

## **O impacto da comunicação em redes sociais nas escolas católicas de Campinas <sup>1</sup>**

Alcino **RICOY Jr** <sup>2</sup>

Rogério Eduardo Rodrigues **BAZI**.<sup>3</sup>

### **Resumo**

Com os recentes avanços tecnológicos e a inclusão de novos formatos de mídia que facilitam o processo de comunicação, as escolas católicas precisaram se adaptar rapidamente ao conceito de interação midiática e a relação com o consumidor da informação. As redes sociais intermediam a relação entre o mundo analógico e o mundo digital – ora estreitando relações e tornando opaco qualquer divisão que haja entre eles, ora evidenciando as diferenças, ora mostrando o abismo que separa tais realidades. A partir dessa premissa, a proposta desta investigação é apresentar por meio de uma análise descritiva e comparativa as premissas de duas escolas Católicas de Campinas no cenário de suas interações com a comunidade. Tais instituições foram escolhidas devido ao uso intenso das redes sociais, com grande interação com a comunidade acadêmica. A pesquisa utilizou-se da revisão bibliográfica, a partir dos autores CASTELLS (1999), GABRIEL (2010), entre outros autores citados nas Referências, e da observação direta do escopo do trabalho, por meio de acesso aos arquivos digitais das redes sociais oficiais dos colégios Notre Dame e Ave Maria, na cidade de Campinas.

**Palavras-chave:** Instituições de ensino; Mídia; Tecnologia; Redes Sociais; Católica.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial (Eclesiocom), realizada na Pontifícia Universidade Católica – Campinas, 17/8/2017.

<sup>2</sup> Aluno do Programa de Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte da PUC-Campinas. [alcinoricoy@gmail.com](mailto:alcinoricoy@gmail.com)

<sup>3</sup> Doutor em Comunicação. Docente do Programa de Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte e da Faculdade de Jornalismo da PUC-Campinas, Campinas, São Paulo, Brasil. Diretor do Centro de Linguagem e Comunicação da PUC-Campinas. [rogerio.bazi@gmail.com](mailto:rogerio.bazi@gmail.com)

## **1. Introdução**

A geração Y, millennials, ou ainda, geração digital<sup>1</sup> se traduz pela capacidade de acessar e filtrar, digitalmente, um volume imenso de informação; que não apenas consome, mas produz informação e conhecimento por meio de várias mídias; e colabora rompendo barreiras de espaço, cultura e linguagem, e aproveita novas oportunidades para expressão artística, participação política e investigação digital. O que chama mais atenção nessa geração é a capacidade de fazer tudo ao mesmo tempo.

É neste contexto que a comunicação por meio de redes digitais se apresenta como o meio mais indicado para processar uma comunicação contínua, orientadora, sem que se torne um conjunto de fragmentos e por meio da qual se permita que os usuários interajam e manifestem sua experiência e seu conhecimento.

Os colégios católicos precisam, constantemente, dialogar com a comunidade acadêmica, em linguagem imediata, para obter benefícios de produtividade e de interatividade, mesmo ciente da imprevisibilidade dos processos de comunicação.

Com a pesquisa pretende-se compreender o impacto causado pela inclusão do processo de comunicação através das redes sociais em escolas católicas e traçar o perfil da linguagem utilizada neste processo digital de interação, por meio de uma análise descritiva e comparativa, dos colégios católicos Notre Dame e Ave Maria de Campinas, São Paulo, Brasil. Tais instituições foram escolhidas devido ao uso intenso das redes sociais, com grande interação com a comunidade acadêmica. Com olhar atento para as referências bibliográficas, as análises dos dados foram feitas através da observação das páginas oficiais no Facebook dos colégios, durante o período de 30 de maio a 30 de junho de 2017, reconhecendo o perfil da publicação e os compartilhamentos que foram gerados a partir delas.

## **2. Redes Sociais e Inovações tecnológicas**

As redes sociais intermediam a relação entre o mundo analógico e o mundo digital – ora estreitando relações e tornando opaco qualquer divisão que haja entre eles, ora evidenciando as diferenças, ora mostrando o abismo que separa tais realidades.

Antes de tudo, é necessário compreender a crescente dimensão humana presente na comunicação, como explica Kunsch (2010, p.48):

Em primeiro lugar, temos de pensar na comunicação entre as pessoas e que os seres humanos não vivem sem se comunicar. O ambiente organizacional é uma realidade social vivenciada por pessoas que nela convivem. Estas necessitam ser consideradas e valorizadas no fazer comunicativo diário, sem serem sufocadas pelo excesso de comunicação técnica e persuasiva, focada somente nos resultados e nos interesses dos proprietários e nos lucros da organização.

Apesar de parecer um assunto novo, redes sociais existem há, pelo menos, três mil anos, quando homens se sentavam ao redor de uma fogueira para conversar sobre assuntos de interesse comum. O que mudou ao longo da história foi a abrangência e a difusão das redes sociais, conforme as tecnologias de comunicação interativas foram se desenvolvendo: escrita, correios, telégrafo, telefone, computador, telefone celular, entre outros dispositivos.

A introdução da mobilidade, especialmente por meio dos *smartphones*, permitindo que as interações nas redes sociais sejam em tempo real (*real time*), em qualquer lugar, tem incentivado também, sensivelmente, a participação nas redes sociais digitais *on-line*.

É importante ressaltar que redes sociais têm a ver com pessoas, relacionamento entre pessoas, e não com tecnologias e computadores. Tem a ver com ‘como usar as

tecnologias' em benefício do relacionamento social. A essência das redes sociais é a comunicação, e as tecnologias são elementos catalisadores que facilitam as interações e o compartilhamento comunicacional.

Por sua vez, Lemos (2008) compreende a cibercultura como um produto daquilo que pode ser considerado a essência do mundo contemporâneo, pois tem como principal característica a incorporação das novas tecnologias – podendo dar destaque, aqui, às tecnologias da comunicação – nas práticas socioculturais. Ou seja, a cibercultura permite que haja uma apropriação social da tecnologia.

A cultura contemporânea, associada às tecnologias digitais, vai criar uma nova relação entre a técnica e a vida social que chamamos de cibercultura. Hoje podemos dizer que uma verdadeira estética do social cresce sob nossos olhos, alimentada pelas tecnologias do ciberespaço. [...] as novas tecnologias tornam-se vetores de novas formas de agregação social (LEMOS, 2008, p. 15-16).

Na comunicação, o estar junto não ocorre apenas face a face e/ou em espaços concretos.

Segundo Lévy

Os grupos e as pessoas possuem cada vez mais um corpo informacional constituído por seus *websites*, por seus agentes em *software* e pelo conjunto de informações e mensagens a eles referenciadas que circulam no ciberespaço (Lévy -2005, p.370).

A tentativa de dar mais atenção às pessoas que estão próximas do que àquelas que se fazem presente por meio do celular, vai ao encontro da visão de Lipovetski e Charles (2004, p.82), ou seja, “o ciberespaço virtualiza a comunicação, mas a imensa maioria aprecia os eventos ao vivo, as festas coletivas, as saídas com amigos”.

Ou seja, além do corpo físico, as pessoas passaram a ter um “corpo” no ciberespaço, já que elas se fazem presentes nele por meio das diversas informações que lá existem

sobre elas, das ações que realizam nele, assim como das relações que lá se estabelecem e/ou que se mantêm.

Isso significa que com o auxílio da tecnologia da comunicação – destacando aqui a internet; a expansão da rede *wi-fi*, que possibilita o acesso à internet para uma maior quantidade de pessoas em diferentes locais; e os aparelhos de comunicação móvel – as pessoas, os grupos, podem se reunir, estar juntos, compartilhar informações, mesmo não estando face a face em um ambiente físico. Tal encontro pode ocorrer em algum dos diversos *sites* de rede social, *blogs*, fóruns de discussão ou também por meio de conversas por intermédio de programas de mensagem eletrônica mediados tanto por computadores quanto por celulares, como o *Skype* e o *WhatsApp*.

Como exemplo da nova forma de vida, Nicolaci-da-Costa (2006, p. 57) cita o fato de o uso dos celulares ter modificado a organização e a administração da vida familiar, pois o celular possibilita que se tenha um controle sobre os acontecimentos domésticos e dos membros da família mesmo estando longe. Porém, a autora salienta que “as formas de usar essa tecnologia são altamente sensíveis a características culturais, etárias e profissionais e, portanto, não são passíveis de generalização”.

Nicolaci-da-Costa (2006, p. 70) explica essa situação vivida pelos estudantes. “Sem acesso a ela [rede de comunicação], sentem-se [os jovens] excluídos do convívio de seus pares e enfrentam uma nova, mas não menos dolorosa, forma de solidão”.

Portanto, os colégios católicos permeiam esse novo e ilimitado universo das novas tecnologias voltadas para gerar interação e promovem a comunicação entre membros da comunidade interna e externa. O uso frequente das ferramentas e redes sociais *on-line* demonstra o impacto dessas novidades nos processos de comunicação e a geração de valor para o público-alvo das Instituições de Ensino que fazem parte deste estudo. A seguir, tem-se uma breve contextualização das instituições de ensino e a análise de duas propostas, conforme citado.

### **3. Breve contextualização sobre as Instituições de Ensino**

O Colégio Notre Dame é uma escola privada católica, sem fins lucrativos, mantida pela Congregação de Santa Cruz, fundado em 1961 com o nome Ginásio Notre Dame, por Ir. Paulo Schaefer, religioso da Congregação de Santa Cruz. Ir. Paulo veio dos Estados Unidos em 1951, junto com outros três religiosos, para assumir a administração do Colégio Dom Amado, em Santarém, Pará. Em 1960 foi incumbido de procurar uma cidade no Sul do Brasil para construir outra escola. Chegou em Campinas, onde foi acolhido pelo Arcebispo D. Paulo de Tarso Campos e por diversos cidadãos campineiros, entre os quais se destacaram a Sr<sup>a</sup>. Dirce Laroca Burnier, a Sr<sup>a</sup> Anna Maria Affonso Ferreira e o Sr. Frank Donahue, os quais fizeram do Notre Dame o projeto de suas vidas e a ele se dedicaram plenamente.

Posteriormente, vários outros Irmãos da Congregação de Santa Cruz construíram a história desta escola. Entre eles Ir. Gerônimo, Ir. Tomé, Ir. Terêncio, Ir. Pedro, Ir. Frank, Ir. Guilherme, Ir. Ricardo, Ir. Roberto, Ir. Haroldo, Ir. Sérgio, Ir. Nilto e Ir. Dimas, além de muitos outros.

A Congregação de Santa Cruz nasceu na França, em Le Mans, no início do século XIX, após a Revolução Francesa. Pe. Dujarie era responsável por acompanhar um grupo de religiosos que se denominavam Irmãos de São José, dedicados à educação de jovens marginalizados na França pós-revolução. Posteriormente, já sob a liderança do Pe. Basile Moreau, o nome foi modificado para Congregação de Santa Cruz, reunindo padres e irmãos numa única Congregação.

O colégio tem como missão “Garantir um ensino de excelência que permita avançar nos horizontes da aprendizagem, considerando a história e a contemporaneidade, de modo a contribuir para o desenvolvimento e formação do cidadão, visando uma participação consciente e responsável na sociedade”.



ECLESIOCOM



Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo  
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial  
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017

---

É organizado em três unidades: O Notre Dame Junior, destinado à Educação Infantil para crianças a partir de 18 meses, o Notre Dame Campinas, destinado ao Ensino Fundamental e Médio e o Notre Dame Cecoia, unidade gratuita, destinada à Educação Infantil, Ensino Fundamental I e Ensino Técnico, localizados às margens da Rodovia Heitor Pentead, próximo a Sousas, em Campinas-SP.

O Colégio mantém sua página no facebook e conta atualmente com mais de 5 mil seguidores. As atualizações são feitas pela equipe de Comunicação do colégio.

O Colégio Franciscano Ave Maria é resultado de uma história de amor ao próximo. Nasceu de um sonho da Congregação das Irmãs Franciscanas do Coração de Maria, que em 2000 completou um século de existência.

Desde sua fundação, em 1930, o Colégio avança com a modernidade sem se afastar de seus princípios. São 80 anos formando gerações de cidadãos comprometidos com a realidade histórico-social, provocando questionamentos e ampliando perspectivas para a transformação positiva do mundo. Formação integral sempre foi a prioridade do Ave Maria. Os anos foram passando, a Escola foi se transformando e se adaptando às necessidades do mundo.

Atualmente, da Educação Infantil ao Ensino Médio, os alunos contam com a mais completa estrutura. A primeira diretora foi a Irmã Aurora Maria de São Francisco. Os anos que se seguiram foram de sacrifícios, é verdade, de muito trabalho, de muitos obstáculos a superar, mas também de inúmeras e sucessivas vitórias. Em 1942, em decorrência da reforma do ensino no País, o Colégio Ave Maria passou a denominar-se Externato Ave Maria. Três anos depois, em 1945, Madre Angelina Maria da Sagrada Face, então Superiora Geral, solicitou ao governo a criação do Ginásio Ave Maria e foi bem-sucedida. Em dezembro desse mesmo ano foi realizado o Exame de Admissão para a 1ª turma ginásial.

Ao longo de sua história, de quase 80 anos de existência, a instituição mudou várias vezes de nome, sem perder, no entanto, suas características e nem seus objetivos. Em 3 de abril de 1980, por exemplo, o Ginásio Ave Maria e a Escola Normal Ave Maria, unificados, passaram a denominar-se Instituto Educacional Ave Maria.

Em 24 de dezembro de 1986, o Instituto Educacional Ave Maria passou a ser chamado de Colégio Ave Maria. E, no começo de 2006, ano em que completou 76 anos de vitoriosa existência, ganhou nova denominação, fazendo jus, principalmente, à sua origem. Passou a se chamar Colégio Franciscano Ave Maria. A instituição, atualmente, mantém os cursos de Educação Infantil (a partir de dois anos de idade), Ensino Fundamental e Ensino Médio.

O colégio mantém uma página oficial no facebook e atualmente conta com mais de 2.800 seguidores. As informações da página oficial do colégio são atualizadas pela equipe interna.

#### **4. Resultados e análises**

Assim, no que se refere à investigação, foram analisados as páginas oficiais no *Facebook* dos colégios Notre Dame e Ave Maria, entre o período de 30 de maio a 30 de junho de 2017. Pode-se destacar o grande esforço de comunicação em redes sociais *on-line* dos colégios, com os gráficos das suas principais ações na rede social analisada.

As instituições utilizam as tecnologias e proporcionam uma grande interação com seu público-alvo, notabilizado pela tabela a seguir. A rede social *on-line* das instituições atinge uma demanda significativa da comunidade estudantil, gerando interação e provocando efeito multiplicador das mensagens.



a) Número de Seguidores no Facebook

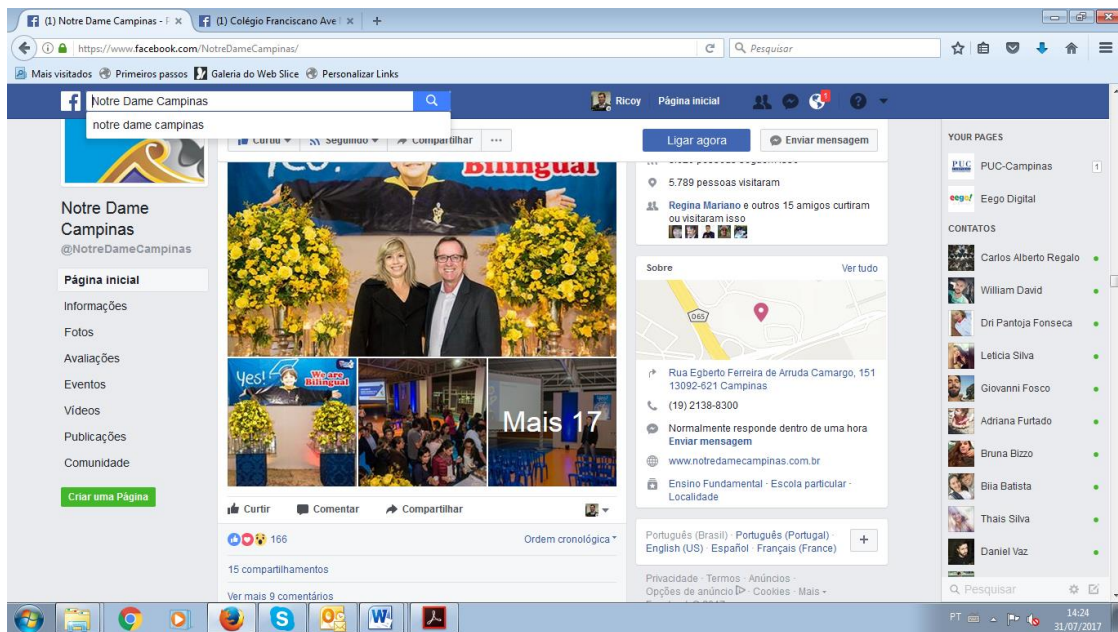
Notre Dame	Ave Maria
5.020	2.682

b) Perfil das postagens no *Facebook*

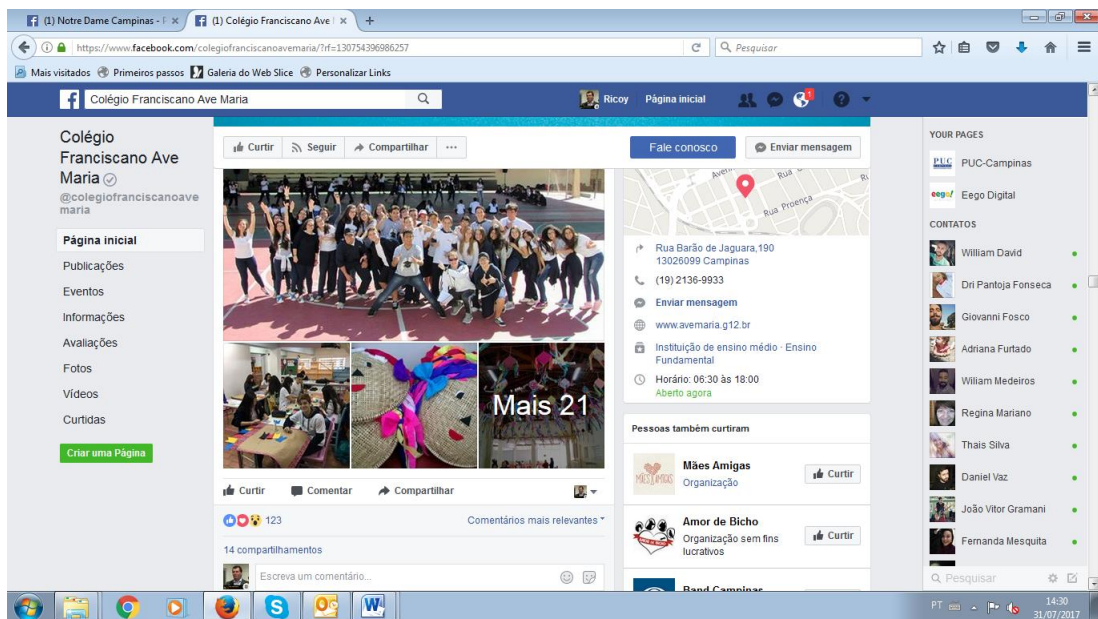
<b>FACEBOOK</b>	<b>Notre Dame</b>	<b>Ave Maria</b>
<b>Eventos</b>	13	14
<b>Institucional</b>	7	8
<b>Promocional</b>	4	6

As postagens realizadas na rede social citada acima, no período pesquisado, apontaram para a contextualização dos conteúdos subdivididos em 03 (três) grandes características. Os colégios pesquisados promovem seus conteúdos divulgando amplamente seus eventos, tratando de assuntos institucionais e promovendo suas instituições.

Sobre o Colégio Notre Dame, destacamos a postagem abaixo, sobre o lançamento da Escola Bilingue, no dia 30 de julho. A postagem no facebook foi a de maior compartilhamento entre a comunidade do colégio, com 166 pessoas que curtiram a informação. Durante o período avaliado, o colégio Notre Dame fez 24 postagens no Facebook, sendo que, em quase sua totalidade utilizou de fotos de alunos e/ou professores, ou ainda de imagens ilustrativas. Em média, as postagens recebem 50 curtidas para cada publicação.



Sobre o Colégio Ave Maria destacamos a postagem abaixo, que faz a promoção de um evento do colégio (festa junina), onde 123 pessoas curtiram, tornando o post mais compartilhado entre a comunidade no período. Durante o período analisado o colégio fez 28 postagens no Facebook oficial, sendo que a média de curtidas foi de 50 por publicação.



## 5. Considerações Finais

A mobilidade beneficiada pelas novas tecnologias transformou o processo de comunicação e atingiu também os colégios analisados. Mais que uma necessidade de informar, vivenciamos o processo da necessidade em interagir com nossos interlocutores.

As instituições de ensino, que tem em sua característica intrínseca de promover o diálogo entre seu público, gerando assim conhecimento e transbordando-o além dos seus muros, se apropriou rapidamente das novas tecnologias midiáticas, entre elas, as redes sociais *on-line*, para gerar mais conteúdo e compartilhar suas informações de maneira rápida, eficaz e inteligente.

Nos exemplos citados neste artigo, o colégio Notre Dame e o Colégio Franciscano Ave Maria de Campinas conseguem atingir mais do que o dobro do número de seus alunos, por meio das suas mensagens em redes sociais.

Promovem seus eventos de maneira a torna-los visíveis ao público-alvo de maneira eficiente, ilustrativa e pela análise do período é evidente a participação de pais, alunos e professores no compartilhamento das notícias. Não foi detectada nenhuma mensagem negativa referente as publicações, o que reforça a função positiva e direta da rede social na missão de disseminar as informações e promover a imagem das instituições de ensino.

É certo, de um lado, que tal análise depende, ainda, de reflexões mais apuradas e minuciosas que se darão nos próximos passos do estudo; por outro lado, tornou-se claro que o levantamento e o diagnóstico primário mostraram-se extremamente importantes para exemplificar que as Instituições de Ensino empregam, sobremaneira, as tecnologias midiáticas, para promover a interação com a comunidade interna e externa, buscando aprofundar o relacionamento e aprimorar seus processos de comunicação institucional.

## REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

CALLIARI, Marcos e MOTA, Alfredo. **Código Y: decifrando a geração que está mudando o país**. S. Paulo: Évora, 2012

CASTELLS, Manuel. A revolução da informação. In: **A sociedade em rede**. 2ª Ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999

GABRIEL, Martha. **Marketing na Era digital**. São Paulo: Novatec Editora, 2010.

LEMOS, A. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

PRIMO, Alex. Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; *blogs, Twitter, Facebook e Flipboard*. **InTexto** (UFRGS), n. 25, p. 1-15, 2011.

SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Paulus, 2010.

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