

VISÕES DA CIÊNCIA SENSIBILIZAÇÃO DIGITAL EM TEMPOS DE PANDEMIA

PRISCILA FRANÇA DE ALMEIDA PONSADILHA
CRISTIANE PIMENTEL VICTÓRIO

atual modelo de desenvolvimento econômico praticado na maior parte do mundo levado natureza а esgotamento. Impactos ambientais e sociais podem ser facilmente percebidos, alterando a qualidade de vida dos habitantes e trazendo relevantes prejuízos para as gerações futuras. Ao longo das últimas décadas, a emergência ambiental trouxe a luz uma série de discussões sobre sustentabilidade. O interesse essas questões, aliado avanços tecnológicos, permite que hoje se tenha muito mais informações sobre problemas dessa ordem, no entanto, esse conhecimento ainda não é suficiente para deter a degradação. (MARCATTO, 2002)

Os conceitos de educação ambiental são diversos e estão ligados a história e evolução do pensamento ambiental, que despertado sobretudo a partir da década de 50 com as grandes consequências degradação da ocasionada pela Revolução Industrial. Marcatto (2002) entende a Educação Ambiental (EA) como uma ferramentas para sensibilização e capacitação da população sobre as questões ambientais.

De acordo com Sato (1995) a EA tem como princípios gerais:

sensibilização, responsabilidade, compreensão, competência e cidadania, sendo a sensibilização considerada um processo de alerta e primeiro passo para alcançar o pensamento sistêmico sobre a dimensão ambiental e educativa.

A partir da vivência e do processo educativo, a sensibilização ambiental é capaz de levar a mudanças nos hábitos. comportamentos е atitudes relação ao meio ambiente. (MOURA, 2004). A EA aparece como importante ferramenta levando a população a desenvolver capacitação sensibilização para atuar contra os problemas ambientais.

Ainda de acordo com Marcatto (2002) a educação ambiental tem como objetivo atingir o público em geral e envolve a todos os segmentos da população podendo ser praticada nos mais variados ambientes.

A internet, tem seu surgimento na década de 1950, em época de Guerra Fria e com objetivos militares. Somente a partir dos anos de 1990 é que o público geral teve acesso amplo a essa tecnologia, que viria a mudar o mundo, anos depois, sendo considerada como o maior sistema de comunicação já desenvolvido pelo ser humano (Figura 1) (MONTEIRO,2001).

O ciberespaço permitiu também o desenvolvimento da

i

cibercultura. Lévy (1999) define-a como um "conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço".

A popularização da internet trouxe também as mídias sociais digitais. que representam os sites e diversos aplicativos que permitem a conexão e interação entre usuários informação. Marchiorato (2018)descreve que a introdução massiva de tecnologia e modelos de organização baseados no uso destas abriu novas possibilidades na relação entre os humanos e o mundo, inclusive na compreensão de natureza.

O fenômeno das redes sociais recebeu destaque a partir da segunda da internet. chamada geração comumente de Web 2.0 quando se permitiu a coabitação e interação entre as pessoas não só no espaço físico com também no ciberespaço. Além de permitir a interatividade, essas redes passam a ser marcadas pela colaboração, em uma tecnologia que permite a produção e consumo de conteúdo (VERMELHO e VELHO, 2016).

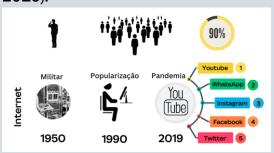


Figura 1. Internet: do surgimento em 1950 até ao fenômeno das redes sociais que se intensificou no período da pandemia.

O crescimento e a magnitude das redes sociais de mídia digital estão atrelados a popularização dos dispositivos individuais, como tablets, computadores e principalmente os smartphones (Figura 2, Figura 3), que facilitam a criação e o compartilhamento de conteúdo (DOCKHORN et al., 2020).



Figura 2. Dispositivos mais utilizados para acesso a Internet: computador, tablet e celulares smartphones.

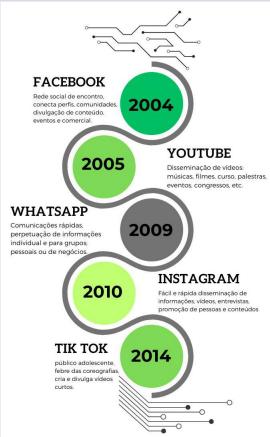


Figura 3. Linha do tempo do surgimento das mídias sociais. Com exceção do Youtube, também são redes sociais.

De acordo com o último relatório publicado em 2021 por duas importantes agências de marketing digital, a We Are Social e a Hootsuite (2021), ambas em atividade global, o Brasil apresenta 160 milhões de

usuários de internet, o que representa 75 % da população. Dentre eles 150 milhões, ou seja, 70,3% são usuários de mídias sociais, sendo as 10 mais utilizadas no país: Youtube (96.4%), WhatsApp (91.7%), Instagram (89.8%), Facebook (86.3%), Twitter (51.6%), TikTok (47.9%), Pinterest (47.1%), LinkedIn (42.6%) e Telegram (29.4%) (Figura 1) (ANI, 2023).

De forma pedagógica e formal a utilização das tecnologias digitais de informação e comunicação-TDIC´s é também incorporada pelas escolas. Iniciando-se ainda na década de 1980, com chegada dos а computadores (MARINHO E LOBATO, e tendo na entrada popularização da Internet, o ápice da produtividade pedagógica, resultados apresentando inquestionáveis. quando utilizada pelos educadores (MARCHIORATO, 2018)

Embora a incorporação das informação tecnologias de comunicação na área da educação ainda não acompanhe o mesmo ritmo de outros setores da sociedade, havendo ainda o predomínio de práticas e metodologias tradicionais de ensino, é necessário reconhecer que a internet faz parte da realidade atual e deve permear todas as esferas incluindo а educação. Enquanto ferramenta, a internet e em especial as mídias sociais digitais, encontram-se agregadas a vida dos jovens, e além de apresentarem-se como recurso também precisam de orientação quanto ao uso crítico e consciente, que cabe a um diálogo no (FIALHO âmbito educacional. SOUZA, 2019)

Desde o final de 2019 o mundo foi acometido por uma pandemia. O novo Coronavírus- SARS-CoV-2 surgiu

na China e se espalhou pelo mundo. Como tentativa de conter a propagação desse vírus, foram tomadas medidas para promover o distanciamento social, que incluíram o fechamento de escolas, universidades e demais centros de estudo. (MOREIRA et.al., 2020)

Apoiado na grande disseminação da internet e dos aparelhos celulares, um novo contexto educacional surge partir а fechamento das unidades de ensino. necessidade de transmitir os materiais pedagógicos, elaborados pelas instituições, e manter o vínculo educacional, ainda que a distância, leva a adoção de diversas plataformas digitais, incluindo as chamadas redes sociais. como necessárias ferramentas educacionais. (SOUZA e FIGUEIREDO, 2021)

A utilização desses ambientes digitais como educação. na representa um processo que já estava curso. mas teve grande aceleração a partir do contexto de pandemia. Nas mais diferentes redes, a exemplo do Youtube, Instagram e Facebook, diversos canais ou perfis educacionais já desenvolviam atividades com fins pedagógicos, tanto para a educação formal, como educação considerada para а informal e não formal. **Novos** aplicativos е programas foram inseridos no cotidiano da educação formal, como Google Sala de Aula (Google Classroom) **Teams** (Microsoft) em associação com as mídias sociais para condução ensino fundamental. médio. de graduação e pós-graduação.

Não somente nos meios formais de ensino, como escolas e universidades, o uso dos recursos digitais, em especial das plataformas de mídias sociais, apresenta um relevante papel também na educação informal e não formal, como espaço de ensino e aprendizagem. Quando sem a explicita intenção pedagógica, de uma sala de aula. muitas tecnologias digitais, permitem repensar da atuação humana no planeta. O acesso a sites, blogs, redes sociais, a internet como um todo, é capaz de levar os preceitos da EA (MARCHIORATO, 2018).

Em meio um eclético bombardeado por Fakenews e onde se fala a vontade, sem o filtro, muitas vezes, da ética, é possível propagar EA. No caso da plataforma digital de mídia social Instagram, também uma rede social, seu lançamento ocorreu no ano de 2010 e em 2012 foi comprada pelo Facebook. Com uma rápida popularização é hoje um dos aplicativos mais utilizados no mundo. Em 2017, já possuía cerca de 800 milhões de usuários ativos (MARTINS RAMOS. 2018). Dados recentes, publicados por uma matéria jornalística, mostram que plataforma se encontra atualmente no 5° lugar de popularidade dentre as redes sociais, e contando com 1 bilhão de usuários ativos (PORTAL G1, 2020).

O aplicativo foi desenvolvido pelos engenheiros Kevin Systrom e Mike Krieger com a intenção inicial de resgatar a nostalgia das câmeras instantâneas tipo Polaroids e com foco no compartilhamento de imagens (PIZA, 2012).

O espaço conquistado pelo Instagram está associando a sua dinâmica e fluidez, baseada na postagem de fotos, vídeos e stories. Essa plataforma permite a interação entre os usuários a partir de curtidas,

comentários e directs (Figura 4) (SOUZA e FIGUEIREDO, 2021).



Figura 4: Esquema da repercussão das postagens teóricas via story no Instagram.

Atualmente o aplicativo tem grande difusão e está bastante atrelado ao marketing digital. Na pandemia também surgiram muitas propostas de divulgação comercial no Instagram. Por prover uma conexão entre as marcas e consumidor, muitas desenvolver empresas buscam publicidade a partir da atuação de um grupo de profissionais relativamente recente, chamados de influenciadores digitais, que são pessoas que criam conteúdos e que possuem grande número de seguidores, exercendo influência sobre eles (MORAIS e BRITO. 2020). Em 2021. pandêmico, o Instagram alcançou sua maior marca de acessos no Brasil. A rede social mais utilizada pelos conforme dados brasileiros, divulgados na mídia. E o público mais frequente está entre 16 e 25 anos de idade seguido do público na faixa de 30 a 40 anos (OPINION BOX, 2023).

Por ser de rápida e ampla disseminação de informações, vimos na pandemia uma crescente atuação nas redes sociais como o Instagram no que tange ao cenário de educação e meio ambiente (Khalifé et al. 2022). A pandemia do COVID-19 alterou a estrutura de funcionamento nas relações pessoais e institucionais que precisou encontrar novos espaços para manutenção das discussões ambientais, apropriando-se assim dos

variados ambientes digitais. De forma significativa, a EA nas redes sociais é uma estratégia digital que contribui com o aumento da consciência acerca de diversas questões como resíduos sólidos urbanos (RSU), gases estufa, desmatamento, racismo ambiental, entre outros.

Como experiência prática, o uso do Instagram para abordar os RSU e a reutilização de resíduos foi aplicada e teve bastante repercussão aliando conteúdo de EA e práticas no reuso de resíduos sólidos (postagens na conto o Instagram: Ed. Ambiental & Upcycling - @ed.ambiental.upcycling).

LINKS COMPLEMENTARES

https://www.instagram.com/ed.ambiental.upcycling/ https://www.instagram.com/p/CTXcF0jlPKk/ https://www.instagram.com/stories/highlights/180001 06000341006/

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANI - Associação Nacional e Internacional de Imprensa. 2023. Disponível em:

https://www.anibrasil.org.br/single-post/o-ranking-das-redes-sociais-e-a-seguran%C3%A7a-para-influenciar-pessoas Acesso em: 21 julho 2023.

Dockhorn DCMS, Silva JC da, Domingues MJC de S. 2020. Redes sociais digitais como ferramenta no processo de ensino-aprendizagem interdisciplinar. Revista Labor, 2(24):204-227.

FIALHO LMF, SOUSA FGA. 2019. Juventudes e redes sociais: interações e orientações educacionais. Revista Exitus, Santarém, 9(1):202-231.

Khalifé M, Chaker R, Gasparovic S (2022) Environmental education and digital solutions: an analysis of the Lebanese context's existing and possible digital actions. Frontiers in Education, 7:958569.

LÉVY P. Cibercultura. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MARCATTO, C. 2002. Educação Ambiental: Conceitos e princípios. Belo Horizonte: Feam.

MARCHIORATO HB. 2018. Educação Ambiental: a tecnologia a favor da natureza. Kínesis-Revista de Estudos dos Pós-Graduandos em Filosofia, 10(23): 85-99. MORAIS NSD, BRITO ML de A. 2020. Marketing digital através da ferramenta Instagram. E-Acadêmica, 1(1):e5. MOREIRA MES, CRUZ ILS, SALES MEN, MOREIRA NIT, FREIRE HC, MARTINS GA, AVELINO GHF, DE ALMEIDA JÚNIOR S, POPOLIM RS. 2020. Metodologias e tecnologias para educação em tempos de pandemia COVID-19. Brazilian Journal of Health Review, 3(3):6281-

MONTEIRO LM da S, SANTOS VCP. 2019. Coleta seletiva e reciclagem em Belém e região metropolitana: uma análise sustentável para os resíduos sólidos. In: CONGRESSO SUL AMEIRCANO DE RESÍDUOS SÓLIDOS E SUSTENTABILIDADE, 2, 28-30 mai. 2019, Foz do Iguaçu. Anais... Foz do Iguaçu, p. 1-5.

OPINION BOX. Pesquisa sobre o Instagram no Brasil: dados de comportamento dos usuários, hábitos e preferências no uso do Instagram. Disponível em: https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/

Acesso em: 20 julho 2023

PIZA MV. 2012. O fenômeno Instagram: considerações sobre a nova perspectiva tecnológica. 48f. Monografia (Graduação em Sociologia) - Universidade de Brasília, Brasília.

SATO M. 1995. Educação Ambiental. São Carlos, UFSCar/PPG-ERN.

SOUZA LM, FIGUEIREDO RS. 2021. Desdobramentos pedagógicos da utilização do Instagram para a promoção da Educação Ambiental. Revista Interdisciplinar Sulear, 138-152.

VERMELHO SC, VELHO APM. 2016. As pesquisas sobre redes sociais digitais no Brasil: análise do período de 2001 a 2012. Revista Digital: Hipertextus, Rio de Janeiro, 15:7-26.

WE ARE SOCIAL, HOOTSUITE. 2021. Disponível em: https://wearesocial.com/digital-2021> Acesso em: 15 agosto 2021.

PRISCILA FRANÇA DE ALMEIDA PONSADILHA É PROFESSORA DOCENTE I DA SECRETARIA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO DO ESTADO RIO DE JANEIRO, DESDE 2012.

CRISTIANE PIMENTEL VICTÓRIO É PROFESSORA ASSOCIADA DA UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO