



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA E
ENSINO

**E-COMMERCE NA EJA: INSTRUMENTO DE PRÁTICA SOCIAL,
ESTIMULANDO A CONSTRUÇÃO DE SIGNIFICADOS PARA
MOTIVAR UMA CULTURA DIGITAL CONSCIENTE**

Linha de Pesquisa: Tecnologias contemporâneas e ensino

João Pessoa/PB

Setembro/2014

CLÉBER LEMOS DE ARAÚJO

**E-COMMERCE NA EJA: INSTRUMENTO DE PRÁTICA SOCIAL,
ESTIMULANDO A CONSTRUÇÃO DE SIGNIFICADOS PARA
MOTIVAR UMA CULTURA DIGITAL CONSCIENTE**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em
Linguística e Ensino da Universidade Federal da Paraíba
(UFPB), como requisito para obtenção do título de Mestre.

Área de concentração: Linguística e ensino

Linha de Pesquisa: Tecnologias contemporâneas e ensino

Orientador: Prof. Dr. Denilson Pereira de Matos

João Pessoa/PB

Setembro/2014

A663e Araújo, Cléber Lemos de.

E-commerce na EJA: instrumento de prática social, estimulando a construção de significados para motivar uma cultura digital consciente / Cléber Lemos de Araújo.- João Pessoa, 2014.

90f.

Orientador: Denilson Pereira de Matos

Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCHLA

CLÉBER LEMOS DE ARAÚJO


E-COMMERCE NA EJA: INSTRUMENTO DE PRÁTICA SOCIAL,
ESTIMULANDO A CONSTRUÇÃO DE SIGNIFICADOS PARA MOTIVAR UMA
CULTURA DIGITAL CONSCIENTE

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em
Linguística e Ensino da Universidade Federal da Paraíba
(UFPB), como requisito para obtenção do título de Mestre.
Área de concentração: Linguística e ensino
Linha de Pesquisa: Tecnologias contemporâneas e ensino

Orientador: Prof. Dr. Denilson Pereira de Matos

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Denilson Pereira de Matos (Presidente de Banca/Orientador)



Prof. Dra. Graciela Mabel Giammatteo (Membro de Banca)

Graciela Mabel Giammatteo

Prof. Dra. Marluce Pereira da Silva (Membro de Banca)

Marluce Pereira da Silva

Examinada a Dissertação

Em 29 / 09 / 2014

LEMOS, Cléber A.. E-commerce na EJA: *instrumento de prática social, estimulando a construção de significados para motivar uma cultura digital consciente*. João Pessoa-PB, 2014. Dissertação (Mestrado em Linguística e Ensino). Universidade Federal da Paraíba – UFPB, 2014.

RESUMO

Esta pesquisa analisa até que ponto a reflexão sobre cultura e sobre Indústria Cultural possibilita aos alunos da Educação de Jovens e Adultos – EJA serem incluídos conscientemente no espaço virtual, como também, verifica até que ponto esta ação social contribui para letrá-los digitalmente, prevendo um E-commerce enquanto dispositivo pedagógico. Discute-se a possibilidade de geração de cultura e construção de significados a partir da ação social do professor, ao passo que este promove um ensino contextualizado com as práticas de letramento e letramento digital através do E-commerce: MercadoLivre. Os dados analisados foram coletados mediante questionários e entrevistas e nos permitiram comprovar que é possível utilizar o E-commerce: MercadoLivre como um dispositivo pedagógico com vistas ao letramento digital. Nesse sentido, verificamos, também, a ocorrência de construção de significados pelos discentes por meio da ação social do professor que utiliza este dispositivo, visando colaborar para uma inclusão digital ou, por outro lado, ainda que em um caso ou outro não promova a inclusão digital do discente, promova a geração de cultura.

Palavras-chave: cultura, letramento digital, E-commerce

ABSTRACT

LEMOS, Cléber A.. E-commerce in EJA: *social practice instrument, encouraging the construction of meanings to motivate a conscious digital culture*. João Pessoa-PB; 2014. Dissertation (Master's Degree in Linguistic and Education Studies). Universidade Federal da Paraíba – UFPB, 2014.

This research analyzes the extent to which reflection on culture and on Cultural Industry enables students of the Youth and Adult Education - EJA be consciously included in the virtual space, but also checks the extent to which this contributes to social action letter them digitally, providing E-commerce as a pedagogical device. We discuss the possibility of generating culture and construction of meanings from the professor of social action, while it promotes a teaching contextualized with the literacy practices and digital literacy through E-commerce: MercadoLivre. Data were collected through questionnaires and interviews and allowed us to prove that you can use the E-commerce: MercadoLivre as a pedagogical device with a view to digital literacy. In this sense, we see, also, the occurrence of construction of meaning by students through the teacher's social action using this device, aiming to contribute to a digital inclusion or, on the other hand, although in one case or another does not promote inclusion digital students, promote the generation of culture.

Keywords : culture , digital literacy, E-commerce

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO-----	5
CAPÍTULO I – ESTUDOS SOBRE CULTURA E SEUS DESDOBRAMENTOS NUMA PESQUISA QUE VISE A NÃO ALIENAÇÃO DIANTE DAS NOVAS TECNOLOGIAS -----	9
1.1. Algumas reflexões em torno do termo cultura -----	11
1.2. Indústria Cultural: um fenômeno a ser observado criticamente-----	16
1.3. A era da informação: extensão da manipulação ou ampliação do conhecimento?-22	
1.4. Educação e novas tecnologias: caminhos para a não alienação-----	25
CAPÍTULO II – LETRAMENTO E LETRAMENTO DIGITAL-----	29
2.1. Letramento e alfabetização: caminhos que se complementam-----	30
2.2. Letramento digital-----	38
2.3. Letramento digital e EJA-----	43
CAPÍTULO III - <i>E-COMMERCE</i> OU COMÉRCIO ELETRÔNICO: POSSIBILIDADES PARA A EDUCAÇÃO-----	47
3.1. <i>E-Commerce</i> : MercadoLivre como uma alternativa de inclusão para a EJA-----	51
CAPÍTULO IV – METODOLOGIA-----	55
4.1. As indagações da pesquisa -----	56
4.2. Âmbito da pesquisa -----	56
4.3. Sujeitos da pesquisa-----	59
4.4. O questionário e a entrevista-----	59
4.4.1. O questionário-----	61
4.4.2. A entrevista-----	62
4.5. Coleta de dados-----	63
4.6. Tratamento dos dados-----	64
4.7. Critérios para sistematização dos dados-----	65
CAPÍTULO V – UMA PROPOSTA DE ANÁLISE-----	67
CONSIDERAÇÕES FINAIS -----	76
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS-----	79
ANEXOS-----	81
Anexo I - Questionário	
Anexo II – Roteiro para entrevista	
Anexo III – Transcrição das entrevistas	

1. INTRODUÇÃO

O cenário atual, em constante transformação por conta da influência das novas tecnologias e, sobretudo, acompanhado pelo advento da Internet, tem nos ofertado um leque de possibilidades de acesso à informação, comunicação e ao conhecimento. Para muitos jovens a adequação a esse processo tende a transcorrer naturalmente, uma vez que já nascem imersos nessa gama de recursos e dados disponibilizados pelas *novas tecnologias comunicação* (NTIC), todavia para as gerações anteriores as NTIC podem significar um entrave significativo na sua atuação, ou mesmo uma forma de exclusão social. Nos contextos dos estudantes da EJA – Educação de Jovens e Adultos, as dificuldades de entendimento e acesso a estas inovações mostra-se como sério problema a resolver, já que se constitui num grave impeditivo à inserção desse indivíduo dentro desse novo processo cultural propiciado pelo universo digital.

Nesse sentido, embora se afirme, categoricamente, que as novas tecnologias chegaram para todos, podemos analisar que nem todos os indivíduos têm acesso e conhecimento instrumental para: criar contas de e-mail (*Gmail, Uol, Hotmail* etc.); cadastrar-se em sites (*R7, Globo.com* etc.); acessar contas bancárias por meio das *banklines*; interagir por mecanismos *just in time* (*Twitter, Skype, Whatsapp, Hangout* etc.), participar de redes sociais (*Facebook, Instagram*), visualizar e criar vídeos (*Youtube, Videolog* etc.).

Observamos que mesmo quando o sujeito tem acesso às tecnologias de informação e comunicação (celular, TV, computador, Internet) é indispensável que esteja minimamente preparado para lidar a seu favor com os recursos que a cibercultura disponibiliza; do contrário, vem-se constituindo um novo padrão de exclusão social: a digital.

É primordial, por conseguinte, a integração da escola aos recursos tecnológicos de informação e comunicação, por ser neste espaço onde os indivíduos compreendem criticamente o meio social em que vivem, tornando-se sujeitos atuantes para exercer a cidadania em uma sociedade que se apresenta em constantes mudanças. E mais, é necessário que a escola, precisamente o corpo docente, concilie à integração destes recursos ao

conhecimento que vá além do simples uso, é preciso instruir o sujeito para as questões das informações que chegam até eles, através destes mecanismos midiáticos. Trata-se, mais precisamente, das notícias, propagandas e apelos ao consumo, instaurados pelas empresas que fomentam a Indústria Cultural (IC).¹

Diante desta perspectiva, faz-se necessário dedicarmos atenção especial à EJA, por se tratar de indivíduos cujo acesso à escola não lhes fora oportunizado em período regular. E, diante da necessidade de pessoas qualificadas com estudo e cursos que aperfeiçoem suas práticas no mercado de trabalho, muitos retornam aos bancos escolares para adequar-se a essas exigências.

Apoiando-se na Proposta Curricular do MEC para a EJA (2002, p.96) que diz:

As Tecnologias da Informação e Comunicação são poderosas ferramentas aos quais os alunos da educação de jovens e adultos precisam ter acesso, percebendo que a comunicação oral e a escrita convivem cada dia mais intensamente com a comunicação eletrônica, e que, por meio delas, se pode compartilhar informações para a ampliação do universo cultural e a inserção social.

Nesse sentido, justificamos o desenvolvimento de nossa pesquisa, pela necessidade de possibilitar aos discentes da EJA de uma escola municipal da região Nordeste, o incremento da utilização do site de *E-Commerce*: Mercado Livre, com o intuito de oportunizar a essa clientela o acesso a um tipo de ferramenta virtual. Nossa hipótese é de que imaginamos que o grau de influência da IC pode interferir no nível de interpretação e construção de sentidos dos aprendizes, logo a ação social² do professor, independente da utilização do site mencionado numa perspectiva pedagógica, poderá gerar múltiplos significados.

A nossa pesquisa objetiva analisar até que ponto a reflexão sobre cultura e sobre a Indústria Cultural possibilita aos alunos da EJA serem incluídos conscientemente no espaço virtual, como também, visa verificar até que ponto esta ação social contribuirá para letrá-los digitalmente, tendo como elo um E-commerce como dispositivo pedagógico.

¹ Termo tratado mais claramente no Capítulo I

² O termo ação social empregado na pesquisa apoia-se nas concepções de Stuart Hall (1997) que reconhece a cultura como elemento central para a constituição das diferentes ações sociais que se estabelecem nas diversas relações.

Quanto aos objetivos específicos, pretendemos:

- Possibilitar aos alunos da EJA, através do E-commerce: MercadoLivre, enquanto dispositivo pedagógico, a construção de significados e, conseqüentemente, o conhecimento crítico que gere cultura;
- Constatar a formação de novos significados pelos discentes a partir da ação social do professor com vistas ao letramento.

Em nossa proposta, organizamos as discussões da seguinte forma:

Primeiramente, abordamos a relevância de estudos relacionados à Cultura para a formação e representação de uma sociedade. Para tanto, refletimos na intenção de considerá-la como elemento central para a organização dos comportamentos e atitudes individuais, bem como, para os desdobramentos nas esferas coletivas. Nesta acepção, destacamos a importância em considerar a cultura sob uma perspectiva substantiva para a promoção da ação social do professor em seu contexto pedagógico, oportunizando aos alunos que realizem diferentes interpretações que gerem novos significados. Desta forma, justifica-se a necessidade de confabularmos, também, sobre os mecanismos de influência e manipulação que são exercidos em relação à cultura, tratando-se de reconhecer e analisar um fenômeno cultural que intriga aos estudiosos, a Indústria Cultural.

Em seguida, tecemos considerações acerca da harmonia que deve ser estabelecida em relação ao processo de alfabetização e do letramento no contexto pedagógico. Refletimos sobre como esses caminhos são tomados nos contextos educacionais e, nesse sentido, direcionamos uma visão mais elucidativa quanto à tomada dos termos junto à prática pedagógica do professor. Nossas reflexões avançam em torno do letramento e, diante do advento da tecnologia, discutimos a real necessidade do letramento digital como outro caminho necessário para a formação de discentes que possam compreender o mundo que os cercam. Nesta direção, nosso estudo visa considerar o letramento como possível alternativa para geração de cultura, uma vez que, em nossa acepção, o processo de letramento está totalmente relacionado às práticas sociais. Assim, vislumbramos que a atuação do professor deve ser considerada uma ação social capaz de estimular a criação

de novos significados, os quais são compreendidos, neste trabalho, como uma forma de cultura.

Quanto ao *E-Commerce: MercadoLivre*, concebendo-o, intencionalmente, como um dispositivo pedagógico, acreditamos na possibilidade de se inferir o uso desta ferramenta virtual como promotora de construção de significados, a partir da ação social do professor.

Também trataremos dos aspectos ligados ao desenvolvimento da metodologia de nossa pesquisa. Assim, pontuaremos a nossa abordagem, mais especificamente a do professor que exerce aqui, também, a função de investigador da presente pesquisa, numa escola municipal da região Nordeste. Desta forma, traçamos um panorama dos procedimentos que utilizaremos ao ajustar o *E-Commerce: MercadoLivre* ora sendo tratado como um possível dispositivo pedagógico. Veremos que a intenção ao utilizar, necessariamente, este site não está nele em si, mas nas possibilidades de construção de significados dos aprendizes ao utilizar um recurso que se aproxima de seus interesses profissionais.

Enfim, consta nas páginas finais nossas análises geradas a partir dos dados coletados e previstos no procedimento metodológico.

- CAPÍTULO I -
ESTUDOS SOBRE CULTURA E SEUS DESDOBRAMENTOS NUMA
PESQUISA QUE VISE A NÃO ALIENAÇÃO DIANTE DAS NOVAS
TECNOLOGIAS

O presente capítulo desenvolve uma abordagem acerca da conceituação de cultura e sua relevância para a formação, desenvolvimento e representação de uma sociedade. Aponta através dos estudos antropológicos de Laraia (2001) em *Cultura: um conceito antropológico*, a historicidade e perpetuação das análises desenvolvidas sobre a temática como pressupostos para o entendimento e reflexão dos diferentes comportamentos, hábitos e costumes existentes e produzidos por diferentes povos, como também, sua importância para a caracterização e identificação do entendimento do comportamento humano e sua influência para a construção do seu mundo em sociedade.

Vale ressaltar em nossa pesquisa que os estudos sobre cultura são relevantes, pois reconhecemos as reflexões que a observam como elemento central para a organização dos comportamentos e atitudes individuais, bem como, para os desdobramentos nas esferas coletivas, tais como, as instituições (escolas, igrejas, etc.), espaços familiares, espaços profissionais, grupos sociais minoritários, dentre outros. Desta forma, nos dirigimos acerca da centralidade da cultura levando-se em consideração uma perspectiva dúplice: aquela que a observa de forma substantiva e a outra, admitindo-se a importância epistemológica que ela faz jus.

A pesquisa caminha no sentido de refletir sobre a cultura e os mecanismos de influência e manipulação que são exercidos em relação à mesma, trata-se de reconhecer e analisar um fenômeno cultural que intriga aos estudiosos, a Indústria Cultural (IC), termo desenvolvido pelos teóricos da *Dialética do Esclarecimento*, Adorno e Horkheimer (1985), para revelar como esse sistema influenciador ultrapassa as barreiras do tempo e se solidifica cada vez mais no mundo moderno, apropriando-se da cultura e das artes como caracterização para a produção de mercadorias uniformes, de maneira unilateral, com o intuito de adaptar o comportamento e a consciência dos indivíduos aos moldes do sistema que se estabelece e se estrutura como uma

máquina fabricante de cultura, intencionalmente idealizada para o atropelo da criticidade e autonomia do homem.

Por conseguinte, trataremos sobre as possibilidades de usufruir e viver em convergência com esse fenômeno e, ao mesmo tempo, ser autônomo para criticar e se estabelecer racionalmente diante do que é veiculado através dos mecanismos de massa (rádio, televisão, jornais, revistas, Internet). Para tanto, percebemos a educação como uma alternativa para o desenvolvimento de comportamentos conscientes diante da veiculação e manobras comerciais que a IC exerce na esfera social.

Diante do exposto, analisamos o quão necessário se faz os estudos em torno da cultura para esta investigação, enfatizando, principalmente, as reflexões que a concebem mediante seu caráter central para o desencadeamento dos diversos comportamentos (individuais e coletivos) que são desenvolvidos no âmbito social. Nesse sentido, ao passo que compreendemos que a nossa sociedade está vivendo imersa a uma nova e já instaurada cultura paralela, a cultura digital, se faz necessário direcionarmos um olhar (estudo), também, para esta realidade, se assim a propomos como elemento central.

Desta forma, ao mesmo tempo que concebemos a importância dos estudos e reflexões em direção à cultura e ao letramento na escola, como componentes primordiais para a formação de cidadãos críticos e autônomos, nas diferentes esferas sociais, propomos os estudos em torno da cultura digital e do letramento digital como requisitos necessários para a adequação destes indivíduos nesse novo espaço social movido pela era virtual.

Sendo o professor um potencial gerador de atitudes e múltiplas interpretações, visualizamos que podemos alcançar tal intento, exposto no parágrafo anterior, por meio da ação social do docente. Nesta direção, selecionamos um espaço virtual de comércio eletrônico (neste caso, o *MercadoLivre*), admitindo-o como uma possibilidade de ser utilizado como uma ferramenta virtual de aprendizagem e como um possível mecanismo motivador para as práticas sociais virtuais que podem ser desencadeadas no universo digital. Observando-se, no entanto, que o aprendizado a que nos referimos vai além do domínio da língua ou do bom uso do aparato virtual, para concentrar-se nas discussões que remetem a uma reflexão do papel da cultura e da

cultura digital nos espaços de aprendizagem escolar dos alunos de EJA (Educação de Jovens e Adultos). Esta modalidade então atendida por meio do acesso à Internet, novo veículo de comunicação de massa, atualmente considerado como a nova alternativa de controle e manipulação da Indústria Cultural (IC). Desta forma, percebemos que é difícil ficarmos alheios a este advento da IC, a que tudo controla e manipula. Neste caminho, devemos criar alternativas de vivermos concomitantemente com este sistema, mas incumbidos de uma consciência crítica quanto à influência deste fenômeno na vida e comportamento das pessoas.

1.1. Algumas reflexões em torno do termo cultura

São remotas as análises que contemplam o interesse do homem pela cultura, não é de hoje que os comportamentos e/ou os hábitos de diferentes povos intrigam os estudiosos que enveredam o caminho por uma definição para “Cultura” e sua relação com o desenvolvimento e caracterização de um povo. Nesse caminho, qual norte levar em consideração para tal conceito? Determiná-lo a partir de questões biológicas será mais preciso do que questionamentos de origem geográfica?

Essas são algumas das perguntas que o teórico Laraia (2001) tenta elucidar em sua obra. Em suas colocações introdutórias, o autor descreve diacronicamente relatos de pensadores e pesquisadores que se preocuparam em descrever os comportamentos de diferentes povos no mundo. Trata-se de um panorama histórico de análises desenvolvidas em torno do termo cultura que precedem o surgimento de Cristo e desaguam nos dias atuais. Entre estas, podemos citar a análise de Heródoto (484-424 a.C.), historiador grego, que relatou a prioridade da matrilinearidade dos lícios para a constituição da família e, em relação à atualidade, o autor diz que basta se atentar aos comportamentos das pessoas que vivem no chamado mundo civilizado, nesse sentido, ele traça alguns costumes e hábitos atuais em algumas partes do mundo que podem nos parecer estranhos, como o sentido do trânsito à esquerda na Inglaterra; as iguarias culinárias na França (*rãs* e *escargots*) e a obesidade para os ciganos da Califórnia que é tratada como virilidade e,

também, artifício para o benefício perante os programas governamentais, que considera este fato como uma deficiência física.

Laraia (2001) tenta sintetizar algumas teorias de conceituação da cultura, apoiando-se em uma proposta estruturada pelo antropólogo Roger Keesing (1974). Para tanto, estabelece alguns tipos de sistemas, quais sejam: adaptativo, cognitivo, estrutural e simbólico, a serem considerados quanto à formação das teorias sobre cultura. A título de ilustração, apresentamos posições sobre cultura a partir da lógica de cada sistema. As citações a seguir associam respectivamente sistema a autor conforme Laraia (2001, p. 59):

Culturas são sistemas (de padrões de comportamento socialmente transmitidos) que servem para adaptar as comunidades humanas aos seus embasamentos biológicos. Esse modo de vida das comunidades inclui tecnologias e modos de organização econômica, padrões de estabelecimento, de agrupamento social e organização política, crenças e práticas religiosas, e assim por diante. *Leslie White (Apud LARAIA, 2001, p.59)*

Para White (*Apud LARAIA, 2001*), a cultura é um sistema adaptativo, esta desenvolve-se no sentido de facilitar a vida social humana mediante a predisposição de modelos de comportamentos, os quais são transmitidos socialmente. Nesse sentido, o indivíduo para se integrar e permanecer fluentemente dentro desta comunidade social precisa adaptar-se a ela, para isso, deve seguir os modelos implícitos em seu bojo.

Já W. Goodenough (*Apud LARAIA, 2001, p.61*) explicita cultura sob um sistema cognitivo que "Consiste em tudo aquilo que alguém tem de conhecer ou acreditar para operar de maneira aceitável dentro de sua sociedade." Trata-se de um conjunto de pré-requisitos que sustentam a adequação de um indivíduo no contexto social. É preciso apreender esses pré-requisitos para posicionar-se de maneira equivalente às demandas impostas pela sociedade.

Como sistemas estruturais, Claude Lévi-Strauss (*Apud LARAIA, 2001, p.61*) nos permite entender cultura como sendo uma simbologia criada pela mente humana para regular os comportamentos dos indivíduos, através de normas inconscientemente estabelecidas, para tanto:

Define cultura como um sistema simbólico que é uma criação acumulativa da mente humana. O seu trabalho tem sido o de descobrir na estruturação dos domínios culturais — mito, arte,

parentesco e linguagem — os princípios da mente que geram essas elaborações culturais. (*Claude Lévi-Strauss*)

Clifford Geertz (*Apud LARAIA, p. 62*) analisa cultura:

não um complexo de comportamentos concretos mas um conjunto de mecanismos de controle, planos, receitas, regras, instruções (que os técnicos de computadores chamam programa) para governar o comportamento. (*Clifford Geertz*)

Para o antropólogo, todos os indivíduos já nascem com uma predisposição genética para socializar-se em qualquer tipo de cultura. Assim, qualquer sujeito terá a possibilidade de viver harmonicamente dentro de seu contexto social.

Diante das perspectivas elencadas acima, percebemos quão conflitante é constituir uma definição para o termo cultura, pois inúmeros são os conceitos e discussões existentes e a serem levantadas quando estamos tratando de comportamentos de vidas em sociedade e sua representatividade para a identificação de um povo. Como o próprio Laraia (2001, p. 63) argumenta:

(...) a discussão não terminou — continua ainda —, e provavelmente nunca terminará, pois uma compreensão exata do conceito de cultura significa a compreensão da própria natureza humana, tema perene da incansável reflexão humana.

Acreditamos na relevância de todas estas considerações para a conceituação do termo, no entanto, conforme mencionado na introdução deste capítulo acreditamos na centralidade da cultura, “expressão que indica a forma como a cultura penetra em cada recanto da vida social contemporânea, fazendo proliferar ambientes secundários, mediando tudo” (Hall, 1997, p.4).

Desta forma, tendemos a considerar esta centralidade mediante uma perspectiva dúplice que a observa de forma substantiva, admitindo-se a importância epistemológica que ela faz jus:

Por “substantivo”, entendemos o lugar da cultura na estrutura empírica real e na organização das atividades, instituições, e relações culturais na sociedade, em qualquer momento histórico particular. Por “epistemológico”, nos referimos a posição da cultura em relação as questões de conhecimento e conceitualização, em como a “cultura” é usada para transformar nossa compreensão, explicação e modelos teóricos do mundo. (Hall, 1997, p.1)

A cultura, nestes termos, pode ser entendida como o ponto de partida para o desencadeamento das ações sociais que são realizadas na sociedade. Trata-se de uma representação que guia o desenvolvimento das características e práticas sociais que o ser humano deve realizar e/ou adquirir para se estabelecer na sociedade – comportamentos, hábitos, costumes que o condicionarão a viver harmonicamente. Ou seja, ações sociais que servirão como pressupostos para serem seguidos como forma de aceitação entre os indivíduos perante a comunidade social, Hall (1997). Quanto a isto, ele nos diz:

Eles nos permitem interpretar significativamente as ações alheias. Tomados em seu conjunto, eles constituem nossas “culturas”. Contribuem para assegurar que toda ação social é “cultural”, que todas as práticas sociais expressam ou comunicam um significado e, neste sentido, são práticas de significação. (HALL,1997, p.1)

Para as Ciências Humanas e Sociais o estudo da cultura sempre foi relevante e em nosso trabalho acreditamos que ela é fundamentalmente constituidora das ações sociais que se estabelecem nas diversas relações. Em nosso ponto de vista a ação social não é tida como de base genética, biológica ou instintiva, mas sim oriunda das interpretações que os indivíduos realizam para compreender as significações das coisas e “para codificar, organizar e regular sua conduta uns em relação aos outros” (Hall, 1997, p.1).

Nesta acepção, reconhecemos o professor como um gerador de ações sociais que em nossa pesquisa vê a apresentação de uma ferramenta virtual³ como um estímulo para o desenvolvimento das interpretações que vão gerar múltiplos significados, absolutamente úteis para sua inclusão no universo da cultura midiática.

Por outro lado, não podemos abandonar as questões vinculadas à regulação, à moralidade e ao governo da conduta social, se propomos considerar a cultura como elemento central, até porque quanto mais central ela fica, tanto mais, há o desenvolvimento de mecanismos que venham a querer controlá-la e a regulá-la. Conforme Hall (1997, p.11):

³ Nos termos definidos nesta pesquisa, conforme menção na introdução do Capítulo I. Ressaltando-se, inclusive, que em todas as ocorrências deste trabalho que utilizarmos as expressões “ferramenta virtual de aprendizagem ou ferramenta virtual”, significa dizer que admitimos que o comércio eletrônico MercadoLivre possa ser utilizado como tal.

Seja o que for que tenha a capacidade de influenciar a configuração geral da cultura, de controlar ou determinar o modo como funcionam as instituições culturais ou de regular as práticas culturais, isso exerce um tipo de poder explícito sobre a vida cultural.

Diante do exposto, o professor que atua socialmente pode estar sujeito às pressões vindas das diversas culturas que estão implícitas na identidade dos estudantes. Hall (1997, p. 20) complementa a discussão dizendo que:

Outra forma de “regular culturalmente” nossas condutas está nos sistemas classificatórios que pertencem e delimitam cada cultura, que definem os limites entre a semelhança e a diferença, entre o sagrado e o profano, o que é “aceitável” e o que é “inaceitável” em relação a nosso comportamento, nossas roupas, o que falamos, nossos hábitos, que costumes e práticas são considerados “normais” e “anormais”, quem é “limpo” ou “sujo”.

Essas divergências de comportamentos sociais em diferentes culturas do mundo são levadas em consideração, tomando-se como referencial o próprio contexto social, ou seja, comportamentos e hábitos que são praticados ou desenvolvidos em determinada sociedade, poderá parecer estranho para outros contextos sociais onde estes comportamentos e hábitos não são vivenciados, trata-se de um procedimento plausível de repulsa em relação ao que lhe é desconhecido e praticado em sua cultura. Mas, por mais que este costume venha a se afastar ou ser considerado inadmissível dentro de um contexto social, é preciso refletir e não se deixar ofuscar pelos hábitos já enraizados em seu próprio meio social e, também, considerados, tão quanto, estranhos para outras sociedades.

Quanto a isto, Laraia (2001, p. 72) argumenta:

O fato de que o homem vê o mundo através de sua cultura tem como consequência a propensão em considerar o seu modo de vida como o mais correto e o mais natural”. Questão esta, como bem afirma o mesmo autor, que tende ao etnocentrismo e, por consequência, ao surgimento de conflitos sociais.

Assim, caminhar no sentido de perceber sua própria cultura como uma tendência determinadora para uma reflexão dos comportamentos puramente adequados à vida social perante a cultura global, é constituir, implicitamente, o perigo de se desenvolver um caminho que leva ao fundamentalismo. Neste ponto, é primordial a atuação e o posicionamento do professor enquanto ator

social, no tocante a promoção de reflexões diante dos fatos sociais, motivando interpretações que gerem significados que possam permitir que os aprendizes façam escolhas conscientes diante de sua realidade cultural. Quanto a isto, Hall (1997, p.3) nos indica que:

O próprio ritmo e a irregularidade da mudança cultural global produzem com frequência suas próprias resistências, que podem, certamente, ser positivas, mas, muitas vezes, são reações defensivas negativas, contrárias à cultural global e representam fortes tendências a “fechamento”. Por exemplo, o crescimento do fundamentalismo cristão nos EUA, do fundamentalismo islâmico em regiões do Oriente Médio(...)

Diante do exposto, percebemos quão relevantes são os pensamentos e estudos aqui apontados sobre cultura e o exame de reflexão sobre sua centralidade, como requisito para o aprofundamento das análises que se seguem nesta pesquisa sobre a ligação que esta exerce em ampliar o domínio do que está associado a ela e seu potencial papel em estabelecer os variados aspectos da vida social. Ratificando-se, neste sentido, a importância da ação social que será desenvolvida para a reflexão e compreensão dos inúmeros sistemas de significados que fundamentam nossas ações diante da interpretação que desenvolvemos perante as ações do outro.

1.2 Indústria Cultural: um fenômeno a ser observado criticamente

Antes de adentrarmos na significação da Indústria Cultural (IC) propriamente dita, passemos brevemente a esclarecer e a traçar historicamente os fatos que, possivelmente, sucederam e acarretaram o surgimento deste fenômeno social enquanto objeto de intervenção da consciência e do comportamento humano.

De maneira sucinta podemos dizer que a IC é alimentada através do consumo de seus produtos pela massa, trata-se da manipulação da conversão da cultura em mercadoria e da mercadoria em cultura. Através deste pressuposto, podemos nos fundamentar no artigo de Grant McCracken (2007), *Cultura e Consumo: uma Explicação Teórica da Estrutura e do Movimento do Significado Cultural dos Bens de Consumo*, que retoma o Século XVIII e o

advento da Revolução Industrial, como sendo este o tempo indicador para os constantes interesses pelo consumo e a dependência desta atividade para a satisfação e desejo das pessoas em se estabelecerem como sujeitos inerentes e envolvidos às novas atribuições da vida social.

Ele nos mostra como esta época foi representativa para o surgimento de uma cultura de massa, diante das grandes transformações nos setores econômicos e sociais, tornando-se a relação entre o capital e o trabalho, a mola mestra para alavancar a nova situação que se estabelecia e aumentava em grandes proporções, alcançando o domínio mundial. Os industriais fincaram grandes investimentos no comércio varejista de vestuário e na publicidade, tais campos foram decisivos para a construção do consumo de massa. Através dos ditames da moda, as pessoas se viam obrigadas a acompanharem e consumirem intensamente o que estava a ser comercializado naquela estação e divulgado através dos veículos publicitários da época, uma vez que se sentiam confortados, pois se comportavam de acordo com os adventos modais e assim, facilmente aceitos perante a sociedade.

Vemos nessas breves passagens temporais sobre a indústria, a cultura e o consumo que muitos comportamentos permanecem inalterados e, outros, são manifestados de formas distintas, até porque os veículos de publicidade se transformaram juntamente com a influência dos desejos das pessoas.

Os meios de produção, circulação e troca cultural, em particular, tem se expandido, através das tecnologias e da revolução da informação.(...) Ao mesmo tempo, indiretamente, as indústrias culturais tem se tornado elementos mediadores em muitos outros processos.(...) Hoje, a mídia sustenta os circuitos globais de trocas econômicas dos quais dependem todo o movimento mundial de informação, conhecimento, capital, investimento, produção de bens, comércio de matéria prima e marketing de produtos e ideias. (HALL, 1997, p.1)

Na mesma direção, algo peculiar vem se arrastando até os dias atuais, na contemporaneidade, trata-se da manipulação e adequação da transformação dos interesses culturais das pessoas em produto e vice-versa. É possível, no universo da sociedade, observarem-se situações e atitudes que por vezes só se explicam quando considerada a influência da IC, isto é, desejos e vontades que de fato se motivam e se constituem mediante a influência e os interesses da Indústria Cultural. Tais comportamentos multiplicam-se diante das

constantes pressões que os veículos de comunicação e publicidade exercem, reforçando este sistema, praticamente, já enraizado na conjuntura social.

A expressão Indústria Cultural, até então conhecida como cultura de massa, refere-se ao uso intencional dos veículos de comunicação de massa (rádio, televisão, jornais, revistas, etc.) pela classe dominante, com o intuito de converter a cultura em objeto mercadológico.

Tal expressão foi utilizada pelos sociólogos Adorno e Horkheimer em 1947, na obra de autoria conjunta intitulada “Dialética do Esclarecimento”, em substituição ao termo cultura de massa, o qual nos leva a refletir por uma cultura criada pelo e para o povo. Tal característica é distinta da realidade, onde, na verdade, há uma mercantilização da cultura em uma linha perpendicular de cima para baixo, imposta e ditada ao povo. Sendo, portanto, mais apropriado o termo Indústria Cultural, pois percebe-se a forte influência que é desenvolvida ao conceber um produto cultural ligado ao povo, com um único intuito, o de facilitar o envolvimento para a manipulação do consumo do mesmo, direcionando a uma lógica de homogeneização cultural:

um efeito desta compressão espaço-tempo é tendência a homogeneização cultural – a tendência é amplamente debatida por du Gay [ed., 1997], Mackay [ed., 1997] e nesta obra) de que o mundo se torne um lugar único, tanto do ponto de vista espacial e temporal quanto cultural: a síndrome que um teórico denominou de *McDonaldização* do globo. (HALL, 1997, p.2)

Adorno e Horkheimer (1985), em sua obra instrumental para a formação da emancipação da consciência do indivíduo frente as suas relações com a sociedade e a cultura, tenta esclarecer e tratar da ilusória atmosfera social idealizada através dos interesses econômicos – entendendo como idealizada, no intuito de perpetrar a manipulação social; e os interesses econômicos surgem pela busca da lucratividade através da mercantilização da cultura.

Segundo Costa (2003, p. 14):

A indústria cultural pode ser definida como o conjunto de meios de comunicação como, o cinema, o rádio, a televisão, os jornais e as revistas, que formam um sistema poderoso para gerar lucros e por serem mais acessíveis às massas, exercem um tipo de manipulação e controle social, ou seja, ela não só edifica a mercantilização da cultura, como também é legitimada pela demanda desses produtos.

Fixada implicitamente a partir de manobras comerciais que se aproximam dos costumes e características das massas, a IC tenta desenvolver nelas a falsa sensação de igualdade e bem-estar, onde todos são passíveis de usufruir os mesmos direitos e das mesmas coisas. O intuito deste fenômeno cultural não é o de se extinguir com as diferenças de classes, pelo contrário, estas continuam fortemente, comprando mais aqueles que detêm mais condições. O que há, na realidade, é uma aproximação de interesses de classes, ou seja, buscam o pleno consumo enquanto são atendidas e controladas por essa grande fábrica cultural.

Outro ponto a nortear este sistema é o lazer e o trabalho, ambos no contexto social tendem a ser encarados como aspectos e sensações distintas, mas estes se confundem, pois os próprios indivíduos são os mesmos agentes destes dois campos, na medida em que produzem e consomem de um produto concebido e controlado pelo próprio sistema. Ou seja, há a ilusão da livre diversão, mas há uma extensão das atividades que são desenvolvidas nos mais diferentes campos sociais, trata-se de uma mecanização das atividades culturais onde a “liberdade de escolha da ideologia, que reflete sempre a coerção econômica, revela-se em todos os setores como a liberdade de escolher o que é sempre a mesma coisa.” (Adorno e Horkheimer, 1985, p. 79).

Nesse sentido, a IC trata de uniformizar e massificar os bens artísticos e culturais da sociedade, transformando-os em produtos mercadológicos, o que mais importa não é a essência ou contribuição cultural desse bem para a sociedade, mas sim, como esse bem transformado em produto de consumo pode ser aceito por um número cada vez maior de consumidores. Assim, as criações e transformações artísticas e culturais, vistas como produtos comerciais, são desenvolvidas diante das perspectivas de aceitação do consumo incessante dos indivíduos.

A este respeito, Costa (2003, p.3) argumenta:

O filme sonoro e a televisão podem criar a ilusão de um mundo que não é o que a nossa consciência espontaneamente pode perceber, mas uma realidade cinematográfica que interessa ao sistema econômico e político no qual se insere a indústria cultural. Pela cultura de massa, o homem é subordinado ao progresso da técnica e esta destrói, fragmenta-o em sua subjetividade para dar lugar a razão instrumental, ou seja, a razão é reduzida a instrumentalidade.

Para Adorno e Horkheimer (1985), a IC manipula e aniquila a consciência e o pensamento crítico dos indivíduos, os quais passam a ser rotulados como meros seguidores e consumidores de produtos intencionalmente desenvolvidos. Trata-se de influenciar o maior número destas pessoas a consumirem produtos padronizados e idealizados a partir da sugestão de uma real necessidade, por isso, a fácil aceitação das massas, a produção em série e o grande retorno de investimento de capital.

Para Bauman (2008) o consumo já se tornou algo trivial e diz respeito ao cotidiano e idealizado para satisfazer momentos prazerosos que passamos com familiares e amigos, através de comemorações, encontros e festividades. Assim, a ligação com a manipulação se torna algo muito estreito e difícil de desvincular, uma vez que já se tornou algo inseparável e dissociável da vida cultural dos indivíduos.

Nesse caminho, as pessoas influenciadas pela comunicação das diferentes mídias se resumem em escolher um produto acabado, sem precisar opinar ou criticar. É essa a sensação que a IC tenta desenvolver nas pessoas, a de não construção de pensamentos e conhecimentos, tenta-se romper e impor uma nova ideologia através da qual seus costumes e comportamentos serão guiados através do que é ditado pelo sistema.

Costa complementa (2003, p. 3) dizendo que:

A indústria cultural mostra a regressão do esclarecimento na ideologia, que encontra no cinema e no rádio sua expressão mais influente, a medida que eles não passam de um negócio rentável aos seus dirigentes. O esclarecimento como mistificação das massas consiste, sobretudo, no cálculo da eficácia e na técnica de produção e difusão.

Dentro deste sistema, as pessoas se sentem inconformadas e com a sensação de estar sempre consumindo para se adequar a uma atmosfera social que é veiculada aos seus olhos. A IC tenta formar indivíduos não autônomos, dependentes e incapazes de discernir sobre a sua real situação neste ambiente onde tudo pode se apresentar como novo e com características inovadoras é, na verdade, intencional e repetitivo, o fluxo é sempre o mesmo, fazer com que o indivíduo acredite ser um sujeito ativo e consuma

incessantemente, entretanto, trata-se apenas de um objeto passivo e manipulável dos critérios estabelecidos pela cultura industrial.

Bauman (2008), nessa mesma via, atribui ser esse comportamento compulsivo pelo consumismo, reflexo de uma cultura que escolhe como esta o único estilo de vida, rejeitando-se as demais opções culturais alternativas. E ele acrescenta (2008, p. 41):

Para que uma sociedade adquira esse atributo, a capacidade profundamente individual de querer, desejar e almejar deve ser, tal como a capacidade de trabalho na sociedade de produtores, destacada (“alienada”) dos indivíduos e reciclada/reificada numa força externa que coloca a “sociedade de consumidores” em movimento e a mantém em curso como uma forma específica de convívio humano, enquanto ao mesmo tempo estabelece parâmetros específicos para as estratégias individuais de vida que são eficazes e manipula as probabilidades de escolha e condutas individuais.

Adorno (1976) atenta em relação a isso: “O consumidor não é soberano, como a indústria cultural quer fazer crer, não é o seu sujeito, mas o seu objeto.”

Deste modo, a IC influencia as pessoas numa direção em que percam sua essência e se guiem pela ideologia imposta por este sistema, a ideologia da classe dominante, na qual o indivíduo é tratado como um objeto, por acreditar e aceitar o que lhe é transmitido, sem precisar formar sua própria opinião e consciência crítica, conforme Hall (1997) diante de uma ação social enquanto indivíduo que observa não é capaz de interpretar e reconhecer novos significados, apenas reproduzir o que já existe.

Como bem explica Costa (2003, p. 3):

Tolhendo a preferência da massa e instaurando o poder da técnica sobre o homem, a indústria cultural cria condições favoráveis para a implantação de seu comércio. O valor de uso é absorvido pelo valor de troca em vez de prazer estético, o que se busca é conquistar prestígio e não propriamente ter uma experiência do objeto.

Com o advento da tecnologia, a IC tomou proporções bem maiores e, até mesmo, mais eficazes para controlar e influenciar o comportamento e a consciência dos indivíduos na sociedade contemporânea. A internet tornou-se uma espécie de extensão dos veículos de comunicação que já existiam, pois os donos das grandes mídias de televisão, rádio e revistas, detentores do poder e capital, acabam controlando, também, essa nova mídia, tornando

assim, mais um canal disseminador e influenciador, visto que as mesmas informações e propagandas acabam sendo transmitidas por todos esses canais midiáticos, facilitando a manipulação das pessoas, as quais sem uma consciência e criticidade estabelecida, se guiam por eles, apostando em suas credibilidades de afirmação, por estarem atuando com a uniformidade das informações transmitidas.

Analisamos, até aqui, as condições e vivências dos indivíduos diante da não atual, mas renovadora conjuntura que a IC estabelece na sociedade, objetivando um intuito perene, o domínio da consciência e percepção das massas diante dos fatos e movimentos culturais implícitos no convívio social. Diante disto, promover a racionalidade dos movimentos reproduzidos por esse fenômeno, através dos veículos de massa, se faz necessário para a tomada da criticidade e da independência da liberdade de escolha, algo a ser discutido no próximo item.

1.3A era da informação: extensão da manipulação ou ampliação do conhecimento?

O advento da tecnologia e a conseqüente facilidade e rapidez com que a informação e a comunicação se estabelecem na sociedade, poderiam ser os motivos primordiais para justificar o acesso à educação, o curto tempo empregado na investigação das curas para as doenças, o acesso democrático à informação, a preservação ambiental na diminuição do consumo do papel, entre outros motivos que nos levam a perguntar: poder-se-ia existir algo comprometedor dentro desta nova era?

É fato a contribuição dessa inovação para o âmbito social através do computador e da internet, mas, podemos analisar que muitas das atividades que foram enriquecidas e alavancadas com o auxílio das tecnologias ficaram comprometidas devido ao mau uso, condicionado ao controle e manipulação do comportamento do indivíduo e de seus novos aspectos culturais.

O que podemos observar é o tratamento destas inovações tecnológicas como mais um aliado para a supremacia da IC, tornando-se mais um veículo altamente eficiente para a propagação e manipulação da cultura como

mercadoria. Sem um devido conhecimento, o indivíduo se torna facilmente um mero objeto dentro deste sistema, o qual impede a livre expressão e a autonomia para discernir sobre seu próprio desenvolvimento. Em relação a isso, Hall (1997, p. 3) vem explicar que:

É, de fato, difícil negar que o crescimento das gigantes transnacionais das comunicações, tais como a CNN, a Time Warner e a News International tende a favorecer a transmissão para o mundo de um conjunto de produtos culturais estandarizados, utilizando tecnologias ocidentais padronizadas, apagando as particularidades e diferenças locais e produzindo, em seu lugar, uma 'cultura mundial' homogeneizada, ocidentalizada.

Diante desta passagem percebe-se a estreita ligação da IC com o desenvolvimento dos grandes veículos de comunicação e a formação de comportamentos e atitudes veiculados e construídos por parâmetros internacionalmente estabelecidos e aceitos pela massa. A tendenciosa facilidade de propagação da informação, advinda das novas tecnologias, oportuniza a geração de novas gigantes empresas de comunicação, sendo, mais uma alternativa para a homogeneização e domínio da cultura da massa e de sua identidade.

Nesse sentido, pode-se dizer que a internet, ainda, não é um veículo de comunicação tão popular quanto o rádio e a televisão, mas, já exerce fascínio e atinge um número crescente de seguidores de diferentes classes. Sua influência na vida e comportamento das pessoas é algo que incentiva diversos estudos e análises pelo poder que a rede mundial de computadores vem exercendo como uma nova maneira de adquirir cultura, mas também, impulsiona o sistema capitalista a observar esse mecanismo de informação e comunicação como um poderoso e vantajoso negócio.

É ilusório achar que o controle e o acesso à informação estão nas posses dos indivíduos, é perceptível que a cada dia que passa as grandes empresas por já notarem esta grande onda de influência que a internet exerce na vida das pessoas, estão concentrando o controle destas informações que chegam até cada um. Já é possível notar um número crescente de propagandas e notícias que são veiculadas pela Internet, tornando-se esse o grande negócio e expansão das comunicações e informações do futuro.

Nesse sistema, percebemos a inserção e formação de uma nova cultura, uma cultura digital, a Cibercultura, onde ilusoriamente tudo parece e deve ser democrático e liberal, mas assim não o é. As grandes multinacionais já influenciam os hábitos das pessoas por meio dessa grande rede. Exercem, através do poder da padronização da linguagem e da propaganda, a manipulação e controle do comportamento das pessoas, as quais são tratadas como potenciais consumidoras de mercadorias culturais.

A Internet pode parecer um potencial campo democrático para o acesso à informação, comunicação e o lazer, contudo a alienação do ser é o grande incentivo para a propagação deste acesso facilitado através do controle da IC. Por outro lado, a tecnologia surpreende nas inovações e rapidez com que disponibilizam novas e alternadas formas de se discutir esse novo processo cultural, que trazem a tona um redimensionamento da noção de tempo e espaço, diante das novas tecnologias:

A síntese do tempo e do espaço que estas novas tecnologias possibilitaram, introduz mudanças na consciência popular, visto que vivemos em mundos crescentemente múltiplos e – o que é mais desconcertante – virtuais. A mídia encurta a velocidade com que as imagens viajam, as distâncias para reunir bens, a taxa de realização de lucros e até mesmo os intervalos os tempos de abertura das diferentes bolsas de valores ao redor do mundo. (HALL, 1997, p.2)

Nesse contexto, não se pode desconsiderar esta nova dimensão temporal-espacial, no entanto, é possível repensar-se a maneira como essas tecnologias estão sendo utilizadas. Neste tocante, a educação é o caminho mais apropriado para a busca do desenvolvimento da reflexão do homem em relação não só a esses novos mecanismos utilizados para a regulação do pensamento e controle do comportamento, como também, os já estigmatizados na raiz deste processo, como é o caso dos demais veículos de comunicação de massa, os quais são tão quanto influenciadores para uma cultura modelizada.

Assim, nosso próximo capítulo, partindo do que já foi exposto sobre cultura, IC e a influencia das mídias, mais especificamente, novas tecnologias (Internet) propomos uma revisão do processo educacional de ensino-aprendizagem, aliado às reflexões propostas até aqui.

1.4 Educação e novas tecnologias: caminhos para a não alienação

Como já explicitado anteriormente, a pesquisa não prima pelo abandono às reflexões sobre a IC ou como se viver alheio a este sistema, pelo contrário, visto ser este um fenômeno fortemente estruturado e manifestado na sociedade, cabe-nos construir alternativas para o desenvolvimento de uma vida social mais consciente, em que os hábitos e os costumes a serem desenvolvidos pela massa, não sejam uniformes e ditados por este sistema, mas legitimados pela criticidade e plena consciência de seus comportamentos e aspectos culturais.

Nesse sentido, apesar da internet ser o novo veículo de massa da IC, exercendo uma manipulação que se potencializa em medidas de proporção em relação aos demais veículos de massa, por outro lado, ela tem oportunizado às massas a terem acesso às coisas que antes só estavam ao alcance de uma minoria favorecida.

Outros fatores aproximam o grande público ao acesso a cursos educacionais à distância. Sem a necessidade de grandes financiamentos, as pessoas podem realizar diferentes tipos de cursos e capacitações, a rede também possibilita às pessoas divulgarem suas habilidades nas artes, na moda, seja ofertando serviços domiciliares e à distância ou, até mesmo, vendendo e revendendo produtos sem a necessidade de constituir um grande investimento ou ser patrocinado por uma grande empresa.

Será este viés que irá nortear a nossa pesquisa, buscaremos através da aprendizagem e aplicabilidade de uma ferramenta virtual, desenvolver as noções de racionalidade acerca dos fatos que a IC desenvolve na sociedade e, ao mesmo tempo, construir relevantes posicionamentos em torno da busca de sua própria ideologia e constituição de valores, como sujeito participativo e dinâmico quanto ao processo de produção de sua independência financeira.

Diante disso, não podemos contestar a contribuição destes mecanismos digitais para a vida das pessoas, seja oportunizando novas alternativas de pensar e agir, seja aproximando vidas que se distanciam fisicamente ou facilitando a descoberta de novas alternativas de aprendizagem.

A ideia é o saber utilizá-las conscientemente sem se perder na tentação do que é veiculado para o extremo consumo. Devemos analisar que não

podemos viver ausentes a forte influência da IC e que os diversos canais midiáticos, veículos construtores e mantenedores deste sistema, podem se tornar alternativas de esclarecimento e construção da consciência crítica dos que fazem parte da massa.

Neste contexto, a educação se torna um caminho promissor para o desenvolvimento de um trabalho que promova a construção do pensamento crítico do indivíduo a respeito da consistência e preservação de sua essência, de seus ideais e do resgate de seus próprios valores culturais.

Segundo o dicionário Aurélio (2001, p. 251), educação é o “processo de desenvolvimento da capacidade física, intelectual e moral da criança e do ser humano em geral, visando à sua melhor integração individual e social”. Percebemos a educação, mais precisamente a escola, como um espaço promotor da inclusão e do esclarecimento da massa. Desta forma, faz-se necessário oportunizar uma educação que permita aos indivíduos terem ciência do envolvimento e influência da IC na formação de nossas ideias e atitudes no meio social. Para tanto, utilizaremos no âmbito escolar, os próprios mecanismos de veiculação da IC, mais precisamente o computador, a internet e as ferramentas virtuais de aprendizagem, por se tratarem dos próprios mecanismos de veiculação deste sistema e por entender que o desenvolvimento da consciência do alunado mediante a utilização dessas mídias possibilitará ao próprio indivíduo constituir uma interação com a problemática, resultando em comportamentos favoráveis ao reconhecimento de sua própria cultura, isto é, a partir de uma ação social promover interpretações que possam gerar novos significados.

Quanto a isto, Costa (2003, p.1) acrescenta:

Compreender e possuir uma posição que seja crítica e analítica desse processo de massificação dado pela cultura é mais do que roteiro teórico, é antes de tudo, uma referência que consubstancia a gama de problemas culturais vividos no século XX.

A educação caminha no sentido de possibilitar o sujeito aprendiz na construção da compreensão do significado de sua vida, uma vez que apreende conhecimentos sobre sua cultura e seu dia a dia com os demais indivíduos e atividades no seu cotidiano.

Nesse contexto, por meio de uma proposta diferenciada e numa perspectiva de atender a EJA - Educação de Jovens e Adultos, uma clientela que tenta historicamente se afastar da obscuridade do esclarecimento, utilizaremos o computador e a internet como um possível caminho para trilharmos rumo a criticidade, para tanto, urge a formação de sujeitos conscientes e construtores de opiniões sobre a real situação econômica e política que se insere através da IC.

Seria um equívoco vivermos fora deste fenômeno tão forte e dominador do meio social e cultural, o nosso foco está justamente nesse norte, o de nos permitir viver em convergência com o que é proposto pela mídia, mas atentos, esclarecidos e conscientes de suas reais intenções. Assistir aos programas e propagandas na televisão, ouvir músicas e acompanhar as notícias nos jornais e revistas são comportamentos que não podemos deixar de fazer, mas devemos fazê-los filtrando essas informações que chegam até nós, cientes para sabermos escolher e se posicionar diante de tantos produtos e serviços que são oferecidos aos nossos olhos.

Para tanto, a realização desta pesquisa, visando à utilização dessas novas mídias como o computador e a internet, poderá possibilitar a estes indivíduos uma formação como cidadãos mais integrados ao meio social. Trata-se de reestruturar e fortalecer um ensino que permita aos alunos possuírem uma dimensão crítica do envolvimento dos veículos de comunicação e informação ao qual estamos expostos.

Permitir-lhes um conhecimento elaborado e construído dentro dos campos escolares é só um passo inicial, o incentivo a construção do conhecimento deverá ultrapassar os limites da escola e chegar até o seu contexto social, ao seu verdadeiro mundo, inserido nas reais situações da vida, onde a informação e a comunicação através das mídias, verdadeiramente exercem uma influência maior, e, neste caminho, eles possam conscientemente reelaborar, desenvolver e disseminar novos significados.

Portanto, é enfática a importância dada ao desenvolvimento de uma educação que possibilite a estes indivíduos entrar em contato com as sensações que fazem parte de sua cultura e imersos nesta, consigam construir uma vivência capaz de permitir-lhes realizar seus próprios ideais, valores e pensamentos. E mais, há a necessidade de capacitar esses indivíduos para a

compreensão de sua própria situação como sujeitos pertencentes a um contexto cultural, onde possam agir e pensar ativamente dentro dele.

-CAPÍTULO II- LETRAMENTO E LETRAMENTO DIGITAL

O presente capítulo pretende discutir sobre o letramento e o letramento digital como possíveis caminhos para gerar cultura. Direcionamos esse olhar na medida em que analisamos que estes, o letramento e o letramento digital, são práticas sociais e se evidenciam como resultados da construção de significados do indivíduo. Nesse sentido, propomos acreditar que o professor age socialmente e que sua ação social é construir um ensino-aprendizagem que possibilita renovadas práticas de significação dentro e fora do contexto escolar.

Apoiamo-nos no letramento devido às constantes transformações que o mundo contemporâneo vem apresentando a partir do surgimento das novas tecnologias de comunicação e informação, movimento inovador este que, decisivamente, vem influenciar as relações sociais da vida moderna.

Diante do exposto, consideramos oportuno tratar conceitos e análises acerca do letramento e do letramento digital como caminhos esclarecedores para o entendimento sobre os termos. Discutiremos, então, estudos de teóricos como Kleiman, Soares e Tfouni na direção de compreender e nos levar a entender sobre estes caminhos formadores de significação e sua importante ligação para a formação do sujeito em relação às suas novas práticas sociais possibilitadas através do pleno uso da linguagem nos diferentes âmbitos.

De um modo geral, estes autores veem a escola como uma importante instituição condutora para a formação e compreensão do sujeito diante destes novos paradigmas sociais. No entanto, como forma de delimitarmos nosso campo de atuação, centramos nossas análises na EJA – Educação de Jovens e Adultos, por se tratar de um grupo com um histórico educacional negligenciado. Trilhamos, assim, um caminho de estudo e investigação em torno da importância dos letramentos como mecanismos responsáveis para se gerar cultura, logo, visualizamos que tal procedimento impulsionará a esses indivíduos a desenvolverem novas ações sociais e, na mesma proporção, construirão novos significados.

2.1. Letramento e alfabetização: caminhos que se complementam

Conforme KLEIMAN (2005), Paulo Freire atribuiu à alfabetização determinada aproximação quanto ao atual sentido do letramento. Este termo, recente no Brasil, surgiu na metade da década de 1980 pela necessidade de pesquisadores de diversas áreas em referir-se aos usos sócio-históricos da língua escrita sem se esbarrar nas relações do campo educacional ligadas ao termo alfabetização.

Como bem complementa Albuquerque (2007, p. 16):

A partir da década de 1980, o ensino da leitura e da escrita centrado no desenvolvimento das referidas habilidades, desenvolvido com o apoio de material pedagógico que priorizava a memorização de sílabas e/ou palavras e/ou frases soltas, passou a ser amplamente criticado. Nesse período, pesquisadores de diferentes campos – Psicologia, História, Sociologia, Pedagogia, etc. – tomaram como temática e objeto de estudo a leitura e seu ensino, buscando redefini-los.

Este processo de redefinição de conceitos em diferentes áreas foi sucedido pela apresentação e utilização conflituosa do termo letramento dentro do cenário pedagógico e, mesmo não havendo um devido direcionamento quanto a sua reflexão e prática dentro deste espaço, inúmeros profissionais guiados por tais conceitos, estabeleceram equivocadas formas de se trabalhar o letramento dentro das escolas, tomando-o hora como método, hora como habilidade ou, até mesmo, como um processo de alfabetização inovador.

Tal impasse entre os teóricos pode ter sido a justificativa para ter se gerado determinadas dúvidas entre estes profissionais da educação, principalmente os atuantes nas séries iniciais do ensino fundamental, quanto ao fato da comparação entre letramento e alfabetização. Como exemplo, podemos dizer que para uns o letramento é compreendido em substituição à alfabetização, para outros são processos iguais, há aqueles que empregam um termo em função do conceito de outro, alguns desprestigiam a alfabetização em razão da suposta eficácia do letramento, entre outros comportamentos que permeiam e comprometem, ainda, a realidade do ensino.

Essa instabilidade quanto à precisão do esclarecimento destes termos tem ocasionado uma série de preconceitos em relação a eles, comprometendo

a condução do ensino e acarretando na formação educacional vindoura dos aprendizes, como também, no desenvolvimento de suas habilidades fora dos campos escolares. Em virtude disso, apresentaremos como ponto de aprofundamento, reflexões de diferentes teóricos ligados à linguística e a educação, quanto ao termo letramento. E, como direção para os questionamentos em torno do mesmo, pontuaremos algumas teorias e controvérsias a respeito do processo de alfabetização e seu desenvolvimento para o trabalho pedagógico.

Já percebemos que não é uma tarefa simples encontrar um esclarecimento único que venha a resumir o termo letramento, o que encontramos são possibilidades sucintas de definição e, como já dito, não atendem a toda construção e plenitude inerente a tal expressão.

Kleiman (2005) vem nos dizer que letramento não é alfabetização, mas está incluído em seu processo. Ambos se complementam e estão associados. A alfabetização é um método que possibilita ao sujeito a utilizar a língua escrita nas instituições sociais, logo “é uma das práticas de letramento que faz parte do conjunto de práticas sociais de uso da escrita da instituição escolar.” (Kleiman, 2005, p.12)

A alfabetização, através do ensino sistemático, objetiva-se em habilitar o indivíduo para o domínio do código alfabético e ortográfico da língua, o qual garante ao sujeito envolver-se em práticas de letramento relacionadas às diferentes atividades, não só as envolvidas nas escolas. O processo de alfabetização, desta forma, se torna algo indispensável, mas não o satisfatório para se alcançar o letramento. Ou seja, é um dos requisitos que conduzem o indivíduo a envolver-se em práticas de letramento, mas o mesmo necessita de outras condições e conhecimentos para atender as diversas demandas que são desenvolvidas nas diferentes instituições sociais.

Nesse sentido, um indivíduo que não adquiriu a aprendizagem do sistema escrito da língua, não alfabetizado, poderá participar das práticas de letramento? Sim. Apesar de vivermos numa sociedade onde o domínio da escrita alfabética é condição imprescindível e facilitadora para o pleno desenvolvimento das inúmeras relações comunicativas e sociais, estas não impossibilitarão o sujeito de participar das atividades desenvolvidas na sociedade, ou seja, o indivíduo pode ser considerado um não alfabetizado, mas

não um iletrado. Pois “uma pessoa não alfabetizada que conhece a função do bilhete, da carta, das etiquetas e dos rótulos de produtos participa, mesmo que de forma marginal, nas práticas letradas de sua comunidade e, por isso, é considerada letrada.” (Kleiman, 2005, p. 14)

Quanto a isto Albuquerque (2007, p. 17) complementa:

(...) sabemos que um sujeito que não domina a escrita alfabética, seja criança, seja adulto, envolve-se em práticas de leitura e escrita através da mediação de uma pessoa alfabetizada, e nessas práticas desenvolve uma série de conhecimentos sobre os gêneros que circulam na sociedade.

Uma pessoa, ainda que não alfabetizada, quer e pode participar de uma sociedade letrada, pois ela mesma não sabendo o código escrito da língua, pode deduzir as funções dos gêneros culturais explicitados acima por Kleiman (2005), logo, atestamos uma prática letrada, mas, percebemos que esse envolvimento dependerá de outro indivíduo que o auxilie a concretizar essa prática de letramento, como bem explicitado por Albuquerque (2007) na citação anterior. Podemos exemplificar da seguinte maneira, uma pessoa não alfabetizada quer comprar algo, ela sabe que o critério de mediação para alcançar determinada ação pode ser o dinheiro (prática letrada), mas não sabe decifrar os códigos presentes nas cédulas, ou seja, a quantia equivalente para efetivar a compra, logo uma outra pessoa deverá auxiliá-la para concretizar a ação (pessoa alfabetizada e letrada).

Diante do exposto, percebemos, conforme Kleiman (2005, p. 16) que:

a alfabetização tem características específicas, diferentes da do letramento, mas é parte integrante dele. Como prática escolar, ela é essencial: todos – crianças, jovens e adultos – precisam ser alfabetizados para poder participar de forma autônoma, das muitas práticas de letramento de diferentes instituições.

Diferentemente do processo de alfabetização, o letramento não é um método. Kleiman (2005) nos mostra que há mais uma confusão quanto à tomada do termo letramento, agora, este como método. Por se tratar de um estudo relativamente novo e importante para a educação, o letramento foi sendo incorporado aos espaços escolares como um método. Kleiman (2005, p.

9-10) explica que não há um “método de letramento”, elencando alguns fatores que o distanciam desta classificação:

o letramento envolve a imersão da criança, do jovem ou do adulto no mundo da escrita (...); envolve participar das práticas sociais em que se usa a escrita (...); significa compreender o sentido, numa determinada situação, de um texto ou qualquer outro produto cultural escrito (...)

Não há um método de ensino específico que venha a ser utilizado para se alcançar a aprendizagem da língua escrita, ou que um mesmo método será a garantia de sucesso da aprendizagem de todas as pessoas. O mais importante, para Kleiman (2005), é considerar as diferentes necessidades destes sujeitos, para assim, ponderar entre o método ou os diferentes métodos que venham a atender a estas demandas.

Outro comportamento equivocado quanto ao letramento está na tomada do termo como uma habilidade, algo que possa ser ensinado e aprendido na escola. Promover o letramento na instituição escolar significa desenvolver habilidades através da língua escrita que se reproduzam em diferentes práticas de letramento, é vivenciar experiências de reflexão que ultrapassem os limites físicos deste espaço, envolvendo o sujeito em algo mais amplo, possível de ser construído e reconstruído nas diversas instituições da sociedade.

Kleiman (2005) nos leva a refletir ao fato das diferentes capacidades que são desencadeadas através de uma ocasião desenvolvida dentro da escola em que se usa a língua escrita e que, necessariamente, ultrapassam os limites do que se é possível aprender nela. Assim, o professor envolvido na promoção do letramento em sua sala de aula propõe como uma de suas práticas, o trabalho de leitura através de jornais, com o objetivo de desenvolver a competência dos alunos para o incentivo à leitura do mesmo no cotidiano. O aluno, fora deste ambiente, será possível desenvolver diferentes capacidades decorrentes desta competência adquirida na escola e que não necessariamente foram possíveis de serem aprendidas nela. Como por exemplo, fazer a assinatura para a entrega do jornal em casa, selecionar a seção que mais lhe interessa, acompanhar os classificados para aquisição de algo, entre outras capacidades que se relacionam e se refletem em diferentes formas de inserção e participação social.

Quanto a isto, Kleiman (2005, p. 18) argumenta:

O letramento é complexo, envolvendo muito mais do que uma habilidade (ou conjunto de habilidades) ou uma competência do sujeito que lê. Envolve múltiplas capacidades e conhecimentos para mobilizar essas capacidades, muitos dos quais não têm necessariamente relação com a leitura.

Diante do exposto, percebemos que para atender as demandas de uso da linguagem nas diferentes instituições sociais, não basta, apenas, condicionar o sujeito á aprendizagem mecânica da leitura e da escrita – alfabetização – é preciso entender esse método de domínio do código escrito como uma das competências a serem desenvolvidas para a promoção do letramento e, por conseguinte, das diferentes capacidades consequentes deste envolvimento mais profundo com o uso da língua escrita.

Situamos, então, Tfouni (1995, p. 20) que diferencia letramento de alfabetização dizendo que: “Enquanto a alfabetização ocupa-se da aquisição da escrita por um indivíduo, ou grupo de indivíduos, o letramento focaliza os aspectos sócio-históricos da aquisição de um sistema escrito por uma sociedade”.

Neste mesmo íterim quanto às práticas sociais de leitura e escrita, Soares (2002, p. 45) nos diz que letramento é: “o estado ou condição de indivíduos ou de grupos sociais de sociedades letradas que exercem efetivamente as práticas sociais de leitura e de escrita, participam competentemente de eventos de letramento⁴”.

Mediante as citações, podemos inferir que Tfouni (1995) adota como explicação para o letramento, como sendo este reflexo consequente das práticas sociais de leitura e de escrita, enquanto que para Soares (2002), o letramento se torna uma condição adquirida pelo sujeito letrado ao poder conduzir-se e manifestar-se em práticas sociais onde a escrita é requisito para a interação entre os sujeitos.

Levando-se em consideração as definições acima apresentadas e diante das discussões até agora realizadas, corroboramos com o posicionamento de Kleiman (1995) ao ampliar à conceituação de Tfouni, compreendendo, também,

⁴ Evento de letramento: ocasião em que a fala se organiza ao redor de textos escritos e livros, envolvendo a sua compreensão. (KLEIMAN, 2005, p.23)

as práticas sociais de leitura e escrita como parte integrante para se alcançar o letramento. Nesse sentido, ela nos diz que: “Podemos definir hoje o letramento como um conjunto de práticas sociais que usam a escrita, enquanto sistema simbólico e enquanto tecnologia, em contextos específicos, para objetivos específicos”. (KLEIMAN, 1995, p. 19)

Para esta autora, o letramento é reflexo de um conjunto de práticas sociais que são desenvolvidas tanto dentro como fora da escola, o termo envolve um conceito muito amplo que integra tanto a aquisição do domínio e uso do código escrito da língua nas diferentes instituições sociais, quanto à formação de competências e habilidades do sujeito para o desenvolvimento de práticas e eventos de letramento.

Como já mencionamos neste estudo, numa sociedade onde se privilegia o uso do código linguístico como mecanismo de interação, dominar as técnicas de leitura e escrita é pressuposto básico e essencial para uma efetiva inserção neste meio. Mas, esse domínio elementar exercido pelo método de alfabetizar é descontextualizado das inerências que a sociedade vem a atribuir ao sujeito. Desta forma, para que este venha a se tornar um pleno cidadão, é necessário que ele possa instrumentalizar essas técnicas nos mais diferentes contextos sociais e que este domínio lhes garanta poder exercer uma função essencial (SOARES, 2002).

Um sujeito letrado é capaz de utilizar suas práticas de leitura e escrita para entender as diferentes e mais profundas atribuições do sistema sociocultural, sendo possível, por exemplo: entender diferentes textos que exijam uma maior maturação do pensamento crítico; construir criticidade a partir do conhecimento apreendido na leitura e apreensão de textos, nas circunstâncias da vida e do mundo; posicionar-se diante de fatos que acometem a sociedade, o homem e/ou a família; manter equilíbrio e discernimento em suas colocações a respeito de determinado acontecimento, enfim, o letramento caracteriza-se, em seu âmago, como a possibilidade de elevar um indivíduo acrítico a um cidadão ativo e participativo numa sociedade letrada.

Analisamos que a promoção do letramento no contexto escolar da EJA é um caminho altamente benéfico para o desenvolvimento das relações sociais que potencialmente irão constituir ações sociais e, assim, gerar novos

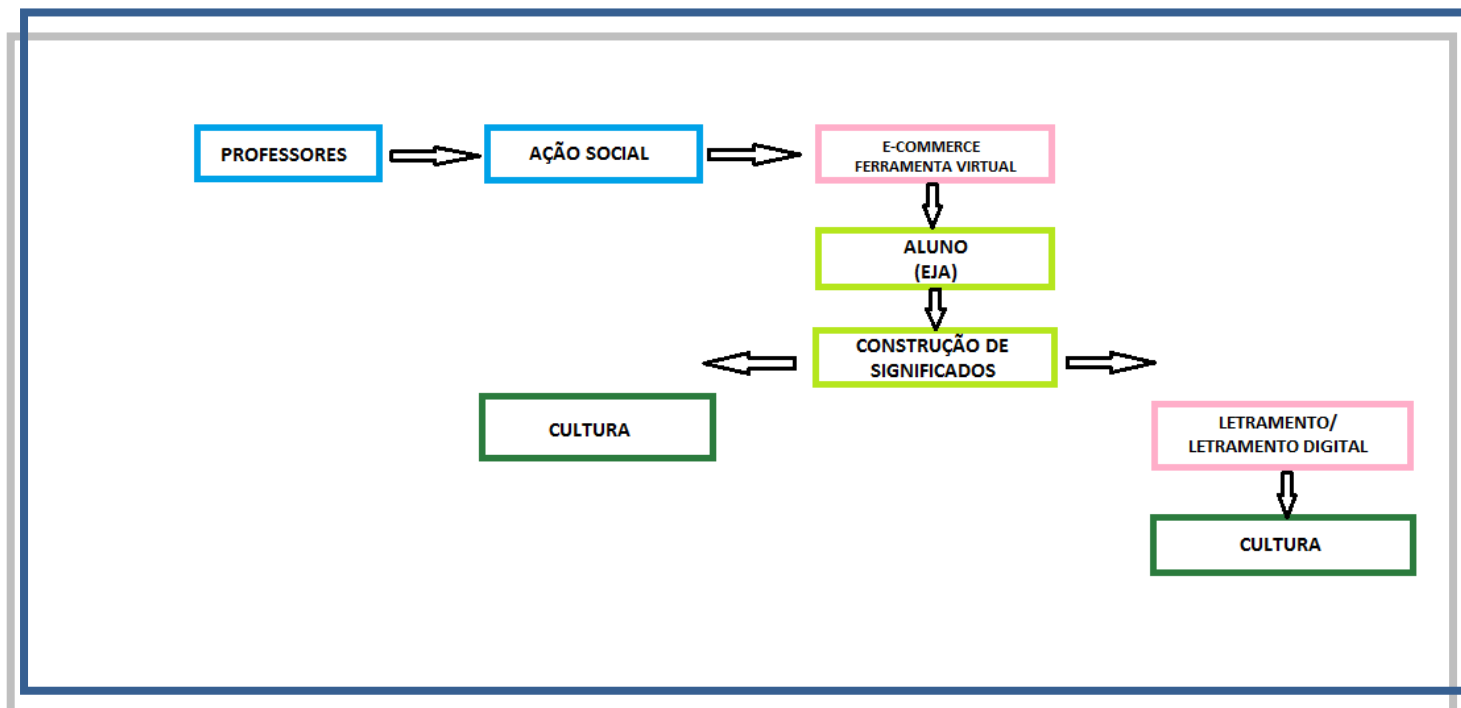
significados. Nesse sentido, a sala de aula é um espaço de relações sociais, mas é preciso que os professores atuem verdadeiramente como atores sociais que interagem e constroem um espaço que colabora para que o sujeito construa seus próprios significados mediante o conhecimento adquirido.

Estamos o tempo todo ora cedendo e ora não às pressões culturais que são desenvolvidas nas diversas relações e que geram ações sociais positivas ou negativas de movimento em direção à pressão estabelecida. Ou seja, tanto o fazer como o não fazer são movimentos de ações sociais, pois ambos os movimentos, para serem escolhidos, geraram determinados significados nos indivíduos, logo geraram as ações sociais escolhidas. Efetivamente, nossa pretensão é gerar cultura, assim, os movimentos de realização do sujeito, ora mencionados, são resultados que contribuem para se gerar cultura, nesse ínterim, o letramento é uma alternativa resultante da construção de significados gerados pela ação social do professor, logo, torna-se, para nós, uma alternativa de prática social conciliadora.

Diante do exposto, retomamos nossa convicção de que a cultura é fundamentalmente constituidora das ações sociais que se estabelecem nas diversas relações. Tais ações são oriundas das interpretações que os indivíduos realizam para compreender as significações das coisas e “para codificar, organizar e regular sua conduta uns em relação aos outros” (Hall, 1997, p.1). Acreditamos, então, que o letramento pode ser encarado como o resultado de ações sociais realizadas pelo professor que tem como uma de suas tarefas possibilitar que, através de suas ações sociais, seus alunos possam gerar novos significados, portanto, escolhemos o letramento como a forma mais óbvia de registrar este movimento que vai da ação social do professor para a construção de significados, por meio do letramento.

O esquema I, a seguir, demonstra resumidamente o caminho que idealizamos com os pilares e as principais ideias que constroem nossa pesquisa:

ESQUEMA I



Saliente-se que o Esquema I ilustra algumas de nossas convicções que permeiam toda a obra, mas também nossa forma de conceber o papel do professor no universo da sala de aula, a saber, sua imprescindível função donde partem - ou ao menos deveriam partir - as ações sociais que podem gerar novos significados. Assim, o espaço da sala de aula (presencial ou virtual) depende deste profissional ou de alguém que desempenhe a função de mobilizar os estudantes no sentido de gerar novos significados.

Em outras palavras, a ferramenta por mais potente que possa vir a ser, mais tecnológica que se imagine, constrói pouco ou menos do que poderia, sem a intervenção de alguém que desempenhe este papel de intermediar e promover a construção de novos significados.

Na mesma direção, a observação de alunos da EJA ou escolas que atuam com este segmento é apenas um detalhe, pois cremos que quaisquer que sejam os segmentos ou níveis de ensino (fundamental regular, dentre outros) o procedimento ou encaminhamento parece-nos ser o mesmo.

Outro ponto que se explicita no Esquema I é o fato de que imaginamos, *a priori*, que os professores de língua portuguesa, por exemplo, deveriam levar

os alunos a um letramento esperado. Algo mais ou menos definido e, de alguma forma, regido por regras sociais claras e/ou tacitamente estabelecidas. Rojo (2009, p. 105) expõe algo mais ou menos na mesma direção:

Os novos estudos do letramento têm se voltado em especial para os letramentos locais ou vernaculares, de maneira a dar conta da heterogeneidade das práticas não valorizadas e, portanto, pouco investigadas. No entanto, cabe também uma revisão dos letramentos dominantes na contemporaneidade, em especial dos letramentos escolares, por diversas razões.

Assim, Admitimos, numa outra direção, que nem sempre os significados construídos a partir da ação social do professor vão no caminho esperado ou determinado por ele ou pela instituição escolar. Para nós, ponto que carece de maior atenção dos profissionais da educação, já que devemos preparar nossos estudantes a construírem um espírito crítico que seja capaz de fazer as escolhas que melhor lhe convier, no entanto, este pensamento não parece combinar com um novo significado construído e que seja diferente daquele tipo de letramento que a sociedade de um modo geral costuma almejar para seus cidadãos.

2.2. Letramento digital

Devido aos efeitos da globalização, do surgimento e frequente uso das novas tecnologias digitais mediadas pela Internet, já se percebe na sociedade uma nova prática letrada, uma nova maneira de interagir por intermédio do uso da língua, agora, além das práticas de leitura e escrita tipográficas instauradas pela cultura do papel, o indivíduo deve adequar-se às outras diferentes técnicas e novos códigos de interação e socialização estabelecidos pela era digital. Nesse caminho, o letramento digital oportunizará ao sujeito a participar amplamente desta nova cultura, possibilitando o conhecimento e a instrumentalização das novas formas de interação da leitura e escrita, dos usos dos novos mecanismos de interação e informação (computador, celular, *tablets*), das novas alternativas de entretenimento e educação, entre outras

inerências desse novo processo instaurado no espaço virtual pela cultura digital e ao qual não podemos viver alheios.

Rojo (2009, p.105), nesse sentido, ressalta a necessidade de novos letramentos para validar a inserção crítica do indivíduo neste mundo midiático e, para tanto, enfatiza a relevância de reflexões em torno de algumas transformações advindas desse novo processo cultural:

Podemos dizer que, por efeito da globalização, o mundo mudou muito nas duas últimas décadas. Em termos de exigências de novos letramentos, é especialmente importante destacar as mudanças relativas aos meios de comunicação e à circulação da informação. O surgimento e ampliação contínua de acesso às tecnologias digitais de comunicação e da informação (computadores pessoais, mas também celulares, tocadores de mp3, TVs digitais, entre outras) implicaram pelo menos quatro mudanças que ganham importância na reflexão sobre os letramentos: a vertiginosa intensificação e a diversificação da circulação da informação nos meios de comunicação analógicos e digitais(...); a diminuição das distâncias espaciais(...); a diminuição das distâncias temporais ou a contração do tempo(...); a multisssemiose(...).

Nesse sentido, o indivíduo que se enverede em direção contrária a compreensão e consciência destes novos comportamentos como fundamentos, também, inerentes à construção social, padecerá, da mesma forma, às consequências da inadequação instaurada pela ausência do letramento da cultura escrita. Em outras palavras, o sujeito não terá condições de acompanhar estas novas dinâmicas da sociedade, mais instantâneas e constantemente mutáveis. Como consequência, tenderá a sofrer situações discriminatórias por não adequar-se ao sistema, sendo excluído dos contextos sociais virtuais, e também, sociais físicos, uma vez que a sociedade atual desenvolve-se através de interações integradas aos diferentes sistemas culturais existentes (virtual e físico). Reforçamos aqui a necessidade de orientação cultural explicitada por Hall (1997) no Capítulo I, que trata da construção de significados por parte destes indivíduos em consonância com a ação social motivada pelo docente.

Trata-se de um processo somatório que marginaliza e segrega indivíduos não letrados digitalmente a viver desconectados da dinamicidade da nova vida em sociedade e, também, conflitante, pois por mais que o indivíduo consiga se estabelecer numa sociedade letrada, fazendo uso de seus conhecimentos

tipográficos, atualmente, o mesmo não estará integrado completamente, pois sem deter os conhecimentos e atitudes intrínsecas à nova cultura, não poderá participar ativamente dos diferentes contextos que ora são impostos pelas instituições sociais. Percebemos, então, que o Letramento e letramento digital caminham juntos, o primeiro é requisito para a compreensão e envolvimento com o segundo.

Eis que surge um novo e, ainda, continuado desafio, o de formar cidadãos qualificados para atender as demandas do mundo contemporâneo. É primordial a integração da escola⁵ aos recursos tecnológicos de informação e comunicação, por ser neste espaço onde os indivíduos compreendem criticamente o meio social em que vivem, tornando-se sujeitos atuantes para exercer a cidadania em uma sociedade que se apresenta em constantes mudanças. Para tanto, se no letramento “convencional” não basta saber ler e escrever, no letramento digital não bastará, apenas, conhecer as ferramentas tecnológicas e navegar na internet, este conhecimento deve ir mais além, ao alcance da realidade cotidiana, deve ter significado para ser construído e reconstruído novos conhecimentos em benefício próprio.

Até porque viver na Era do conhecimento é um constante desafio para cada indivíduo que se insere e interage nele, uma vez que, já instaurado o sistema, há a necessidade do constante estudo e aperfeiçoamento para acompanhar as inúmeras atualizações e inovações que são disponibilizadas atualmente dentro deste meio. Nem ao menos percebemos, mas a sociedade da tecnologia e da informação vem abarcando as nossas vidas, não precisa ser letrado digitalmente para possuir um computador em casa ou uma TV LCD, são implicações da IC, já analisada pela nossa pesquisa, a qual tem íntima ligação com esse processo tecnológico que a sociedade vem vivendo.

Diante do exposto acima, Rojo (2009, p. 112) acentua a ideia de “*letramentos críticos*” para a promoção de uma educação mais consciente e imparcial frente às pressões movidas pela IC:

⁵ Neste ponto, convém acrescentar a importância dos PCN, mais especificamente o de língua portuguesa, já que é possível associar inúmeras vezes a sua proposta à lógica do letramento. “Um projeto educativo comprometido com a democratização social e cultural atribui a escola a função e a responsabilidade de garantir a todos os seus alunos o acesso aos saberes linguísticos necessários para o exercício da cidadania, direito inalienável de todos.” (BRASIL, 1997, p.21) Ressalte-se também a importância dos PCN como um dos marcos para reflexão e estudos sobre letramento em nosso país

A cultura de massa da globalização é padronizada, monofônica, homogênea e pasteurizada, a ponto de alguns estudiosos da globalização falarem de Mundo Mc, de “mcdonaldização” da cultura, tendo como centro dominante e irradiador o ocidente, branco, masculino, heterossexual, norte-americano: cultura da rapidez, da instantaneidade (*fast food, zapping, clipping*) e do excesso (*fat food, megalópoles, stress, hipertudo*). Por isso se tornam tão importantes hoje as maneiras de incrementar, na escola e fora dela, os *letramentos críticos*, capazes de lidar com os textos e discursos naturalizados, neutralizados, de maneira a perceber seus valores, suas intenções, suas estratégias, seus efeitos de sentido. (...)

Entendemos que o ensino e a educação não deve se distanciar destes avanços que estamos presenciando, pois seria praticamente impossível vivermos à margem desses fatos, a questão parte da consciência, logicamente, ao saber utilizar estes mecanismos, tornando-os produtos construtores da criticidade e do crescimento pessoal, através de conhecimento direcionado, consciente e contextualizado.

Parte daí a necessidade do letramento digital. Sem percorrer este caminho, o indivíduo não estará capacitado para utilizar, por exemplo, as diferentes tecnologias da informação e da comunicação em seu dia-a-dia (computadores, internet, celulares, caixas eletrônicos, TVs digitais, etc.), que são inerentes a esse novo sistema. É um novo momento pelo qual a sociedade vem percorrendo, uma nova cultura que vem exigindo diferentes formas de se expressar, de se comunicar e de se relacionar.

Desta forma, é fácil deduzir que o acesso ao conhecimento, produto construtor da consciência crítica e emancipação do sujeito, é modificado diante da inserção destas novas tecnologias. Para alcançar esta competência não basta saber navegar na internet, sem ter noção nem aplicabilidade do conhecimento adquirido e a serventia deste para o seu dia-a-dia, isto, não é letramento digital.

Quanto a este novo letramento, Soares (2002, p.156) reflete:

propõe-se o uso do plural *letramentos* para enfatizar a idéia de que diferentes tecnologias de escrita geram diferentes *estados* ou *condições* naqueles que fazem uso dessas tecnologias, em suas práticas de leitura e de escrita: diferentes *espaços de escrita* e diferentes *mecanismos de produção, reprodução e difusão da escrita* resultam em diferentes *letramentos*.

Através desta passagem, a autora nos encaminha para a compreensão da existência dos diferentes letramentos, em específico quanto ao letramento digital, podendo, assim, inferir ser este, a possibilidade do indivíduo, além de conseguir utilizar o equipamento tecnológico e navegar pelos sites da web, por exemplo, ter a consciência em empregar esses recursos e conhecimentos no seu cotidiano, para seu próprio favorecimento e crescimento pessoal, através da multiplicação deste conhecimento apreendido.

Retomamos, então, o posicionamento de Kleiman (2005) referindo sucintamente o letramento ao uso da língua escrita não apenas na escola, mas também fora dela, ou seja, um sujeito letrado que é capaz de participar de práticas sociais em que se usa a escrita será capaz de desenvolver diferentes práticas de letramento.

Ampliando a abrangência destas definições para o letramento digital, veremos que, da mesma forma, um indivíduo que adquire a competência na instituição escolar de como utilizar a leitura e a escrita através das tecnologias de informação e comunicação nas práticas sociais virtuais, conseqüentemente, ele desenvolverá e participará das práticas de letramento digital. Assim, por exemplo, se na escola se propõe o desenvolvimento da competência de ler livros e jornais através da tela do computador via *web*, participar de discussões e debates através de *chats* e fóruns virtuais, esta instituição estará possibilitando não só a formação destas competências como também, o desenvolvimento de diferentes capacidades e práticas de letramento digital decorrentes destes usos e interações e que não necessariamente foram aprendidos na escola, como comunicar-se com amigos e familiares distantes, procurar receitas e notícias para se atualizar, comprar e/ou vender objetos diversos.

Diante do exposto, é possível, inicialmente, responder, em parte, a discussão levantada por Soares (2002, p. 146) quando diz que estamos vivendo:

um momento privilegiado para identificar se as práticas de leitura e de escrita digitais, o letramento na cibercultura, conduzem a um estado ou condição diferente daquele a que conduzem as práticas de leitura e de escrita quirográficas e tipográficas.

Percebemos que da mesma forma que a escola ao promover o letramento conduz para as práticas sociais de leitura e escrita, também, há a necessidade atual desta em envolver-se com essa nova dinâmica social desenvolvida pela cibercultura, para tanto, atentar-se para a promoção do letramento digital é fundamental para a consequente reprodução das práticas sociais no espaço cibercultural.

Sendo assim, o intuito de promover uma ponte entre a educação e a era digital, é o de caminhar no sentido de proporcionar um maior envolvimento dos participantes deste ambiente com estes recursos em seu cotidiano, ao mesmo passo de possibilitá-los usufruir destes mecanismos como agentes construtores de seu próprio caminho, conscientes e críticos diante das demandas da sociedade moderna.

2.3. Letramento digital e EJA

Segundo dados da Pnad/IBGE 2009, o Brasil tem uma população de 57,7 milhões de pessoas com mais de 18 anos que não frequentam escola e que não têm o ensino fundamental completo. Esse contingente poderia ser considerado uma parcela da população a ser atendida pela EJA⁶.

Partimos da premissa de que a Educação de Jovens e Adultos – EJA é, em sua essência, uma educação inclusiva, pois deve oferecer uma nova oportunidade de educação e integração a uma clientela historicamente marginalizada dos entornos escolares quando do período infanto-juvenil, neste sentido, o próprio MEC reconhece a importância da integração das Tecnologias da Informação e Comunicação no contexto da EJA (MEC, 2002). São pessoas que, inevitavelmente, deixaram de estudar para melhorar as condições de vida da família e, por isso, vem trilhando um percurso baseado no constante trabalho, muitas vezes sem opção de escolha. Fato este, caracterizado pela ausência de uma escolaridade que lhes garanta uma melhor oportunidade de atividade salarial.

A nossa sociedade contemporânea preza pelo apelo ao conhecimento, logo gera competitividade e exclusão e, quanto a isto, percebemos um grupo

⁶ http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=7272&Itemid= acesso em 30/06/2013.

muito suscetível que são os jovens e adultos que procuram a EJA, uma vez que, veem nesta modalidade uma alternativa para atender, em parte, esta necessidade, ou seja, tentar acompanhar as exigências de um contexto constantemente marcado pela inovação da informação e adequação de profissionais ao sistema vigente. Piconez (2002, p. 20-21) aprofunda tal ideia dizendo que:

Numa dimensão pessoal, a volta aos estudos objetiva recuperar a identidade humana e cultural, com o restabelecimento da auto-estima, anteriormente rebaixada pela sociedade, incluindo a própria família. Numa dimensão social, o grande incentivo para volta aos estudos é a vontade de atender às exigências do bem-estar no convívio e nas questões de ética. E, finalmente, numa perspectiva profissional, foram observadas necessidades de compreender os avanços tecnológicos e as novas organizações do trabalho e de vislumbrar ascensão na carreira profissional ou mesmo se proteger do desemprego futuro.

Podemos analisar, através dessa passagem, a necessidade da ação social do professor no cenário educacional, pois há profissionais que ao invés de estarem fazendo ações sociais e contribuindo para se gerar cultura, fazem o mínimo e por isso não há aprendizagem e muito menos novas interpretações e construção de significados.

Sendo assim, agora, para inserir esses indivíduos no contexto social não basta apenas alfabetizá-los, o domínio da leitura e escrita não garantirá a inclusão que eles tanto necessitam, a sociedade atual requer novas maneiras de pensar, expressar, comunicar e agir dentro de um sistema onde a informação articula-se com grande rapidez e dinamismo. Nesse sentido, é preciso letrar digitalmente esse indivíduo para que haja a sua promoção nas diferentes situações sociais.

Quanto a isto, a Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização, Diversidade e Inclusão – SECADI (2006, p.8) argumenta, dizendo:

A aprendizagem escolar, ao promover um conhecimento legitimado pela sociedade, só se torna significativa para o(a) aluno(a) se fizer uso e valorizar seus conhecimentos anteriores, se produzir saberes novos, que façam sentido na vida fora da escola, se possibilitar a inserção do jovem e adulto no mundo letrado.

Sendo a escola, provavelmente, a única alternativa de espaço social onde estes sujeitos terão a possibilidade de adquirir essa capacidade crítica e ativa dentro de seu meio, faz-se necessário desenvolver um ambiente propício à integração das novas tecnologias de informação e comunicação, integrando o ensino-aprendizagem da escola à dinâmica de sua via pessoal e profissional.

Para tanto, é preciso ultrapassar os limites da mera codificação de digitação e conhecimentos da aparelhagem informatizada, deve-se possibilitar a estes indivíduos um conhecimento amplo destas tecnologias digitais dentro da esfera educacional, estabelecendo um *link* com o seu cotidiano, tal ação contextualizada oportunizará a reflexão do conhecimento destas ferramentas, a reprodução delas em diferentes circunstâncias e a formação de múltiplos conhecimentos. Como acrescenta Pereira (2007, p.17):

Precisamos dominar a tecnologia da informação, estou me referindo a computadores, softwares, Internet, correio eletrônico, serviços, etc., que vão muito além de aprender a digitar, conhecer o significado de cada tecla do teclado ou usar um mouse. Precisamos dominar a tecnologia para que, além de buscarmos a informação, sejamos capazes de extrair conhecimento.

Sendo assim, os jovens e adultos da EJA precisam adquirir um encaminhamento que o conduzam ao conhecimento dessa nova forma de utilizar a leitura e a escrita digitalmente, para através dela fazerem pleno uso no meio social. Passo este diferente dos indivíduos que já estão crescendo imersos às novas tecnologias, os chamados nativos digitais⁷ que chegam às instituições de ensino já conhecendo e sabendo fazer uso das tecnologias de informação e comunicação, uma vez que, são atribuições já inerentes a sua rotina, sejam no ambiente familiar ou nos demais contextos sociais. Para tanto, é imprescindível refletir sobre uma educação que oportunize um ensino ligado a estes novos mecanismos e integrado aos aspectos que norteiam a vida destes discentes de acordo com suas reais necessidades.

⁷ Segundo Marc Prensky, nativos digitais são aqueles que cresceram cercados por tecnologias digitais. Para eles, a tecnologia analógica do século 20 – como câmeras de vídeo, telefones com fio, informação não conectada (livros, por exemplo), internet discada – é velha. Os nativos digitais cresceram com a tecnologia digital e usaram isso brincando, por isso não têm medo dela, a veem como um aliado. <http://www.marcprensky.com/international/Leia%20entrevista%20do%20autor%20da%20expressao%20imigrantesdigitais.pdf> acesso em 08/06/2013.

O desempenho da equipe pedagógica, principalmente, a dos professores, é a de se desprender do ensino tradicional, este será um passo importante para a transformação da condição destes sujeitos através da oferta de uma verdadeira educação de direito, comprometida em reverter este estagnado quadro de exclusão, do qual estes jovens e adultos vêm fazendo parte há anos na história da educação brasileira.

Nesse sentido, a educação de jovens e adultos passa a ser algo determinante para a formação destes sujeitos que na maioria possuem uma vida baseada no constante trabalho, na força e na luta por uma vida mais digna. Assim, ofertar esta educação de direito que tanto se prega, é seguir com uma abordagem dentro do currículo pedagógico que considere o histórico de vida destes alunos, em seu lar, na sociedade e no seu trabalho. Como bem aponta a Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização, Diversidade e Inclusão – SECADI (2006, p.5):

Os alunos e alunas de EJA trazem consigo uma visão de mundo influenciada por seus traços culturais de origem e por sua vivência social, familiar e profissional. Podemos dizer que eles trazem uma noção de mundo mais relacionada ao ver e ao fazer, uma visão de mundo apoiada numa adesão espontânea e imediata às coisas que vê. Ao escolher o caminho da escola, a interrogação passa a acompanhar o ver desse aluno, deixando-o preparado para olhar. Aberto à aprendizagem, eles vêm para a sala de aula com um olhar que é, por um lado, um olhar receptivo, sensível, e, por outro, é um olhar ativo: olhar curioso, explorador, olhar que investiga, olhar que pensa.

Promover uma educação que parte do resgate da cultura, dos costumes, da vida social é essencial para se estabelecer uma ligação entre o conhecimento da prática cotidiana e a compreensão do mundo.

- CAPÍTULO III -
E-COMMERCE OU COMÉRCIO ELETRÔNICO: POSSIBILIDADES PARA A
EDUCAÇÃO

Este capítulo tratará de esclarecer em que consiste o E-commerce, sua aplicabilidade como dispositivo pedagógico na EJA e sua relevância para o contexto profissional dos discentes. Destacamos que não foram encontrados trabalhos e pesquisas que tratem desta problemática, ligando a possibilidade de se utilizar um E-commerce como uma ferramenta virtual de aprendizagem no contexto educacional, sobretudo, em se tratando de EJA. Observamos, nesse sentido, que as investigações em torno desta temática vão de encontro ao próprio formato e objetivo que o comércio eletrônico disponibiliza, habitualmente, para as áreas administrativas e financeiras no espaço virtual.

É perceptível que a Internet vem mudando as nossas maneiras e hábitos no que se refere à comunicação, diversão, interação, acesso a informação e, inclusive, as transações de compras e/ou vendas, estas últimas, atualmente, vem ganhando grande repercussão pela facilidade que são efetivadas as atividades comerciais. Observado como a nova sensação para investimentos, principalmente, pelas grandes empresas comerciais, o E-commerce está se tornando um vantajoso negócio para atender as necessidades de uma população que caminha sob os passos da IC (tratado no Capítulo I). Podemos dizer, também, conduzidos pela concepção de Bauman (2008), que a sociedade caminha em torno da cultura do consumo, na qual as pessoas além de serem objetos de produção, tornam-se, ao mesmo tempo, as próprias mercadorias, influenciadas para atender uma demanda cultural instaurada.

Há uma infinidade de comércios eletrônicos disponibilizados no espaço virtual, trata-se de uma nova técnica em expansão que vem acompanhando o processo de globalização. Desde pequenos investidores até grandes empresas, como também indivíduos autônomos, vislumbram o E-commerce como um espaço promissor para compra e/ou venda de diversos objetos. Dentro dessa perspectiva, pretendemos utilizar o E-commerce como um dispositivo pedagógico no contexto educacional da EJA para se alcançar o

letramento digital e a interpretação e formação de novos significados pelos discentes.

Dentre os comércios eletrônicos disponibilizados na rede, os que possuem determinada afinidade entre si e para a realização de nossa pesquisa são:



Relativamente novo no mercado virtual, o bomnegocio.com é um site de classificados grátis que vem atuando no Brasil desde 2011, o mesmo faz parte do Schibsted Media Group, um grupo de mídia Norueguês com presença global (schibsted.com) em 27 países, com mais de 150 anos de história e mais de 7000 funcionários. O bomnegocio.com tem como objetivo disponibilizar um espaço virtual no qual as pessoas possam comprar, vender, alugar, trocar bens e serviços e mais, de forma prática, permite ao interessado filtrar por região o bem e/ou serviço que está procurando.

Distribuído por categorias (esportes, bebês e crianças, animais e acessórios, carros, etc.), o site permite aos usuários encontrar e/ou disponibilizar uma diversidade de produtos diariamente e para não haver fraudes ou outras atividades que venham a prejudicar o bom negócio, o site disponibiliza uma equipe de suporte para fiscalizar e atender as dúvidas, sugestões e/ou reclamações que surgirem.⁸



⁸ <http://www.bomnegocio.com/about.htm>

Considerado como veterano nas transações virtuais de compra e venda na Internet, o MercadoLivre é líder de comércio eletrônico na América Latina, atuando desde 1999 adquiriu experiência e credibilidade entre os usuários da rede e hoje, além de oferecer um espaço para que as pessoas e empresas possam comprar, vender, pagar, anunciar e enviar produtos, o mesmo disponibiliza outros tipos de serviços aos usuários, tais como: MercadoPago.com é a maior plataforma de pagamentos pela Internet de origem latino-americana com 95 milhões de usuários certificados, registrados e ativos em sua plataforma; Mercadoshops.com é uma solução completa e acessível para ajudar os micro e pequenos empreendedores a ingressarem no comércio eletrônico; MercadoLivre Publicidade comercializa e gerencia campanhas de links patrocinados e banners para vendedores do marketplace e, também, para todos os segmentos de anunciantes do mercado brasileiro, sejam eles, microempresas e grandes varejistas; MercadoLivre classificados é uma área exclusiva onde pessoas e empresas podem anunciar online veículos, imóveis e serviços dentro da plataforma MercadoLivre; o MercadoEnvios é a tecnologia de gestão de envios do MercadoLivre. O MercadoEnvios oferece uma solução de cálculo de frete integrado aos anúncios, geração de etiquetas para envio dos produtos utilizando empresas terceirizadas de logística, além de permitir a administração dos envios dentro do ambiente MercadoLivre.⁹



O site de classificados OLX, também, atua na linha de serviços dos sites já mencionados, ou seja, comprar e/ou vender um produto e/ou serviço de forma gratuita e simples. O mesmo está presente em cerca de 96 países e em mais de 41 idiomas e possibilita ao usuário: publicar um anúncio totalmente grátis; administrar seus anúncios e vendas através de MeuOLX; acessar o site

⁹ <http://institucional.mercadolivre.com.br/sobre-mercadolive/>

a partir de seu celular ou tablet com o nosso aplicativo móvel; como também compartilhar seus anúncios nas redes sociais.¹⁰

Por se tratar de um recorte para a presente pesquisa, selecionamos o comércio eletrônico MercadoLivre, mas, de toda forma, apresentaremos, como exemplificação e abrangência do conhecimento, os espaços virtuais comerciais que ora expomos e que se aproximam dos mesmos objetivos do E-commerce selecionado. Sendo assim, os sites OLX e Bomnégocio servirão como alternativas para os alunos da EJA, caso queiram trilhar um caminho similar ao que será proposto por nossa pesquisa através do dispositivo escolhido.

Atribuir à promoção de nossa investigação ao espaço virtual de um E-commerce reflete um interesse que veio se fortalecendo durante anos de experiência e observação com a EJA, onde foi percebida a necessidade de promover a inserção desta clientela no meio social digital e, ao mesmo tempo, provê-los com um recurso que se conectasse às suas necessidades profissionais e pudesse, assim, facilitar tal inclusão. Neste íterim, foi possível direcionar um olhar para além da própria representação, estudo e aplicabilidade do dispositivo pedagógico, aqui o E-commerce: MercadoLivre, assim sendo, pudemos analisar o comprometimento da integração de estudos em torno da cultura como fundamentos para uma reflexão mais profícua antes mesmo da apresentação do comércio eletrônico em menção.

Desta forma, considerar, necessariamente, o MercadoLivre como o E-commerce apropriado para a condução da presente pesquisa advém, tanto da aproximação que este tem para com os nossos interesses supracitados, como também, pela sua solidez, pioneirismo, amplitude e credibilidade que tem trilhado no segmento comercial virtual. E mais, trata-se de um E-commerce de compra e/ou venda que já está no mercado virtual há mais de dez anos e a comercialização dos produtos atinge vários países da América latina. Em se tratando de comercialização de produtos, o MercadoLivre disponibiliza diversas categorias, com um amplo acervo para se escolher e efetivar uma boa transação comercial a distância.

Foi esse espaço que concebemos como o dispositivo pedagógico apropriado para a condução de nossa proposta, ou seja, promover a inclusão

¹⁰ <http://www.olx.com.br/about.php>

digital dos alunos da EJA, incumbidos, inicialmente, do conhecimento relacionado à cultura como referência para as demais ações que se sucederão. Frente a isto, vemos a necessidade de pesquisas que adotem essa esfera investigativa, portanto, vislumbramos, também, a possibilidade de incentivos para que outros estudos se aventurem nessa problemática, seja com respaldos para o contexto educacional prático da sala de aula ou voltado para o acervo acadêmico.

3.1. E-commerce: Mercado livre como uma alternativa de inclusão para a EJA

O *E-commerce* ou comércio eletrônico é um espaço onde são desenvolvidas atividades comerciais virtuais. Trata-se de um comércio *online* onde se é possível vender, comprar, trocar, pagar, enfim, por intermédio da internet empresas e/ou pessoas tem a possibilidade de expandirem e inovarem na comercialização de seus serviços e produtos:

Um bom exemplo de comércio eletrônico ou comércio virtual é o ato de comprar e vender pela *Internet*. Muitos ramos da economia são ligados a esse tipo de comércio, algo que motiva as empresas a investirem um pouco nesse tipo de estratégia. No começo, comercializava-se mais CD's, livros e demais produtos palpáveis e de características tangíveis, mas, agora, com a nova tendência desse mercado, comercializa-se de tudo pela Internet, como por exemplo, pacotes turísticos. (DINIZ, 2011, p.2)

Nesse sentido, embora não estejamos tratando de empresas e sim de alunos, a lógica e concepção do *E-Commerce* vai numa direção de permitir que cada um destes alunos pulverizem na internet seus próprios serviços, seus próprios produtos, obviamente, numa escala menor. Desta forma, na medida em que oportunizamos a estes alunos um contato direto com a tecnologia aliado a sua prática profissional, possibilitamos a eles uma leitura desse novo mundo tecnológico que se apresenta. Tudo isso por meio de uma ação social capaz de gerar novos significados (HALL, 1997). O intuito é criar condições de adequar tais atividades à vida moderna e ao mesmo tempo, permitir que estes indivíduos conheçam e saibam atuar em pelo menos alguns espaços virtuais,

contribuindo para que estes se tornem cidadãos habilitados a exercer sua cidadania nessa sociedade informatizada.

É nesta acepção que o MercadoLivre atende às prerrogativas desta pesquisa. É uma empresa pública de vertentes tecnológicas que oferece soluções de comércio eletrônico para que indivíduos e empresas possam comprar, vender, anunciar e pagar pela internet:

Fundada em 1999, MercadoLivre é uma companhia de tecnologia líder em comércio eletrônico na América Latina. Através de suas plataformas MercadoLivre.com e MercadoPago.com, oferece soluções para que indivíduos e empresas possam comprar, vender, anunciar e pagar pela internet. MercadoLivre.com atende milhões de usuários e cria um mercado online para a negociação de uma ampla variedade de bens e serviços de uma forma fácil, segura e eficiente. É o 8º site de comércio eletrônico mais acessado do mundo de acordo com métricas fornecidas pela comScore Networks e é a plataforma líder no varejo online na América Latina. MercadoLivre mantém operação em 13 países Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Equador, México, Panamá, Peru, Portugal, República Dominicana, Uruguai e Venezuela e está listada na Nasdaq (NASDAQ:MELI) após sua oferta pública inicial em 2007¹¹.

O MercadoLivre traz em seu bojo um conjunto eficiente de possibilidades inerentes a um espaço virtual que tende a priorizar a lógica mercantil e de marketing, cujo alcance, por vezes em larga escala, permite encontrar um grande número de usuários virtuais. Conferindo-lhe, também, a possibilidade efetiva de apresentar produtos e serviços conforme as intenções de seus respectivos vendedores. Diante do exposto, percebemos que, necessariamente, o *E-Commerce*: MercadoLivre, como bem mencionado anteriormente, não se trata de uma ferramenta virtual de aprendizagem mas, aqui, estamos o concebendo como tal, como um dispositivo pedagógico virtual incentivador e disseminador das práticas e eventos de letramento e letramento digital que, por ventura, venham ou não a existir.

É neste acepção que se justifica a seleção pelo comércio eletrônico, com o intuito de aproximá-lo, convenientemente, à real necessidade de atuação profissional dos indivíduos da EJA nos espaços físicos sociais. Trata-se de desenvolver uma proposta que retoma e possibilita a reflexão de sua cultura e frente a esta, constrói-se a consciência quanto à existência da Indústria

¹¹ <http://www.mercadolivre.com.br/institucional>, acesso em 30/05/2013.

Cultural. Ponto crucial, a ser impulsionado pelo professor que, mediante o letramento digital, prevê o desenvolvimento de diferentes significados mediante esta cultura midiática, a partir de sua ação social, tendo como norte renovadas atitudes sociais que a sucederão.

A cultura escolar e o campo profissional do docente configuram um conjunto de práticas sociais que legitimam determinadas práticas de leitura e escrita, bem como determinadas práticas de acessar e disponibilizar a informação, as quais favorecem a sincronização das atividades e a demarcação de territórios. Compartilhar essas práticas participar de uma identidade profissional e comunitária. (CORRÊA, 2007, p. 28)

Podemos perceber, de fato, que o *E-Commerce: MercadoLivre* não se trata de uma ferramenta digital pedagógica de aprendizagem, mas caminhamos no sentido de compreendermos que, necessariamente, não precisamos estar sendo movidos por uma, para promovermos educação e o letramento digital, conforme mencionado no Capítulo I, pág. 12. Caso semelhante a este, podemos notar na passagem de Anjos e Medeiros (2011, p.20):

Vários tipos de mídias que foram criados, inicialmente, para o entretenimento, tem se revelado atualmente como importantes mecanismos de auxílio à educação. São exemplos de ferramentas utilizadas com finalidades educacionais, por exemplo, o *Youtube*, o *Orkut*, o *Blog*, para citar os mais bem sucedidos. São três formatos destinados a situações distintas (criar, disponibilizar e assistir vídeos – formar comunidades de discussão – publicar textos e outros produtos multimediais), e justamente pelo formato que cada ferramenta possui é que são utilizadas na esfera educacional.

A questão pelo *E-Commerce*, como já visto, trata-se de um espaço para comércio eletrônico, surge do interesse em aliarmos à promoção do letramento digital às necessidades essenciais dos alunos da EJA, que é o campo do trabalho. Assim, movidos por essa lógica, pretendemos deixar claro que o mais importante de utilizar este mecanismo como uma ferramenta digital pedagógica de aprendizagem não está nela em si, mas nas possibilidades de práticas e eventos de letramentos que o sucederão através de seu uso, ou seja, serão os letramentos via letramento digital.

Enfim, nosso envolvimento enquanto pesquisadores com *E-Commerce: MercadoLivre* permitiu-nos, também, entender quão valiosos podem ser os usos àqueles que se interessarem a investigá-lo e conseqüentemente

apropriar-se dos conhecimentos e possibilidades que o *E-Commerce* pode promover. Assim, estamos convictos que não seria diferente com os alunos, objetos desta pesquisa.

- CAPÍTULO IV - METODOLOGIA

Como medida de apoio para nossa organização metodológica, vale ressaltar que nos guiamos pelas compreensões e orientações do pesquisador Matias (2006), tendo em vista que tais direcionamentos se acomodam perfeitamente às intenções e ações de nossa metodologia. Assim, intencionalmente, determinadas concepções desenvolvidas em sua obra serviram como parâmetros para o desencadeamento e constituição de nossa proposta metodológica.

Analisamos que uma pesquisa caminha no sentido de possibilitar ao homem e às novas gerações o padrão de bem-estar social. É na relação e interação com a natureza que se busca atender as perspectivas e necessidades a nível social. Neste sentido, a nossa proposta vislumbra desenvolver as expectativas de melhoria do bem-estar social de uma comunidade, ainda que específica e de recorte reduzido, acreditamos que é possível levar a cabo o papel da pesquisa por meio de nossa proposta.

A presente pesquisa surgiu através do contato diário que desenvolvo como professor de EJA em uma escola pública municipal da região Nordeste, e pretende investigar até que ponto o desenvolvimento de estudos e reflexões sobre cultura são capazes de contribuir para a promoção crítica dos indivíduos na era digital, tendo como elo a aplicabilidade de um *E-Commerce*, ora como dispositivo pedagógico e como incentivo para a disseminação de diversas práticas de letramento. Trata-se de uma proposta que consideramos ser conciliadora aos padrões de anseios dessa clientela, uma vez que se aproxima da dinâmica profissional que muitos desses discentes desenvolvem no dia a dia, pois disponibiliza o aprendizado de um dispositivo pedagógico virtual que os possibilitará a ter mais uma alternativa de atuação no mercado de trabalho. E, ao mesmo tempo, possibilitar a estes alunos a promoção de práticas e eventos de letramento digital para se inserir, compreender e participar desse novo universo cultural que é desenvolvido a partir da internet.

Nesse sentido, vale ressaltar que um dos principais objetivos de uma pesquisa é buscar “ampliar os horizontes do homem, uma vez que se apoia em

princípios consistentes que validam e contribuem para o desenvolvimento do conhecimento.” (MATIAS, 2006, p.36)

Nestes termos, a nossa abordagem metodológica se dará mediante uma pesquisa quantitativa e qualitativa. Quantitativa porque prevemos a contagem de respostas em paralelo a gráficos que serão constituídos a partir deste procedimento. Qualitativa, pois das impressões geradas sobre a observação dos gráficos serão constituídas as hipóteses resultadas das análises. Trata-se de uma abordagem reflexiva, pela qual possibilitará ao investigador interagir, acompanhar e compreender subjetivamente as ocorrências dessa pesquisa.

Desta forma, o questionário e a entrevista serão os suportes para a obtenção dos dados que serão levantados. A seguir, caracterizaremos pontualmente o nosso processo metodológico.

4.1. As indagações da pesquisa

Visando atender aos objetivos específicos (mencionados na Introdução) desta investigação, elencamos as seguintes indagações:

- É possível utilizar o E-commerce: MercadoLivre enquanto dispositivo pedagógico, com vistas ao letramento?
- Até que ponto o E-commerce: MercadoLivre como dispositivo pedagógico possibilita ao docente averiguar a ocorrência de construção de significados pelos discentes?
- O E-commerce: MercadoLivre, sendo utilizado como dispositivo pedagógico na EJA, pode colaborar para uma inclusão digital ou, por outro lado, ainda que não o inclua digitalmente, gere cultura?

4.2. Âmbito da pesquisa

A nossa investigação deu-se em torno de dois âmbitos a considerar: o virtual e o físico.

O primeiro âmbito está ligado ao espaço virtual, Internet, pelo qual o pesquisador apresentou aos discentes os diversos recursos disponibilizados por essa mídia (sites de busca, notícias, e-mails, redes sociais, entre outros). O intuito foi apresentar estes espaços, munindo-os de um conhecimento seletivo que os incentive a utilizar e fazer parte deste universo, esclarecidos dos riscos e benefícios que lhes são ofertados através deste veículo de comunicação e informação.

Antes propriamente da aplicação do dispositivo pedagógico na EJA, tecemos reflexões acerca da própria cultura, os comportamentos, hábitos e costumes que nos conduzem a conviver e interagir de tal forma dentro da sociedade, como também, conjeturar sobre os comportamentos que são realizados no espaço virtual (através da cultura digital), as pressões que são exercidas nesse novo espaço e que, de certa forma, estão interferindo e influenciando nos nossos hábitos, no espaço físico. Neste ínterim, tratamos de elucidar sobre a Indústria Cultural, seus mecanismos de influência e o domínio que esta exerce na vida das pessoas. Para tanto, utilizamos o questionário como medida de auxílio para a promoção das discussões que se realizaram.

Com os alunos da EJA, vislumbrando estes já estarem providos de um conhecimento reflexivo acerca de sua cultura e dos mecanismos de influência da mesma, apresentamos os diferentes espaços virtuais de comércio eletrônico, tais como o MercadoLivre, OLX, Bonnegócio – considerados sites líderes de compra e venda no que se refere a variedade de objetos que são submetidos para compra e/ou venda na rede.

Por questões de recorte para análise de nossa investigação e visando maior aproximação aos reais interesses da clientela da pesquisa, focamos nossos estudos em torno do E-commerce: MercadoLivre, por seu pioneirismo no segmento e pela sua abrangência em categorias de objetos que são disponibilizados para atender aos mais diferentes interesses de compra e/ou venda pela rede, sejam motos, carros, acessórios para veículos e casas, brinquedos, eletrônicos, móveis, roupas, animais, surpreendentemente, há uma grandeza de categorias que visam a atender aos mais variados e exóticos interesses.

O segundo âmbito da pesquisa está relacionado ao espaço físico, à escola e à sala de aula, ambientes onde os sujeitos da pesquisa

desempenham suas atividades. A escola que sediou o desenvolvimento de nossa pesquisa é ligada a uma Rede Pública de Ensino da região Nordeste e atende a crianças, jovens e adultos da mesma comunidade e comunidades vizinhas. A mesma funciona durante os três turnos (manhã, tarde e noite), com turmas direcionadas ao Ensino Fundamental I, sendo manhã e tarde destinados à educação de crianças e jovens até 14 anos, e noite (escolhido para nossa pesquisa), destinada a EJA - Educação de Jovens (a partir de 15 anos) e Adultos.

A modalidade de EJA do Ensino Fundamental I é voltada para o processo de alfabetização e pós-alfabetização (Ciclo I e Ciclo II), geralmente, as turmas são reduzidas em números de alunos, devido à evasão, funcionando com 8 a 15 alunos por sala. A escola municipal sinalizada possui, aproximadamente, 6 salas de salas de aulas distribuídas em dois blocos, sala de professores, sala de aparelhos audiovisuais (TV, DVD e equipamento de som), biblioteca, sala da direção, secretaria, refeitório, cantina, laboratório de informática com cerca de 15 computadores com acesso à Internet.

Além das aulas regulares, os alunos da modalidade de EJA tem a possibilidade de fazerem cursos de aperfeiçoamento e profissionalizantes, promovidos pela rede pública em parceria com outros órgãos. São oferecidos, geralmente, no segundo semestre do ano, cursos para formação nas áreas de beleza, gastronomia, marcenaria, confeitaria, entre outros, inclusive, informática. O objetivo é capacitar os alunos para o mercado de trabalho, como também, incentivá-los para que possam prosseguir com seus estudos e, assim, promover o exercício da cidadania.

A maioria dos alunos tenta conciliar a escolha do curso de informática a outro curso de seu interesse. Quando não há esta possibilidade, há uma prevalência dos interesses para a participação nos cursos de informática. Podemos supor, então, que tais indivíduos possuem determinada noção da necessidade do conhecimento das técnicas ligadas a esta área, uma vez que sentem a carência dessa aprendizagem para a sua promoção seja na esfera social e/ou profissional.

Assim, observamos que tal promoção profissional e o comportamento dos discentes pela capacitação digital é algo benéfico para a viabilidade de nossa pesquisa, uma vez que muitos dos alunos possuem determinada motivação

para instrumentalizar o uso do computador e da Internet. Além disso, há o incentivo por parte da direção e supervisão escolar para a prática de aulas conciliadas com o laboratório de informática.

4.3. Sujeitos da pesquisa

Conforme mencionado, a pesquisa realizou-se com alunos da EJA de uma Escola Pública Municipal da região Nordeste. Mediante critérios de interesse e disponibilidade para o desenvolvimento da pesquisa, selecionamos os alunos da EJA que quiseram participar de nossa proposta. Através de entrevistas previamente realizadas, constatamos que os mesmos possuem faixa etária entre 20 e 50 anos; atuam, profissionalmente, como doméstica, confeitadeira, auxiliar de produção fabril, costureira, secretária, cozinheira, entre outras atividades; alguns já possuem conhecimento em informática e sinalizam interesse em capacitar-se nessa área, seja para aperfeiçoar-se em suas técnicas de trabalho ou para preparar-se para novas oportunidades profissionais.

4.4. O questionário e a entrevista

Mencionado anteriormente, o questionário e a entrevista foram os suportes para a obtenção dos dados levantados. O questionário semi-aberto coletou informações prévias que nos ajudaram na parte introdutória para a condução da pesquisa, já a entrevista semi-estruturada serviu para coletar os dados posteriores a realização da pesquisa. Salienta-se informar que tais dados levantados foram por nós interpretados, não utilizando qualquer tipo de identificação pessoal do aluno.

Assim, especificamente, utilizamos o questionário para levantar dados de origem pessoal e profissional, visando tomar conhecimento sobre as expectativas da turma no contato com as TICs. Goode e Hatt (*Apud* MATIAS, 2006, p.49) dizem ser o questionário “um meio de obter respostas a questões por uma fórmula que o próprio informante preenche”. Além de fácil aplicação e

economia de tempo e custo (Hall, 2006), o questionário é um instrumento no qual os indivíduos, sujeitos da pesquisa, se sentem mais a vontade para expressar suas ideias.

Em 2012, foi realizada uma pesquisa prévia para coletar informações dos alunos da EJA quanto ao conhecimento e manejo com as tecnologias de informação e comunicação. Esse procedimento nos auxiliou para a formulação do questionário, possibilitando um levantamento de perguntas mais relevantes e condizentes com os nossos fins.

Matias (2006, p. 53) analisa que a entrevista: “(...) oferece ao pesquisador contato direto com os integrantes do público-alvo da pesquisa”.

Chizzothi (*Apud* MATIAS, 2006, p. 54) nos diz que há três tipos de entrevistas: “livre (o informante discorre como quiser sobre o assunto); estruturada (o informante responde sobre perguntas específicas) ou semi-estruturadas (discurso livre orientado por algumas perguntas-chave)”. Diante do exposto, a nossa pesquisa desenvolverá entrevistas semi-estruturadas.

Para Triviños (*Apud* MATIAS, 2006, p.54) a entrevista semi-estruturada “ao mesmo tempo em que valoriza a presença do investigador, oferece todas as perspectivas possíveis para que o informante alcance a liberdade e a espontaneidade necessárias, enriquecendo a investigação”.

Guiando-se pela abordagem de uma entrevista semi-estruturada, iniciamos a entrevista, pedindo que o aluno entrevistado discorra sobre si, seu trabalho e suas perspectivas para participar da EJA. O intuito foi deixar o aluno mais livre para expressar espontaneamente as suas ideias, oportunizando ao entrevistador conduzir de forma mais natural os assuntos ligados ao interesse da pesquisa, do tipo: as relações de conhecimento com as tecnologias de informação e comunicação no cotidiano; o ponto de vista sobre a importância dessas tecnologias para as relações sociais e profissionais; a relevância em conhecer um mecanismo virtual que possa ajudá-lo a incrementar sua renda através da compra e/ou venda de produtos pela Internet; dentre outros.

A entrevista nos possibilitou verificar até que ponto a presente pesquisa foi válida, isto é, se o MercadoLivre pôde ser utilizado enquanto dispositivo pedagógico, com vistas ao letramento; se possibilitou ao docente averiguar a ocorrência de construção de significados pelos discentes e se pôde colaborar

para uma inclusão digital ou, por outro lado, ainda que não o inclua digitalmente, pudesse gerar cultura.

4.4.1. O questionário

Para o presente trabalho foi desenvolvido um questionário que pudesse levantar informações dos entrevistados a respeito de seu perfil pessoal e profissional no contato com as TICs. Nesse sentido, disponibilizamos questões semiabertas e fechadas para facilitar a coleta dos dados e para que se sintam mais à vontade para se expressarem, visto que, como se trata de questões objetivas, os mesmos não necessitaram de muitos detalhes para serem redigidos.

Dividido em dois grupos de perguntas, o questionário tratou sucintamente no primeiro grupo de itens como idade e profissão, já no segundo grupo, este mais aprofundado quanto aos detalhes, tratou de itens tais como: o acesso à informática e à Internet; o conhecimento instrumental que possuem com estes mecanismos; os locais que favorecem para a sua utilização; o grau de interesse que possuem para uso tanto no ambiente pessoal quanto profissional.

Mediante o questionário foi possível verificar¹²:

- Qual o nível de conhecimento dos alunos relacionado à cultura?
- Qual o nível de conhecimento dos alunos relacionado à Indústria Cultural?
- Em que medida a Indústria Cultural interfere nas atitudes dos alunos da EJA?
- O que o computador e a Internet representam na vida dos alunos da EJA?
- Onde os alunos da EJA tem oportunidade de acesso ao computador e/ou Internet?
- Qual a noção que os alunos da EJA possuem relacionado à possibilidade de utilizar o computador e a Internet para práticas profissionais ou

¹² Ressalte-se que ainda que se possa verificar tudo que se prevê nos itens a seguir, apenas utilizaremos as informações e inferências que sejam uteis para se alcançar os objetivos da pesquisa e observar a refutação ou não das indagações da mesma.

demais atividades ligadas aos estudos, lazer, pesquisas, compras, entre outros?

- Os discentes da EJA acreditam que a Internet pode auxiliá-los em suas atividades profissionais?
- Os discentes da EJA possuem conhecimento sobre comércios eletrônicos: Bomnegócio, MercadoLivre, OLX, entre outros?
- Qual o nível de interesse dos discentes em utilizarem um E-commerce como ponto de acesso profissional?

4.4.2. A entrevista

Para a entrevista semi-estruturada, o professor pediu para o aluno que fale um pouco sobre sua vida, trabalho, escola e a utilização da Internet no seu dia a dia. O intuito foi criar um ambiente agradável e livre para o mesmo se sentir a vontade para expressar suas ideias, ao mesmo tempo em que relaciona o andamento de seu dia a dia antes e depois do conhecimento do computador e da Internet. Feito isto, o próximo passo foi solicitar para o aprendiz que ele relate como foi sua experiência com a ferramenta virtual de aprendizagem (*E-Commerce*: MercadoLivre) na sua rotina diária, dificuldades e contribuições de sua inserção.

No tocante a mediação e registro da entrevista, utilizamos um gravador de áudio para que pudéssemos utilizá-lo para desenvolver a parte de análise da pesquisa, tal procedimento nos auxiliou para a comparação e acréscimo das informações que foram levantadas a partir do questionário.

Mediante a entrevista foi possível verificar¹³:

- Qual o nível de conhecimento dos alunos relacionado à Cultura?
- Qual a relevância dos estudos ligados à cultura para construção de saberes conscientes por parte dos discentes da EJA ao serem inseridos no espaço digital?
- Qual o nível de conhecimento dos alunos relacionado à Indústria Cultural?

¹³ Ressalte-se que ainda que se possa verificar tudo que se prevê nos itens a seguir, apenas utilizaremos as informações e inferências que sejam úteis para se alcançar os objetivos da pesquisa e observar a refutação ou não das indagações da mesma, conforme afirmado na observação do questionário.

- Em que medida o conhecimento sobre a Indústria Cultural influencia nas decisões dos alunos da EJA?
- O que o computador e a Internet representam na vida dos alunos da EJA?
- Qual a noção que os alunos da EJA possuem relacionado à possibilidade de utilizar o computador e a Internet para práticas profissionais ou demais atividades ligadas aos estudos, lazer, pesquisas, compras, entre outros?
- Os discentes da EJA acreditam que a Internet pode auxiliá-los em suas atividades profissionais?
- Qual a noção dos alunos da EJA relacionado ao conhecimento sobre E-commerce?
- Quais as contribuições que o E-Commerce: MercadoLivre trouxe para os alunos da EJA?
- Ainda há interferência dos ditames da IC nas construções das opiniões dos alunos da EJA vinculadas aos seus hábitos e comportamentos?

4.5. Coleta de dados

Como já mencionado, utilizamos o questionário e a entrevista, respectivamente, como instrumentos para coleta de dados. A entrevista semi-estruturada, utilizada após o questionário e ao fim do trabalho de pesquisa (aproximadamente 1 mês), teve o intuito de comparar e aprofundar as informações, visto que os entrevistados puderam desenvolver outras reflexões mediante os procedimentos da pesquisa em relação a aproximação e contato com as tecnologias digitais e o dispositivo pedagógico selecionado, o E-commerce: MercadoLivre.

Realizamos a aplicação do questionário como parte introdutória de nossa pesquisa, nos primeiros contatos com a turma, visando obter o perfil dos alunos antes da aplicação das ações do nosso objeto de estudo. O questionário foi aplicado na escola, em sala de aula, com o acompanhamento do pesquisador. Quanto ao tempo para preenchimento do questionário foi disponibilizado cerca de 20 a 30 minutos.

A entrevista realizou-se no primeiro semestre de 2014, após a aplicação do questionário e desdobramentos dos procedimentos de pesquisa.

4.6. Tratamento dos dados

Nesta seção, apresentamos de que maneira os dados foram tratados: escolhas, observação e organização.

Inicialmente, elencaram-se as questões do questionário que serviriam como dados, são elas: 5, 6, 8, 10, 14, 16 e 19. Tais escolhas foram feitas porque atendem as prerrogativas da pesquisa. Conforme a resposta, fomos identificando o ponto de partida de cada informação (conforme critérios para sistematização de dados 4.7.). Ressalte-se que embora tenhamos elencado sete questões, nem sempre os informantes traziam respostas na direção dos interesses da pesquisa. Por exemplo, o informante B, na questão 15: “O que o computador e a Internet podem oferecer para apoiar ou melhorar sua atividade profissional?”, optou pela seguinte escolha: “Eles serão mais uma alternativa para aumentar minha renda profissional.”

Todavia, para pesquisa, apenas interessavam os informantes que optaram pela alternativa que demonstrava que para eles o computador e a Internet não lhes traria benefício: “Creio que eles não me ajudarão, por isso, não pretendo utilizá-los.” Portanto, este foi o raciocínio que fizemos para decisão de quais respostas seriam válidas em nossa pesquisa. Em seguida, fez-se um somatório para cada informante com os respectivos gráficos, bem como, um somatório geral.

Tomando como fundamento as alternativas selecionadas do questionário, elencamos as questões da entrevista que serviriam como motivadoras para atestarmos o movimento de mudança ou não dos alunos a partir da ação social do professor. Assim, a correlação entre as perguntas do questionário e as questões motivadoras da entrevista foram assim definidas:

Perguntas do questionário	Questões motivadoras da entrevista
5 e 6	3,4,5 e 15
8	6 e 11
10 e 15	7
14 e 16	8
19	12

Ressalte-se que as entrevistas gravadas foram transcritas e organizadas conforme as questões da entrevista. Do mesmo modo, fez-se a identificação de cada informação a partir dos critérios propostos em 4.7.. Também foram apresentados gráficos que resumem o conjunto de informação das entrevistas.

4.7. Critérios para sistematização dos dados

Com o objetivo de sistematizar as análises que foram realizadas a partir do *corpus* elencado do questionário e da entrevista, propomos um mecanismo que pauta-se em alguns critérios, a saber:

- Situação zero: não é possível identificar nenhuma ação social

Neste caso, constatamos que o aluno não possui determinado conhecimento, porém, não podemos inferir se houve alguma ação social antes da que é proposta nesta pesquisa. Assim, optamos por considerar o estágio de ponto de partida zero.

- Situação A: o professor não gera construção de significados

Neste caso, ainda que o professor exerça uma ação social por meio do dispositivo pedagógico, o discente não consegue e não exterioriza nenhuma interpretação nova promovida a partir da ação social do professor. Vale ressaltar que essa interpretação nova diz respeito ao conhecimento do aluno em relação a significados novos para si.

- Situação B: Há construção de significados

Neste caso, é possível identificar interpretações novas a partir da ação social do professor. No entanto, convém verificar-se se esta construção de significado gera cultura via letramento ou não.

- Situação B1: há letramento, logo cultura

Neste caso, há a possibilidade de se constatar a geração de cultura por meio do letramento. Ressalte-se que seguimos a proposta desta pesquisa que entende o letramento enquanto prática social, já que representa a capacidade crítica do indivíduo de interagir com a sociedade, logo, construir novos significados, gerando cultura. Assim, se o aluno após a ação social do professor, que lhe apresenta o dispositivo pedagógico, for capaz de compreendê-lo e fazer uso da ferramenta ou ao menos ser capaz de explicitar verbalmente ou em atitudes sua utilidade e função para si mesmo, pode-se dizer que houve letramento, logo cultura.

- Situação B2: há cultura sem letramento

Neste caso, há a possibilidade de gerarmos cultura, mediante a ação social do professor, contudo esse é um caminho que sinaliza a independência do aluno ao ir de encontro a nossa proposta e formar seus próprios significados ainda que não seja via letramento. Em outras palavras, seguindo a lógica que para haver cultura deve haver construção de significado, o fato de o aluno discordar ou não aderir à proposta que está implícita na apresentação da ferramenta e conseqüentemente a presença do letramento digital, não quer dizer que o aluno não tenha construído cultura. Assim, por exemplo, se após a ação social do professor ele tenha construído significado, todavia, rechace a ferramenta virtual/dispositivo pedagógico, pode-se supor que o mesmo escolheu (criticamente) um caminho diferente daquele imaginado e sugerido pelo professor. Isto, também, é cultura.

Na mesma direção, compreendemos que todo indivíduo trás consigo um conhecimento de mundo que lhe permite responder algumas demandas sociais. Por isso, antes do instrumento questionário, acreditamos que o aluno já traga algo de cultura, todavia as ações sociais surgiram antes da ação social proposta nesta pesquisa. De toda forma, consideramos estes casos, também, como situação B2.

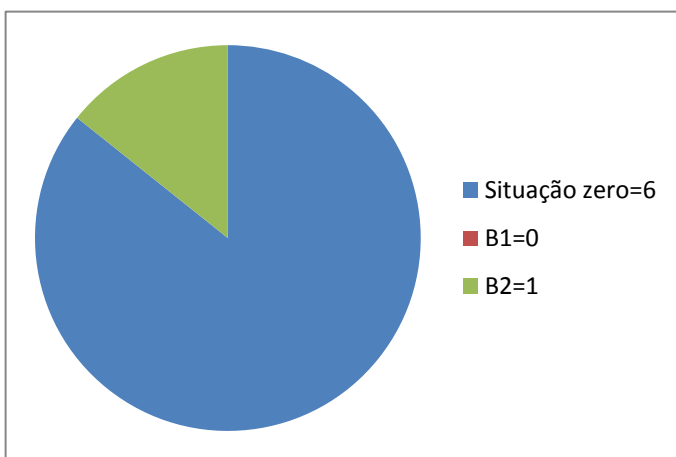
Portanto, diante do exposto, as análises foram feitas seguindo os procedimentos metodológicos aqui apresentados.

- CAPÍTULO V - UMA PROPOSTA DE ANÁLISE

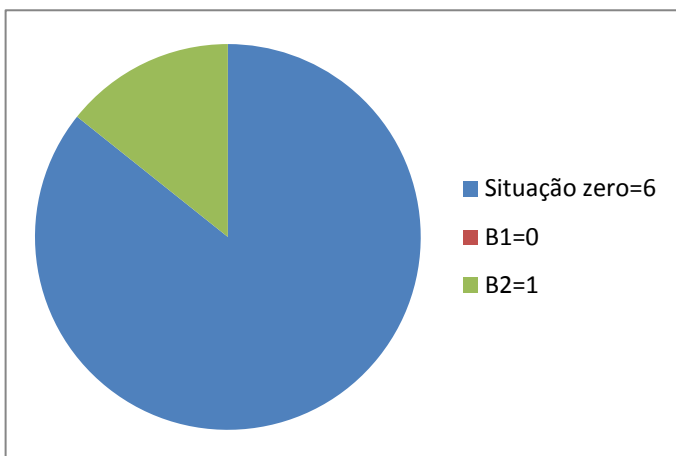
O presente tópico tratou de expor e analisar as informações coletadas através dos instrumentos de pesquisa (questionário e entrevista). Como medida de exemplificação, fizemos menções de algumas respostas fornecidas pelos alunos, sendo assim, seus comentários e depoimentos integraram as inferências e interpretações levantadas no processo de análise. Bem como os gráficos que funcionaram como suporte quantitativo para as análises de cunho qualitativo deste conjunto de dados. No intuito de resguardar a identidade dos alunos entrevistados, utilizamos as letras de A até G para identificá-los.

A seguir apresentamos os gráficos construídos a partir do instrumento questionário:

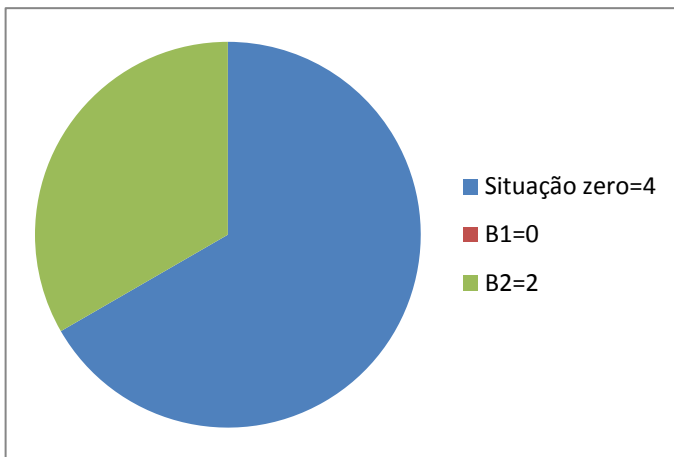
Informante: A



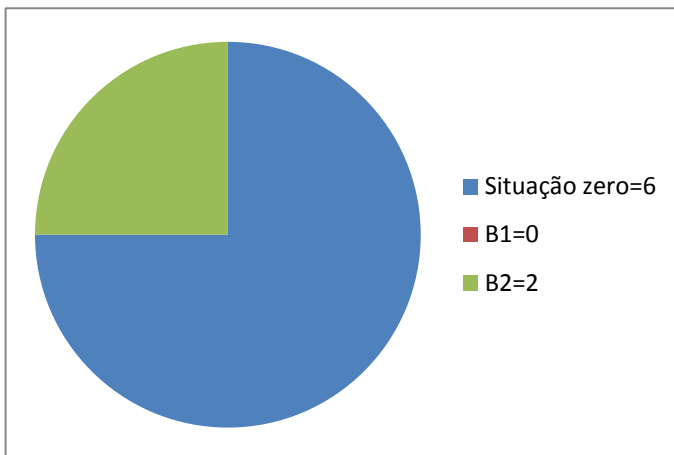
Informante: B



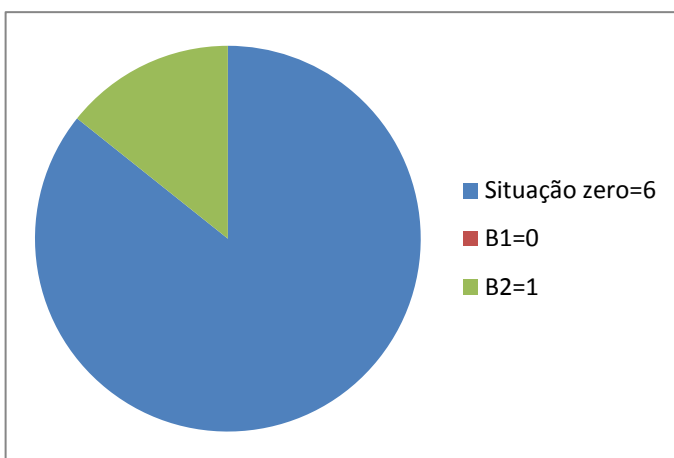
Informante: C



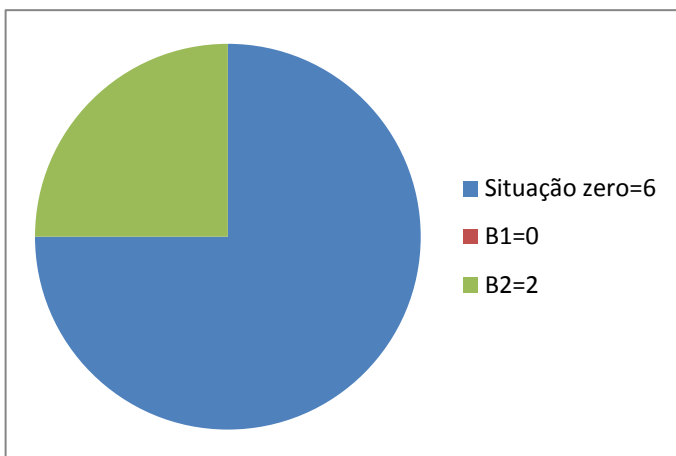
Informante: D



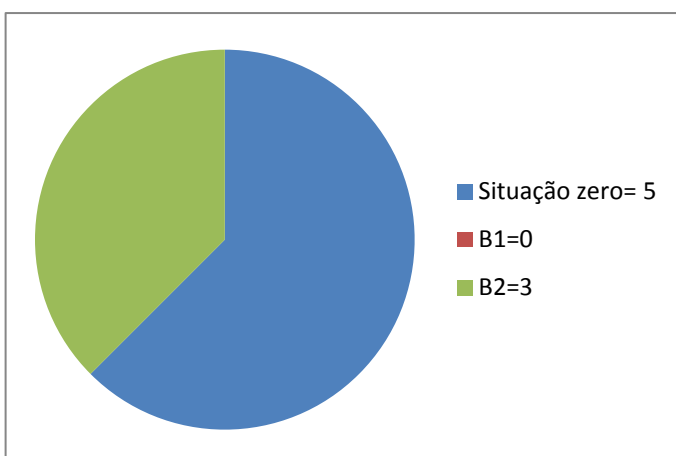
Informante: E



Informante: F



Informante: G



É possível constatar a partir dos gráficos que todos os informantes demonstraram não possuir conhecimento acerca dos temas e atividades abordados pela proposta deste trabalho e que foram apresentados e discutidos ao longo do período de incursão na escola. São eles: Indústria Cultural, o uso do computador, o acesso à Internet, tipos de E-commerce e suas funções.

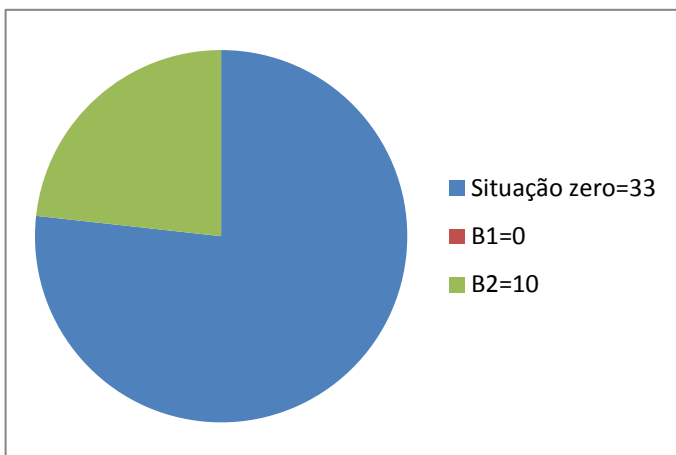
Diante disto, podemos dizer que os informantes estavam mais suscetíveis à ação social proposta pelo professor.

Embora já imaginássemos que o critério B1 não surgisse, mantivemos no gráfico, ainda que sem nenhuma ocorrência para constatar que sem a ação social do professor, o espaço da sala de aula fica esvaziado de letramento.

Ainda que tenhamos constatado a predominância da situação zero, a presença, ainda que menor, da situação B2, confirma que a cultura pode ser gerada antes mesmo da ação social do professor. Em outras palavras, o

conhecimento de mundo trazido pelo aluno explica a presença de cultura anterior à ação social executada nesta pesquisa.

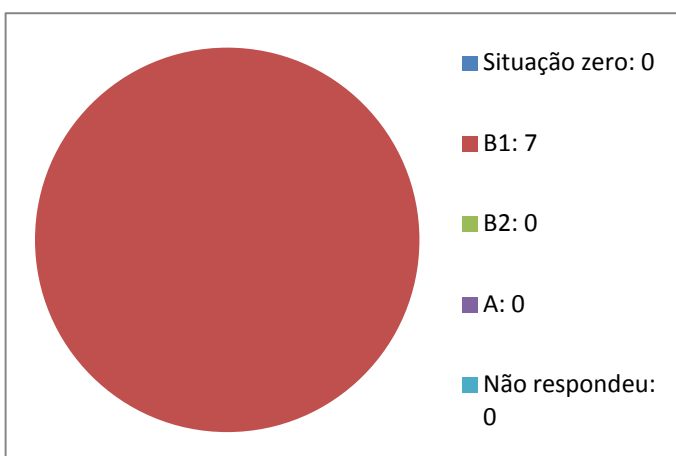
Gráfico Geral



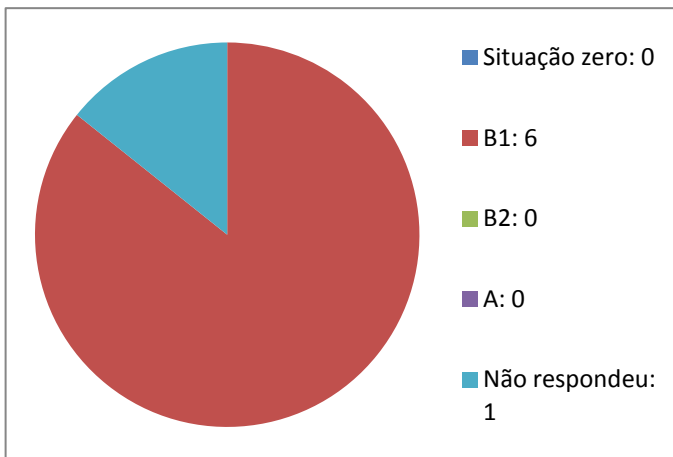
No gráfico geral, confirmamos o que se percebeu em cada gráfico de informantes, ou seja, o professor conseguiu desenvolver sua ação social com mais possibilidade de sucesso, tendo em vista, que os mesmos estavam mais suscetíveis à ação social.

A seguir apresentamos os gráficos construídos a partir do instrumento entrevista:

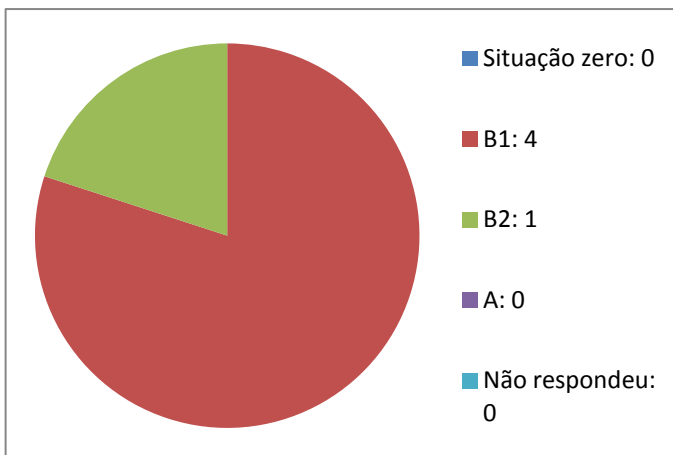
Informante: A



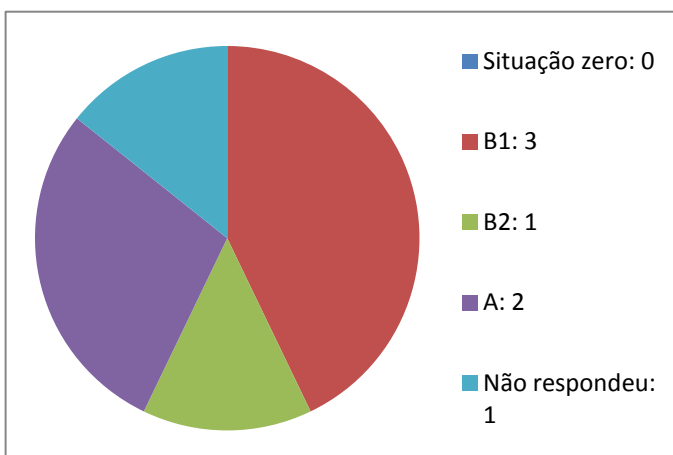
Informante: B



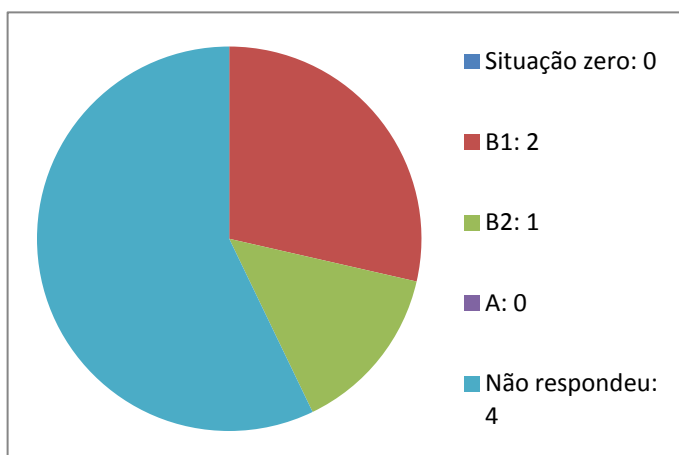
Informante: C



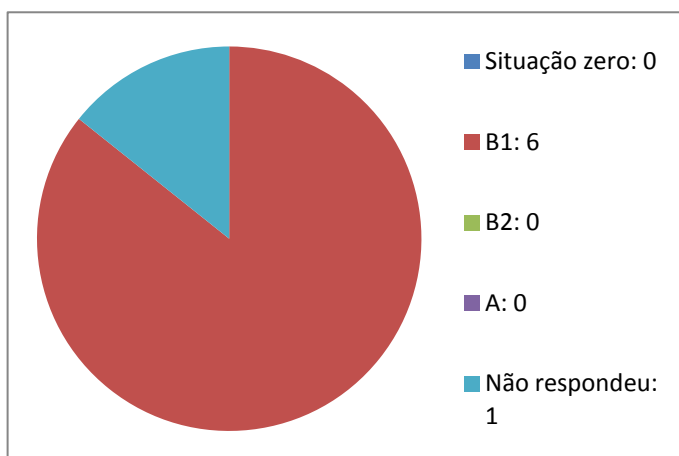
Informante: D



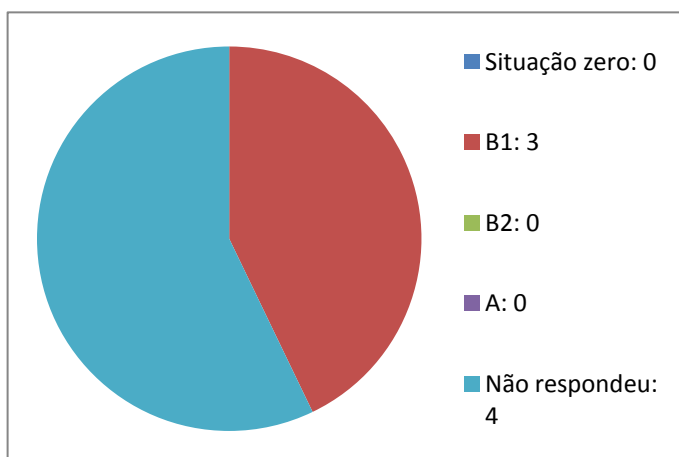
Informante: E



Informante: F

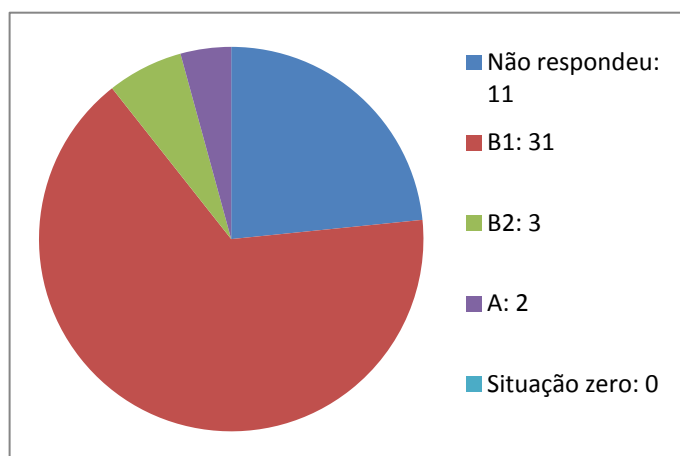


Informante: G



Diante dos gráficos apresentados, observamos que a maioria dos informantes teve um crescimento perceptível quanto ao conhecimento dos temas e atividades que foram debatidos durante a realização da pesquisa na escola. Desta forma, consideramos que a ação social do professor foi fator determinante para se promover uma educação mais integrada às práticas sociais.

GRÁFICO GERAL



Considerando-se o gráfico geral e em contrapartida ao mencionado ao parágrafo anterior, observa-se que a situação zero deixou de existir, pois a maior parte dos informantes conseguiu construir novos significados via letramento (B1:31) ou não (B2: 3).

Neste ponto, ratificamos a afirmação de que, o mais importante é que o aluno seja conduzido a pensar criticamente de tal sorte que construa novos significados independente das motivações geradas pelo letramento como ocorre nas três ocorrências de (B2).

Vejamos um exemplo: a informante E responde o questionário com a opção “(sim)” para a pergunta 6: “Você acha que a TV, rádio, revistas e Internet influenciam nas nossas atitudes?”. No entanto, no momento da entrevista, ou seja, após a ação social do professor que esclarece os riscos da influência da Indústria Cultural para indivíduos desinformados, mantém uma posição que expressa uma escolha não necessariamente semelhante à sugerida pelo professor, já que ao invés de afirmar que faz compras por necessidade, deixa

um espaço para a possibilidade de comprar por quaisquer outros motivos que não fosse precisão:

“Compro, as vezes, por necessidade.”

Vale ressaltar que, assim como na maioria das situações de sala de aula, nem sempre o professor consegue estimular, por meio de sua ação social, novos significados para seus alunos. Conforme constatado na ocorrência de dois exemplos em situação A.

Desta forma, mesmo havendo a atuação do professor no sentido de possibilitar que o aluno construísse significado em sua atuação na utilização do computador, por exemplo: apresentar os componentes que integram essa mídia (monitor, estabilizador, CPU, mouse, teclado); desenvolver atividades com o software (Word); criar um ambiente voltado para tecnologia (condução dos alunos para o laboratório de informática); mesmo assim, o aluno não conseguiu atingir a situação B. A título de ilustração, apresentamos um exemplo:

Informante D:

“Sou fotógrafa e se eu soubesse movimentar com ele iria ajudar muito, pois se não é a Internet e o computador a gente não faz nada. Pra se fazer uma foto, hoje em dia, depende do computador, aí eu vou fazer o que (...) trabalho e passo para outra pessoa fazer (o serviço no computador) pois não sei mexer no computador. Se soubesse eu faria em casa, preciso bastante aprender.”

Observe-se que esta resposta foi apresentada no momento da entrevista, ou seja, ainda que o professor tenha apresentado os componentes que integram o computador, desenvolvido atividades com o software e criado um ambiente voltado para tecnologia, a informante D não conseguiu lograr êxito, pois ela mesma afirma que “não sei mexer no computador”. Vale ressaltar que, no momento do questionário, que é anterior a ação social do professor e à entrevista, a aluna respondeu com opção “(não)” para a pergunta: “Você sabe utilizar o computador?”. Em outras palavras, o informante D chega à sala de

aula sem saber usar o computador e mesmo depois da ação do professor permanece sem esse conhecimento, logo sem construir significados: situação A.

Diante do exposto, salvaguardadas as considerações que se fazem necessárias e/ou as outras entrevistas que ainda poderão ser feitas em trabalhos futuros, supomos já ser possível fazer-se algumas considerações preliminares, conforme capítulo seguinte.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ainda que tenhamos a plena consciência de que não é possível dar conta de toda uma dinâmica teórico-prática, que está implícita e explícita na proposta desta pesquisa, acreditamos na possibilidade de termos evidenciado a relevância que deve ser direcionada a ação social do professor. A real necessidade de se estar promovendo ação social dentro do cenário pedagógico no sentido de possibilitar um ensino ligado às práticas sociais, comprometido com uma aprendizagem que emancipe o indivíduo e o possibilite, a sua maneira, construir seus próprios significados, seu próprio caminho.

Foi nesse sentido que consideramos a cultura como elemento norteador para o desenvolvimento deste trabalho. Pois nela, como concebida por nós, o elemento central que rege a organização tanto dos comportamentos e atitudes individuais, como também, os fatos que acometem as esferas coletivas, está o suporte e o fundamento que nos permite compreender e viver em convergência com a sociedade e as transformações que são desencadeadas.

Dessa forma, nos foi primordial desenvolver uma pesquisa comprometida com a geração de cultura, com a construção de significados e novas ações sociais, assim concebemos o letramento/letramento digital como um norte para esse intento, pois como prática social, sabemos que ao passo que possibilitamos ao indivíduo o alcance de determinado nível de letramento, é porque conseguimos construir significados, logo geramos cultura.

Diante do exposto, pudemos reconhecer, também, que a nossa proposta conseguiu atingir o seu objetivo que previa analisar até que ponto a reflexão sobre cultura e sobre a Indústria Cultural possibilitariam aos alunos da EJA serem incluídos conscientemente no espaço virtual, como também, verificar até que ponto esta ação social contribuiria para letrá-los digitalmente, tendo como elo um E-commerce como dispositivo pedagógico. Tais metas foram alcançadas e podem ser facilmente identificadas a partir dos gráficos que foram apresentados e que se sustentaram numa proposta metodológica que organizou os dados (antes e depois de analisados) em Situação: Zero, A e B (B1 e B2).

Sobre as quais, consideramos condizentes para respaldar nossas informações, assim, pudemos obter uma classificação que norteasse o nosso caminho para situar os dados, então, àqueles indivíduos que não possuíram determinado conhecimento no início de nossa investigação consideramos como “Zero”, pois não poderíamos deduzir se houve alguma ação social antes da nossa; já para os casos nos quais não houve possibilidade de o aluno construir novos significados para si mesmo, mediante a ação social do professor e do dispositivo pedagógico proposto, classificamos como “A” e por último, classificamos como “B” aqueles casos que convergiram com nossa proposta, ou seja, que construíram significados. Contudo, separamos duas subclassificações para alocar aqueles casos nos quais a geração de cultura foi possibilitada a partir da construção de significados via letramento ou não, ou seja, na subclassificação “B1” direcionamos aqueles casos que realmente se enquadraram em nossa pesquisa (a cultura gerada a partir do letramento) e em “B2” alocamos os casos nos quais a geração de cultura não foi possibilitada pelo letramento, mas sim pela independência do aluno em ser conduzido pelos seus próprios interesses e perspectivas. Sob esta ótica, predominaram a situação “B”, em especial, “B1”. Isto é, significados novos foram construídos graças à intervenção do professor por meio de sua ação, gerando letramento.

Na mesma direção, reconhecemos a presença da situação “B2” que embora tenha sido diminuta diante da situação “B1”, para nossa pesquisa é fato relevante, pois indica que mais importante que o letramento é gerar cultura. Por isso, nos casos em que o aluno não tenha seguido a direção dos interesses do professor que em sala de aula busca conduzir seus alunos ao letramento, sob nossa ótica, ter uma opinião, fazer uma escolha de forma crítica é construir significados novos, logo cultura.

No que diz respeito as nossas hipóteses, pode-se comprovar que foi possível utilizar o E-commerce: MercadoLivre, enquanto dispositivo pedagógico, com vistas ao letramento; averiguar a ocorrência de construção de significados pelos discentes por meio deste dispositivo, bem como utilizá-lo, visando colaborar para uma inclusão digital ou, por outro lado, ainda que em um caso ou outro não promova a inclusão digital do discente, gere cultura.

Portanto, conscientes das limitações de uma análise deste tipo, acreditamos na contribuição de nossa pesquisa para verificação de questões

latentes no universo da sala de aula, em especial no que se refere às interseções com as novas tecnologias.

Por fim, a utilização do E-commerce: MercadoLivre como uma possibilidade concreta de funcionar como dispositivo pedagógico sinaliza que mais importante do que a ferramenta, do que o conteúdo é a ação social do professor em busca da geração de cultura.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, T. & HORKHEIMER, M. *A Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1985.

ALBUQUERQUE, E. B. C de. *Conceituando alfabetização e letramento*. In: SANTOS, C. F. *Alfabetização e letramento: conceitos e relações / organizado*. 1ed., Belo Horizonte: Autêntica, 2007, p. 11-21.

ANJOS, L. dos.; MEDEIROS, H. de. Web: uma abordagem mais pedagógica. In: MATOS, D. *Linguagem na EAD: utilização das ferramentas da web como estratégia de ensino*. João Pessoa: Editora da UFPB, 2011.

BAUMAN, Z. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2008.

BRASIL. Ministério da Educação. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (INEP). *Censo escolar 2010: resumo técnico; versão preliminar*. Brasília, 2010. Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/basica-censo>>. Acesso em: 17 de jun. 2013.

_____. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Fundamental. *Proposta Curricular para a educação de jovens e adultos: segundo segmento do ensino fundamental: 5a a 8a série: introdução / Secretaria de Educação Fundamental*, 2002, p. 95-96.

_____. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade (SECADI). *Trabalhando com a Educação de jovens e adultos*. Brasília, 2006.

CORREA, J. *Educação à distância e contextos educativos*. In: Pátio. Inclusão digital. Campinas: [se], 2007.

COSTA, A. C. S. da et al. *Indústria cultural: revisando Adorno e Horkheimer*. In: *Movendo Idéias*, Belém, v8, n.13, p.13-22, jun., 2003.

DINIZ, L. L. et al. *O comércio eletrônico como ferramenta estratégica de vendas para empresas*. In: *Anais do III ENCONTRO CIENTÍFICO E SIMPÓSIO DE EDUCAÇÃO UNISALESIANO*. [sl]: Salesiano, 2011.

FERREIRA, A. B. de H. *Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa*. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001, p. 251.

HALL, Stuart. *A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo*. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, v. 22, nº2, jul./dez. 1997.

KLEIMAN, A. *Preciso “ensinar” o letramento? Não basta ensinar a ler e escrever?* Campinas: Cefiel - Unicamp; MEC, 2005.

_____. Modelos de letramento e as práticas de alfabetização na escola. In: KLEIMAN, A. (Org.). *Os significados do letramento: uma nova perspectiva sobre a prática social da escrita*. Campinas: Mercado de Letras, 1995, p. 15-61.

LARAIA, R. de B. *Cultura: um conceito antropológico*. 14.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

MATIAS, A. *Monografia: do projeto à execução*. 2.ed. Rio de Janeiro: E. Rio; IOB Thomson, 2006.

MCCRACKEN, G. *Cultura e Consumo: uma Explicação Teórica da Estrutura e do Movimento do Significado Cultural dos Bens de Consumo*. In: RAE-Revista de Administração de Empresas, vol. 47, n. 1, jan./mar., 2007.

PEREIRA, J. T. Educação e sociedade da informação. In: COSCARELLI, C.; RIBEIRO, A. E. (org.) *Letramento digital: aspectos sociais e possibilidades pedagógicas*. 2. ed. Belo Horizonte: Ceale, Autêntica, 2007.

PICONEZ, S. C. B. *Educação escolar de jovens e adultos*. Campinas, São Paulo: Papiros, 2002.

PRADO, M. E. B. B. Articulações entre áreas de conhecimento e tecnologia. Articulando saberes e transformando a prática. In: AMARAL, A. L.; SALGADO, M. U. C. (Org.). *Tecnologias na educação: ensinando e aprendendo com as TIC: guia do cursista*. Brasília: Ministério da Educação. Secretaria de Educação à Distância, 2008.

PRETTO, Nelson de Luca. *Uma escola com / sem futuro. Educação e Multimídia*. Campinas: Papirus, 1996.

ROJO, Roxane. *Letramentos múltiplos, escola e inclusão social*. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

SOARES, M. *Novas práticas de leitura e escrita: letramento na cibercultura*. In: Educação e Sociedade. Campinas: Unicamp, 2002.

TFOUNI, L.V. *Letramento e alfabetização*. São Paulo: Cortez, 1995.

ANEXOS:

Anexo I – Questionário

Anexo II – Roteiro para entrevista

Anexo III – Transcrição das entrevistas

Anexo I – Questionário

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
MPLE – MESTRADO PROFISSIONAL EM LINGUÍSTICA E ENSINO

Nome: _____ Série: _____

João Pessoa, _____ / _____ / _____

QUESTIONÁRIO

1. Idade: _____ anos
2. Profissão: _____
3. Você sabe o que significa cultura? () Sim () Não
4. Para você, estudar cultura na escola:
 () É importante pois passamos a compreender melhor nossos comportamentos e hábitos.
 () Não é necessário pois nossos comportamentos não dependem da nossa cultura.
5. Você sabe o que significa Indústria Cultural? () Sim () Não
6. Você acha que a TV, rádio, revistas e Internet influenciam nas nossas atitudes?
 () Sim () Não
 Se sim, qual a intensidade que a TV, rádio, revistas e/ou Internet possui para influenciar no seu comportamento no dia-a-dia?
 () Muito, pois eu acompanho e compro só as novidades que estão na moda (roupa, eletrodomésticos, eletroeletrônicos, móveis, etc);
 () Pouco, pois mesmo acompanhando as novidades da moda, só compro quando há necessidade.
7. Você tem um computador em casa? () Sim () Não
8. Você sabe utilizar o computador? () Sim () Não
9. Seu computador tem acesso a Internet? () Sim () Não
10. Você sabe navegar na Internet? () Sim () Não
11. Onde mais você tem acesso ao computador e/ou a Internet?
 () escola () trabalho () casa de amigos () nenhum
 Outro: _____
12. Você acha que o computador e a Internet podem ajudá-lo no seu dia a dia em casa, na escola ou no trabalho?
 () Concordo plenamente () Não tenho opinião a respeito
 () Concordo parcialmente () Discordo plenamente
13. Para você, qual a finalidade do computador e da Internet?
 () Estudos () Jogos () Trabalho
 () Outros: _____
14. Você conhece algum site ou ferramenta da Internet que possa ajudá-lo(a) na sua prática profissional?

() Se sim, qual?

() Não

15. O que o computador e a Internet podem oferecer para apoiar ou melhorar sua atividade profissional?

() Eles serão mais uma alternativa para aumentar minha renda profissional.

() No momento atual, serão a única alternativa para adquirir alguma alternativa de renda.

() Creio que eles não me ajudarão, por isso, não pretendo utilizá-los.

16. Você sabe o que é um E-Commerce? () Sim () Não

Se sim, qual?

17. Já ouviu falar no site MercadoLivre? () Sim () Não

Se sim, para que serve?

18. Você sabia que pode vender produtos ou objetos novos e/ou usados pela Internet?

() Sim () Não

19. Você já comprou ou vendeu algum produto pela Internet?

() Sim () Não

20. Você tem interesse em poder vender algum produto pela Internet e, assim, aumentar seu campo de atuação e clientes?

() Sim () Não

Outras informações:

Anexo II – Roteiro para entrevista

UFPB - UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
MPL - MESTRADO PROFISSIONAL EM LINGUÍSTICA E ENSINO**Prof. Cléber Lemos de Araújo****João Pessoa, _____ / _____ / _____**ROTEIRO PARA ENTREVISTA (Semi-estruturada)

1. Você sabe explicar, com suas palavras, o que é cultura?
2. Para você, qual a importância em se estudar cultura na escola?
3. Você sabe dizer o que é Indústria Cultural?
4. Você acha que a Indústria Cultural influencia a vida das pessoas? Se sim, de que forma?
5. Atualmente, você compra produtos mais por modismo ou por necessidade? Por quê?
6. Você acha útil utilizar o computador e a Internet no dia a dia: casa, escola, trabalho? Por quê?
7. Você acha que o computador e a Internet podem ajudá-lo(a) em suas práticas profissionais?
8. O que é um E-Commerce (comércio eletrônico)?
9. Os nossos estudos sobre cultura e sobre o E-Commerce ajudaram em suas práticas com o computador e a Internet? Por quê?
10. Você acha que um E-Commerce pode melhorar suas práticas profissionais? Por quê?
11. Qual o seu interesse em continuar utilizando o computador e a Internet depois do nosso estudo?
12. Qual o seu interesse em continuar utilizando o E-commerce: MercadoLivre ou outro tipo de E-Commerce no seu cotidiano? Por quê?
13. Para você, qual a melhor marca de computador? Por quê?
14. Qual a marca do produto que geraria maior aceitação do público para ser vendido em um E-Commerce? Por quê?
15. Na sua opinião, é melhor o obter um computador mais eficiente e com mais recursos ou escolher um que não tenha tantos recursos, mas a marca é conhecida por todos?

Anexo III – Transcrição das entrevistas

Informante A

1. Cultura é nosso comportamento, nosso modo de agir. O carnaval, o São João, a festa do Bode Rei pertencem à cultura.

2. Com certeza, participamos mas não sabemos o significado.

3. São aquelas coisas que vicia a gente pela televisão.

4. Influencia sim, passando as propagandas para sensibilizar a gente para comprar as coisas que não estamos precisando. Por exemplo, a televisão, a gente vê que a da gente tá cafona, aí a gente corre até na loja comprar, as vezes tá até utilizando bem, mas faz a gente fazer dívida e dívida.

5. Agora, tenho que comprar por necessidade. Meu marido sempre compra por modismo mas agora eu já vou está corrigindo, para só comprar no momento de necessidade mesmo.

6. É importante, pois ajuda muito. Principalmente, se você souber utilizar para o bem, se você não souber usar para o bem, bota a pessoa no perigo. Antigamente era mais difícil e agora como meio de comunicação, fica mais fácil. Apesar de não saber mexer ainda mas (...)

A gente já mexeu um pouquinho, já digitei texto.

7. Iria procurar uma receita pra fazer um prato saudável, gostoso. Uma indicação para se encontrar um endereço de um médico e através da Internet a gente descobre tudo direitinho.

8. A gente pode comprar celular, ferro elétrico e a gente pode vender, para saber poupar, reutilizar e não jogar fora, colocar no site para ver se vender.

9. Me ajudou nesse pensamento de não jogar as coisas fora. Não serve pra gente mas pode servir pra outra pessoa.

11. Acho que a gente deve botar em prática, continuar. Não deixar parar aqui, continuar, botar pra frente.

14. Melhor ir na marca boa, pois se for na marca fraca vai enfraquecer tudo.

Informante B

1. Cultura é meu modo de ser, o modo como eu vivo, meu modo de viver, entendeu?

2. É importante, muito importante.

3. É o rádio e a televisão influenciando a gente para comprar.

4.

5. Através dessa aula, eu compro o que eu necessito.

6. É importante pois quem não tem o conhecimento está ficando fora da mídia.

7.

8. A gente pode comprar pela Internet e pode vender.

9. Assim...por exemplo, quando eu quiser fazer a compra de um eletrodoméstico, primeiro eu vou na Internet, fazer uma pesquisa.

10. Botar alguma coisa pra vender que não serve mais pra mim.

11. Pretendo continuar utilizando pois é importante.

12.

13. Não lembra de uma marca específica

14. Eu compro a marca que eu conheço.

Informante C

1. O modo das pessoas viver, se vestir. O modo das pessoas de outros países. A nossa cultura é o carnaval.
2. É muito importante. Pois tem coisa que a gente não entende e com a cultura na escola, a gente entende muita coisa.
3. Não lembra.
4. O intuito dela é atingir nosso pensamento, pra gente chegar até a comprar as coisas.
5. Compro pela necessidade, eu não compro pela moda, pois não curto a moda.
- 6.
7. Sou vendedor e me ajudaria para pesquisar material mais barato para vender.
8. É para fazer compra, vender. Vende carro, moto, televisão, telefone.
9. Me ajuda em coisas que eu tenho em casa que não me serve mais, aí passo para outra pessoa possa se interessar.
10. Pode pois eu já trabalho com vendas.
11. Eu sou padeiro e posso anunciar lá meus serviços, assim como eu fazia na capa do facebook quando eu vendia CDs.
12. Pode pois eu já trabalho com vendas.
13. A melhor marca é Sony.
14. Sony e a LG, pois iria vender mais fácil.
15. Quando fosse compra, eu chamaria uma pessoa experiente para comprar comigo, pois eu não entendo.

Informante D

1. Cultura de cada cidade, de cada país. Cultura é bumba meu boi, quadrilhas, capoeira.

2. É importante porque agente precisa aprender pra poder conhecer nossa cultura, que muita gente não saber, não conhece. Vive na cultura e na cultura e não sabe e não conhece a cultura. 90% dos paraibanos não sabe o que é cultura.
- 3.
- 4.
5. As vezes por necessidade.
6. Só na escola que tenho algum contato com o computador, pois em casa eu tenho computador mas só minha filha usa.
7. Sou fotógrafa e se eu soubesse movimentar com ele iria ajudar muito, pois se não é a Internet e o computador a gente não faz nada. Pra se fazer uma foto, hoje em dia, depende do computador, aí eu vou fazer o que (...) trabalho e passo para outra pessoa fazer (o serviço no computador) pois não sei mexer no computador. Se soubesse eu faria em casa, preciso bastante aprender.
8. É um site que a gente pode comprar ou vender.
- 9.
10. Sim, pois uma máquina fotográfica que não uso mais, posso colocar pra vender.
11. Vai ajudar a divulgar a minha profissão, eu que faço fotografia de casamento, aniversário e outras coisas.
- 12.
13. Melhor marca de câmera é a Tron e a Sony, para profissional.
14. Para profissional seria a Tron.
15. A que seja mais eficiente.

Informante E

- 1-
- 2- A gente não tem muito estudo e aprender cultura é algo de bom.
- 3-
- 4- Influenciar a gente a fazer compra.

- 5- Compro, as vezes, por necessidade.
- 6-
- 7- Ajuda a fazer e enviar uma carta, hoje em dia a Internet ajuda.
- 8- Compra de rádio e de televisão. A gente também pode vender.
- 9-
- 10-
- 11-
- 12-
- 13-
- 14-
- 15-

Informante F

- 1- O que eu entendi por cultura é assim (...) é hábito, cada estado tem sua cultura, tem seu jeito de falar, de vestir.
- 2- A gente fica sabendo mais, tem gente que não sabe o que é cultura.
- 3-
- 4- Influencia a vida das pessoas para comprar.
- 5- Nem tudo eu compro por influencia, boa parte é pela necessidade que surge, quando eu preciso mesmo, aí eu vou.
- 6- É importante pois a pessoa fica mais informada. Sem o computador e a Internet fica aquela pessoa que não conhece muitas coisas.
- 7- Sim, pro colégio e um pouco para o meu trabalho, pois sou auxiliar de cozinha e alguns restaurantes precisam.
- 8- É a compra pela Internet ou a venda.
- 9-
- 10- Sim, pois posso vender uma coisa que não quero mais e para outra pessoa pode servir.
- 11-
- 12-
- 13-
- 14- Positivo e CCE. O Positivo iria vender mais porque é mais conhecido.

15- Compraria o que é mais completo.

Informante G

1-

2- Para aprender mais sobre as nossas maneiras.

3-

4- É pra influenciar a nação para comprar.

5- Eu mesmo compro por necessidade, não vou gastar meu dinheiro a toa.

6-

7-

8- É um comércio na Internet que a gente pode comprar e pode vender.

9-

10- Posso apresentar a minha profissão de costureira e aumentar os clientes. Também posso procurar um material de costura que não encontro aqui, na cidade.

11-

12-

13- Samsung e Phillips. Acho que a Samsung vende mais, pois é a marca que mais faz propaganda na televisão.

14-

15- Compro o que tenha mais recursos apesar da marca.