

Modelos de aprendizagem em mídias sociais aplicados ao Facebook durante as Eleições de 2014¹

Carolina Campos Rodeghiero²

Universidade Católica de Pelotas

Resumo

Este trabalho pretende iniciar uma discussão sobre como pode se dar a aprendizagem em mídias sociais através das ferramentas que o site de rede social apresenta. Para isso buscamos nos elementos do aprendizado de Reilly (2012) uma conexão com as cinco formas de letramento através da mídia, de Rheingold (2012), e os identificamos em publicações e telas coletadas no Facebook no período das eleições de 2014 no Brasil.

Palavras-chave: aprendizagem participativa, mídias sociais, eleições 2014.

Mais do que a constatação de dados estatísticos sobre quem ou quantas pessoas são atualmente usuárias de Sites de Redes Sociais (SRS) em processos de aprendizagem, é preciso dar atenção ao potencial que tem a cultura colaborativa das mídias sociais de contribuir com o ensino (Santaella, 2013). Das demandas de estudo atuais, como a de que se deve utilizar a tecnologia da informação e comunicação para aprendizagem e a de que precisamos compreender como essa tecnologia pode ser usada (Santaella, 2013), este trabalho se propõe a contribuir com a segunda. Portanto, discutimos aqui como o processo de aprendizagem nas mídias sociais³ pode se dar de forma efetiva.

Alguns autores se destacam por terem adiantado pontos que são requisitos para que o processo de aprendizagem ocorra no meio de mídias sociais. O primeiro,

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Educação e Cibercultura, do VIII Simpósio Nacional da ABCiber, realizado pelo ESPM Media Lab, nos dias 03, 04 e 05 de dezembro de 2014, na ESPM, SP.

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Católica de Pelotas (PPGL – UCPEL). Integrante do grupo de pesquisa Mídia, Discurso e Análise de Redes Sociais (MIDIARS), coordenado pela profa. Dra. Raquel Recuero. E-mail: carolina.rodeghiero@gmail.com.

³ Por mídias sociais nos atemos neste artigo a tratar de Sites de Redes Sociais como **espaços públicos**, cuja descrição entendemos a partir de boyd: “*três características: perfis, listas de amigos e comentários – complementam a estrutura primária de sites de redes sociais, apesar de sites individuais proverem características adicionais para maior engajamento*” (tradução de: “*These three features – profiles, friends lists, and comments – comprise the primary structure of social network sites, although individual sites provide additional features for further engagement*” (boyd, danah, 2007).

Howard Rheingold (2012), apresenta as cinco formas de letramento⁴ através das mídias: **atenção, participação, colaboração, consciência da rede e consumo crítico**. Já Reilly et al (2012) têm por base da aprendizagem vários processos que não se referem somente à utilização da internet, mas que neste texto serão apresentados, segundo os estudos dos próprios autores, sob o contexto das novas tecnologias de informação online. Tais processos serão identificados durante este artigo, mas podemos iniciar dizendo que estão inseridos nos chamados quatro Cs da participação: **criar, circular, colaborar e conectar**.

Conectando Relacionando os conceitos de Rheingold (2012) e Reilly et al (2012), buscamos apresentar e discutir em publicações do SRS Facebook marcas dos processos de aprendizagem. Da união desses elementos com as observações realizadas, surge o mapeamento que serve como guia para a utilização do SRS como suporte a aprendizagem.

Ao discutir como os modelos de aprendizagem se relacionam e interdependem, passamos a ter uma visão mais clara do quadro que pode ser levado em consideração quanto a formas práticas de aprendizagem através das mídias sociais. E, ainda, realizamos um mapeamento do caminho que podemos tomar como instituições de ensino, professores, estudantes e indivíduos usuários dessas mídias, para que o máximo seja extraído delas como aprendizado participativo.

Redes Sociais como Espaços de Aprendizagem

Onde está a escola? O que faz de algo ou lugar um ambiente escolar? Green (2013) diz que as escolas não estão somente em lugares onde o estudante pode desenvolver habilidades de aprendizagem, mas também são lugares onde as pessoas aprendem a comportarem-se socialmente, e onde suas expectativas, valores e normas são transmitidas, adequadas e rejeitadas (p. 4). Esta escola, portanto, pode estar dentro de casa, na rua, nos grupos sociais e no ambiente virtual, como em SRS, espaço onde está o corpus desta pesquisa.

⁴ Letramento significa basicamente a ler e escrever (SOARES, 2000). Assim como Rheingold utiliza “letramento” além do sentido de decodificação da linguagem, para tratar principalmente do social na aprendizagem, da mesma forma utilizamos o termo neste texto.

Reily et al (2012) trazem à tona o chamado aprendizado participativo, cujas bases se firmam em cinco processos: **exercício da criatividade, aprendizado cooperativo, motivação, aprender o que parece relevante e ecossistema de aprendizado**. Segundo eles, as tecnologias das novas mídias são meras ferramentas que facilitam o aprendizado participativo e a instrução participativa (p.6). E de nada valem se não houver um aperfeiçoamento do usuário ao considerar essas tecnologias essenciais e necessárias para o desenvolvimento do ensino e aprendizagem. Significa ainda que, antes de apresentarmos os SRS como novas mídias capazes de revolucionar a educação, precisamos prestar atenção em pontos importantes desta transformação. Um desses pontos é o engajamento dos adultos no processo de aprendizagem dos mais jovens.

O relatório *Living and Learning with New Media* (ITO ET AL, 2008)⁵ mostra que ainda há um forte apelo de adultos que consideram perda de tempo o uso que jovens fazem da internet. Porém, o mesmo estudo mostra que essas atividades chamam a atenção de adolescentes porque proporcionam acesso a informações que vão além do que aprendem na escola (2008, p. 1). É isto o que faz o processo de aprendizagem também ocorrer fora do ambiente escolar tradicional.

Nessas redes direcionadas por interesse, a juventude pode encontrar pares fora dos limites de sua própria comunidade. Eles também podem encontrar oportunidades de publicar e distribuir seu trabalho para audiências online, e de ganhar novas formas de visibilidade e reputação⁶ (ITO et al, 2008, p. 1).

Tal concepção apresenta o chamado *self-directed learning*⁷, o qual parte da observação de que o jovem atualmente busca conhecimento através de seus próprios interesses (p. 22).

Podemos pensar, portanto, que o processo de aprendizagem hoje, quando se trata de mídias sociais, se dá de uma forma em que os alunos fazem papel de professores de si mesmos e de seus pares (ITO et al, 2008, p.11). São estes quem geram conteúdo nos SRS: postam e compartilham em um processo de criação, e comentam e curtem consumindo essas informações.

⁵ Vivendo e Aprendendo com Novas Mídias – Relatório da Juventude Digital, publicado pelo grupo de pesquisa Connected Learning da MacArthur Foundation.

⁶ Tradução de: “*In these inter-est-driven networks, youth may find new peers outside the boundaries of their local community. They can also find opportunities to publicize and distribute their work to online audiences, and to gain new forms of visibility and reputation*”.

⁷ Tradução da autora: aprendizagem auto-direcionada.

Os modelos de Aprendizagem na Internet

Falar em aprendizagem nas mídias sociais nos remete aos estudos de Rheingold (2012), o qual busca compreender a maneira com que se deve trabalhar na *web* para que haja de fato o aprendizado. Segundo o pesquisador, o termo “*literacies*”, letramento, não envolve apenas a decodificação, mas a parte social envolvida no aprendizado em mídias sociais. Ou seja, a possibilidade de utilizar a própria habilidade, além de mídias para crescer intelectualmente e pessoalmente com a participação de outras pessoas e de finalizar tarefas⁸. A partir do questionamento “Como usar as mídias sociais mentalmente e inteligentemente?” (2012, p. 6), nos propomos a descrever as cinco maneiras de aprendizagem pensadas por Rheingold, exemplificando como as mesmas se relacionam com a visão de Reilly et al (2012), e apresentando exemplos de cada elemento no uso do SRS estudado, o Facebook⁹.

Atenção

O primeiro elemento que compõe a teoria de Rheingold (2012) é a atenção (p.35). Segundo o autor, somos bombardeados por informações o tempo inteiro na internet, e manter o foco pode ser difícil. Para isso, prestar atenção àquilo que se está fazendo é fundamental para que a informação buscada não fique incompleta, mas seja fixada por quem usa as mídias sociais.

Para Rheingold (2012), o fato de passarmos de uma tarefa a outra rapidamente ou tentarmos fazer várias coisas ao mesmo tempo, o chamado *multitasking*, não significa que nossa aprendizagem se dá de forma mais rápida do que daqueles que se concentram em uma tarefa de cada vez. Para ele, reencaminhamento¹⁰ é o que o cérebro faz toda vez que precisa passar de um ponto de atenção para outro, e durante este processo gasta-se tempo e energia (p.39). O autor diz que um a cada seis

⁸ Fonte: vídeo-palestra de Rheingold sobre os modelos, no MIT Media Lab 2012. Disponível em: <http://www.niemanlab.org/2012/05/howard-rheingold-on-how-the-five-web-literacies-are-becoming-essential-survival-skills/>

⁹ Facebook é um site de rede social cuja “missão é dar às pessoas o poder de compartilhar informações e fazer do mundo um lugar mais aberto e conectado” (Fonte: Facebook.com. Acesso em 10 de outubro de 2014). O site tem mais de 1,3 bilhões de usuários ativos (fonte: *Facebook Newsroom*: <http://newsroom.fb.com/company-info/> Acesso em: 10 de outubro de 2014.

¹⁰ Também chamado *attentional blink* (p. 39).

americanos admitiram que tropeçaram em algo ou alguém enquanto usavam dispositivos móveis para enviar mensagens de texto.

Já Reilly et al (2012) consideram *multitasking* de forma diferente como aprendizagem em novas mídias. Para eles, *multitasking* pode ser uma forma positiva de letramento (p. 14) quando, por exemplo, ao assistir uma palestra o ouvinte ao mesmo tempo posta no Facebook ou Twitter notícias em tempo real sobre o que está sendo discutido.

Segundo Rheingold (2012), “Podemos rastrear nossa própria atenção e aprender sobre ela”¹¹. Apesar de termos atualmente disponíveis inúmeras ferramentas para o gerenciamento de tempo e de tarefas, somente o próprio cérebro é o responsável por definir o foco que o pensamento vai tomar durante a realização de atividades.

A atenção, para complementar, é gerenciada pela intenção (RHEINGOLD, 2012). Quando há um objetivo, queremos alcançá-lo. E o fazemos através da atenção. Sendo assim, o autor traz quatro atitudes básicas que podem nos reeducar na tarefa de treinar a atenção: fazer uma lista de intenções a cada dia que inicia, listar somente o que se espera fazer naquele mesmo dia, dar a si mesmo um tempo para focar em cada intenção, e deixar claro qual a tecnologia que será utilizada e onde (p. 74). Tal conceito é o chamado info-atenção¹² (p.139).

Minha recomendação para o uso mental do aprendizado com mídias sociais é estabelecer um novo hábito que conecta – mesmo pouco no início – seus objetivos com a transmissão de atenção momento-a-momento. E lembrar a si mesmo de respirar conscientemente de vez em quando.¹³ (2012, p. 58)

Devido ao grande número de distrações no Facebook, como anúncios na lateral direita do site, constantemente personalizados de acordo com as buscas que o usuário faz na internet ou no próprio SRS, a atenção é testada o tempo todo. Além de percebermos isso em anúncios, o próprio site tem a característica de desfocar a

¹¹ Fonte: vídeo-palestra de Rheingold sobre os modelos, no MIT Media Lab 2012.

¹² Tradução da autora para o termo *Infotention*.

¹³ Tradução da autora para: “*My recommendation for learning mindful use of social media is to establish a new habit that connects – however thinly at first – your goals to your moment-by-moment stream of attention. And remind yourself to breathe consciously from time to time*”.

atenção por ter tantas opções de uso ao mesmo tempo: publicações de amigos, publicações próprias, grupos, chats, jogos, entre outras utilidades.



Figura 1: timeline da hashtag #debatenaband, anúncio, convite de amizade, chat e notícias dos contatos na mesma página.

Segundo Rheingold, se faz necessário criar habilidades para lidar com o *multitasking*, já que o usuário pode, além de ter seu perfil pessoal no SRS, ser administrador de uma página, grupo ou outras possibilidades de participação no site. Um exemplo de ferramenta que o Facebook apresenta neste sentido é a possibilidade de cortar ou confirmar que se quer receber atualizações de determinado perfil ou página, como apresenta a figura 2.



Figura 2: exemplo de filtro de conteúdo no Facebook.

Portanto, treinar a atenção é também se manter apto para realizar qualquer tarefa dentro de nossas intenções (p.101). Mas além da atenção e de tudo o que devemos fazer para exercitá-la online, podemos focar a próxima etapa em entender o que considerar como informação dentro desta atenção.

Detecção de Porcaria¹⁴

Após entendermos como focar a atenção na internet, passamos a exercitar a percepção do que é positivo ou negativo na web, a chamada **detecção de porcaria¹⁵**. Rheingold (2012) enfatiza a importância de agirmos como detetives online, nos recusando a ler uma informação e imediatamente acreditar nela. Buscar mais informações, investigar a fonte e o autor original são algumas das atitudes que devemos ter ao receber informações nas mídias sociais, quando nos preocupamos com a qualidade da aprendizagem que estamos tendo (p.112). Mesmo após encontrarmos uma resposta satisfatória, é preciso ir além e entender que há outras alternativas e meios de se chegar a uma versão diferente ou mais completa. “Pensar com ceticismo” (p. 77). Reilly et al (2012) apresentam o termo **juízo** para tratar do mesmo filtro quanto às mídias sociais. Ler somente o que importa e interagir apenas com aquilo que será de utilidade para a aprendizagem fazem parte desta forma de aprendizagem em novas mídias.

Outro modelo de literacia de novas mídias¹⁶ é a chamada **cognição distributiva**, a qual trata do uso de ferramentas online para que o conteúdo que chega ao usuário seja ao máximo de seu próprio interesse (p. 15). Assim como Reilly et al (2012), Rheingold (2012) reitera a importância desses filtros e chama de **info-atenção** a solução de porcarias. Segundo ele, medidas simples que podem ser tomadas são micro-decisões sobre o que ignorar ou atentar, ter objetivos visíveis (escrevendo num pedaço de papel, por exemplo) e começar por pequenos hábitos (p.139). Uma maneira prática de fazer isso é usar um *RSS feed*, em que somente informações previamente marcadas como relevantes são concentradas em um só

¹⁴ Tradução da autora para o termo *Crap Detection*.

¹⁶ NML: New Media Literacy

lugar para a visualização do usuário.

Pela percepção baseada na detecção de porcarias, consideramos o Facebook ainda pouco personalizável quanto a sua utilização. É uma plataforma que abrange inúmeras atividades, como o compartilhamento de imagens, promoção de marcas, jogos, reunião de grupos com interesses em comum, canal de notícias etc. Assim, a cognição contributiva é um desafio para quem busca utilizar o site como ferramenta de aprendizagem, pois ela deve estar em constante atualização para acompanhar (ou deixar de acompanhar) as novidades na rede.



Figura 3: exemplo de cognição distributiva que pode ser ativada no Facebook.

Com a atenção treinada e hábitos de gerenciamento do que é interessante ou não na internet cultivados, podemos passar para o terceiro modo de aprendizado nas mídias sociais: a participação. É a partir dela que teremos uma visão mais abrangente de como a criatividade e autoria são importantes para a aprendizagem.

Participação

Com a consciência da atenção e de como exercitá-la online, além de procurarmos detectar o que é informação de qualidade, passamos a entender como ter

voz e participação nas mídias sociais. Para isso, chegamos ao terceiro elemento dos modos de letramento de Rheingold (2012, p. 111).

Segundo o autor, o modo como podemos participar das mídias sociais muda a todo momento. A participação seria encontrar as melhores informações e compartilhar as mesmas com outras pessoas. Participar também é ser autor. E é através de um *like*¹⁷, comentário, ou compartilhamento que identificamos na rede aqueles contatos que se interessam pelo que publicamos, de forma positiva ou negativa.

Reilly et al (2012) contribuem para a entendermos a participação com quatro formas básicas da cultura participativa (p. 18). A primeira é **afiliação**, onde há a sensação de pertencimento a uma comunidade, por exemplo. A segunda forma seriam as **expressões**, que diz respeito a criação e papel do usuário dos SRS como autor – também mencionado por Rheingold (2012). A terceira forma de cultura participativa seria a **circulação**, criar uma sustentabilidade para a informação e/ou criação. E a quarta é a **solução colaborativa de problemas**, o trabalho em equipe para desenvolver algo novo.

Na participação discutida em Rheingold (2012), percebemos no Facebook uma forma de afiliação (REILLY, 2012) nos grupos e *fanpages*, e, como expressão, a ferramenta de *sharing*. Além disso, notamos em alguns grupos ou até em publicações a solução colaborativa de problemas, de acordo com a figura 4.

¹⁷ Termos referentes à comandos populares de SRS – como *like*, *fanpage*, *tweet* etc - serão utilizados em inglês neste artigo, para manter a aproximação com o uso que se faz dos sites.



Figura 4: exemplo de participação no Facebook durante o #DebatenaBand.

Assim, Reilly et al (2012) nos colocam diante dos quatro Cs da participação, cujas descrições parecem dialogar o tempo todo com os elementos de aprendizagem de Rheingold. Ainda há diferenças entre ambas as vertentes teóricas. Enquanto Reilly et al (2012) percebem a participação como algo coletivo, Rheingold (2012) destaca que o principal meio de ser participativo é ser autor. Isto nos leva a refletir sobre a necessidade de haver o trabalho em equipe para o aprendizado online, quando a tarefa inicial de criar já é, em si, uma forma de aprendizagem.

Passamos agora a entender os dois últimos modelos de aprendizagem de Rheingold: a colaboração em rede e o *know-how* de mídias sociais. E então podemos discutir a conexão dos cinco elementos com a teoria de Reilly & Literat (2012), apontando nos SRS estudados padrões deste modo de aprendizado.

Colaboração em Rede

Diferente de participar, colaborar busca cooperar com a rede, mais do que competir (RHEINGOLD, 2012). Aprender em grupo online é o chamado aprendizado colaborativo, o que dá forma ao social (p.191). Rheingold (2012) aponta para algumas características que envolvem a colaboração na internet, como a de que há uma variedade enorme de maneiras de participar e de que as pessoas contribuem por razões diferentes (p. 192).

Reilly et al (2012) apresentam formas de aprendizado referentes ao C da colaboração, como **visualização**, **networking** e **inteligência coletiva**.

O uso de imagens ajuda na interpretação de quem está recebendo a informação, para que esta seja a mais clara possível. Receber uma notícia acompanhada de imagens gera um aprendizado mais condizente com a mensagem que se quer passar, assim como a utilização de imagens para ilustrar um texto afeta de maneira diferente quem recebe a informação. Saber utilizar imagens como anexo já é, em si, uma forma de aprendizado (p. 16).

Networking, nos estudos de Reilly et al (2012) tem um sentido mais pragmático, como postar e compartilhar *links* no Facebook daquilo que se mostra interessante em outros sites ou lugares. Neste sentido, Reilly et al (2012) não reduzem o aprendizado ao compartilhamento de um link, mas sim à capacidade de procurar uma informação, sintetizá-la e então saber como compartilhá-la com outras pessoas (p. 15).

E, para finalizar, a inteligência coletiva é como um complemento do *networking*, mas de uma forma mais formal. Um exemplo é, após pesquisar e sintetizar uma informação, compartilhá-la em sites como Wikipédia, de forma a não reduzir a colaboração à sua rede de amigos e conhecidos, mas a quem quer que acesse o site buscando mais informações sobre determinado assunto (p.195).

Para analisar a colaboração em rede (RHEINGOLD, 2012), destacamos o *networking* (REILLY, 2012) no Facebook em um formato diferente do que é usualmente realizado na Wikipédia. O usuário do site pode criar uma *fanpage* contendo informações sucintas e reestruturadas sobre determinado assunto, e esta página se tornar fonte de informação para terceiros. Um exemplo está na figura 5:



Figura 5: *fanpage* de conteúdo criado por um grupo de pesquisa acadêmico

Independentemente dos motivos que levam à colaboração online, se por individualismo (RHEINGOLD, 2012, p. 211) ou vontade de aprender aos pares, esta prática é uma forma de aprendizagem que vem crescendo nos últimos anos, principalmente nos SRS como o Facebook.

Sendo assim, se faz importante discutir aqui os aspectos que dizem respeito à consciência das mídias sociais por parte do usuário não especialista. Como nos lembram Reilly et al (2012), “muitos estão também abusando de novas capacidades de comunicação, se engajando em antisociais e maliciosas práticas ou então consumindo e passando adiante informações equivocadas”¹⁸ (p. 20). Isto porque, de acordo com os autores, estas pessoas nunca receberam um treinamento formal como cidadãos digitais.

Know-how de Mídias Sociais

A habilidade de entender e lidar com as mídias sociais de forma analítica é essencial atualmente para que se faça bom uso dos espaços interativos online. Não

¹⁸ Tradução da autora para: “...many are also abusing new communicative capacities, engaging in malicious and antisocial practices or consuming and passing along misinformation”.

está restrita a acadêmicos e especialistas de mercado em novas mídias, mas deve ser preocupação de todos que fazem uso de SRS no dia-a-dia, seja pessoal ou profissionalmente (RHEINGOLD, 2012, p. 149).

Segundo Rheingold (2012), é preciso que o usuário das mídias sociais tenha noção de **identidade online** como forma de criar e manter sua reputação na internet. Reilly et al (2012) complementam este elemento, ao trazerem a **performance** como uma das formas de aprendizagens nas novas mídias. Segundo os autores, performance é a “habilidade de adotar diferentes identidades com o propósito de improvisação e descoberta” (p. 14). A apresentação do Eu (RHEINGOLD, 2012, p. 180) pode ser adaptada de acordo com a intenção do usuário do SRS e as opções que este oferece no sentido de criar um perfil público.

Rheingold também fala sobre a importância de lidar com o capital social nas novas mídias. Colaboração e conexão são formas de co-aprendizado (REILLY et al, 2012, p. 21), como já foi dito quanto ao processo colaborativo nos SRS. Então como lidar com o capital social consequente desse processo? Rheingold (2012) pede para que o usuário/aluno/professor procure entender como este capital social está se formando nas mídias sociais, e quais as diferenças entre esses capitais sociais¹⁹. Além disso, lembra da importância de se entender quais são os laços fracos e quais são os fortes na rede, para uma participação de qualidade no meio sob o aspecto social.

Para Rheingold (2012), o que acontecerá daqui por diante, e já está acontecendo na política, economia etc, depende muito de como as pessoas lidam com as mídias sociais. Por isso a importância de que os usuários desses SRS busquem e tenham consciência dos principais pontos que os norteiam.

Quadro da Aprendizagem Participativa no Facebook

Do diálogo entre Rheingold e Reilly et al (2012) buscamos exemplos dos elementos por eles tratados no SRS Facebook. Em imagens de tela, optamos por publicações que estivessem relacionadas à aprendizagem participativa durante as

¹⁹ *Bridging social capital* se refere ao capital social baseado em laços mais fracos, quando os atores são conectados um ao outro como por pontes. *Bonding social capital* se refere ao capital social formado por laços fortes, como relações familiares. Ver mais em: PUTNAM, Robert. *Bowling Alone: the collapse and revival of american community*. New York: Simon & Schuster, 2000.

eleições de 2014, ainda que fossem somente exemplos de como usar as ferramentas proporcionadas pelo site. Estes exemplos geraram um quadro da aprendizagem participativa no Facebook, reduzidos neste artigo aos pontos-chave das análises de Rheingold e Reilly do que se entende por letramento nas mídias sociais.

Rheingold (2012)	Reilly et al (2012)	Exemplo deste modelo de aprendizagem no Facebook
ATENÇÃO	<i>Multitasking</i>	Grupo de estudos e convites para eventos sociais na mesma página; Informações sobre as eleições e chat com conversa pessoal na mesma tela;
DETECÇÃO DE PORCARIA	Julgamento Cognição distributiva	Ferramentas de filtro para atualizações na <i>timeline</i> ; Curtir e comentar somente o que interessa; Seguir páginas de interesse pessoal e profissional.
PARTICIPAÇÃO	Afiliação Expressão Circulação Solução colaborativa	Afiliação em grupos de discussão; Seguir uma <i>hashtag</i> específica; Solicitar notificações de uma fanpage informacional; Compartilhar/comentar informações de interesse público.
COLABORAÇÃO EM REDE	<i>Networking</i> Inteligência coletiva	<i>Fanpage</i> expondo publicamente achados acadêmicos sobre pesquisas relacionadas às eleições. Comentários/compartilhamentos de informações.
KNOW-HOW DE MÍDIAS SOCIAIS	Performance	Explorar o site para aprender a usar as ferramentas e opções de alimentação de notícias que ele disponibiliza.

Tabela 1: mapeamento resumo dos modelos de aprendizagem no Facebook.

É preciso ainda atentar para a possibilidade de encontrarmos características dos métodos estudados em perfis, *fanpages*, aplicativos para *smartphone* como Whatsapp²⁰, e demais ferramentas sem uma conexão óbvia com a aprendizagem, mas que a partir dos pontos de análise aqui apresentados deixam brecha para que sejam estudados como continuidade desta pesquisa e em outros contextos.

²⁰ O Whatsapp é um aplicativo para *smartphone* que permite o envio e recebimento de mensagens através de texto, imagem, vídeo e áudio. Atualmente tem 600 milhões de usuários. Fonte: Gazeta do Povo. Link: <http://www.gazetadopovo.com.br/economia/conteudo.phtml?id=1493819>. Acesso em 14 de outubro de 2014.

Considerações Finais

Como de fato aprender nas mídias sociais? Como identificar agentes participativos e transformadores do espaço online em uma ferramenta educacional? São reflexões que esperamos ter despertado a partir desta discussão. Pensando no Facebook como um possibilitador do letramento sobre o qual Rheingold e Reilly at teorizam, entendemos que o SRS pode ser adaptado a diversos fins, dependendo da forma com que o usuário lida com ele. No caso do Facebook, nos parece que a atenção, a detecção de porcaria, a participação e a colaboração em rede são modelos que, juntos, levam ao *know-how* do aprender em mídias sociais na internet. Devemos aprofundar este estudo, aplicando em maior profundidade os modelos de aprendizagem na internet.

Referências

- boyd, danah. 2007. *“Social Network Sites: Public, Private, or What?”* Knowledge Tree 13, May. Acesso em: http://kt.flexiblelearning.net.au/tkt2007/?page_id=28.
- GREENHOW, Cristine. *Online Social Networks and Learning*. VOL. 19 NO. 1 2011, pp. 4-12, Q Emerald Group Publishing Limited, ISSN 1074-8121. p. 4 – 12.
- ITO, Mizuko et al. *Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project*. Cambridge: The MIT Press, 2008.
- PUTNAM, Robert. *Bowling Alone: the Colapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster, 2000.
- REILLY, E; JENKINS, H.; FELT, L.J.; VARTABEDIAN, V. *Shaw we play?* USC Annenberg Innovation Lab: 2012.
- REILLY, Erin & LITERAT, Ioana. *Designing with teachers: participatory approaches to Professional Development in Education*. USC Annenberg Innovation Lab. 2012.
- RHEINGOLD, H. *Net Smart: how to thrive online*. Cambridge: The MIT Press, 2012.
- SANTAELLA, Lucia. in *Interações em Rede*. Porto Alegre: Sulina, 2013.
- SIBILIA, Paula. *Redes ou paredes: a escola em tempos de dispersão*. São Paulo: Contraponto, 2012.
- SOARES, Magda. *Letramento: um tema em três gêneros*. Belo Horizonte: Autêntica: 2000.