

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE EDUCAÇÃO
CURSO DE PEDAGOGIA LICENCIATURA PLENA
NOTURNO

Nathália Batisti

**A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PEDAGÓGICO NAS MÍDIAS
SOCIAIS: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA A PARTIR DO
*INSTAGRAM***

Santa Maria, RS
2022

Nathália Batisti

**A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PEDAGÓGICO NAS MÍDIAS SOCIAIS: UM
RELATO DE EXPERIÊNCIA A PARTIR DO *INSTAGRAM***

Trabalho de Conclusão apresentado ao Curso de
Pedagogia Licenciatura Plena Noturno, da
Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS),
como requisito parcial para obtenção do grau de
Licenciatura em Pedagogia.

Aprovada em 29 de julho de 2022.

Dra. Jane Schumacher (UFSM)

Dra. Cadidja Coutinho (UFSM)

Santa Maria, RS
2022

DEDICATÓRIA

Ao meu pai Julio Cesar Batisti, minha mãe Cristine Beatris Batisti, minha avó Santa Liberacy Batisti, meu irmão Luíz Henrique Maccalli e ao meu namorado Ramon Ariel Morsch que foram essenciais e meus maiores incentivadores deste desafio, principalmente na etapa final.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente gostaria de agradecer aos meus pais, que sempre buscaram uma educação de qualidade, mesmo que lhes custasse muito e me influenciaram a nunca desistir de passar em uma Universidade Federal, bem como não deixar de ser quem realmente sou, a minha essência. À minha avó Santa, por ser minha maior incentivadora de sonhos, a pessoa que mais acreditou em mim, vibrou comigo nos momentos bons, esteve do meu lado, me apoiando e secando as minhas lágrimas nos momentos ruins e sempre me esperou com um chá e um ranchinho para levar para Santa Maria nos domingos de noite. Ao meu irmão, que por muitas vezes foi “ouvidos” para minhas frustrações. À minha falecida bisavó que me chamava de “fióta”, sinto muito a tua falta. Ao meu namorado que foi meu alicerce durante todo o processo de estudos na universidade, que me acalmou quando estava nervosa, me animou quando estava triste e nunca deixou que eu desistisse do meu sonho. À minha tia e madrinha Rosângela, que me encorajou a entrar na área da educação e me explicou diversos conteúdos quando não entendia em sala de aula. Às minhas primas, que apoiaram minha caminhada. Ao meu padrasto, por levar e buscar na escola para que não passasse frio e pegasse chuva no ponto de ônibus e por me proporcionar todo o conforto para os estudos. À minha avó Nadir por me motivar sempre. A minha ex-chefe, Tatiana, por confiar no meu trabalho e me acolher em sua família, acreditando no meu potencial tanto na educação quanto nas Mídias Sociais. Às minhas colegas de aula, Inara, Bárbara e Bernadete por encararem todos os desafios das disciplinas comigo, fazendo das aulas um ambiente mais agradável e divertido. A Milena, minha colega de Ensino Médio e apartamento, que esteve comigo nos primeiros momentos longe da família, nas idas e vindas do restaurante universitário, da biblioteca e para casa. Às minhas colegas de aula e de comissão de formatura, que foram essenciais para que a finalização da graduação fosse feita com chave de ouro. À minha orientadora, tanto do Estágio Obrigatório Curricular de Anos Iniciais, quanto no Trabalho de Conclusão de Curso, que acreditou em mim e topou o desafio comigo, me encorajando a buscar o melhor de mim sempre, sendo minha base neste último semestre da graduação, me alegrando, ouvindo meus áudios de madrugada, respondendo meus questionamentos, tendo

paciência com todas as minhas dúvidas e incertezas e mostrando que além de ser uma ótima profissional, também és uma ótima amiga. E, a mim, que estive de cabeça erguida durante a trajetória, que não desisti apesar de todas as dificuldades enfrentadas durante os cinco anos de curso, que aprendi a confiar mais em mim, a ter mais segurança e acreditar que sou capaz.

O objetivo da vida não é vencer. É crescer e compartilhar. Quando você olhar para trás e vir tudo o que já fez na vida, terá mais satisfação na alegria que proporcionou à vida de outras pessoas do que nos momentos que as superou e as venceu.

(Rabino Harold Kushner)

RESUMO

A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PEDAGÓGICO NAS MÍDIAS SOCIAIS: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA A PARTIR DO *INSTAGRAM*

AUTORA: Nathália Batisti
ORIENTADORA: Jane Schumacher

Este trabalho de conclusão do Curso de Pedagogia Licenciatura Plena Noturno da Universidade Federal de Santa Maria teve como tema “A produção de conteúdo pedagógico no *Instagram*”. Trouxe como objetivo geral analisar as atividades e os benefícios que a produção de conteúdo pedagógico nas Mídias Sociais, como o *Instagram*, traz para o ambiente familiar de aprendizagem e como objetivos específicos verificar autores que justifiquem a prática tecnológica através de Mídias Sociais como forma de democratização do conhecimento; descrever a atuação do/a licenciado/a em Pedagogia no âmbito tecnológico de Mídias Sociais como forma de difundir conteúdo pedagógico; identificar os benefícios das atividades para o desenvolvimento das crianças. Optou-se por ter como fundamento um estudo de caso com abordagem qualitativa (GODOY, 1995), bem como uma pesquisa de cunho descritivo de relato de experiência. Com a análise dos dados da pesquisa é possível perceber que o *Instagram* tem potencial firmador de experiências positivas a partir do que o Pedagogo oferece e do interesse das famílias no Desenvolvimento Infantil no âmbito familiar, assim, contribuindo para o processo de ensino e aprendizagem, que favorece o brincar heurístico, a exploração, o descobrir por si, a autonomia e a valorização dos momentos em família.

Palavras-chave: Redes Sociais; Criança; Ensino-Aprendizagem; Tecnologia.

ABSTRACT

A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PEDAGÓGICO NAS MÍDIAS SOCIAIS: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA A PARTIR DO *INSTAGRAM*

AUTORA: Nathália Batisti
ORIENTADORA: Jane Schumacher

This final paper for Nightly Full Pedagogy Graduation at the Federal University of Santa Maria had as its subject "The production of pedagogical content on *Instagram*". It brought as a general objective to analyze the activities and benefits that the production of pedagogical content in Social Media, such as *Instagram*, brings to the family learning environment and as specific objectives to verify authors who justify the technological practice through Social Media as a way to democratize knowledge; to describe the performance of the graduate in Pedagogy in the technological scope of Social Media as a way of disseminating pedagogical content; identify the benefits of those activities for children's development. It was chosen to be based on a case study with a qualitative approach (GODOY, 1995), as well as a descriptive research of an experience report. With the analysis of the researched data, it is possible to perceive that *Instagram* has the potential to establish positive experiences from what the Pedagogue offers and from the interest of families in Child Development within the familiar environment, thus contributing to the teaching and learning process, that favors heuristic play, exploration, self-discovery, autonomy and the appreciation of family moments.

Keywords: Social Networks; Child; Teaching-Learning; Technology.

SUMÁRIO

1. O INÍCIO DE TUDO	9
2. REFLEXÕES TEÓRICAS ACERCA DAS REDES SOCIAIS	14
3. METODOLOGIA	22
4. RESULTADOS	25
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	46
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	48

1. O INÍCIO DE TUDO

Meu nome é Nathália Batisti, descrevo aqui um pedaço da minha trajetória pessoal até chegar à escolha profissional. Sou natural de Santa Cruz do Sul/RS. Fui criada por um misto de mulheres: minha mãe, avó, bisavó, tia, primas e meu pai. Sou filha única do meu pai, mas por parte de mãe tenho mais dois irmãos.

Desde pequena, enquanto minhas amigas sonhavam em se casar, meu maior sonho sempre foi me formar. Nas brincadeiras não costumava ter marido e era muito realizada profissionalmente.

Até a 7ª série do Ensino Fundamental estudei em uma escola pública. Foi um período muito conturbado, pois sofria *bullying* tanto por ter cabelo crespo quanto por usar óculos de grau. Quando passei para a 8ª série, consegui uma bolsa parcial em uma escola particular. Fiz inúmeras amizades, não sofria *bullying* e era muito feliz.

O Ensino Médio da escola era muito dedicado ao ENEM¹, tínhamos aula no turno da manhã e tarde e, no terceiro ano, tínhamos um *Intensivo Enem*, em que as aulas eram nos três turnos, exclusivamente ligadas aos temas do Exame. Também pela rotina cansativa do período final do terceiro ano é que consegui conquistar uma vaga em uma Universidade Federal.

Quando eu era pequena brincava no pátio da casa da minha avó de “escolinha”, deixava todas as minhas bonecas e ursinhos um do lado do outro fingindo que eram meus alunos e ficava de frente para eles contando tudo que eu havia aprendido na escola durante o dia. Ao longo dos anos, fui crescendo e troquei os bonecos pelas crianças mais novas da minha rua. Pegava os cadernos delas e inventava atividades semelhantes, como uma boa professora que eu pensava ser.

Minha afeição por essa área nunca diminuiu, sempre quis ajudar as crianças. Mas a minha primeira opção de curso de faculdade foi Psicologia. Como eu não sabia qual curso superior colocar como segunda opção, acabei pedindo para minha avó uma sugestão e foi quando, com os olhos brilhando, ela me falou que não tinha dúvidas de que deveria ser Pedagogia. E foi assim que eu passei na minha segunda opção de curso.

¹ O ENEM é o Exame Nacional do Ensino Médio, no qual os estudantes fazem, geralmente para ingressar na faculdade.

Já no primeiro ano na universidade, fui atrás de uma Disciplina Complementar de Graduação no curso de Psicologia. A Psicologia não era o que eu imaginava. Costumo dizer que foi o destino que me levou à Pedagogia, pois é o curso que me identifico, não somente por gostar de crianças, mas por querer levar o melhor a elas, transformar vidas, fazer diferente, causar impacto e ver resultados, mesmo que a longo prazo.

No mesmo ano, consegui uma vaga de Estágio Extracurricular em uma Escola Bilíngue Montessoriana, mas os horários acabaram por se sobrepor e no segundo ano não tive outra opção além de pedir demissão. Para minha surpresa, fui indicada pela mãe de uma das crianças da escola para trabalhar como babá na residência de sua amiga. Pela manhã trabalhava como babá e pela tarde fui contratada pela mãe da criança, que era psicóloga, para fazer Estágio Extracurricular no consultório dela. Abrimos, então, uma Oficina de Desenvolvimento Infantil, realizando trabalhos para estimular diversas habilidades em crianças entre 1 e 4 anos.

Nessa oficina, nós planejávamos dinâmicas que integrassem os grupos, compostos por no máximo três crianças. Assim, eram estimuladas competências e habilidades, integrando as crianças socialmente, emocionalmente, fisicamente e cognitivamente, para futuramente torná-las mais independentes e indivíduos que sabem conviver em sociedade e resolver problemas. A coordenação do curso de Pedagogia validou, através do meu contrato, essa experiência como Estágio Extracurricular do curso.

Quando a pandemia iniciou, meu trabalho passou por diversas mudanças. As atividades do consultório em que trabalhávamos foram encerradas. Isso me fez ter mais vontade de crescer e então fiz um curso online de *Disciplina Positiva para crianças de 0 a 3 anos de idade* ofertado pela Educadora Parental Silvia Carvalho e criei um perfil na plataforma digital *Instagram*² nominado como *@educanath_* para divulgar meu conhecimento e ajudar famílias a encontrarem estratégias para auxiliar as crianças que estavam em casa nesse período um tanto conturbado para todos.

Com o passar do tempo, foram surgindo diversas oportunidades de trabalho para atendimento individual das crianças. O perfil causou um grande

² Rede social online, visual, criativa e interativa que possibilita o compartilhamento de imagens e vídeos curtos.

impacto nos adultos - como por exemplo uma mãe enviando mensagens identificando o atraso no desenvolvimento da fala do filho - que ficavam cada vez mais curiosos em entender o desenvolvimento infantil (tudo que é relacionado à fala, ao caminhar, à escrita e à psicomotricidade, entre outros).

No perfil, compartilho diversas dicas e sugestões, como sobre o uso da chupeta, desfralde, atividades que desenvolvem raciocínio lógico, motricidade fina e grossa, atenção e concentração, por exemplo.

No fim do ano de 2021, concomitantemente foram realizados dois Estágios Obrigatórios. Sendo o de Educação Infantil presencial na cidade de Venâncio Aires/RS e o de Anos Iniciais de forma remota na cidade de Santa Maria/RS, ambos em escolas municipais.

No Estágio de Educação Infantil, realizado de forma presencial, pude utilizar meus conhecimentos em Disciplina Positiva e Método Montessori em uma turma de Pré-B conforme aceitação da professora regente, que me auxiliava na realização das atividades e também mediava as situações em sala de aula.

Já no Estágio de Anos Iniciais, que foi realizado totalmente de forma remota, pouco pude experienciar o processo de aprendizagem, isso porque tinha apenas uma aula por semana com duração de 1h e participação de aproximadamente $\frac{1}{5}$ da turma. No restante da semana, enviava o planejamento à professora regente que o aplicava e retornava com *feedbacks*³.

Quando se falava em Trabalho de Conclusão de Curso, sempre me foi muito claro que um tema pelo qual tivesse identificação surgiria. Também, sabia que seria relacionado ao desenvolvimento, pois já era a área que eu trabalhava e me afeiçoava.

Ao longo da minha trajetória na universidade me deparei com diversos teóricos, como Paulo Freire e Vygotsky, e metodologias da Pedagogia, tais como a Pedagogia Tradicional, Pedagogia de Waldorf e também o Método Montessori, o qual me identifiquei quando pude vivenciar diariamente sua

³ A palavra *feedback* vem do inglês, e representa a junção de *feed* (alimentar) e *back* (de volta), ou seja, essa tradução pode ser tida como o ato de realimentar, dar resposta a uma atitude ou comportamento. Ou seja, é como a comunicação feita entre duas ou mais pessoas, na qual é utilizada para fazer avaliações e expor opiniões com relação às suas ações, comportamentos, tarefas, entre outros.

prática, na escola em que fiz o meu primeiro estágio, conforme citado anteriormente. Dentro dessas práticas, pode-se citar as atividades de “vida prática”, de transferência de sólido ou líquido, varrer, cuidar de plantas e preparar um bolo.

O método é resultado de pesquisas desenvolvidas por uma mulher italiana chamada Maria Tecla Artemisia Montessori. Ela tornou-se conhecida ao criar um método totalmente oposto aos modelos tradicionais de educação. Era filha única e de classe média, desde cedo interessada por ciência, visto que formou-se em medicina com seus estudos voltados para crianças com deficiências mentais. Foi a partir desse momento que ela criou seu modelo de ensino.

Na visão de Montessori (1909), as crianças eram excluídas da sociedade como indivíduos por serem consideradas “impossíveis” de educar, entretanto, tinham aptidão por trabalhos domésticos, em que exercitavam habilidades motoras e desenvolviam autonomia. Com isso, Maria Montessori percebeu que se o modelo de educação tivesse as próprias crianças como centro da atenção, inseridas em um ambiente que fosse pensado para estimular suas habilidades naturais, elas se beneficiariam deste contexto. Além de diversas pesquisas médicas, ela também estudou Psicologia, Antropologia e Pedagogia. As atividades sugeridas pelo Método Montessori são as que permitem à criança se sentir parte do todo, participando ativamente do ambiente em que vivem. Por isso a importância de atividades de “vida prática”, termo que ela criou para caracterizar atividades que influenciam a autonomia da criança através de práticas de experiências no ambiente em que vivem.

Neste contexto surge o meu tema de pesquisa deste trabalho, que é a produção de conteúdo pedagógico nas Mídias Sociais voltadas para os direitos de aprendizagem no *Instagram* @educanath_.

Isso porque os meios de comunicação como *Internet*, celular e as mídias tiveram grande influência na geração de mudanças na estrutura das famílias. Portanto, nesse caso elas servem como mediadoras do processo de ensino-aprendizagem.

Com este recurso pode-se aproximar os conteúdos pedagógicos das famílias, utilizando atividades de vida prática, que servem de auxílio para o desenvolvimento dos filhos. Essa aproximação está alicerçada na articulação

entre os conteúdos pedagógicos da primeira infância, seguindo as competências previstas pela Base Nacional Comum Curricular e as habilidades para integrar as crianças socialmente, emocionalmente, fisicamente e cognitivamente, dentro do cotidiano das famílias.

Assim o problema de estudo busca responder a seguinte pergunta:

Quais os benefícios pedagógicos podem ser obtidos através do *Instagram*?

Neste estudo, busca-se pesquisar quais os instrumentos de aprendizagem que foram utilizados por familiares para auxiliar as crianças no período de pandemia; se já utilizaram alguma dica ou sugestão vista em redes sociais para aproximar-se positivamente dos filhos; se têm noção da importância do aprendizado na primeira infância e a importância de vivenciar uma Educação Infantil de qualidade. Assim, pode-se verificar se o *Instagram* pode auxiliá-los no relacionamento com os filhos, os desenvolvendo e melhorando sua qualidade de vida.

Como objetivo geral do estudo, busco analisar as atividades e os benefícios que a produção de conteúdo pedagógico nas mídias sociais, como o *Instagram*, traz para o ambiente familiar de aprendizagem.

Como objetivos específicos temos: verificar autores que justifiquem a prática tecnológica através de mídias sociais, como forma de democratização do conhecimento; descrever a atuação do/a licenciado/a em Pedagogia no âmbito tecnológico de mídias sociais como difusão de conteúdo pedagógico; identificar os benefícios das atividades para o desenvolvimento das crianças.

2. REFLEXÕES TEÓRICAS ACERCA DAS REDES SOCIAIS

Segundo Frier (2021), todo mês, mais de 1 bilhão de pessoas acessam o *Instagram*. Nele, são postados fotos e vídeos do que acontece em nossas vidas, em que mostramos nosso rosto, o cenário, nossa família, nossa comida e nossos interesses. O que compartilhamos nas redes quer mostrar o que desejamos ser. Há interações entre as postagens com o objetivo de criar relacionamentos e redes mais fortes ou marcas pessoais.

O aplicativo foi um dos primeiros a explorar totalmente o relacionamento com celulares, obrigando-nos a experimentar a vida através de uma câmera pela recompensa da validação digital e status na sociedade.

Para entendermos o que seria validação digital, precisa-se analisar números: de seguidores, curtidas, comentários, compartilhamentos e visualizações. Quanto maior o número de seguidores e curtidas, maior será a “popularidade” na sociedade.

Quando temos uma marca, postamos conteúdos que guiam a atenção dos usuários à potência do produto ou serviço. É um *marketing* de formação de gostos, narração de histórias, influência e entretenimento. Para toda publicação, há detalhes minuciosos cuidados especialmente para a exposição no aplicativo. Isto é, são mudados o jeito de projetar os espaços e a forma de comercializar os produtos e serviços, há ajustes de estratégias para atender ao novo formato (visual) de comunicação, a fim de uma exibição com qualidade no *Instagram*.

No aplicativo são fornecidas algumas informações que podem ser úteis para quem vende produto/serviço/influência, que são: as curtidas nas fotos, quem e quantos são seguidores e quem e quantos seguimos. É uma forma do aplicativo apresentar *feedback*. Isso porque, cada curtida e seguidor a mais, dá a sensação de satisfação aos usuários, lhes mostrando engajamento, o que pode levá-los a encontrar e refletir sobre estratégias de futuras ações no aplicativo, o que pode ser considerado potencial comercial.

Segundo Messina (2021, pág.18), tecnologista que foi o 19º usuário da plataforma e que inventou a hashtag afirma que

Ele [*Instagram*] lhe dá um vislumbre da humanidade e muda toda a sua perspectiva sobre tudo e sobre a importância de tudo. O *Instagram* é um espelho de nós mesmos, e permite que cada um de nós contribua com sua própria experiência para a compreensão deste mundo.

A iniciativa de criar um perfil no *Instagram* como forma de democratização de conteúdo pedagógico se deu a partir dos primeiros meses vividos na pandemia de covid-19.

Notei que pais que eu seguia no *Instagram* postavam fotos e vídeos de crianças tendo atitudes consideradas erradas e desrespeitosas. Pais estes, perdidos nas próprias atitudes, deixando de estimular os filhos e ajudá-los nas tarefas de aula.

Criei um perfil na plataforma com o intuito de disseminar todo meu conhecimento sobre educação e ajudar as famílias que não tinham noção de práticas pedagógicas e conteúdos assertivos para cada idade. O objetivo vai além de transmitir o que aprendi na minha trajetória educacional, também tem o propósito de aproximar positivamente as famílias de seus filhos e auxiliá-los no processo de ensino-aprendizagem no âmbito familiar.

Para Selwyn, as mídias sociais estão associadas à socialização em massa, como podemos observar a seguir:

Estas são aplicações da *internet* que dependem do compartilhamento de conteúdos digitais abertos que são criados, criticados e reconfigurados por uma grande massa de usuários. As aplicações da mídia social, portanto, permitem que os usuários conversem e interajam uns com os outros; para criar, editar e compartilhar novas formas de conteúdo textual, visual e de áudio; e permitem categorizar, rotular e recomendar outras formas existentes de conteúdo. Talvez a característica-chave de todas as práticas das mídias sociais seja a “socialização em massa” - ou seja, aproveita o poder das ações coletivas das comunidades de usuários on-line em vez de usuários individuais (2011, s/np).

Dessa forma, o iG é denominado @educanath_ e tem como denominação meu próprio nome, ou seja: Nathália Batisti, seguido da profissão: Futura Prof. Segundo o Dicionário Informal, “iG significa o nome do perfil, @exemplo que pode ser usado no Instagram, Twitter e Tumblr.”

A escolha do iG foi difícil devido a duplicidade com pessoas do mundo todo ser uma restrição, era necessário que fosse exclusivo, algo que ninguém mais usava. Utilizei a palavra *educa*, que é abreviação de educação e em seguida *nath* que é meu apelido. O underline (_) é apenas um caractere especial para deixar ainda mais próprio. Em suma, o objetivo do iG é *Educação com Nath*.

A primeira ação no perfil foi criar um *post* (foto) com uma montagem do meu rosto e uma frase em forma de pergunta: quem sou eu? Coloquei na legenda informações pessoais como nome, idade, escolaridade e experiências. A disseminação do perfil se deu através do meu *Instagram* privado. Ou seja, primeiramente tive como base os meus amigos e familiares, aos quais eu segui e encaminhei o *post*. Em seguida, nas publicações utilizei frases com entonação de curiosidade, com o objetivo de atrair as pessoas para a legenda. Outra ação importante e que me fez ganhar mais seguidores foi fazer uma *live*⁴ e explicar sobre a Disciplina Positiva.

Para toda a produção de conteúdo é necessária uma análise de retornos, sejam eles positivos ou negativos, onde analisamos as curtidas, comentários, compartilhamentos, visualizações, respostas e salvamentos. Além disso, é preciso definir uma paleta de cores e fontes (tipos de letras) e seguir este padrão.

Os conteúdos abordados no perfil são sobre assuntos que sei discorrer, tais como os níveis da escrita de Emília Ferreiro, Psicogênese de Ana Teberosky, os temperamentos de Isabela Minatel, Consciência Fonológica de Magda Soares, o brincar heurístico de Paulo Fochi (2019), entre outros, seguindo os autores como base e citando-os nas publicações.

Para alcançar a atenção dos usuários da plataforma, são utilizadas frases de impacto e geralmente perguntas, para atizar a curiosidade deles em descobrir a resposta, tais como “Pare de dizer não para seu filho!” e “Sua criança está preparada para aprender a ler?”. Além disso, no fim de cada publicação, há um pedido de opinião, como por exemplo, no *post* “Pare de dizer não para seu filho” há dois itens: “Vamos tentar diminuir o uso do não com

⁴ Live é uma transmissão ao vivo de áudio e vídeo na *Internet*, geralmente feita por meio das redes sociais, no *Instagram*, por exemplo é permitido ao usuário fazer uma transmissão de vídeo em tempo real para os seguidores.

as crianças ou até mesmo apenas fazer o uso consciente?” e “Quem já usa a Disciplina Positiva comenta aqui como está sendo”, o que instiga os seguidores a comentarem suas respostas.

Outra prática muito comum no aplicativo é a opção de “*stories*”, que nada mais é do que fotos ou pequenos vídeos que ficam disponíveis por apenas 24h. É a opção mais utilizada atualmente no *Instagram*. Tem um alcance muito maior que as publicações no perfil. Isso porque são sucintas e rápidas. Tem opção de colocar a localização, a temperatura do local, *GIFs*⁵, enquetes, caixas de perguntas e testes. É uma ótima opção para quem quer alcançar engajamento e interação. Por exemplo, podemos fazer *stories* falando um pouco sobre um conteúdo específico, e no final compartilhar uma publicação que explique mais sobre o assunto. Assim, instigamos os usuários a visitarem o perfil e lerem mais a respeito do conteúdo, que foi brevemente apresentado no *stories*.

Outra opção muito utilizada são as “*lives*”, que podem ser feitas solo ou com outro perfil convidado. Soares, colaborador do site Olhar Digital, cita que,

No último um ano e meio, transmissões ao vivo e vídeos curtos se popularizaram para um aumento de consumo desse tipo de conteúdo, que ainda segue em crescimento. A pesquisa *The Evolution of Social Media Report* feita pela empresa App Annie foi lançada na segunda-feira (06/09/2021) e mediu a expansão das redes sociais nos últimos meses e a mudança de comportamento dos usuários nessas plataformas. Os usuários devem consumir mais de 740 bilhões de horas nessas plataformas. É estimado que a maior parte desse tempo seja dedicado à *lives*.

Foi percebido que com a pandemia de Covid-19, as pessoas procuraram formas de “*distraírem-se*”, pois precisavam se distanciar fisicamente e com isso, houve um aumento no uso das mídias sociais, principalmente o *Instagram*. Nesse período de isolamento social é que as transmissões pela plataforma cresceram.

Segundo Alves, editora assistente do site B9, em uma matéria publicada em setembro de 2020,

⁵ Graphics Interchange Format ou GIF é um formato de imagem que pode compactar várias cenas e com isso exibir movimentos, o seu uso pode deixar os *stories* mais animados, criativos e agradáveis para o leitor.

um novo estudo realizado pela Socialbakers, plataforma global de soluções para otimização de performance corporativa em redes sociais, mostra que o *Instagram* ampliou sua liderança sobre o Facebook durante a pandemia de Covid-19. Em termos de audiência global, a rede social ampliou para 31,2% a vantagem que já era de 28% no primeiro trimestre de 2020. O total de interações no *Instagram* foi 18,7 vezes maior do que no Facebook entre os meses de abril, maio e junho (ALVES, 2022).

Com o avanço da pandemia, no ano de 2020 houve um impacto muito negativo em termos de educação e muitos se seguiram em 2021. As aulas foram interrompidas sem prazo para retorno. Em certo momento fora decidido que haveria aulas de forma remota, usando o ensino à distância, tanto para estudantes da Educação Básica quanto para alunos de Ensino Fundamental e Educação Infantil.

Elas seriam ministradas por meio de plataformas como Google Classroom, Google Meet e Zoom e a possibilidade de comunicação ativa entre escola e família, professores e estudantes, em diversas escolas ficou por conta do WhatsApp, Facebook ou Instagram.

Estudos do Laboratório de Pesquisa em Oportunidades Educacionais⁶, o *LaPope*, da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e da Fundação Maria Cecília Souto Vidigal (2022) constataram que crianças em idade pré-escolar, entre 4 e 5 anos, apresentam déficit no desenvolvimento da expressão corporal e oral, caracterizadas pela pandemia de Covid-19.

A pesquisa foi realizada com base em opiniões de docentes e familiares de estudantes matriculados em 77 escolas brasileiras, totalizando 2.070 pessoas. Dos dados coletados, têm-se ainda que 78% dos docentes avaliaram que as crianças estão se desenvolvendo menos do que o esperado.

Ainda, o estudo destaca que dos estudantes de Educação Infantil que foram avaliados durante a pandemia, 24,8% têm problemas de relacionamento e 37,6% mostram dificuldades em se comportarem adequadamente.

⁶Dados disponíveis em: <https://g1.globo.com/educacao/volta-as-aulas/noticia/2021/03/29/para-78percent-dos-professores-criancas-da-pre-escola-tem-expressao-oral-e-corporal-afetadas-durante-a-pandemia-diz-pesquisa.ghtml>

Em meio a esse cenário é que surgiram as dificuldades entre as famílias, estudantes e professores. Isso porque, com as aulas de modo híbrido, nem todas as famílias conseguiram suprir as demandas escolares, pois as mesmas não possuem conhecimentos pedagógicos suficientes para atender às tarefas solicitadas.

Essa questão corrobora ainda mais na importância de criar conteúdos embasados no interesse familiar ou que sirvam de entretenimento, para gerar uma conexão com os seguidores. É exatamente nesse viés, que pretendi abordar no meu perfil do *Instagram*, conteúdos que ajudem os pais/familiares a se aproximarem positivamente dos filhos.

Ressalta-se então, como ponto chave para a aproximação da família - criança, a afetividade, que, segundo Amaral, nas crianças entre 3 e 5 anos de idade, incluídas na Educação Infantil, é necessário existir uma relação afetiva que contribua no seu desenvolvimento.

A relação afetiva que estabelece a cada momento com cada acontecimento de seu universo predomina sobre o pensado e determina positiva ou negativamente as características que atribui aos objetos, pessoas ou situações com que lida. Embora saiba que as coisas, pessoas e acontecimentos têm uma individualidade estável, a compreensão que tem deles está diretamente relacionada a suas experiências emocionais (AMARAL, 2000, p. 51).

Contudo, percebemos que o discurso de Vigotsky (1992, p. 75), “os processos cognitivos não estão separados das relações afetivas, caracterizando um dos erros da psicologia tradicional de separar o afetivo do cognitivo, pois ele declara que o pensamento surge de motivações”, ainda que de três décadas atrás, serve como eixo norteador no processo de ensino-aprendizagem pela afetividade.

Nesse sentido, surge a ideia de fazer uma transmissão online no Instagram, juntamente com uma mãe que segue as dicas postadas no meu perfil, bem como a metodologia de Disciplina Positiva, para disseminarmos a ideia de afetividade na infância, o que pode facilitar a vida escolar das crianças (aprendizado) e aproximá-las de suas famílias.

Enquanto estudante de Pedagogia, não posso deixar de mencionar que é preciso sempre atualizar as metodologias de ensino e buscar compreender o

contexto vivenciado em cada situação, até porque, é preciso saber como as tecnologias estão presentes no cotidiano dos alunos e seus familiares.

Diante disso, percebe-se que a prática reflexiva deve estar sempre presente principalmente na atuação da Pedagogia. Isso porque, precisamos nos aproximar das tecnologias digitais, que estão cada vez mais próximas dos jovens, e usá-las para integração no processo de ensino-aprendizagem, para que a utilização seja feita de acordo com os objetivos educacionais e conteúdos curriculares.

Convém destacar que é fundamental que o pedagogo possua competências digitais necessárias na cibercultura para potencializar e criar experiências de aprendizagem que sejam atuais e memoráveis, utilizando o que se tem de melhor das tecnologias, até porque, como descrito na pesquisa do jornal Agência Brasil, no ano de 2019: “O Brasil é 5º país em ranking de uso diário de celulares smartphones no mundo” (VALENTE, 2019).

Quando fala-se em cibercultura, é necessário entender que é um termo conceituado por Levy (1999, p. 17) que significa “conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, atividades, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço⁷”.

Tendo em vista esse avanço do ciberespaço e das mídias sociais, busco usufruir da cibercultura para aproximar as famílias de suas crianças para que, indiretamente, impactem a infância de forma positiva, de modo a contribuir no desenvolvimento do processo de ensino. Os meios de comunicação sociais têm papel fundamental no universo de imagens e informações que tende cada vez mais a crescer, sendo que este “universo” não está desvinculado do ambiente escolar (FONSECA, 2008).

Basta o educador fazer o uso consciente e correto dos recursos tecnológicos que possibilitem às crianças se desenvolverem da melhor maneira possível, com apoio e acolhimento de suas respectivas famílias, para que seja possível “que o educando seja (trans)formado para a vida em sociedade” (NASCIMENTO, 2021) e convicto de reflexões acerca de pensamentos críticos reflexivos.

⁷ ciberespaço: espaço das comunicações por redes de computação.

3. METODOLOGIA

No desenvolvimento do presente trabalho, optou-se por ter como fundamento um estudo de caso com abordagem qualitativa (GODOY, 1995), que nada mais é do que o estudo de um fenômeno, que pode ser melhor entendido a partir de uma pesquisa no contexto em que ele ocorre e do qual faz parte, assim o pesquisador vai à campo buscar informações acerca da visão das pessoas envolvidas nesse determinado fenômeno, considerando todos os pontos de vista dos participantes.

Para alcançar os usuários, ou seja, as pessoas envolvidas, alguns recursos da plataforma foram utilizados, dentre eles: criação dos *stories* e *posts* utilizando frases e perguntas atrativas, transmissões ao vivo com convidado em que foi discutido sobre Disciplina Positiva (NELSEN, 2015), Afetividade (AMARAL, 2000) e Uso de Tecnologias na Infância, bem como utilização de enquetes, testes e caixa de perguntas nos *stories*. Todos os aspectos éticos foram respeitados e seguidos, tendo autorização de exposição de todos os participantes.

É uma pesquisa de cunho descritivo de relato de experiência, citando e descrevendo as experiências vividas antes e durante o andamento do trabalho, mais especificamente do ano de 2022.

Deste modo, segundo Silva e Menezes (2000, p.21) a pesquisa descritiva é aquela que descreve uma realidade. É uma abordagem de caráter mais exploratório e tem como objetivo buscar informações que fundamentam decisões e auxiliem na busca de desenvolvimento no posicionamento e comunicação, por exemplo. Além disso, este tipo de pesquisa visa identificar os comportamentos, inquietações, anseios e necessidades de determinado público.

Conforme estudos de Macedo (2016), relato de experiência trata-se da prática que ocorre em simultaneidade às ideias e acontecimentos. O assunto é abordado de forma a dar destaque à participação do pesquisador/autor sobre o fato ocorrido. Quando o autor se refere à experiência, quer dizer que é compreendida a partir de duas perspectivas: como inseparável da subjetividade; e segundo, como motivação do que chama de “memória

incorporada" em um corpo que cria e é habitado pela experiência, concomitantemente (DALTRO, 2019).

Para a coleta das informações foram utilizados dados do *Instagram* @educanath_, que possui registros desde o ano de 2021, até julho de 2022, quando foi elaborado este trabalho. Os dados que foram relatados são referentes à: criação do perfil, número de visualizações, comentários, postagens realizadas, *feedbacks*, número de visitas no perfil e depoimentos de usuários que utilizam o *Instagram*.

4. RESULTADOS

Criado em 23 de março de 2021 e ativo atualmente, o *Instagram* @educanath_ teve como primeiro *post* uma montagem com uma foto minha, seguido da pergunta “Quem sou eu?” A legenda da imagem publicada diz:

Sejam bem-vindos ao meu perfil profissional! Me chamo Nathália Batisti, sou graduanda do 8º semestre de Pedagogia pela Universidade Federal de Santa Maria. Sou qualificada em Disciplina Positiva dos 0 aos 3 anos de idade, Alfabetização pelo Método Fônico e Neurociência e Aprendizagem e tenho experiência no Método Montessori. Criei este perfil para me aproximar de pessoas que procuram estratégias e caminhos para a construção de uma educação que promova um melhor desenvolvimento infantil (2021).

Figura 1 - Imagem da primeira postagem no perfil do *Instagram*. (BATISTI, 2022)



Precedente à primeira postagem, foi definida uma paleta de cores (dois tons de verde, laranja e dois tons de rosa), ver figura 2, que é seguida em todas as publicações, sejam elas no perfil ou nos *stories*. Ou seja, cada imagem postada, tem uma cor já pré-estabelecida, assim como o tipo de letra. A fonte só não se aplica aos *stories*, pois eles já têm letras específicas para utilização.

O perfil está organizado da seguinte forma:

Figura 2 - Captura do perfil @educanath_. (BATISTI, 2022)



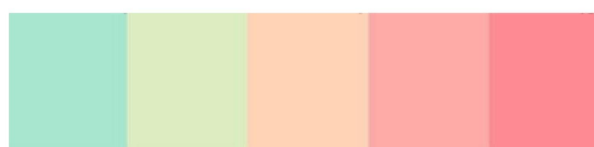
A partir deste perfil, busco organizar a descrição do mesmo, conforme o curso, qualificações e experiências, bem como o *link*⁸ para contato. Alguns *stories* estão salvos no perfil em forma de destaque para que os usuários visualizem mesmo após 24h de exposição e, abaixo, os posts publicados, conforme a paleta de cores definida.

⁸ Disponível em:>

<https://mwpt.com.br/conheca-dicas-e-exemplos-praticos-para-fazer-links-acessiveis/>

Para toda a produção de conteúdo é necessária uma análise de retornos, sejam eles positivos ou negativos, que são os chamados *feedbacks*, onde analisamos as curtidas, comentários, compartilhamentos, visualizações, respostas e salvamentos. Além disso, é preciso seguir o padrão de cores e fontes estabelecidas inicialmente.

Figura 3 - Definição da paleta de cores e fontes utilizadas no perfil. (BATISTI, 2022)



ARCHIVE AABBC

Moonlight AaBbCc

A elaboração das postagens é feita através da plataforma *Canva*, que é uma ferramenta gratuita de design gráfico online usada para criar posts para as redes sociais, apresentações, infográficos, convites, folders, cartazes, vídeos, entre outros.

Nela há milhares de imagens, fontes, modelos e ilustrações, em que podemos seguir o exemplo ou então criar do zero. Há diversas opções de templates, elementos, fundos, gráficos, fontes e tamanhos, podendo também adicionar no design qualquer foto salva na galeria do próprio celular ou computador, ou até mesmo da própria *internet*.

Ao criar posts com imagens, procuro utilizar fotos minhas ou de crianças que eu conheço e que tem autorização para exposição. Caso contrário, busco no *Pixabay*, site internacional online de compartilhamento de fotos, ilustrações e imagens em alta resolução, em que tudo que está disponível é lançado sob licença gratuita de uso, ou seja, totalmente livre de direitos autorais. Nele há conteúdo diverso, basta digitar uma palavra chave para encontrar o que

precisa, fazer a busca pela imagem ideal e o download é feito de forma simples e rápida.

As temáticas abordadas no perfil são sobre conteúdos específicos do curso de Pedagogia, tais como Psicogênese de Emília Ferreiro e Ana Teberosky (1986), os Temperamentos de Isabela Minatel (2018), Consciência Fonológica de Magda Soares (2017), o Brincar Heurístico de Paulo Fochi (2019) entre outros, seguindo os autores como base e citando-os nas publicações.

Para alcançar a atenção dos usuários da plataforma, são utilizadas frases de impacto e perguntas que inspiram sua curiosidade, tais como “Pare de dizer não para seu filho!”, conforme figura 4., “Sua criança está preparada para aprender a ler?”, conforme figura 5. e “Sua criança está preparada para ler?”, conforme figura 6. Além disso, na legenda ligada a cada publicação, há uma solicitação de opinião, como por exemplo no *post* “Pare de dizer não para seu filho(a)” há três comentários: “Você fala não várias vezes para seu (sua) filho (a)?”, “Vamos tentar diminuir o uso do não com as crianças ou até mesmo apenas fazer o uso consciente?” e “Quem já usa a Disciplina Positiva comenta como está sendo”, o que instiga os seguidores a deixarem seus comentários e opiniões no *post*.

Figura 4 - *Post* de legenda com pergunta. (BATISTI, 2022)



Figura 5 - Comentário respondendo à pergunta do *post* “Pare de dizer não para seu filho (a)”. (BATISTI, 2022)

Figura 6 - *Post* com imagem de pergunta. (BATISTI, 2022)



No que se refere às postagens, o perfil segue uma rotina de horários, sendo estes os melhores horários para receber retorno, sejam eles comentários, curtidas, compartilhamentos, respostas e salvamentos. Os *stories* são postados entre 12h e 13h ou entre às 20h e às 22h. Já as postagens diretamente no perfil são feitas sempre após às 18h.

Para chegar a esse cronograma de postagens, foi preciso muita observação, experimentos e análise de retornos e *feedbacks*, conforme figura 7 e 8.

Figura 7 - Captura de *stories* publicado antes das 20h e com 26 visualizações.
(BATISTI, 2022)

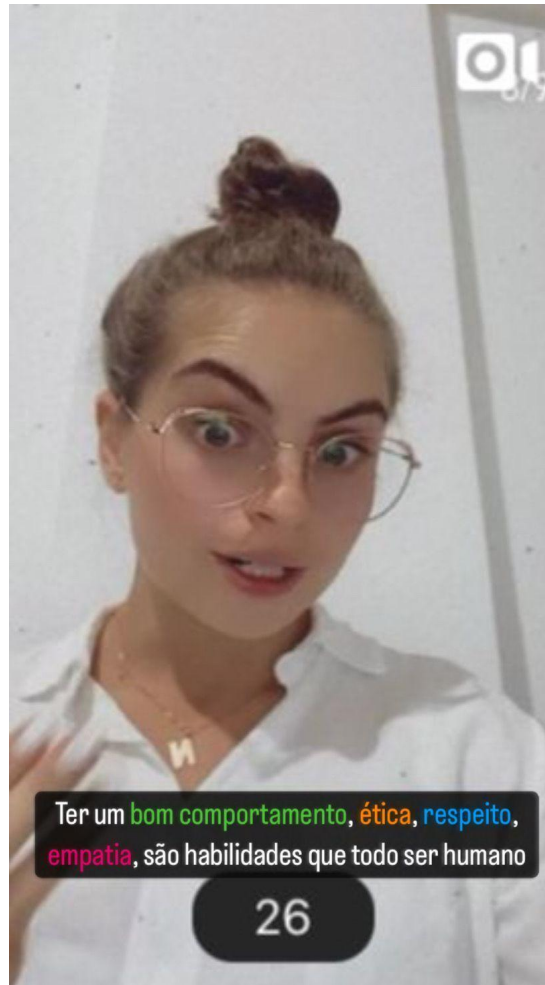


Figura 8 - Captura de *stories* publicado após às 20h e com 198 visualizações (BATISTI, 2022)



Além disso, o próprio *Instagram* disponibiliza uma ferramenta chamada Insights⁹ na qual são oferecidos dados de análise de público. Os dados são fornecidos com detalhes do público nos trinta dias anteriores, eles são exibidos, portanto, apenas para os últimos trinta dias na conta do *Instagram*, ou seja, são dados limitados e mudam constantemente, mesmo que haja uma tendência.

Os dados fornecidos são sobre os seguidores e incluem a localização, conforme figura 9 e 10, faixa etária, conforme figura 11, gênero, conforme figura 12, visitas ao perfil e impressões, conforme figura 13, contas alcançadas, conforme figura 14 e períodos de mais atividade dos usuários, conforme figura 15.

⁹ Segundo Lopes (2022), Insights é uma ferramenta de coleta e análise de dados disponível para os perfis comerciais da rede social. É através dessa ferramenta que as contas analisam os seus números a fim de avaliar a performance de suas contas e de cada postagem. Assim, o usuário consegue ver gráficos comparativos de desempenho dos seus posts e monitorar o tipo de conteúdo que chama mais a atenção do seu público.

Figura 9 e 10 - Locais do público alcançado. (BATISTI, 2022)

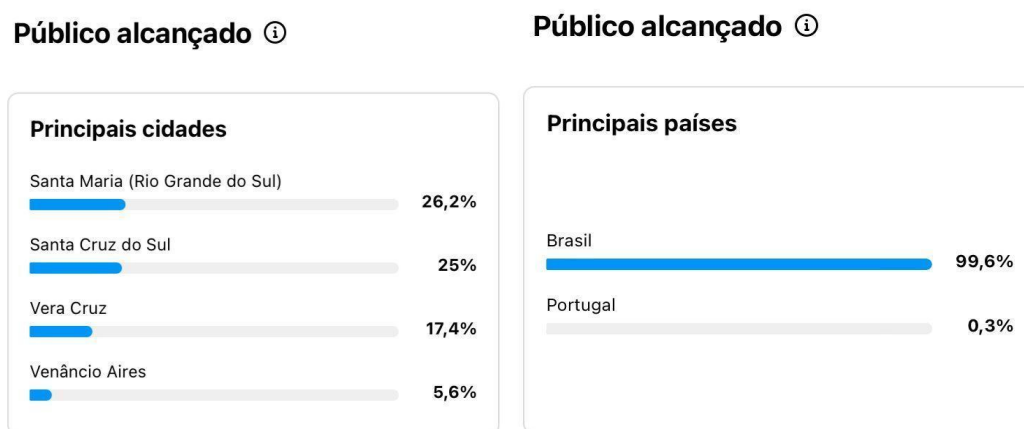


Figura 11 e 12 - Faixa etária e gênero do público alcançado. (BATISTI, 2022)

Público alcançado ⓘ



Público alcançado ⓘ

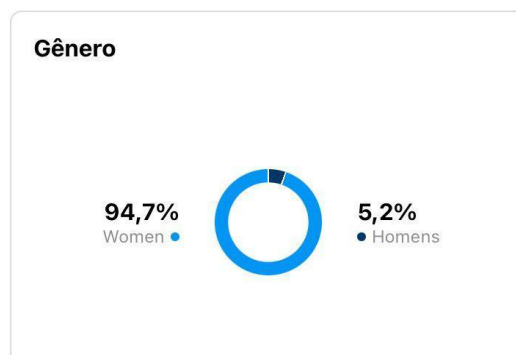


Figura 13 e 14 - Impressões, atividade do perfil e contas alcançadas. (BATISTI, 2022)

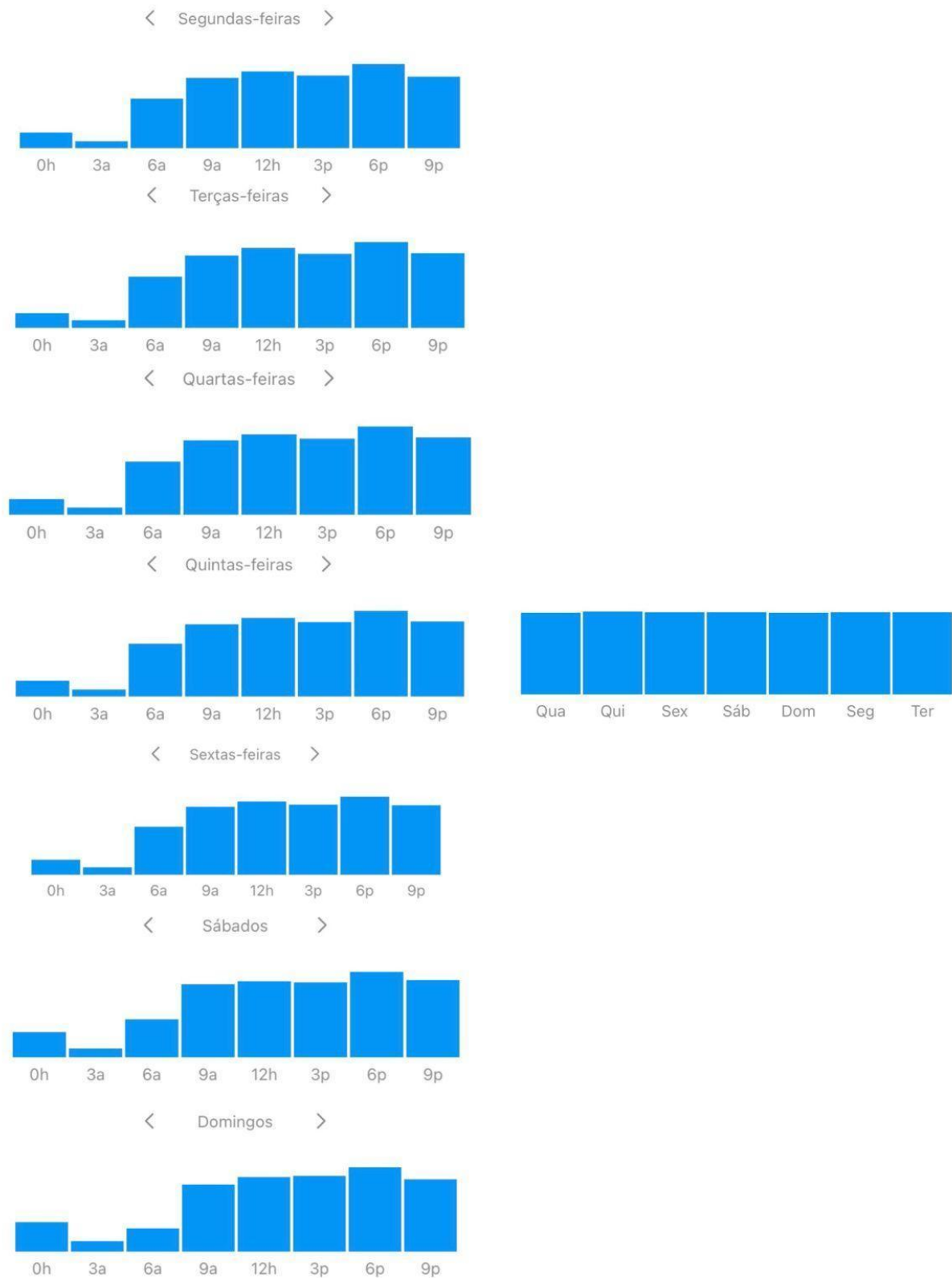


A ferramenta “Períodos mais ativos” pelos usuários seguidores do perfil auxilia na observação dos melhores horários para publicação de postagens, ou seja, os horários que o público está mais ativo no *Instagram*, neste caso estão em média entre às 12h e às 18h, com destaque para às 18h.

À medida que utilizado a plataforma, foi notado que os usuários também interagem com os conteúdos entre às 20h e 22h, principalmente nos *stories*, conforme as visualizações, citado anteriormente.

Verifica-se também que os seguidores seguem uma rotina de uso do *Instagram*, sendo possível observar que utilizam a plataforma todos os dias da semana e em média com a mesma frequência, conforme figura 15.

Figura 15 - Período de mais atividade dos usuários. (BATISTI, 2022)



O *Instagram* oferece a ferramenta de anúncio, em que é cobrado um valor por *stories* ou *post* e o aplicativo entrega este conteúdo para pessoas não

seguidoras do perfil. Nessa propaganda é estabelecida uma meta, o público a ser alcançado, sua localização de forma automática ou manual, o valor a ser pago que é definido pelo próprio usuário sendo proporcional à quantidade de exposição, conforme figura 16, e os dados do pagamento.

Figura 16 - Ferramenta de anúncio do *Instagram*. (BATISTI, 2022)

The screenshot displays the Instagram advertising tool interface. At the top, there are navigation tabs: 'Cancelar', 'Meta', and 'Orçamento e duração'. The 'Meta' tab is currently selected. Below the tabs, the interface is divided into three main sections:

- Selecione uma meta**: This section asks 'Quais resultados você gostaria de obter com esse anúncio?' and offers three options: 'Mais visitas ao perfil', 'Mais acessos ao site', and 'Mais mensagens'. The 'Mais mensagens' option is selected.
- Defina seu público**: This section offers two targeting options: 'Requisitos especiais' (with a dropdown menu for topics like credit, employment, housing, social issues, and politics) and 'Automático' (selected). The 'Automático' option is described as 'O Instagram faz o direcionamento para pessoas como seus seguidores'. There is also a 'Criar o seu' option with a right-pointing arrow, described as 'Insira suas opções de direcionamento manualmente'.
- Orçamento e duração**: This section shows a budget of 'R\$ 30 em 5 dias'. It includes a 'Gasto total' of '590 - 1.600' (Alcance estimado) and a daily budget of 'R\$ 6 por dia'. Under 'Duração', there are two options: 'Veicular esse anúncio até eu pausá-lo' (unselected) and 'Definir duração' (selected). A slider for '5 dias' is visible at the bottom of this section.

Os stories seguem algumas estratégias: quando postados em formato de vídeo, cada *storie* tem duração de 15 segundos e o tempo máximo para gravação é de 1 minuto, ou seja, quatro *stories*. Ao publicar, não é ideal ultrapassar 2 minutos (8 stories) em um mesmo assunto, pois torna-se cansativo aos seguidores e muitos deixam de assistir antes do final.

Há diversas possibilidades de postagens no feed/perfil, podendo ser vídeo, *post*, *post* carrossel, ou Reels, que são vídeos curtos e com áudio pré-definido ou áudio original, gravado do microfone do dispositivo.

As postagens no feed, local do aplicativo também acompanhado pelas pessoas em tempo real, são as mesmas postagens que vão para o perfil e são divididas de forma individual, conforme figura 17 ou carrossel, em que pode ser publicado mais de uma foto ao mesmo tempo, sendo possível ver a sequência apenas arrastando para o lado, conforme figura 18.

Figura 17 - Modelo de postagem individual. (BATISTI, 2022)



figura 18. Modelo de postagem carrossel com 9 imagens. (BATISTI, 2022)



Também há diversas possibilidades de interação pelos *stories*, podendo criar testes (perguntas com respostas certas e erradas), caixa de perguntas e enquetes.

Durante uma semana publicou-se conteúdo nos stories e ao fim de cada tema a seguinte pergunta em forma de enquete: faz sentido para você? Seguida de duas opções: sim ou não. Nos 7 dias, ou seja, nos 7 conteúdos publicados, houve 100% de respostas sim, conforme figuras 19, 20, 21, 22, 23, 24 e 25.

No primeiro dia, o conteúdo foi “Porque as crianças desobedecem?” e foram publicados quatro stories explicativos, com imagens e textos.

Figura 19 - Resultado da enquete do primeiro dia. (BATISTI, 2022)



No segundo dia, o conteúdo foi “Acolher o choro” e foram publicados dois stories, sendo o primeiro uma enquete sobre o que é o choro e o segundo uma imagem com texto explicativo.

Figura 20 - Resultado da enquete do segundo dia. (BATISTI, 2022)



No terceiro dia, o conteúdo foi “Os níveis da Escrita” (FERREIRO, TEBEROSKY, 1989) e foram publicados sete stories explicativos em formato de vídeo.

Figura 21 - Resultado da enquete do terceiro dia. (BATISTI, 2022)



No quarto dia, o conteúdo foi “Consciência fonológica” (SOARES, 2011) e foram publicados três *stories*, sendo um deles uma enquete sobre o que é consciência fonológica e dois com imagens e textos explicativos.

Figura 22 - Resultado da enquete do quarto dia. (BATISTI, 2022)



No quinto dia, o conteúdo foi “As birras” e foram publicados sete *stories* com imagens e textos explicativos, sendo três deles enquetes e quatro imagens com textos explicativos.

Figura 23 - Resultado da enquete do quinto dia (BATISTI, 2022).



No sexto dia, o conteúdo foi “O brincar heurístico” (FOCHI, 2013) e foram publicados seis *stories* com textos explicativos.

Figura 24 - Resultado da enquete do sexto dia (BATISTI, 2022).



No sétimo e último dia, o conteúdo foi “Cooperação com as crianças em casa” (PERIM, 2022) e foram publicados três *stories* em formato de imagem com frases do cotidiano das famílias.

Figura 25 - Resultado da enquete do sexto dia (BATISTI, 2022).



No oitavo dia foi publicado nos *stories* uma enquete, questionando aos seguidores se estes aproveitavam os conteúdos publicados.

Além disso, foi realizada uma live no dia 18 de julho às 19h sobre A afetividade (AMARAL, 2000) e o Movimento Tecnológico na Infância, juntamente com uma mãe que segue as dicas do perfil e interage com os conteúdos publicados. Para que atingíssemos o máximo possível de usuários na transmissão, iniciamos a divulgação uma semana antes, alternando entre postagem no feed e nos *stories*, conforme figura 26.

Figura 26 - Captura de *stories* para divulgação da live. (BATISTI, 2022)



Ademais, foi publicado tanto no perfil @educanath_ quanto no perfil dela caixas de perguntas para que os usuários pudessem nos enviar dúvidas ou sugestões que fossem discutidas durante a *live*.

Foram recebidas duas perguntas no perfil @educantah_, sendo: “Nesse período conturbado da pandemia, como foi lidar com as aulas online para as crianças?” e “Quais os benefícios no uso de tecnologias para o ensino infantil?”

A *live* teve duração de 1 hora e doze minutos e tivemos a participação de 51 usuários e 12 espectadores simultâneos, conforme figura 27, que interagem conosco, bem como sete contas com engajamento¹⁰, sendo quatro delas não seguidores do perfil @educanath_.

Além disso, no decorrer da transmissão os usuários enviaram 43 comentários no total: perguntas, dúvidas e manifestando concordância com as

¹⁰ Conta com engajamento quer dizer usuários com participação ativa na plataforma, curtindo, compartilhando e interagindo com seus seguidores, bem como recebendo curtidas, compartilhamentos e interações.

opiniões em discussão. Alguns dos comentários foram: “Minha maior dificuldade é estabelecer um entendimento sobre isso [Disciplina Positiva] com a minha esposa, pois ela segue o Método Tradicional.”, “Concordo sobre o uso de celular [pelas crianças] no carro”, e “A partir de qual idade podemos apresentar as telas [celular, tablet, televisão, etc] para as crianças?”, e os discutimos durante a transmissão.

Figura 27 - Alcance e engajamento do perfil. (BATISTI, 2022)



A escolha da convidada para a participação na *live* foi feita especialmente por ela ser uma seguidora engajada e atenta ao conteúdo compartilhado por mim. Por exemplo, enviou as seguintes mensagens:

- “Amo os desenhos [garatuja]. Tem por toda a casa”.
- “Estava explicando para meu marido sobre as nossas diferenças, sobre os temperamentos. É muito bom identificar [nos

temperamentos] as diferenças e ensinar elas respeitando isso, sem descaracterizar.”

- “Estou estudando sobre Disciplina Positiva. E está sendo maravilhoso. A mudança precisa começar em nós. Os filhos são um reflexo das nossas atitudes e da convivência. Aquele modelo antigo, desrespeitoso de educação não funciona, só acarreta traumas e revoltas.”

Percebe-se então, que além de se identificar com a forma de pensar educação, ela também aplicava e retornava positivamente as suas experiências, tal como admirar os conselhos, conforme transcrição de um áudio para o perfil:

Eckert - Tu mereces um troféu, um prêmio. Tu és um anjo, Nath, obrigada pela tua dedicação, pela tua sensibilidade, isso é um diferencial. Muito obrigada pelos conselhos. Desejo todo sucesso na tua carreira, porque tu vais longe com tua sensibilidade, com o amor pelo que tu faz, com esse teu feeling¹¹, isso é incrível. Só tenho admiração e gratidão por ti.

Podemos observar que as publicações seguidas de uma legenda com solicitação de opinião sempre têm mais comentários que relatam as experiências vividas em casa e/ou em família. Alguns comentários são dúvidas de como agir ou concordância com o assunto abordado, conforme figura 28 e 29.

Figura 28 - Comentários de um post. (BATISTI, 2022)

¹¹ Do inglês sentimento, *feeling* quer dizer modo ou capacidade de sentir uma situação.



-  neumannnathali Aqui seguimos o “sentar pra pensar”, mas não castigo. É sentar, para nos ouvir e entender que não foi legal a atitude que ele teve. Funciona legal! ❤️
-  marisantoss77 Realmente o castigo gera medo e não respeito ,minha filha tem 4 e aos 3 foi colocada na escolinha pela primeira x e foi traumatizante pois chegou em casa e disse: mamãe a pof me colocou de castigo n cantinho sem motivos eu não fiz nada só queria pintar ,eu não quero mais ir lá e tivemos q ir e conversar para saber o real motivo do castigo ... E em casa também acabei colocando 1/2/3 e só porq realmente vi q se dava muito chororo e ficava muito nervosa e assustada , vamos tentando tentando resolver aos poucos sem castigo mais ,muito complicado educação de uma criança mas estamos seguindo tentando fazer o melhor possível 😊❤️

Figura 29 - Comentários de um *post* (BATISTI, 2022).

-  pam_herkert Amei!!! Estava falando sobre isso esses dias, a recompensa é eficaz na hora mas não ensina sobre ética, responsabilidade... A criança quer sempre mais e mais, nunca estará satisfeita... Educar exige firmeza e esforço constante... Muito necessário o teu conteúdo nati 🥰👏❤️
-  ioranibitencourt 🍌🍌🍌🍌 perfeito! ❤️
-  renata.kist Perfeito 🍌🍌🍌🍌❤️
-  barbarafirmofeldhues Isso aí! Precisamos ensinar o respeito! 🍌🍌🍌❤️
-  thielimachad 🍌🍌🍌🍌 Muito bom! ❤️
-  psirafael_goncalves Gosto demais do seu material. Muito bom! 🍌🍌🍌❤️

Um dado importante sobre o estudo de público, inserido nos *Insights*, é o aumento significativo de interações em um período de trinta dias. De 16 de maio a 14 de junho houve um aumento de 1850% de interações com as publicações, período este de maior atividade no perfil do *Instagram*. Além disso, a análise verifica as curtidas, comentários, salvamentos e compartilhamentos dos conteúdos, conforme figura 30.

Figura 30 - Interações com publicações (BATISTI, 2022).

Interações com publicações x 16 mai - 14 jun	234 +1.850%
Curtidas	116
Comentários	24
Salvamentos	28
Compartilhamentos	30

A divulgação e crescimento do perfil @educanath_ foi em maior parte orgânica¹², ou seja, a partir de compartilhamentos de outros usuários e indicações.

Observa-se que, mesmo em pequena escala e dentro das limitações deste trabalho, os conteúdos divulgados no perfil estão tendo retorno positivo de famílias, interações com os assuntos apresentados e contribuição no fomento de discussões pedagógicas no âmbito familiar, de acordo com os *feedbacks* recebidos no *Instagram*.

¹² Engajamento orgânico é aquele que acontece de maneira natural, voluntariamente por parte dos seguidores. Ou seja, o dono do perfil não precisa investir em posts patrocinados para aumentar o número de seguidores e nem para fazê-los interagirem nas publicações (LIMA, 2022).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como tema central “A produção de conteúdo pedagógico nas Mídias Sociais: um relato de experiência a partir do *Instagram*”. A escolha do tema se deu a partir do momento em que se percebe o papel de um produtor de conteúdo e identifica-se com as minhas atividades. Assim, podemos relacionar a atuação do Pedagogo com as Mídias Sociais e firmar uma parceria com as famílias e responsáveis seguidores do perfil e adeptos aos conteúdos, produzindo e compartilhando assuntos de suma importância para o processo de ensino e aprendizagem, principalmente na Educação Infantil, porém, sem que as crianças estejam especificamente no recinto escolar, mas sim no âmbito familiar.

A pesquisa teve como base a abordagem qualitativa. Para a coleta e análise de dados foi utilizado relato de experiência, considerando as experiências vividas durante o processo de observação e investigação do estudo em questão. Os temas de pesquisa envolveram discussões pertinentes à Educação Infantil e ao processo de ensino e aprendizagem, bem como a identificação e interação das famílias com os conteúdos abordados no perfil @educanath_.

O objetivo geral foi analisar as atividades e os benefícios que a produção de conteúdo pedagógico nas Mídias Sociais, como o *Instagram*, traz para o ambiente familiar de aprendizagem. Como objetivos específicos, verificar autores que justifiquem a prática tecnológica através de mídias sociais como forma de democratização do conhecimento; descrever a atuação do/a licenciado/a em Pedagogia no âmbito tecnológico de Mídias Sociais como forma de difundir conteúdo pedagógico; identificar os benefícios das atividades para o desenvolvimento das crianças.

Com isso, observa-se que, com o aumento do uso das tecnologias pela sociedade, por vezes as famílias deixam de olhar minuciosamente para as habilidades das crianças, acreditando que este é um papel apenas dos educadores de Educação Infantil, principalmente durante o período pandêmico de covid-19. Porém, com a difusão dos conteúdos pedagógicos pelas Mídias Sociais, mais especificamente do *Instagram* @educanath_, percebe-se que há

um envolvimento considerável e um aumento na procura de auxílios sobre o Desenvolvimento Infantil de usuários no perfil.

Diante disso, os usuários têm se comprometido cada vez mais com a adesão em assuntos sobre Educação Infantil, para desenvolver potencialidades e habilidades das crianças, assim as auxiliando no desenvolvimento da autonomia, no processo de ensino e aprendizagem, no crescimento de indivíduos capazes de refletir, fazer críticas, resolver problemas e conviver em sociedade, integrando-os socialmente, emocionalmente, fisicamente e cognitivamente, e propiciando um maior tempo de interação entre a família.

Desta forma, conclui-se que o papel do Pedagogo é inclusive buscar capacitação nos meios tecnológicos e estar disposto a contribuir para a propagação de conhecimento por meio de Mídias Sociais, visto que a Pedagogia nos permite trabalhar com as diferentes possibilidades de aprendizagem. Como pôde ser percebido durante o desenvolvimento do trabalho, os usuários se mostram abertos e interessados em aprofundar-se no aprendizado e aplicação dos conceitos da Pedagogia no seu ambiente familiar.

Além disso, este trabalho apresentou técnicas e boas práticas para inserção deste profissional no ambiente do *Instagram*, que conforme supracitado é um meio de comunicação global com amplo acesso por parte de diversos públicos.

Ademais, o perfil continuará a manter sua visibilidade, bem como postagens, para alcançar cada vez mais públicos com a democratização de conteúdo pedagógico e o intuito de auxiliar futuros profissionais da educação e famílias.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALICE, Vitória. **O que é um link?** Qual a sua função? Entenda. Disponível em: <<https://definicao.net/link-significado/>>. Acesso em 19 de jul. de 2022.

BARBOSA, Camila Maciel; BARBOSA, Raquel Faria; SILVA, Giselda: **A visão de mães de crianças e adolescentes de Paracatu acerca das aulas remotas em 2020**: Um artigo original. Anais do 3º Simpósio de TCC, das faculdades FINOM e Tecsona. 2020; 1248-1263. Disponível em: <<https://finom.edu.br/assets/uploads/cursos/tcc/202102190902549.pdf>>. Acesso em 20 de jun. de 2022.

BRUYNE, Paul de. **Dinâmica de pesquisa em ciências sociais: os pólos da prática metodológica**. Rio de Janeiro: Francisco Alves Editora, 1991.

DALTRO, Mônica. Relato de experiência: Uma narrativa científica na pós-modernidade. **Revista Psicologia Clínica e Psicanálise**. v. 19, n. 1, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. 2019; 223-237. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revispsi/article/view/43015/2966>>. Acesso em 14 de jul. de 2022.

FONSECA, Abigail dos Santos. **O ensino de Língua Portuguesa e suas metodologias**: o uso do blog em sala de aula. UNEB, 2008.

FREIRE, Paulo. **Educação como prática da liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

GODOY, Arilda Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **RAE - Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995. Disponível em:

<<https://www.scielo.br/j/rae/a/ZX4cTGrqYfVhr7LvVyDBgdb/?format=pdf&lang=pt>> Acesso em 12 de julho de 2022.

HENRIQUE, Samuel. **A metodologia do ensino da língua sob as abordagens de ensino da língua portuguesa frente ao advento das redes/mídias sociais como desafio ao docente no ambiente escolar.** Disponível em: <https://www.editorabordogrena.com/files/ugd/d0c995_3223668cd699439b8185e976203389ac.pdf#page=11>. Acesso em: 13 de jul. de 2022.

HOSTGATOR. **O que são GIFs e como usá-los na estratégia de comunicação da sua empresa.** Disponível em: <<https://www.hostgator.com.br/blog/o-que-sao-gifs-e-como-usar/>>. Acesso em: 13 de jul. de 2022.

LEVY, Pierre. **Cultura do ciberespaço.** Disponível em: <<https://brapci.inf.br/index.php/res/download/47841>>. Acesso em 13 de jul. de 2022.

LIMA, Rafael. **Engajamento Orgânico no Instagram: dicas.** Disponível em: <<https://aceleraperformance.com.br/instagram/engajamento-organico-instagram-dicas/#:~:text=Engajamento%20org%C3%A2nico%20%C3%A9%20aquele%20que,faz%C3%AA%2Dlos%20interagirem%20nas%20publica%C3%A7%C3%B5es>>. Acesso em 18 de jul. de 2022.

LOPES, Kawan, **O que é Instagram Insights e como funciona a ferramenta?** Disponível em: <<https://www.nuvemshop.com.br/blog/instagram-insights/>>. Acesso em: 15 de jul. de 2022.

MARASCIULO, Marília. **Quem foi Maria Montessori, pedagoga italiana que revolucionou a educação.** Disponível em: <<https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/Historia/noticia/2020/03/quem-foi-m>

[aria-montessori-pedagoga-italiana-que-revolucionou-educacao.html](#)>. Acesso em 07 de jun. de 2022.

MAXWELL, John C. **Os 17 princípios do trabalho em equipe**. 2002
MOURA, Adelina. **O professor criador de experiências educacionais mediadas por tecnologias digitais na cibercultura**. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/re-doc/article/view/60475>>. Acesso em 13 de jul. de 2022.

NEUMANN, Débora Martins Consteila. MISSEL, Rafaela Jarros. **Família digital: a influência da tecnologia nas relações entre pais e filhos adolescentes**. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-494X201900200007>. Acesso em 13 de jun. de 2022.

RAMOS, Wilsa Maria; ROSSATO, Maristela: Democratização do acesso ao conhecimento e os desafios da reconfiguração social para estudantes e docentes: Um artigo original. V. 11, n. 3 da Universidade de Brasília. **Revista Eletrônica de Educação**. 2017; 1034-1048. Disponível em: <<http://www.reveduc.ufscar.br/index.php/reveduc/article/viewFile/1906/655>>. Acesso em 25 de jun. de 2022.

SANTOS, Joziane dos; SOARES, Hellen. A influência da afetividade no processo de ensino-aprendizagem na Educação Infantil. **Revista Científica Online**. v. 10, n. 1, do Centro Universitário Atenas. 2018; 32-46. Disponível em: <http://www.atenas.edu.br/uniatenas/assets/files/magazines/4___A_INFLUENCIA_DA_AFETIVIDADE_NO_PROCESSO_ENSINO_APRENDIZAGEM_NA_EDUCACAO_INFANTIL.pdf>. Acesso em 22 de jun. de 2022.

SANTOS, Amanda. **As percepções de famílias de crianças da Educação Infantil sobre o ensino remoto durante a pandemia da Covid-19**. 2022. 52 - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2022. Disponível em: <<http://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/34692/6/Percep%c3%a7%c3%b5esFam%c3%adliasCrian%c3%a7as.pdf>>. Acesso em 30 de jun. de 2022.

SILVA, Caroline Staciari; NETO, José Firmino. A influência das Mídias Sociais na dinâmica do processo de ensino-aprendizagem escolar do aluno. **Revista UniAraguaia**. v. 15, n. 3 do Centro Universitário Araguaia. 2020; 147-154.

SOUZA, Adriana Alves, SCHNEIDER, Henrique Nou. Aprendizagem colaborativa nas redes sociais: novos olhares sobre a prática pedagógica. **Revista TIC Educare**. 2012, v. 2, n. 1, da Universidade Federal de Sergipe. 2012; 2100-2111.

SOUZA, Maria Alice de; BARROS, Marcelo Diniz Monteiro de. **Educação em tempo de pandemia: o ensino de língua materna utilizando mídias sociais e aplicativos de comunicação instantânea**. Disponível em <<https://revista.uemg.br/index.php/sciasedcomtec/article/view/5759>>. Acesso em 13 de jun. de 2022.

SOUZA, Teresinha; SOARES, Hellen. A afetividade na Educação Infantil. **Revista Científica Online**. v. 11, n. 1, do Centro Universitário Atenas. 2019; 18-31. Disponível em: <http://www.atenas.edu.br/uniatenas/assets/files/magazines/A_AFETIVIDADE_NA_EDUCACAO_INFANTIL.pdf>. Acesso em 05 de jul. de 2022.

Planeta Educação. **Os reais impactos da pandemia na Educação Infantil**. Disponível em: <<https://www.plannetaeducacao.com.br/portal/a/460/os-reais-impactos-da-pandemia-na-educacao-infantil>>. Acesso em 30 de jun. de 2022.

PRADO, Isadora. **O uso das mídias sociais durante a pandemia do Covid-19**. 2021. 23 - Universidade Federal de Uberlândia, Ituiutaba, 2021. Disponível em: <<https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/33332/1/UsoM%C3%ADdiasSociais.pdf>>. Acesso em 23 de jun. de 2022.

ROHR, Roberta. **Feedback:** entenda o que significa, qual a importância e exemplos. Disponível em: <<https://vaipe.com.br/blog/feedback/>>. Acesso em 16 de jul. de 2022.

QUALIBEST. **Entenda o que é pesquisa qualitativa e quantitativa.** Disponível em: <<https://www.institutoqualibest.com/blog/dicas/entenda-o-que-e-pesquisa-qualitativa-e-quantitativa/>>. Acesso em 12 de jul. de 2022.

SALOMÃO, Gabriel. *Maria Montessori.* Disponível em: <<https://larmontessori.com/maria-montessori/>>. Acesso em 07 de jun. de 2022.

TUMERELO, Naíra, **Pesquisa descritiva: conceito, características e aplicações.** Disponível em: <<https://blog.mettzer.com/pesquisa-descritiva/#:~:text=O%20conceito%20de%20pesquisa%20descritiva.que%20se%20encaixam%20nesta%20categoria>>. Acesso em 19 de jul. de 2022.

VERNILO, Fernanda. **Nanda Perim.** Disponível em: <<https://colecaocontocomvoce.com.br/nanda-perim/>>. Acesso em 02 de jul. de 2022.

UFJF. **Instrutivo para elaboração de relato de experiência.** Campus GV. s/d. Disponível em: <<https://www.ufjf.br/nutricaoogv/files/2016/03/Orienta%C3%A7%C3%B5es-Elabora%C3%A7%C3%A3o-de-Relato-de-Experi%C3%Aancia.pdf>>. Acesso em 13 de jul. de 2022.