e estimulado atividades intelectuais voltadas à nova realidade cultural e socio técnica hoje bastante marcada pela utilização das ferramentas digitais. No campo da linguagem e educação de forma especial, são necessárias investigações que descrevem, analisam e interpretam o quanto tais tecnologias estão repercutindo no processo de aprendizagem dos alunos (XAVIER, 2011).

As reflexões em torno do assunto mídia e educação vem sendo aprofundado há várias décadas, isso em função de sua influência na formação do sujeito contemporâneo e da necessidade em explorar o assunto diante do rápido desenvolvimento das novas tecnologias de informação e comunicação (DORIGONI e SILVA, 2007).

Nesse sentido, a presente pesquisa tem intuito de responder a seguinte problemática: como as mídias digitais podem influenciar no ensino-aprendizagem dos acadêmicos do curso de administração de uma Universidade do Rio Grande do Sul? Visando responder a problemática levantada, a pesquisa contará com o objetivo geral de verificar a percepção dos acadêmicos de administração sob o uso das mídias digitais no ensino superior.

Ainda com propósito de atingir o objetivo geral, os objetivos específicos desta pesquisa são: a) Identificar quais as principais mídias digitais utilizadas no curso; b) Verificar de que forma as mídias digitais podem impactar no comportamento dos acadêmicos dentro do ambiente universitário; c) Evidenciar as interferências, contribuições ou limitações que o uso das mídias pode trazer ao processo de ensino-aprendizagem no curso de administração; d) Analisar como as mídias digitais podem auxiliar no processo de ensino-aprendizagem.

A proposta deste estudo se justifica ao considerar a evolução recente das tecnologias digitais, passam a haver muitas alternativas interessantes para a dinâmica de ensino-aprendizagem dentro das universidades. As salas de aula que antes se resumiam a alunos, professores, quadro, giz, mesas e cadeiras agora podem contar com novos elementos de multimídia (LOPES, 2013).

Além disso, a internet se tornou mais do que um ambiente ou uma ferramenta, tornando-se um caminho que possibilita a aplicação de novas didáticas e metodologias aplicadas ao ensino. A integração da tecnologia e comunicação na escola favorece em muito a aprendizagem do aluno e a aproximação de professores com estes, pois através deste meio tecnológico ambos têm a possibilidade construir conhecimento através da escrita, reescrita, troca de ideias e experiências, o computador se tornou um grande aliado na busca do conhecimento, pois se trata de uma ferramenta que auxilia na resolução de problemas e até mesmo no desenvolvimento de projetos (BRASIL ESCOLA, 2016).

2 EDUCAÇÃO NA ERA DO MARKETING DIGITAL

De acordo com ORGÂNICA (2017), o marketing digital pode se tornar um grande aliado das instituições de ensino para atrair alunos, elas aproveitam os canais digitais de forma estratégica utilizando as redes sociais, o e-mail e os buscadores, tais como *google* como ferramentas. Com os possíveis alunos cada vez mais imersos nesse meio, o marketing digital se mostra como uma das possibilidades mais eficientes para a aproximação da instituição com seu público (RESULTADOS DIGITAIS, 2016).

Para Torres (2009, p. 45),

[...] quando você ouve falar de marketing digital, publicidade online, marketing web, publicidade na internet ou quaisquer outras composições criativas que se possa fazer dessas palavras, estamos falando em utilizar efetivamente a internet como uma ferramenta de marketing, envolvendo comunicação, publicidade, propaganda e todo arsenal de estratégias e conceitos já conhecidos na teoria do marketing.

A educação brasileira vem sofrendo significativas mudanças com a implementação de tecnologias na educação. Para Serafim e Souza (2011, p.20), é essencial que o professor se aproprie de gamas de saberes advindos com a presença das novas tecnologias digitais da informação e da comunicação para que estes possam ser sistematizadas em sua prática pedagógica. A aplicação e mediação que o docente faz em sua prática pedagógica do computador e das ferramentas multimídia em sala de aula, depende em parte, de como ele entende esse processo de transformação e de como ele se sente em relação a isso, se ele vê todo esse processo como algo benéfico, que pode ser favorável ao seu trabalho, ou se ele se sente ameaçado e acuado por essas mudanças.

Segundo Chartier (2007, p.1), “além de auxiliar no aprendizado, a tecnologia faz circular os textos de forma intensa, aberta e universal e, acredito, vai criar um novo tipo de obra literária ou histórica. Dispomos hoje de três formas de produção, transcrição e transmissão de texto: a mão, impressa e eletrônica e elas coexistem”.

Embora as novas tecnologias comprometam o entendimento e o sentido completo de uma obra literária, é função da escola e dos meios de comunicação manter o conceito do que é uma criação intelectual e valorizar os dois modos de leitura, o digital e o papel. Atualmente temos no mundo digital um novo suporte, a tela do computador, e uma nova prática de leitura, muito mais rápida e fragmentada. Ela abre um mundo de possibilidades, mas também muitos desafios para quem gosta de ler e, sobretudo, para os professores, que precisam desenvolver em seus alunos o prazer da leitura (CHARTIER, 2007).

2.1 USO DE MÍDIAS DIGITAIS NO PROCESSO DE ENSINO-APRENDIZAGEM

A inserção das mídias digitais na educação traz possibilidades que podem mudar a realidade, muitas vezes taxadas como impossíveis de se resolver. Segundo Martins (2007 apud Brito e Straub, 2013 p. 204), “as tecnologias atuais permitem a criação de situações de aprendizagens ricas, complexas e diversificadas que contribuem para o indivíduo manifestar sua individualidade e criatividade e estabelecer interações de forma integral e eficiente”.

Segundo Torres (2009, p. 241), “a mídia é o meio pelo qual a publicidade é veiculada”. Na internet, atualmente, ela se apresenta de várias formas, sendo possível divulgar uma marca através de um grande número de mídias digitais como: publicidade online, e-mail marketing, sites, blogs, redes sociais entre outros.

De acordo com InfoNauta (2005), é interessante notar que há sempre um intervalo entre a criação da tecnologia e o seu uso como meio de comunicação. Também se deve atentar para o fato de que, cada novo meio de comunicação baseado em uma nova tecnologia, acaba

por criar novos hábitos e um novo comportamento em seus usuários, chegando a moldar seus modos de vida e de pensar.

Da mesma maneira como ocorreu na transição dos meios impressos para os eletrônicos, depois de um pequeno intervalo desde sua criação, a transição para o computador fez surgir uma nova cultura midiática que desenvolveu características e comportamentos de consumo diferentes de mensagens daqueles apresentados em outros meios, demandando assim uma nova classificação. Por tratar as informações de forma matemática, convertendo qualquer conteúdo para o padrão binário, as mídias originárias do computador e da internet passaram a ser chamadas de mídias digitais (SANTAELLA, 2004). A autora ainda traz um resumo das características da cultura midiática surgida a partir das tecnologias citadas, conforme Figura 2:

Figura 1 – Culturas e classificações midiáticas

Culturas e Classificações midiáticas		
Classificação Midiática	Principais Mídias	Características Culturais
Mídia impressa	Livros Jornais Revistas	Leitor contemplativo. Necessidade de pausa ou "separação" do cotidiano por meio do silêncio e concentração. Recepção linear do conteúdo.
Mídia eletrônica	Televisão Cinema Rádio Telefone	Leitor movente. Recepção simultânea com o cotidiano. Variedade de signos e linguagens.
Mídia digital	Computadores Internet Dispositivos móveis	Leitor imersivo. Estado de prontidão para o contato com as mensagens nos mais formatos. Leitura não linear (hipertexto). Interatividade, inclusive com o próprio conteúdo das mensagens

Fonte: Santaella (2004, p.33).

Segundo Budinsky (2015), quando falamos em introduzir mídias em sala de aula pensamos logo em informática, internet, rádio, televisão e vídeos, dificilmente lembramos de mídias impressas como jornais, revistas e livros, pois estes já fazem parte de nosso cotidiano em sala de aula. Planejar aula usando internet, televisão ou rádio é muito diferente de planejar usando livros, jornais ou revistas, requer um maior conhecimento do instrumento a ser utilizado, maior tempo dedicado a escolha do material de acordo com o objetivo pretendido, porém isso não pode nos impedir de inovar e acompanhar a evolução da educação.

No contexto acadêmico, livros e periódicos passaram a ser produzidos e publicados no meio digital, materiais didáticos também vêm sendo disponibilizados por meio de sites, data-show e inserção do sistema de multimídia contribuíram para dinamizar seminários e conferências. A modalidade de ensino não-presencial o chamado ensino a distância tem se configurado como uma alternativa para o ensino e a aprendizagem em diversas áreas do conhecimento (OLIVEIRA, 2009).

O fato é que o uso dessas tecnologias pode aproximar alunos e professores, além de ser útil na exploração dos conteúdos de forma mais interativa. O aluno passa de mero receptor, que só observa e nem sempre compreende, para um sujeito mais ativo e participativo. O ideal seria testar as novas tecnologias e identificar quais se enquadram na realidade da escola e dos alunos (GAZETA DO POVO, 2013).

Lima (2011), conclui que as atividades envolvendo as mídias facilitam o aprendizado dos temas abordados, como também, de outros assuntos onde foi constatado através dos debates, pois viabilizaram despertando nos alunos sua parte crítica e reflexiva bem como a capacidade de se envolver nas atividades levando a um bom resultado.

2.2 INTERAÇÃO ACADÊMICA E TECNOLOGIAS DIGITAIS

O público jovem absorve todas as inovações que a internet proporciona com a mesma rapidez com que elas são criadas e paralelamente vão tornando-se dependentes dessa tecnologia. Com a internet cada vez mais presente na vida cotidiana dos adolescentes, em um fluxo intenso de comunicação e trocas de informações, são criadas novas formas de relações e possibilidades de interação, seja no ambiente acadêmico ou na vida pessoal (SOUZA e OLIVEIRA, 2016).

Para Silva (2016) incentivar o protagonismo e a autonomia significa usar as TIC a favor do desenvolvimento de habilidades, provocando os educandos a realizarem investigações sobre temas inovadores que possam solucionar problemas locais, o que pode ser feito a partir da pesquisa de experiências bem-sucedidas realizadas em outras cidades, estados, países e que podem servir de inspiração. A internet abre canais de interação com o mundo, mas de nada valerá, se o usuário não for capaz de pensar os problemas locais, inovando para transformar sua realidade (SILVA, 2016).

Para Moran (2004), a maior reclamação dos alunos é a forma como os professores ministram suas aulas, falando por horas, expondo o conteúdo, com pouca possibilidade de participação dos discentes, não ocorrendo assim uma interação professor-aluno. As tecnologias permitem aos usuários uma grande interação e participação, o que os coloca no papel de sujeito de suas ações (PORTO, 2006).

De acordo com Silva (2010, p.3),

Caracterizados pela independência e autonomia, os jovens buscam as fontes de informação, tornando-se mais dinâmicos e participativos. Com esse novo cenário digital, aquele tipo de professor “sabe-tudo”, que fornece todas as informações aos alunos, está com seus dias contados. Por isso, os processos de ensino e de aprendizagem devem se adaptar a essa nova realidade, indo ao encontro desse novo jeito de aprender e de ensinar.

Portanto, com toda esta proliferação da internet, não é possível haver a exclusão digital no processo de ensino e aprendizagem. Faz-se cada vez mais necessário o docente utilizar as mídias digitais em favor das suas aulas, para torná-las mais eficientes e dinâmicas, favorecendo a troca e a amplitude do conhecimento (SILVA, 2010).

Nasce um novo cenário onde os produtores de mídia e os consumidores fazem a interação de maneira imprevisível, surgindo uma modificação da forma de se relacionar com a mídia. Modificações estas que, para a maioria dos consumidores, exigem uma adaptação das velhas formas de usar e pensar as tecnologias. Porém, para os consumidores jovens, é uma realidade que já começa a ser vivida desde o seu nascimento, desconhecendo, assim, as velhas formas e as velhas mídias (DREVES e SOUSA, 2014).

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa caracteriza-se, quanto à natureza, como quantitativa. A abordagem quantitativa é de inspiração positivista e pretende basear-se em dados objetivos passíveis de mensuração. É baseado em rígidos critérios estatísticos, que servem de parâmetro para a definição do universo a ser abordado pela pesquisa (RAMOS, 2009).

Quanto aos objetivos, se enquadra como pesquisa descritiva, a qual segundo Castro (1976, p.66) “uma pesquisa é descritiva, se está querendo dizer que se limita a uma descrição pura e simples de cada uma das variáveis, isoladamente, sem que sua associação ou interação com as demais sejam examinadas”. Para Vergara (2000, p.47) a pesquisa descritiva determina características como correlações entre variáveis de determinada população ou fenômeno. Não

têm o compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação.

Quanto aos procedimentos técnicos, classifica-se como um estudo de campo. De acordo com Gil (2002), neste caso procura-se o aprofundamento de uma realidade específica. Ou seja, é um estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetivos, permitindo conhecimento amplo e detalhado. Nesse tipo estuda-se um único grupo ou comunidade em termos de sua estrutura social, ou seja, ressaltando a interação de seus componentes.

O instrumento de coleta de dados foi elaborado a partir da literatura revisada e foi estruturado em três blocos, contendo dezenove perguntas fechadas e uma pergunta aberta. Para o desenvolvimento do instrumento de coleta foi utilizado o formulário online, no *Google forms*, o link da pesquisa foi enviado aos alunos do curso de administração através das suas páginas nas redes sociais, no período de 26 a 31 de outubro.

O primeiro bloco contendo questões múltipla escolha, apresenta dados sobre o uso das mídias digitais de maneira geral a fim de compreender de que forma e em qual proporção o uso destas ferramentas está presente no cotidiano de estudo destes alunos. Segundo Junior et al. (2015), o corpo discente é caracterizado pelo uso continuado e pela intimidade como os dispositivos digitais. É nesse sentido que o trabalho com hipertextos e a introdução de mídias diversas, como suporte didático, pode ser um atrativo para esse público cada vez mais integrado à realidade tecnológica.

O segundo bloco da pesquisa foi organizado em uma escala intervalar do tipo *likert* onde a percepção das variáveis oscila de 1(um) Discordo Totalmente a 5(cinco) Concordo Totalmente, no qual o respondente deve optar por apenas um ponto da escala o que melhor corresponde a sua opinião sobre o uso das mídias digitais no processo de ensino e aprendizagem. Pode-se conceituar essa escala como um exemplo de escala de atitude na qual o respondente demonstra seu grau de concordância ou discordância em relação a um questionamento (APPOLINÁRIO, 2007). O terceiro bloco apresenta dados referentes ao perfil dos alunos como faixa etária, estado civil, escolaridades e renda.

A amostra desta pesquisa pode ser compreendida como do tipo não-probabilística e por conveniência e a coleta de dados de corte-transversal, já que o pesquisador estabeleceu os critérios de seleção dos participantes a partir de parâmetros previamente estabelecidos (MALHOTRA, 2001). Desta forma, a amostra desta pesquisa foi composta por estudantes e para que os mesmos possam participar foram estabelecidos dois pré-requisitos: i) ser estudante do curso de bacharelado em administração; ii) ser estudante da Universidade Franciscana.

Os dados obtidos foram tabulados no Excel e posteriormente foram realizadas análises estatísticas descritivas de frequência, percentual, média e desvio padrão. Segundo Larson (2010, p.6), “estatística descritiva é o ramo da estatística que envolve a organização, o resumo e a representação dos dados”.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A coleta de dados resultou em um total de 43 questionários respondidos. Ressalta-se que esta é uma das etapas mais relevantes do estudo, uma vez que apresenta o caso estudado, a conclusão da pesquisa e a solução para a problemática levantada.

Com relação ao perfil dos alunos respondentes a pesquisa contou com a participação de 29 mulheres e 14 homens, ou seja, 67,4% dos respondentes são do sexo feminino. Quanto à faixa etária de maior representatividade foi entre 19 e 25 anos, com 62,8% dos respondentes, 32,6% possuem entre 26 e 35 anos e apenas dois respondentes afirmaram possuir idade entre 36 e 45 anos representando 4,7% dos respondentes. Em relação ao estado

civil dos respondentes 69,8% afirmam estarem solteiros, 27,9% casados e um dos respondentes representando 2,3% afirma ser divorciado. Dentre os 43 alunos identificou-se que a maioria dos alunos respondentes possui idade entre 19 a 25 anos, com renda pessoal de um a dois salários mínimos, são do sexo feminino, solteiros e estão cursando atualmente o 8º semestre da graduação.

4.1 Análise do uso das Mídias Digitais

Esta seção descreve os resultados obtidos a partir do uso da internet e das ferramentas das mídias digitais, demonstrando de que maneira o uso destas ferramentas causa impacto no conhecimento destes alunos. Com relação ao uso da internet, 39 alunos afirmaram que em geral acessam a internet via *smartphone*, 2 deles utilizam notebook, 1 acessa via celular e 1 deles utiliza o computador. Segundo a FGV (2018), “cerca de 70% dos aparelhos usados para conexão com a internet em nosso país são *smartphones*, reforça ainda que o Brasil possua oficialmente mais *smartphones* ativos do que pessoas”. Ainda de acordo com Junior et al. (2015), o contraste entre as indicações de aparelhos tecnológicos que os alunos possuem pode ser um indicativo de que a portabilidade e a multifuncionalidade sejam fatores responsáveis pela expansão da utilização dos *smartphones*.

Quando questionados se em algum momento já haviam sido instruídos a utilizar fontes confiáveis de pesquisa na internet, 37 alunos afirmaram que sim, 5 dizem que não e 1 afirma que talvez já havia sido instruído. Neste contexto segundo Silva (2016), a atuação dos docentes é essencial, pois ainda que seja irrefutável o papel que essa tecnologia desempenha no acesso a bens culturais, não se pode ignorar que no ambiente virtual também são lançadas informações que não correspondem à verdade dos fatos, com evidentes erros ou a quem se atribui autoria que não condiz com sua origem.

Com relação ao tempo dedicado diariamente aos estudos, 46,5% dos respondentes afirmam reservar de 1 a 2 horas para estudo, 21% não dedica tempo para estudos, 11,6% mais de 4 horas diárias, também 11,6% afirmam dedicar até 30 minutos, 4,7% de 2 a 3 horas e 4,7% dedicam de 3 a 4 horas. Segundo Carelli e Santos (1998), planejar o tempo de forma adequada não é exatamente a distribuição em “tantas horas” de estudo, e sim, buscar garantir um estudo eficiente por um período de tempo, porque muitas vezes, mesmo possuindo habilidade para os estudos, esta não será de grande utilidade se o aluno não dispuser adequadamente seu tempo ao empregá-la.

Os alunos foram questionados sobre qual seria o motivo mais relevante que os levava a utilizar a internet para estudo, foi possível identificar que dentre os múltiplos motivos que levam os alunos a utilizar a internet como ferramenta de pesquisa, o motivo mais relevante indicado pelos alunos com 37,2% é a facilidade de acesso a várias informações, seguido de 34,9% para agregar conhecimento e 27,9% afirmam que a internet proporciona a busca de materiais educacionais online com rapidez. De acordo com Silva (2010, p.3), “caracterizados pela independência e autonomia, os jovens buscam as fontes de informação, tornando-se mais dinâmicos e participativos. Com esse novo cenário digital, aquele tipo de professor sabe-tudo, que fornece todas as informações aos alunos, está com seus dias contados”.

4.2 Análise do uso das mídias digitais no processo de ensino

Esta seção concentra-se em apresentar os resultados obtidos a partir da análise do uso das mídias digitais no processo de ensino e aprendizagem dos alunos do curso de administração. Lima (2011), conclui que as atividades envolvendo as mídias facilitam o aprendizado dos temas abordados, como também, de outros assuntos onde foi constado

através dos debates, pois viabilizaram despertando nos alunos sua parte crítica e reflexiva bem como a capacidade de se envolver nas atividades levando a um bom resultado.

No Quadro 1 (um) foram evidenciados os resultados da pesquisa realizada quanto as contribuições que o uso das mídias digitais traz no processo de ensino e aprendizagem.

Quadro 01 – Contribuições do uso das mídias digitais no processo de ensino e aprendizagem

Itens do questionário	Média	Desvio Padrão
Auxilia no processo de ensino e aprendizagem do ensino superior	4,47	0,83
Causa impacto no processo de formação de futuros profissionais	4,42	0,85
Contribui na interpretação e na organização das informações	4,47	0,63
Torna as aulas mais dinâmicas e atrativas, possibilitando assim a discussão de diferentes temas em sala de aula	4,53	0,70
Estimula o autodidatismo, motiva os alunos e consequentemente reduz a evasão escolar	4,09	0,95
Contribui para a evolução constante tanto do aluno quanto do professor	4,53	0,67

Fonte: Dados da pesquisa

Analisando os resultados presentes no Quadro 1 (um) pode-se perceber que a grande maioria dos respondentes julgam de maneira geral que o uso das mídias digitais traz contribuições ao processo de ensino e aprendizagem, indicando como as mais significativas “evolução constante tanto do aluno quanto do professor”, “torna as aulas mais dinâmicas e atrativas, possibilitando assim a discussão de diferentes temas em sala de aula” e “contribui na interpretação e na organização das informações”, representando médias de 4,53, 4,53 e 4,47 e desvios de 0,67, 0,70 e 0,63 respectivamente.

De acordo com Bento e Belchior (2016), em seu estudo sobre uso das tecnologias em sala de aula, há muitas vantagens com a inserção midiática no espaço escolar, por exemplo, a motivação, pesquisas uso da internet, entre outras. Por isso concordamos que ao usá-los como ferramenta de trabalho favorece para a formação de uma geração mais atuante, presente e inovadora, que pode aprender muito mais. Para Cuffa et al. (2014), no âmbito acadêmico, a adoção de técnicas de gestão do conhecimento e tecnologias é tão importante quanto no âmbito empresarial. O adequado emprego deste processo pode resultar na maior capacidade para tomada de decisão, redução do tempo do ciclo de desenvolvimento de pesquisa e nos serviços acadêmicos mais eficientes, entre outros.

A contribuição que os respondentes julgam em menor nível diz respeito a “estimular o autodidatismo, motiva os alunos e consequentemente reduz a evasão escolar”, que apresenta uma média de 4,09 e desvio padrão 0,95. Esse resultado pode indicar que mesmo que os alunos façam uso das ferramentas digitais para estudo, estes ainda necessitam de instrução dos docentes na busca de fontes fidedignas de pesquisa, e que embora a internet seja uma fonte rica de informações para estudo e realização de trabalhos, os alunos ainda enfrentam dificuldades no meio acadêmico, o que muitas vezes ocasiona a evasão escolar.

De forma geral, ao analisar o quadro que sumariza os resultados, nota-se que sob a percepção dos acadêmicos de administração as contribuições do uso das mídias digitais no processo de ensino e aprendizagem são notórias e percebe-se que, além dos respondentes entenderem e dominaram satisfatoriamente os dispositivos digitais, também demonstram a convicção de que a integração destas ferramentas no processo de ensino pode ser um importante complemento didático, além de auxiliar nos interesses dos alunos de graduação consultados.

O Quadro 02 apresenta os resultados obtidos sobre o uso das mídias digitais pelos docentes para ministrar as aulas.

Quadro 02 – Uso das mídias digitais no processo de ensino e aprendizagem pelos docentes

Itens do questionário	Média	Desvio Padrão
Os docentes/professores fazem uso das mídias digitais para ministrar suas aulas	3,44	1,12
Costumam incentivar o uso de tecnologias de informação e mídias digitais (aplicativos interativos, games educacionais, avaliações online) para estudo	3,21	1,04

Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com o Quadro 02, pode-se verificar que quando questionados sobre o uso das mídias digitais em sala de aula pelos docentes os respondentes apontam que, “costumam incentivar o uso de tecnologias de informação e mídias digitais (aplicativos interativos, games educacionais, avaliações online) para estudo” e “os docentes/professores fazem uso das mídias digitais para ministrar suas aulas”, apresentando médias de 3,21 e 3,44 e desvio padrão de 1,04 e 1,12 respectivamente em uma escala de 1 a 5, é possível afirmar que estes julgam de maneira geral nem concordar nem discordar com o uso ou incentivo destas ferramentas por parte dos docentes.

Segundo Brito e Straub (2013), o papel do professor é o de ser mediador do processo de ensino e aprendizagem usando mídias digitais. De acordo com Bévort e Belloni (2009), mediatizar significa buscar metodologias de ensino e estratégias de utilização de materiais que auxiliem no ensino e aprendizagem. O aluno é um ser social e a escola faz parte desta sociedade. Faz-se necessário verificar novas alternativas no processo de ensino e aprendizagem, com atividades criativas e interessantes, em que o aluno possa participar e interagir cada vez mais com as mídias digitais dando, assim, sentido ao uso das tecnologias na educação.

Vieira (2012) afirma que, as novas tecnologias não substituem o papel do professor, pelo contrário elas vêm para agregar valores ao processo de aprendizagem, modificando a forma de ensinar e aprender. Ainda segundo Vieira (2012, p. 6),

O professor se transforma agora no estimulador da curiosidade do aluno por querer conhecer, por pesquisar, por buscar a informação mais relevante. Num segundo momento, coordena o processo de apresentação dos resultados pelos alunos. Depois, questiona alguns dos dados apresentados, contextualiza os resultados e os adapta à realidade dos alunos. Transforma informação em conhecimento e conhecimento em saber, em vida em sabedoria.

Brito e Straub (2013) afirmam que, infelizmente o professor encontra-se ainda, permeado pelo medo de inovar, achando que será substituído. No entanto, acreditamos que mesmo com os avanços tecnológicos nada substituirá o papel importante que o professor tem para cada criança ou sociedade. O educador deve entender antes de tudo que o estudante de hoje não é o mesmo que existia antigamente, a lógica de raciocínio de nossos jovens e a atenção que utilizam em várias atividades simultâneas é muito constante. O professor deve entender a realidade do jovem enxergando as coisas sobre as perspectivas deles, caso contrário assumirão uma posição não favorável em sala de aula. Se houver essa divisão entre professores e alunos a convivência entre eles diminuirá e consequentemente, a eficácia do ensino (PINHEIRO, 2010).

Esse resultado sinaliza que os docentes precisam introduzir as tecnologias no processo de ensino e aprendizagem, pois é possível verificar que com o uso adequado destas ferramentas elas podem vir a contribuir no desenvolvimento eficaz do ensino. Desta forma cabe ao professor conscientizar o acadêmico a respeito das pesquisas, direcionando sobre fontes seguras de informação na *web* e a correta forma de produzir trabalhos, bem como estimulando a vontade de adquirir mais conhecimento, sendo rigoroso e intolerante a qualquer tipo de pesquisa advinda de cópias de quaisquer conteúdos, sempre salientando a importância de uma pesquisa bem feita (BARROS e MORAIS, 2013). Na Tabela 3 é apresentado os

resultados sobre quais ferramentas digitais são utilizadas pelos professores no processo de ensino-aprendizagem.

Tabela 3: Ferramenta digital utilizada pelos professores no processo de ensino e aprendizagem

Ferramenta digital mais utilizada pelos professores no processo de ensino-aprendizagem em sala de aula	Frequência	%
Livros digitais	1	2,3%
Sites	2	4,7%
E-mail	3	7,0%
Aplicativos	2	4,7%
Blogs	0	0,0%
Moodle	33	76,7%
Slides	1	2,3%
Slides em pdf	1	2,3%
Total	43	100%

Fonte: elaborada pelos autores.

De acordo com a Tabela 03, é possível verificar que a ferramenta digital mais utilizada pelos professores em sala de aula segundo os respondentes com 76,7% é o Moodle, 7,0% afirmam a utilização do E-mail, seguido por 4,7% tanto para sites e aplicativos e apenas 2,3% afirmam que os professores utilizam tanto livros digitais quanto slides e slides em pdf. Segundo Filho (2007, p. 5), é possível facilmente, compartilhar materiais de estudo, manter discussões ao vivo, aplicar testes de avaliação e pesquisas de opinião, coletar e revisar tarefas e registrar notas, através do uso dos Sistemas de Gerenciamento de Cursos (SGC).

Para Filho (2007, p. 7), “muitos professores relatam um aumento significativo na participação quando se introduz o ambiente online”. Entre os inúmeros sistemas existentes no Brasil a utilização do *Moodle* (com registro no site oficial de mais de 4.000 mil instituições utilizando o sistema no Brasil), *TelEduc* (com mais de 700 instituições), todavia esses softwares livres necessitam de profissionais qualificados para sua implantação (BARROS e MORAIS, 2013).

Em relação a pergunta aberta, dos 43 respondentes da pesquisa, 10 alunos afirmaram nada mais a declarar. De acordo com os demais, as principais contribuições pelo uso das mídias digitais no ensino são: auxílio na capacidade de criação dos alunos, auxílio no processo de ensino, desde que com a utilização correta destas ferramentas, ou seja, de fontes seguras, desenvolve habilidades, possibilita tornar a didática mais envolvente e assimilativa e captar atenção dos alunos, interação do graduando no processo de ensino, uso de vídeo aula como uma forma de tirar dúvidas dos alunos em momentos específicos, Interação do aluno com o processo de ensino através de Quiz educacionais, aquisição de conhecimento através do fácil acesso às informações

De acordo com Bento e Belchior (2016), fica explícito que é preciso formar novos estudantes para o presente, com conhecimentos atualizados no âmbito digital, de modo que sejam capazes de utilizar os recursos tecnológicos com desenvolvimento. Sabemos que a influência tecnológica na educação trás perspectivas de um novo campo de saber e de intervenção, o que vem se desenvolvendo no mundo inteiro, e que favorece na formação do sujeito, assim contribui para transmissão de conhecimento sociocultural no geral. Identificou-se ainda as limitações do uso das mídias digitais, são elas: Entrega dos trabalhos via sistema da instituição, Dificuldade de conexão a internet, Dificuldade de alguns professores na utilização das mídias, Falta de uma biblioteca digital com acesso ao portal do aluno, Utilização de aplicativos com ferramentas limitadas.

No tocante das interferências quanto ao uso das mídias digitais no processo de ensino e aprendizagem, citadas pelos respondentes identificou-se três pontos relevantes: Uso excessivo de slides durante as aulas interfere no processo de ensino tornando as aulas cansativas e desestimulantes; Falta conhecimento por parte tanto dos alunos quanto dos professores sobre as mídias digitais a serem utilizadas no processo de ensino; Utilização excessiva das mídias digitais, pode se tornar um obstáculo no processo de ensino, tornando o aluno dependente destas ferramentas

Considerando esse contexto, cabe citar a grande influência do uso das mídias digitais no processo de ensino-aprendizagem, é visível que o uso destas ferramentas digitais traz muitas contribuições ao ensino superior, mas ainda é necessário que os docentes planejem o uso dos meios digitais para que haja uma eficiente troca de conhecimento, e não só utilizá-lo como simples apresentador de conteúdo, atraindo assim o interesse dos alunos que estão cada vez mais envolvidos neste novo ambiente digital.

5 CONCLUSÃO E APRECIÇÃO CRÍTICA

O objetivo de verificar como o uso das mídias digitais pode influenciar no processo de ensino e aprendizagem dos acadêmicos do curso de administração foi atingido, como foi evidenciado nos resultados apresentados na seção anterior.

De acordo com os resultados obtidos, os respondentes afirmam utilizar a internet para estudo, devido à rapidez na busca de materiais para estudo, facilidade de acesso a várias informações e ainda afirmam que o uso desta ferramenta pode agregar um maior conhecimento. A maioria dos respondentes concorda totalmente que o uso das mídias digitais auxilia no processo de ensino e aprendizagem e na formação de futuros profissionais, de tal forma que traz contribuições como: a) facilidade na interpretação e organização das informações; b) torna as aulas mais dinâmicas e atrativas possibilitando a discussão de diferentes temas em sala de aula; c) contribui para evolução constante tanto do aluno quanto do professor; d) auxilia na capacidade de desenvolvimento e criação dos alunos; e) o uso destas ferramentas pode auxiliar na resolução de problemas e na tomada de decisão.

Através da pesquisa foi possível também verificar que existem algumas barreiras a serem derrubadas quando o assunto é inserção das mídias digitais no processo de ensino, alguns pontos foram levantados através dos resultados obtidos em relação à utilização destas ferramentas por parte dos docentes em sala de aula, os respondentes acreditam que os docentes poderiam explorar mais estes recursos com intuito de tornar as aulas mais dinâmicas e atrativas, ao invés de utilizar somente slides para a apresentação dos conteúdos, os respondentes ainda apontam algumas limitações do uso destas mídias, tais como: a) dificuldade de acesso a internet dentro da instituição de ensino; b) a inexistência de uma biblioteca digital para pesquisa; c) utilização de aplicativos ou softwares com ferramentas limitadas.

O estudo realizado mostrou que há muitas vantagens com a inserção midiática no ambiente acadêmico, desta forma deve-se buscar incentivar e estimular os alunos a utilização de maneira adequada destas ferramentas, também é de suma importância que o corpo docente esteja preparado para utilizar estes recursos em sala de aula. Diante deste contexto precisamos ter atenção para o uso das tecnologias, notou-se no percurso quanto à tarefa do professor é importante, mas que o aluno como parte mais envolvida neste processo precisa assumir o seu papel crítico frente às novas tecnologias.

REFERÊNCIAS

ABREU, Cristiano Nabuco de; EISENSTEIN, Evelyn; ESTEFENON, Susana Graciela B. (organizadores). **Vivendo esse mundo digital: impactos na saúde, na educação e nos comportamentos sociais**. Livro eletrônico. Porto Alegre: Artmed, 2013. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=who7AgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 02 ago. 2018.

APPOLINÁRIO, Fábio. Dicionário de metodologia científica: um guia para a produção do conhecimento científico. In: **Dicionário de metodologia científica: um guia para a produção do conhecimento científico**, 2007.

BARROS, Carlos Enrique de Lima; MORAIS, Sérgio Augusto Santos de. **O professor no processo de ensino e aprendizagem: novas tecnologias, novos caminhos**, 2013. Disponível em: <<http://www.atenas.edu.br/Faculdade/arquivos/NucleoIniciacaoCiencia/REVISTAS/REVIST2013/6%20O%20PROFESSOR%20NO%20PROCESSO%20DE%20ENSINO%20APRENDIZAGEM%20NOVAS%20TECNOLOGIAS,%20NOVOS%20CAMINHOS.pdf>>. Acesso em: 17 nov.

BELLONI, Maria Luiza; BÉVORT, Evelyne. Mídia-educação: conceitos, história e perspectivas. **Revista de Ciência da Educação & Sociedade**, v. 30, n. 109, set/dez, Campinas, 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-73302009000400008&lng=en&nrm=iso&tlng=pt>. Acesso em: 17 nov. 2018.

BENTO, Luciane; BELCHIOR, Gerlaine. Mídia e educação: o uso das tecnologias em sala de aula. **Revista de pesquisa interdisciplinar**, v. 1, Ed. Especial, p. 8, set/dez, 2016. Disponível em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:5L_jq2aMMI0J:revistas.ufcg.edu.br/cfp/index.php/pesquisainterdisciplinar/article/download/98/104+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>. Acesso em: 17 nov. 2018.

BRASIL ESCOLA. **As tecnologias de informação e comunicação (TICS) no contexto escolar**, 2016. Disponível em: <<https://monografias.brasilecola.uol.com.br/educacao/as-tecnologias-informacao-comunicacao-tics-no-contexto-escolar.htm>>. Acesso em: 29 set. 2018.

BRITO, Alvani Feliciano de; STRAUB, Sandra Luzia W.; MARTINS, M. C. **As mídias digitais e a prática pedagógica**, 2013. Disponível em: <<http://sinop.unemat.br/projetos/revista/index.php/eventos/article/viewFile/1158/831>>. Acesso em: 17 set. 2018.

BUDINSKY, Elisete Teresinha A. **O uso das mídias na sala de aula: um desafio para o professor**, 2015. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/134010/000979745.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 24 set. 2018.

CARELLI, Maria José Guimarães; SANTOS, Acácia Aparecida Angeli dos. **Condições temporais de estudo em universitários**, 1998. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pee/v2n3/v2n3a06>>. Acesso em: 12 nov. 2018.

CASTRO, C. M. **Estrutura e apresentação de publicações científicas**. São Paulo: McGraw-Hill, 1976.

CHARTIER, Roger. Os livros resistirão às novas tecnologias digitais. **Revista Nova Escola**, 2007. Disponível em: < <http://www.efdeportes.com/efd217/educacao-e-midia-as-novas-tecnologias.htm>>. Acesso em 25 set. 2018.

CUFFA, Denise; ROJO, Claudio Antonio; MELLO, Gilmar Ribeiro de. Gestão do conhecimento no ensino superior: um estudo com acadêmicos do curso de administração. **Revista Capital Científico – Eletrônica (RCCe)**, v. 12, n. 2, abril/junho, 2014. Disponível: < <https://revistas.unicentro.br/index.php/capitalcientifico/article/view/2460/2208>>. Acesso em: 17 nov. 2018.

DORIGONI, Gilza Maria L.; SILVA, João Carlos da. Mídia e educação: o uso das novas tecnologias no espaço escolar, 2007. Disponível em: <<http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/1170-2.pdf>>. Acesso em 24 set. 2018.

DREVES, Aleta Tereza; SOUSA, Juliano Ferreira de. **Jovens, mídias e tecnologias: o perfil do consumo de internet dos estudantes de jornalismo da UFAC e da UNESP**, 2014. Disponível em: < <http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2014/resumos/R43-0021-1.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2018.

FGV. Fundação Getúlio Vargas. **29º Pesquisa anual de administração e uso de tecnologia da informação nas empresas**, 2018. Disponível em: <29ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação>. Acesso em: 11 nov. 2018.

FILHO, Athail Rangel Pulino. **Introdução ao Moodle**. 2007. Disponível em: < <http://redesocial.unifreire.org/moodledialogico/galeria-de-arquivos/01-introducao-ao-moodle.pdf>>. Acesso em 18 nov. 2018.

GAZETA DO POVO. **Uso das novas tecnologias em sala de aula**, 2013. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/blogs/educacao-e-midia/uso-das-novas-tecnologias-em-sala-de-aula/>>. Acesso em: 13 set. 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em: <https://professores.faccat.br/moodle/pluginfile.php/13410/mod_resource/content/1/como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf>. Acesso em 31 mai. 2018.

JUNIOR, Achiles Batista. F.; AZEVEDO, Ney Queiroz de. **Marketing digital: uma análise do mercado 3.0**. Livro eletrônico. Curitiba: InterSaberes, 2015. Disponível em: <<http://bv4.digitalpages.com.br/?term=marketing%2520digital&searchpage=1&filtro=todos&from=busca&page=5§ion=0#/edicao/30493>>. Acesso em 11 set. 2018.

JUNIOR, Fernando Lino; ROLIM, Anderson Teixeira; CARVLHO, Sérgio Freitas de. Dispositivos digitais no ensino superior: percepções de alunos de administração. **Revista de Ensino, Educação e Ciências humanas**, Londrina, v. 16, n. 5, p. 486, 2015. Disponível em:

< <http://www.pgsskroton.com.br/seer/index.php/ensino/article/view/3863/3216>>. Acesso em: 14 nov. 2018.

KNOLL, Katiane Rossi H.; CORSO, Kathiane Benedetti; JUNIOR, Paulo Vanderlei C. Eu, você e o smartphone, até que o phubbing nos separe: um estudo sobre as implicações do uso (excessivo) do smartphone entre casais. **XX SemeAd - Seminários de administração**, São Paulo, 2017. Disponível em: <<http://login.semead.com.br/20semead/anais/arquivos/1812.pdf>>. Acesso em: 03 set. 2018.

LARSON, Ron. **Estatística aplicada**. São Paulo: Pearson Prentice hall, 2010. Livro eletrônico. Disponível em: <<https://bv4.digitalpages.com.br/?term=amostragem&searchpage=1&filtro=todos&from=busca&page=23§ion=0#/edicao/1242>>. Acesso em: 31 out. 2018.

LIMA, Maria Doris Araújo de. **Uso de vídeo impresso para o aprendizado de temas transversais, uma experiência com alunos do 8º ano de uma escola pública de Maceió**, 2011. Disponível em: < <http://epealufal.com.br/media/anais/121.pdf>>. Acesso em: 24 set. 2018.

LOPES, Sandra Luciane de Aragão T. Constituição de paródias, utilizando-se de músicas conhecidas e montagem de clipes das referidas canções. **Dissertação – Pós-Graduação em Mídias da Educação** – Universidade Federal de Santa Maria, 2013.

MÍDIAS DIGITAIS. **O conceito de mídias digitais, 2015**. Disponível em: <<https://midiasdigitaisbr.wordpress.com/2015/04/02/o-conceito-de-midias-digitais-2/>>. Acesso em: 02 out, 2018.

MORAN, José Manuel. Os novos espaços de atuação do educador com as tecnologias. **Anais 12º Endipe – Encontro Nacional de Didática e Prática de ensino**, Curitiba, 2004. Disponível em: < <http://www.eca.usp.br/prof/moran/espacos.htm>>. Acesso em 24 set. 2018.

OLIVEIRA, Flávia Medianeira de. A análise de propostas pedagógicas em portais educacionais para docentes de língua inglesa: implicações para o ensino e a aprendizagem de línguas no contexto digital. **Dissertação – Pós-Graduação em Letras** – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2009.

ORGÂNICA. **Marketing na educação**, 2017. Disponível em: <<https://www.organicadigital.com/blog/marketing-na-educacao/>>. Acesso em: 13 set. 2018.

PINHEIRO, Patricia Peck. **Direito digital**. 4ª ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2010.

PORTO, Tania Maria E. As tecnologias de comunicação e informação na escola: relações possíveis... relações construídas. **Revista Brasileira de Educação**, v. 11, n. 31, jan/abril, 2006. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/rbedu/v11n31/a05v11n31.pdf>>. Acesso em: 24 set. 2018.

RAMOS, Albenides. **Metodologia da Pesquisa Científica**. São Paulo: Atlas, 2009.

RESULTADOS DIGITAIS. **Panorama do marketing digital no mercado educacional brasileiro**, 2016. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/blog/panorama-marketing-digital-mercado-educacional-brasileiro/>>. Acesso em: 13 set. 2018.

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo**. São Paulo: Paulus, 2004.

SERAFIM, Maria Lúcia; SOUSA, Robson Pequeno de. **Multimídia na educação: o vídeo digital integrado ao contexto escolar**. Scielo books. Paraíba: eduepb, 2011. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/6pdyn/pdf/sousa-9788578791247-02.pdf>>. Acesso em: 24 set. 2018.

SILVA, Fernando Moreno da. Novas mídias: leitura e produção textual. **Revista Odisseia**, Natal, n. 5, jan/jun, 2010. Disponível em: <<https://periodicos.ufrn.br/odisseia/article/view/2027/1462>>. Acesso em: 25 set. 2018.

SILVA, Rosane Leal da. **Os desafios à educação na era digital: do paradigma da reprodução ao desenvolvimento da autonomia do educando**, 2016. III Congresso internacional uma pedagogia para a sociedade futura. Disponível em: <https://reciprocidade.emnuvens.com.br/novapedagogia/article/view/176/198>. Acesso em: 17 set. 2018.

SOUZA, Dercia Antunes de.; OLIVEIRA, Joyce Alessandra de M.; **Uso de tecnologias digitais por crianças e adolescentes: potenciais ameaças em seus inter-relacionamentos**, 2016. XIII SEGET – Simpósio de excelência em gestão e tecnologia. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos16/952473.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2018.

TORRES, Cláudio. **A bíblia do marketing digital**. São Paulo: Novatec, 2009.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3.ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2000.

VIEIRA, Matheus Machado. Educação e novas tecnologias: o papel do professor nesse cenário de inovações. **Revista Espaço Acadêmico**, v. 11, n. 129, p. 6, 2012. Disponível em: <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/14359/8641>>. Acesso em: 17 nov. 2018.

XAVIER, A. C. Letramento digital: impactos das tecnologias na aprendizagem da geração y. **Revista Unisinos Calidoscópio**, São Leopoldo: Vol. 9 n 1, p. 3-14, 2011. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/calidoscopio/article/view/748/149>>. Acesso em: 31 ago. 2018.