Aline Veroneze[1], Luís Miguel Loureiro[1] & Alexandra Figueira[2]

averonezereporter@gmail.com; luisloureiro@ics.uminho.pt;
alexandra.figueira@ulusofona.pt

[1]Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Braga, Portugal | [2]Centro de Investigação em Comunicação Aplicada, Cultura e Novas Tecnologias, Universidade Lusófona, Lisboa, Portugal

O Fluxo da Comunicação em Prol da Educação: Os Impactos Almejados por uma Investigação-Ação

Resumo

A fim de alcançar os objetivos de pesquisa e obter os impactos almejados em âmbitos teórico e empírico, faz-se necessário construí-los estrategicamente desde o início da investigação e revisitá-los durante todo o processo (Coutinho et al., 2009; Thiollent, 1947/2022). No caso de uma investigação-ação, o impacto pode acontecer nas relações estudadas, bem como no próprio desenvolvimento da pesquisa, tendo em vista que o trabalho acontece em ciclos que incluem planejamento, implementação, observação, análise e retomada de ação. Com tal perspetiva em foco, esse capítulo compartilha o processo de designar os objetivos de impacto e o planejamento das estratégias de alcance dos mesmos durante o desenvolvimento da investigação-ação. O trabalho em questão pretende envolver diferentes setores da sociedade no compartilhamento de temas da educação nas redes sociais online e observar o fluxo da comunicação offline, que envolve o movimento, olhando para a comunicação entre os parceiros da mobilização, os mídia e os usuários das plataformas digitais. O trabalho encontra-se na fase de análise dos dados do estudo de caso e de estruturação da ação. A proposta foi aprovada pelo Conselho Científico do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho e é financiada pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia.

Palavras-chave

redes sociais; investigação-ação; comunicação estratégica; agendamentos; educação

Introdução

As "X Jornadas Doutorais do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade" da Universidade do Minho desafiaram-nos a explorar os impactos das nossas investigações. Apesar dos possíveis resultados do doutoramento constarem nos objetivos do plano de trabalho, abordar os impactos, em especial no início de qualquer projeto, não é uma tarefa afirmativa, mas, sim, de projeção e expectativa. Parte-se do princípio de que com planejamento e metodologia adequadas, além de trabalho árduo, tenha-se o impacto esperado.

A investigação, cuja construção dos objetivos de impacto está aqui descrita, visa observar a comunicação em um movimento social em prol da educação a fim de, a partir dessa observação, estruturar uma ação semelhante em Portugal. Está em causa a movimentação dos atores na criação e fortalecimento de uma rede com causa coletiva. Apresenta-se, a seguir, o quadro contextual que levou à opção por uma investigação-ação, seguido de um breve panorama das referências teóricas iniciais. Para aprofundar-nos na proposta das "X Jornadas Doutorais", priorizou-se neste recorte o impacto e não as discussões conceituais. Ao longo deste capítulo, ao descrever quais os impactos pretendidos e as estratégias planeadas para alcançá-los, dá-se a conhecer o caminho metodológico eleito. Ao final, nas notas conclusivas, abordam-se os desafios e as limitações vislumbradas para essa jornada.

Para construir os objetivos, faz-se necessário alinhar-se com o contexto. Portanto, debruçamo-nos sobre as agendas nacionais e internacionais envolvidas que justificam a escolha do tema.

Contextualização: Agendas que Nortearam a Construção dos Objetivos

Desde 2015, os Estados-membros das Nações Unidas adotaram uma agenda para 2030 em que ficou estabelecido um conjunto de 17 objetivos para o desenvolvimento sustentável (ODS). Com o lema "nenhum para trás" (United Nations, s.d.), a Organização das Nações Unidas destacou a importância de tais metas serem alcançadas por todos os segmentos da sociedade:

> ao embarcarmos nesta grande jornada coletiva, prometemos que ninguém será deixado para trás. Reconhecendo que a dignidade da pessoa humana é fundamental, desejamos que os objetivos e metas sejam alcançados por todas as nações e povos e por todos os segmentos da sociedade.

> E nos esforçaremos para chegar primeiro aos que estão mais atrás. (United Nations, 2015, para. 2)

De acordo com o documento *Orientações Políticas Para a Próxima Comissão Europeia 2019-2024* (Comissão Europeia et al., 2020), a educação de qualidade continua sendo uma das metas prioritárias para a União Europeia, tida como essencial para uma economia que "funciona para as pessoas", que é "adequada à era digital" e "ao estilo de vida europeu" (p. 4).

No que diz respeito a Portugal, de acordo com o *Relatório Nacional Sobre a Implementação da Agenda 2030 Para o Desenvolvimento Sustentável* (Cabaço et al., 2017), o país escolheu focar seus esforços em seis dos ODS, a saber: o ODS 4, garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos; o ODS 5, alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e raparigas; o ODS 9, construir infra-estruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação; ODS 10, reduzir as desigualdades no interior dos países e entre países por capacitar e promover a inclusão social, econômica e política de todos; ODS 13, adotar medidas urgentes para combater as alterações climáticas e os seus impactos; e ODS 14, conservar e usar de forma sustentável os oceanos, mares e os recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável. Deste modo, a educação consta como uma prioridade para o país.

Investir em pesquisa e ações em prol da educação colabora para o alcance do ODS 4, em específico; entretanto, o impacto é transversal à maioria dos outros objetivos, senão a todos os demais. Uma educação de qualidade está na base da erradicação da pobreza e da fome e da conquista de saúde. Educação que respeite as diferenças também é o caminho para a igualdade de gênero e redução das desigualdades. Sem contar que através da educação desenvolvemos ferramentas individuais e coletivas para cuidar do meio ambiente, para inovar e crescer de modo sustentável.

Um olhar para a história da educação em Portugal mostra-nos que o país enfrentou com êxito a questão da evasão escolar em meados dos anos 80. O país respondeu de modo eficiente ao desafio de levar tanto crianças, quanto jovens e adultos para a escola. No final da década de 1990, o português médio tinha a escolaridade equivalente à de um alemão em 1930 e à de um romeno em 1970, tendo conquistado atualmente um grau de escolaridade equivalente à média dos outros países europeus (Figueiredo et al., 2017). Contudo, apesar de tantos esforços bem-sucedidos em reverter um atraso histórico da nação em relação à escolaridade dos países vizinhos,

os objetivos propostos na Declaração Mundial Sobre Educação Para Todos (1990), estabelecidos na "Conferência de Jomtien", Tailândia, não foram alcançados por Portugal nos 15 anos subsequentes. Os dados oficiais apontam para uma especial necessidade de atenção para o elevado número de estudantes que estão a frequentar a escola sem sucesso. Um dos relatórios da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico[1] revela que a situação social dos alunos em Portugal é um poderoso fator de condicionamento do desenvolvimento escolar, tendo em vista que a elevada taxa de reprovação afeta mais de metade dos alunos advindos de comunidades desfavorecidas.

Para superar as dificuldades internas e ainda alcançar as metas para a educação propostas na Agenda 2030, o país assume como linhas prioritárias a redução do insucesso e abandono escolar precoce, o acesso à educação, a qualificação de adultos e a modernização e inovação no sistema educativo. Alcançá-las inclui, necessariamente, olhar para um grupo de atores essenciais: os professores.

Pesquisas de Sanders e Rivers (1996), acompanhando a trajetória de alunos do ensino público norte-americano, revelaram que a qualidade do docente é fator essencial para o sucesso escolar e que ter acesso a bons professores tem impacto ainda maior entre alunos de contextos mais desfavorecidos. No caso de Portugal, garantir o acesso a algum professor é uma importante questão a ser solucionada no momento. Dados da Direção-Geral de Estatísticas da Educação e Ciência, advindos de um estudo encomendado pelo Ministério da Educação português à Nova School of Business Economics revelou que, já no próximo ano letivo, 2025/2026, 110.000 alunos não terão professor em pelo menos uma disciplina. Nos próximos três anos, a perspetiva é de que esse número seja de aproximadamente 250.000 alunos, o que equivale a metade de todas as crianças entre o 7.º e o 12.º ano. Ainda de acordo com a Direção-Geral de Estatísticas da Educação e Ciência, para a próxima década, Portugal carece de 34.500 docentes do pré-escolar até ao ensino secundário[2]. O mesmo estudo aponta que 40% dos professores sairão das escolas nos próximos anos por consequência das reformas e não há perspetiva de novos professores a curto prazo.

[1] O relatório "Políticas Eficazes, Escolas de Sucesso", da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2020), tem por base os resultados do Programa Internacional de Avaliação de Alunos 2018, estudo internacional que se realiza de três em três anos e avalia a literacia de alunos de 15 anos, de 79 territórios, em leitura, matemática e ciências.

[2] Dados preliminares estão em Loura (2022).

A falta de novos professores, para além de todas as questões de políticas de recrutamento, atração e retenção de talentos, diz respeito também à comunicação, à representação social da figura do professor. Tal representação é criada no imaginário coletivo a partir de muitos fatores, entre os quais se destaca as escolhas de agendamento pelos mídia. Limitar-se a matérias que abordam crises e professores com casas às costas em cada início de ano letivo colabora para a perceção, em especial por parte dos mais jovens, de uma profissão desvalorizada em aspetos pecuniários, mas também de estatuto, de poder e de influência social. Ter pouco envolvimento de instituições respeitadas e admiradas pelos cidadãos com a educação e com a valorização do trabalho docente também não colabora para a melhoria do cenário social. A médio prazo, tal representação fomenta o declínio do número de estudantes interessados na carreira e, portanto, do número de diplomados.

A observação deste contexto suscitou questões: apesar de a educação ser uma obrigação do Estado, será que se os outros setores da sociedade estivessem envolvidos em apoiar a educação e os professores, a representação social da docência seria diferente e as consequências também? Se as matérias jornalísticas mostrassem que a sociedade civil portuguesa investe, zela e preza pelos seus docentes, esse interesse pela profissão poderia ser alterado a médio e longo prazos? O interesse das instituições em envolver-se com a causa também não aumentaria? A comunicação, em todo o seu fluxo, pelas redes sociais, pelos mídia, pode ser mais pró-ativa em prol de uma questão tão cara ao coletivo?

Com base nas agendas públicas mencionadas e sob a provocação de tais questionamentos, voltamo-nos à experiência ocorrida no Brasil em um movimento digital que criou uma rede comunicativa em prol de educação e mobilizou as redes sociais e os mídia. Tal movimento será descrito ao tratarmos do estudo de caso, na abordagem metodológica. Considera-se que apesar do contexto cultural e os problemas enfrentados serem outros, a formação de uma rede ativa, com resultados expressivos, abriga potencial de replicação em culturas diversas e com finalidades específicas aos interesses dos atores da rede. Essa observação lança as bases para o desenvolvimento de uma nova ação em terras lusas. Assim, eleito um estudo de caso, foram traçados os objetivos e desenhada a metodologia da investigação, conforme será abordado adiante.

Referências Teóricas

Ao escolher olhar para o funcionamento e a criação de rede em prol de uma causa, abraça-se discussões que perpassam conceitos de "ativismo" e "movimentos sociais", "agendamento midiático", "mediação tecnológica" e "dinâmica nas redes sociais".

A mobilização #Nem1PraTrás começa como um movimento social organizado, em uma ação coletiva, mas como constitui-se um movimento digital, logo ganha características de uma ação conectada, típica dos movimentos ativistas (Babo, 2018, 2024). Alcançar os usuários das plataformas de redes sociais depende do fluxo dos dados mediado tecnologicamente pelos algoritmos. Esse é um desafio acrescido quando o tema "educação" não faz parte dos *inputs* que a inteligência artificial identificou como uma preferência daquele sujeito. Ir além e conseguir o engajamento e a adesão à causa depende da identificação que a comunicação postada consegue estabelecer com cada um desses cidadãos (Loureiro, 2021).

Muitos investigadores têm olhado para as dinâmicas das plataformas de redes sociais considerando os impactos da mediação tecnológica da comunicação: a movimentação dos atores (Loureiro et al., 2021; Primo, 2012, 2013), a formação de laços e o impacto em questões de sustentabilidade (Batista et al., 2022), as sociabilidades emergentes (Amaral, 2016), as repercussões na subjetividade dos usuários (Marra & Santos, 2015), a análise do conteúdo (Paes, 2022; Pasqualotto et al., 2022; Reis, 2022), e a gramática das plataformas (Laranjeira & Cavique, 2014; Lemos & Sena, 2018; Lopes, 2022; Recuero, 2009; Recuero & Zago, 2009). A investigação aqui proposta foca-se mais no macro cenário, na engrenagem comunicacional da sociedade em que estão inscritas e nas relações entre comunicação organizacional, agendamento mediático e esse fluxo nas redes.

Vários estudos descrevem o fluxo das informações e os desafios do engajamento no contexto online. Essas pesquisas evidenciam que o *feed* das redes sociais não é fruto direto da escolha individual. Um algoritmo estabelece condições lógicas de *input* de informações e determina o que será disponibilizado a cada usuário, dentro do mesmo padrão de comportamento digital pretérito, enquadrando-o numa bolha (Barreto Junior & Pellizzari, 2019; Mattar, 2018; Oliveira & Nardy, 2020; Pariser, 2011). Os filtros de personalização automatizados executam o *gatekeeping* de informações sob o argumento de que são ferramentas facilitadoras de buscas e de curadoria de conteúdo (Godoy et al., 2011). Tal dinâmica dificulta o acesso a assuntos divergentes, de modo a colaborar à polarização (Ferreira & Rios, 2017) e à cristalização (Wohn & Bowe, 2014). Estas condições impactam negativamente

no engajamento do usuário a causas às quais não seja propenso e o aproxima ainda mais daquelas que já lhe parecem afins, uma vez que apenas os dados que convergem com suas crenças alimentam a matéria da qual passa a construir a sua realidade (Bishop, 2019; Esparta & Menezes, 2016).

Não se pode dizer, entretanto, que o ambiente digital imponha ou determine inexoravelmente o acesso aos conteúdos. Investigações mais recentes confirmam que mudanças de movimentação dos usuários alteram os *inputs* e, por consequência, o acesso a novas informações (Hepp, 2022; Zuboff, 2019/2021). A questão para a comunicação de causa integra, portanto, como influenciar tais mudanças de movimentação. Estudos de agendamento (McCombs, 2020) apontam que a horizontalização da comunicação aumenta as possibilidades de o indivíduo construir a própria agenda tendo como base múltiplas fontes de informações e de serem ativos no *gatewatching*, no monitoramento dos fatos (Camponez et al., 2020).

Além dos usuários de redes sociais e dos mídia, outras instituições como o Estado, a sociedade civil organizada e, mesmo, as empresas com fins lucrativos integram o sistema de representações sociais e têm o potencial de agendar um tema como importante. Isso fica claro quando se observa os esforços que instituições têm feito para impulsionar o uso de estratégias para ligarem suas marcas a determinadas causas e estilos de vida (Figueira, 2017; Figueira et al., 2023). A identificação da vertente da publicidade social de interesse público suscitou interesse de investigadores de diferentes cenários, como a América do Norte, América Latina e Europa (Balonas, 2011, 2014, 2018; Kotler & Zaltman, 1971; Saldanha, 2021; Zaltman, 1997).

Ademais, há um histórico de pesquisas que mapeiam as redes relacionais para entender como o capital social suporta determinados fenômenos (Granovetter, 1983; Latour, 2013; Recuero & Zago, 2009) e essas também fornecem pistas para esse estudo.

A Universidade do Minho é exponencial na pesquisa sobre mobilizações, mas se relacionam, em geral, às questões ambientais (Carvalho, 2020; Loureiro, 2021). Por outro lado, o Centro de Investigação em Comunicação Aplicada, Cultura e Novas Tecnologias tem muitos trabalhos relativos ao ativismo e à comunicação organizacional (Babo, 2018, 2024; Figueira et al., 2023). Não há esforços mais exaustivos que foquem no mapa mais amplo, que envolve mídia, instituições e redes sociais digitais, que envolvam a sociedade em prol da educação e que procurem olhar para a temática de uma forma mais prática, tanto para compreender, quanto impactar, o contexto português. É precisamente esse espaço acadêmico e empírico que esta proposta visa preencher.

Metodologia: O Impacto Como Motivador da Opção Pela Investigação-Ação

No âmbito internacional, apesar do compromisso da Agenda 2030 firmado entre os Estados-membros, a velocidade com que os países têm caminhado rumo às metas não é satisfatória. As Nações Unidas declararam, por isso, a década 2020–2030 como a "década de ação", em um apelo para uma maior urgência em acelerar a conquista das metas propostas. Já no âmbito nacional, a questão da falta de professores em Portugal agrava o risco de não cumprimento das metas de um dos ODS essenciais, que é o da educação e, ainda mais grave, pode significar até um retrocesso nas conquistas obtidas.

Além de ter a educação como causa, essa proposta toca no último ODS, que trata justamente de "parcerias para a implementação dos objetivos". Portanto, a iniciativa desta investigação-ação advém da urgência e importância do tema e do desejo de extrapolar os impactos teóricos e contribuir, ainda que minimamente, para a melhoria da representação da profissão docente e, portanto, da educação a curto e médio prazos em Portugal.

Programas internacionais em prol da investigação e inovação, como o Horizonte Europa, têm investido milhões de euros para o financiamento de pesquisas nas quais valorizam o *public engagement*, o fazer ciência com e para a sociedade, através de um diálogo mais igualitário (Oliveira & Carvalho, 2015). Alinhada a estas proposições de união de forças e de diálogo, foi desenhada uma investigação estruturada a partir de uma estratégia de ação que inclui a sociedade, que convida a ação, dentro do que cada instituição já esteja vocacionada a fazer e chama os usuários das redes sociais a manifestarem-se sobre a docência. A identificação de instituições parceiras, a invocação delas para uma ação digital e a observação da rede e dos laços estabelecidos durante a mobilização, a avaliação de todo esse processo e a repetição dele tomando em conta o *feedback* dos atores envolvidos tem esse propósito.

Em uma investigação-ação, os impactos são protagonistas desde a gênese do projeto. Os objetivos norteiam a construção da ação a ser implementada (Reason & Bradbury, 2001; Thiollent, 1947/2022). O agir, que envolve a implementação da ação de investigação, pode ter efeitos, inclusive, sobre o próprio investigar, de modo que a pesquisa-ação registra e observa os micro-impactos e vai se adequando aos novos cenários. Ao encerrar um ciclo, na etapa da análise, os objetivos são revisitados e o novo ciclo de ação é impactado pelos resultados anteriores (Latorre, 2004). Portanto, este tipo de investigação lida com impactos dentro da própria pesquisa; com

impactos acadêmicos advindos da produção científica resultante e com os impactos sociais consequentes da ação, afinal, a investigação-ação, pelo caráter intervencionista, coaduna com uma prática investigativa que objetiva a mudança no contexto pesquisado (Fonseca & Cabecinhas, 2013). Cada um desses conjuntos de efeitos é conjeturado inicialmente. Todavia, como é característico das ciências sociais, as relações envolvidas, determinantes dos resultados, não são variáveis exatas e podem surpreender o investigador e os demais atores com impactos inesperados ou com a ausência dos impactos pressupostos.

Uma investigação-ação, apesar de ter o intento de colaborar para a transformação social, é, sobretudo, uma jornada reflexiva. Schon (1983) enumera três tipos de reflexão presentes neste tipo de trabalho: a "reflexão na ação", que acontece durante a prática; a "reflexão sobre a ação", em que se revisitam as ações efetuadas de modo crítico; e a "reflexão sobre a reflexão na ação", que, conforme explicam Coutinho et al. (2009), objetiva "encontrar soluções", "perspectivar novas práticas" ou "reorientar a prática no futuro".

Thiollent (1947/2022), no livro *Metodologia da Pesquisa-Ação*, descreveu potenciais impactos de conhecimento advindos da ação: (a) a coleta de informação original acerca de situações ou de atores em movimento; (b) a concretização de conhecimentos teóricos, obtida de modo dialogado na relação entre pesquisadores e membros representativos das situações ou problemas investigados; (c) a comparação das representações próprias aos vários interlocutores, com aspeto de cotejo entre saber formal e saber informal acerca da resolução de diversas categorias de problemas; (d) a produção de guias ou de regras práticas para resolver os problemas e planejar as correspondentes ações; (e) os ensinamentos positivos ou negativos quanto à conduta da ação e suas condições de êxito; e (f) as possíveis generalizações estabelecidas a partir de várias pesquisas semelhantes e com o aprimoramento da experiência dos pesquisadores.

No caso específico da investigação intitulada *Nas Redes Pela Educação: Comunicação Estratégia em Prol da Educação*, objeto deste artigo, resumidamente os objetivos de impacto social incluem: (a) identificar as instituições que desenvolvem ações em prol da educação nas comunidades em que atuam e/ou que estejam dispostas a mobilizar digitalmente seus parceiros internos e externos nas redes sociais para dar visibilidade a ações e motivar novas iniciativas; (b) identificar boas práticas e incentivar que os conteúdos compartilhados nas redes sigam parâmetros de acessibilidade e inclusão; (c) promover as boas práticas e vocacionar novas iniciativas através da comunicação em workshops, eventos e nos meios de comunicação; (d) realizar

digitalmente a semana da educação, elevando as *hashtags* da mobilização aos *top trends*, ou seja, alcançando o máximo de pessoas com as temáticas de valorização da docência em Portugal; (e) estreitar laços com outros investigadores das áreas de comunicação organizacional, cibercultura e de jornalismo na divulgação científica das dinâmicas da rede estudada em cada etapa do cronograma da investigação-ação.

Serão indicadores de que tais metas foram alcançadas se: (a) a semana em que se comemora o Dia Mundial da Educação passar a fazer parte da agenda de comunicação das instituições que se tornarem parceiras, aumentando o envolvimento com a causa e o alcance da temática no ambiente digital; (b) o observatório proposto reunir iniciativas, projetos e atores relevantes para a educação estreitando parcerias, vocacionado novas ações em prol da educação; (c) jornalistas reconhecerem o movimento e usarem os dados do observatório para pautar a educação de modo mais positivo e mais frequente, estabelecendo as bases para uma comunicação espontânea futura mais fluida e mais intensa, a partir dos laços formados na investigação-ação, resultando em mais matérias positivas sobre a docência. Enfim, uma vez colocada em movimento a engrenagem da comunicação em prol da educação, tal rede funcione de modo autônomo para além do fim do projeto.

No âmbito acadêmico, o impacto advém da contribuição para a construção de conhecimento científico sobre o fluxo da informação a partir de mobilizações digitais e sobre essas ações ligadas à educação.

Feita essa opção pela investigação-ação, parte-se para o planeamento. A estruturação da ação segue o percurso advindo da observação do estudo da experiência brasileira, dizendo-nos que instituições se envolveram para formar a rede, quais foram as estratégias usadas para comunicar, como interagiram na rede offline e online, como aconteceu a cobertura mediática, que atores impulsionaram o alcance nas redes sociais. Na sequência, faz-se uma descrição mais detalhada do estudo de caso e dos elementos que este fornece à ação no contexto português.

O Estudo de Caso: Dos Impactos Passados aos Impactos Futuros

A mobilização brasileira #Nem1PraTrás teve início em 2019, ano em que reuniu 35 parceiros em prol da luta contra a evasão escolar, que é altíssima naquele país. As instituições reuniram *ebooks*, material de apoio psicossocial e pedagógico, fizeram *lives*, entrevistas e postaram nas redes sociais intensamente durante a Semana do Dia Mundial da Educação. Em

2023, o movimento já mobilizava cerca de 200 instituições, que, juntas, pautaram os mídia e alcançaram mais de 115.000.000 de usuários das redes sociais com conteúdos de educação (Veroneze, 2024). Além de alcançar os usuários das redes, entre os parceiros do movimento surgiram novas iniciativas em prol da causa.

Para observar a engrenagem em que fluiu a comunicação do movimento digital #Nem1PraTrás, decidiu-se cruzar ferramentas metodológicas que dissessem sobre a rede, sobre a adesão à causa com a publicação de conteúdo nas plataformas digitais usando as *hashtags* do movimento, e sobre a cobertura midiática. Com vista a uma análise tanto quantitativa quanto qualitativa foi enviado um questionário estruturado às instituições participantes da mobilização digital, com 35 questões, abertas e fechadas, sobre o envolvimento com a causa e com a rede. Tal questionário buscou identificar, entre outros indicadores, as expectativas e os resultados dos parceiros através de duas questões abertas; a movimentação na rede, com duas questões de identificação numa lista as novas conexões que fizeram dentro da rede; e outras questões sobre o perfil das equipes participantes, escolha de público, entre outras. Acrescentou-se, às 51 respostas obtidas, os relatórios dos workshops, da participação efetiva dos atores, e uma amostra por conveniência de casos típicos do conteúdo postado nas redes sociais, dados disponibilizados nos relatórios da mobilização cedidos pela Fundação Roberto Marinho. Por fim, buscou-se as matérias publicadas nos meios de comunicação no período.

Sob uma perspetiva quantitativa, o olhar recai nos dados sobre as movimentações nas redes sociais online: quem foram os usuários cujas postagens obtiveram maior repercussão e os resultados de impressões, alcance e compartilhamento obtido no Instagram, Facebook e Twitter pelas *hashtags* propostas na mobilização. Salvo as devidas proporções no que diz respeito ao universo populacional e à adesão da população às plataformas de redes sociais, o que se pretende fazer durante a investigação proposta não está relacionado aos números obtidos, mas ao estabelecimento de uma rede que, uma vez conectada, passa a funcionar como uma engrenagem comunicacional em prol da causa.

Busca-se no movimento estudado a resposta às seguintes questões: que dinâmicas estão envolvidas em estabelecer parcerias entre diferentes pessoas jurídicas que objetivam participar ativamente na construção de uma sociedade mais igualitária? Como essas instituições, com suas peculiaridades em escolhas comunicacionais, atuam no sentido de levar uma temática para seus públicos-alvo em um movimento coletivo? Quais

as estratégias para alcançar e engajar em discussões urgentes da agenda educacional? Como flui a informação em redes de relações que envolvem estratégias que dependem de critérios de algoritmos que determinam a entrega ou não de uma mensagem? Como esse movimento da sociedade civil através das redes sociais agenda os mídia e que repercussão esse agendamento traz para a mobilização digital? Como funciona essa engrenagem de comunicação que se propõe a abraçar uma causa?

O Início da Ação: Mapeando e Criando a Rede Através da Criação de um Observatório

Como apresentado, a dinâmica observada do estudo de caso vem fornecendo as bases para a composição da ação pretendida. O passo inicial é identificar instituições de diferentes setores, vocacionadas para ações em prol da educação e dos professores. Essas instituições serão contatadas gradualmente, em bola de neve, de modo que partimos da região Norte do país para as demais.

As instituições parceiras, suas atividades e contatos estarão listados em uma página na internet, a ser criada, para funcionar como observatório dos parceiros da educação, reunindo fontes e iniciativas. Esse mapeamento e a construção desse banco de dados têm como objetivo fomentar a criação de uma rede e/ou o estreitamento de laços entre os diferentes grupos de atores: instituições que já possuem ações pela educação, parceiros interessados em novas iniciativas, comunidade escolar e mídia, centralizando informação em prol de uma comunicação mais positiva, que colabore para uma melhor representação social da docência no país.

A Mobilização Digital: A Criar e a Fortalecer Laços

A partir do esforço inicial em mapear a rede, será proposto às instituições identificadas como atuantes na educação uma mobilização digital, de modo a levar à sociedade informações sobre iniciativas que abraçam a causa, discussões sobre as agendas prioritárias e materiais que despertem interesse dos professores e de futuros professores. A dinâmica inclui o convite à publicação de conteúdo e o uso de *hashtags* específicas, nas redes sociais, durante a semana do dia 24 de janeiro, data em que se comemora o Dia Mundial da Educação. O intento em usar as *hashtags* nas publicações é

fazer com que o algoritmo entenda a temática como importante e entregue os conteúdos produzidos pelos parceiros organicamente ao maior número de usuários das plataformas de redes sociais online. Em suma, orquestrar o uso coletivo das redes sociais digitais para driblar bolhas e algoritmos a fim de dar visibilidade a iniciativas de apoio e a boas práticas.

Parte do propósito também é, através da exposição das iniciativas dos parceiros, mostrar que os professores são importantes para essa sociedade, que a educação não é apenas um investimento necessário, uma obrigação do Estado, mas um compromisso de diferentes instituições, tendo em vista que é condição *sine qua non* para o progresso e a prosperidade sustentável tanto para a nação, quanto a nível individual.

Outro objetivo é dar visibilidade, tanto nas redes sociais online, quanto nos mídia, a quem já atua em prol da causa e envolver outras instituições que tenham o mesmo potencial.

Como preparação para o movimento digital, esses parceiros serão convidados a participarem de uma agenda de workshops. Para esses encontros estão programadas dinâmicas que promovam a interação social e o estreitamento de laços offline. A tomar pelo que ocorreu no estudo de caso, por conhecer as iniciativas uns dos outros, os atores dessa rede podem encontrar potencial para desenvolver novas atividades e estabelecer conexões. O propósito dessa etapa é aumentar a rede em prol da educação e fortalecer laços já existentes.

O *site* da mobilização nessa etapa também funcionará como repositório e estará aberto para a distribuição de *ebooks*, divulgação de pesquisas, guias práticos como orientações para produção de conteúdo segundo parâmetros de acessibilidade e outros materiais educativos que podem ser úteis para a comunidade escolar, para outros parceiros e para os jornalistas. A expectativa é que o movimento digital provoque algum agendamento dos mídia, aproximando jornalistas dos atores da educação.

Para o eixo de trabalho que propõe a avaliação, empregar-se-ão as mesmas ferramentas metodológicas usadas para avaliar a mobilização do estudo de caso: construir um mapa das interações, observar a rede formada, o engajamento dos parceiros na produção e distribuição de conteúdo, rastrear a *hashtag* nas três redes sociais e buscar os resultados de mídia a fim de analisar o fluxo, o alcance e o incremento ou não da rede de parceiros em prol da educação. Toda essa ação será repetida em um segundo ciclo.

Notas Conclusivas

Conclui-se que os resultados de impacto, recorte deste artigo, dependem de uma série de fatores. Primeiramente, que as perguntas de partida sejam pertinentes dentro de uma análise criteriosa do cenário em questão. O caminho metodológico escolhido também determina que resultados serão extraídos dos dados recolhidos, portanto, definindo parte dos objetivos que serão alcançados. No caso de uma investigação-ação, o impacto depende de um trabalho *a priori* de estruturação da ação, planejamento, envolvimento dos atores e do olhar constante para os objetivos desejados em cada etapa do percurso.

No caso específico dessa investigação-ação, o estudo de caso fornece indicações para a estruturação da ação, as ferramentas para avaliação e o caminho a percorrer para fazer as conexões que dão forma à rede.

Os dados para o estudo dos resultados quantitativos de compartilhamento e alcance da ação portuguesa nas redes sociais não são mais disponibilizados como eram no período em que os dados foram recolhidos durante o estudo de caso. Como ainda não há legislação que regule quais os dados as plataformas de redes sociais são obrigadas a disponibilizar, a observação e a análise dos resultados da ação planejada para Portugal serão realizadas com os dados aos quais tivermos acesso em 2025 e 2026. Como alternativa à limitação imposta, buscamos, além dos dados das plataformas, outros indicadores através do questionário às instituições parceiras; do mapeamento da rede; e do registro das reuniões de articulação. Também temos a limitação de lidar com a incerteza se o incentivo à criação da rede de parceiros terá resultado ou se o ambiente cultural diverso tem efeito sobre o engajamento à proposta. Parte-se de um projeto com intenções de impactos que são ousadas, mas que o estudo de caso faz-nos entender exequíveis.

Como pretende-se olhar para a engrenagem da comunicação de causas de modo mais amplo, tem-se como foco as interações e as ações empregadas em diferentes grupos de atores. Apesar de nos sujeitarmos à mediação tecnológica, é essencial compreender de que modo podemos movimentar-nos, individualmente, como pessoa física ou jurídica e como sociedade, a fim de darmos visibilidade a discussões realmente urgentes, neste caso em específico, de colaborar para criar uma representação social da profissão docente mais positiva. É essa movimentação que permite interromper a cristalização e ultrapassar os limites das bolhas, processos descritos na literatura acadêmica citada.

Pretende-se através desta investigação contribuir com a produção acadêmica acerca das dinâmicas que envolvem variados grupos de atores, como os mídia, as instituições e suas equipes de comunicação e os usuários das redes sociais em geral em um movimento social com características ativistas. Escrutinar tais relações dá-nos pistas sobre o caminho a percorrer pela informação quando a engrenagem impulsionada pelo movimento das diferentes redes é acionada em prol de causas coletivas.

Outro estudo seria necessário para análise de receção do conteúdo veiculado, da comunicação de causa dentro de cada uma das instituições parceiras ou do impacto social advindo do movimento. A fim de que outras investigações possam abordar perspetivas distintas do movimento, os dados estão sendo disponibilizados no DataRepositóriUM.

As movimentações de distintos grupos de atores comunicacionais dentro da mobilização digital evidenciam as relações e as redes, de modo que seguir o fluxo de informações do movimento obriga-nos a atuar nos pontos de interseção da convergência de diferentes estudos da comunicação. Portanto, a investigação proposta pretende agregar à produção bibliográfica de diferentes áreas da comunicação e do próprio estudo metodológico da pesquisa-ação na comunicação social.

A partir do conceito de universidades e centros de pesquisas de "portas abertas" para a sociedade e alinhado à ideia de "conectar e estabelecer parcerias", proposta pelos organismos internacionais, o impacto máximo ambicionado é construir conhecimento acadêmico que colabore para a compreensão do cenário comunicacional contemporâneo e, concomitantemente, promover uma cultura de participação na construção de uma sociedade com mais oportunidades. Deste modo, teremos unido esforços para que o país acelere a conquista de suas metas para a Agenda 2030, não só no que diz respeito à educação, mas em todos os contextos, sociais, políticos e econômicos aos quais ela é transversal.

Agradecimentos

Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior da República Portuguesa, no âmbito do projeto UIDB/00736/2020 (financiamento base) e UIDP/00736/2020 (financiamento programático).

Referências

Amaral, I. (2016). *Redes sociais na internet: Sociabilidades emergentes*. Labcom.IFP.

Babo, I. (2018). Redes, ativismo e mobilizações públicas. Ação coletiva e ação conectada. *Estudos em Comunicação*, *1*(27), 219–244. https://doi.org/10.20287/ec.n27.v1.a14

Babo, I. (2024). *Activismos, redes e práticas comunicacionais*. Documenta.

Balonas, S. (2011). *Publicidade sem código de barras: Contributos para o conhecimento da publicidade a favor de causas sociais em Portugal*. Húmus.

Balonas, S. (2014). Olhar o público interno: O fator crítico nas estratégias de responsabilidade social. In T. Ruão, R. Freias, P. Ribeiro, & P. Salgado (Eds.), *Comunicação organizacional e relações públicas: horizontes e perspetivas. Relatório de um debate* (pp. 73–86). Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. https://hdl.handle.net/1822/65032

Balonas, S. (2018). Decoding advertising on the social sphere. In A. D. Melo & M. Duque (Eds.), *ParticipAD – Participatory advertising: A global perspective with a Latin American* (pp. 51–69). CECS. https://hdl.handle.net/1822/57719

Barreto Junior, I. F., & Pellizzari, B. M. (2019). Bolhas sociais e seus efeitos na sociedade da informação: Ditadura do algoritmo e entropia na internet. *Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias*, *5*(2), 57–73. https://doi.org/10.26668/indexlawjournals/2526-0049/2019.v5i2.5856

Batista, C., Medeiros, H. de S., Souza Filho, T. de, & Souza, M. de. (2022). Contribuições do capital social, laços fracos e redes sociais para a sustentabilidade: Uma revisão sistemática com análise bibliométrica. *Research, Society and Development*, *11*(1), 1–10. https://doi.org/10.33448/rsd-v11i1.25284

Bishop, A. (2019). *Bursting your (filter) bubble* [Dissertação de mestrado, University of Missouri-Columbia]. MOSpace. https://hdl.handle.net/10355/70128

Cabaço, L., Brás, H., & Motta, G. (2017). *Relatório nacional sobre a implementação da agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável*. Ministério dos Negócios Estrangeiros. https://www.cig.gov.pt/wp-content/uploads/2017/07/Portugal2017.pdf

Camponez, C., Ferreira, G. B., & Rodrígues-Díaz, R. (Eds.). (2020). *Estudos do agendamento: Teoria, desenvolvimentos e desafios — 50 anos depois*. LabCom.

Carvalho, A. (2020). Ambiente e sociedade: Será "crise" a palavra certa? In M. Oliveira, H. Machado, J. Sarmento, & M. C. Ribeiro (Eds.), *Sociedade e crise(s)* (pp. 59–65). UMinho Editora.

Coutinho, C. P., Sousa, A., Dias, A., Bessa, F., Ferreira, M. J. R. C., & Vieira, S. R. (2009). Investigação-acção: Metodologia preferencial nas práticas educativas. *Revista Psicologia, Educação e Cultura*, *13*(2), 355–379. https://hdl.handle.net/1822/10148

Comissão Europeia, Direção-Geral da Comunicação, & von der Leyen, U. (2020). *Orientações políticas para a próxima Comissão Europeia 2019-2024: Discurso de abertura na sessão plenária do Parlamento Europeu 16 de julho de 2019 ; Discurso na Sessão Plenária do Parlamento Europeu 27 de novembro de 2019, Serviço das Publicações da União Europeia*. https://data.europa.eu/doi/10.2775/088608

Declaração Mundial sobre Educação para Todos, 5–9 de março de 1990, https://www.unicef.org/brazil/declaracao-mundial-sobre-educacao-para-todos-conferencia-de-jomtien-1990

Esparta, L., & Menezes, J. E. de O. (2016). Cultura de participação e polarização política: As redes sociais digitais como espaço de protesto. In *Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* (pp. 1–10). Intercom.

Ferreira, A. V., & Rios, J. R. A. C. (2017). Filtro bolha, câmara de eco e a formação de opiniões extremas. In *Anais do XL Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* (pp. 1–12). Intercom.

Figueira, A. (2017). *Nivelar os pratos da balança – Estudo da comunicação organizacional como fator de sustentabilidade nas parcerias estratégicas entre organizações solidárias e empresas* [Tese de doutoramento, Universidade do Minho]. RepositóriUM. https://hdl.handle.net/1822/55777

Figueira, A., Ruão, T., & Mourão, P. (2023). Criar pontes entre o solidário e o mercantil: Riscos e benefícios de um trabalho colaborativo. *Cooperativismo e Economía Social*, (44), 155–176. https://doi.org/10.35869/ces.v0i44.4375

Figueiredo, H., Portela, M., Sá, C., Cerejeira, J., Almeida, A., & Lourenço, D. (2017). *Benefícios do ensino superior*. Fundação Francisco Manuel dos Santos.

Fonseca, G., & Cabecinhas, R. (2013). A investigação ação em um estudo sobre estereótipos sociais: Desenhos, contextos e aplicações. In Z. Pinto-Coelho & J. Fidalgo (Eds.), *Comunicação e cultura: II Jornada de Doutorandos em Ciências da Comunicação e Estudos Culturais* (pp. 238–248). Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

Godoy, V., Machado, M., Lopes, T., & Lopes, J. (2011). Web semântica: Bolhas individuais ou um facilitador de buscas? *Revista Científica Intraciência*, (3), 1–85.

Granovetter, M. (1983). The strength of weak ties: A network theory revisited. *Sociological Theory*, *1*, 201–233. https://doi.org/10.2307/202051

Hepp, A. (2022). Agency, social relations, and order: Media sociology's shift into the digital. *Communications*, *47*(3), 470–493. https://doi.org/10.1515/commun-2020-0079

Kotler, P., & Zaltman, G. (1971). Social marketing: An approach to planned social change. *Journal of Marketing*, *35*(3), 3–12.

Laranjeira, P. A., & Cavique, L. (2014). Métricas de centralidade em redes sociais. *Revista de Ciências da Computação*, *9*, 1–20. https://doi.org/10.34627/rcc.v9i0.20

Latorre, A. (2004). La investigación-acción: Conocer y cambiar la práctca educativa. *Boletín de Investigación Educativo-Musical*, *11*(32), 29–30.

Latour, B. (2013). Redes, sociedades, esferas: Reflexões de um teórico ator-rede. *Informática na Educação: Teoria & Prática*, *16*(1), 23–36. https://doi.org/10.22456/1982-1654.36933

Lemos, A., & Sena, C. de. (2018). Mais livre publicar: Efemeridade da imagem nos modos galeria e stories do Instagram. *Mídia & Cotidiano*, *12*(2), 6–26. https://doi.org/10.22409/ppgmc.v12i2.10035

Lopes, D. F. (2022). *Bolha informacional e aprendizagem digital: Um estudo em escolas do ensino médio do Sul de Minas Gerais* [Dissertação de mestrado, Programa De Pós-Graduação em Gestão e Desenvolvimento Regional da Fundação de Ensino e Pesquisa do Sul de Minas]. Repositório Institucional. http://repositorio.unis.edu.br/handle/prefix/2434

Loura, L. (2022). *Quantos alunos estarão sem aulas daqui 1 ano*. Fundação Francisco Manoel dos Santos. https://ffms.pt/pt-pt/atualmentes/quantos-alunos-estarao-sem-aulas-daqui-1-ano

Loureiro, L. M., Pereira, R., Babo, I., & Silva, C. T. (Eds.). (2021). *Ativismo em rede e plataformas colaborativas*. Almedina.

Loureiro, L. M. (2021). De vítimas dos incêndios a vítimas do esquecimento: Identificações e (im)possibilidade identitária de um movimento de protesto: O caso do MAAVIM (Portugal, 2017). In L. M. Loureiro, R. Pereira, I. Babo, & C. T. Silva (Eds.), *Ativismo em rede e plataformas colaborativas* (pp. 18–42). Almedina.

Marra, G. A., & Santos, B. R. dos. (2015). *Repercussões das redes sociais na subjetividade de usuários: Uma revisão crítica da literatura*. Temas em Psicologia, 23(4), 913–927.

Mattar, L. R. (2018). *Revisão sistemática de estudos sobre direitos humanos nas mídias digitais* [Dissertação de mestrado, Universidade Estadual Paulista "Julio de Mesquita Filho"]. Repositório Institucional UNESP. http://hdl.handle.net/11449/152972

McCombs, M. (2020). A linguagem do jornalismo – A linguagem dos efeitos do agendamento (agenda-setting). *Mediapolis*, (10), 23–35. https://doi.org/10.14195/2183-6019_10_1

Oliveira, L., & Carvalho, A. (2015). Public engagement with science and technology: Contributos para a definição do conceito e a análise da sua aplicação no contexto português. *Observatorio (OBS*)*, 9(3), 155–178. https://doi.org/10.15847/obsOBS932015857

Oliveira, R., & Nardy, R. (2020). Tecnologias digitais, algoritmos e big data: Uma breve revisão. *Congresso Internacional em Tecnologia e Organização da Informação*, *6*(1).

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2020). *PISA 2018 results (Volume V): Effective policies, successful schools*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/ca768d40-en

Paes, L. F. S. (2022). *Redes sociais dos idosos brasileiros e portugueses: Análise do estado da arte por meio da revisão sistemática* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Viçosa]. Locus. https://doi.org/10.47328/ufvbbt.2022.340

Pariser, E. (2011). *The filter bubble: How the new personalized web is changing what we read and how we think*. Penguin Books.

Pasqualotto, C., Schultz, G., & Callegaro-de-Menezes, D. (2022). Análise de redes sociais aplicadas à cadeia de alimentos orgânicos: Uma revisão sistemática. *Iheringia*, *77*, e2022006. https://doi.org/10.21826/2446-82312022v77e2022006

Primo, A. (2012). O que há de social nas mídias sociais? Reflexões a partir da teoria ator-rede. *Contemporânea: Comunicação e Cultura*, *10*(3), 618–641. http://hdl.handle.net/10183/166331

Primo, A. (2013). *Interações em rede*. Sulina.

Reason, P., & Bradbury, H. (Eds.). (2001). *Handbook of action research: Participative inquiry and practice*. SAGE.

Recuero, R. (2009). Mapeando redes sociais na internet através da conversação mediada pelo computador. In T. M. Hetkowski & A. D. Nascimento (Eds.), *Educação e contemporaneidade: Pesquisas científicas e tecnológicas* (pp. 253–274). EDUFBA. https://doi.org/10.7476/9788523208721.0012

Recuero, R., & Zago, G. (2009, 2–6 de junho). *Em busca das "redes que importam": Redes sociais e capital social no Twitter* [Apresentação de comunicação]. XVIII Congresso da Compós, Belo Horizonte, Brasil.

Reis, E. R. (2022). *Ética e bioética na divulgação profissional em odontologia nas redes sociais: Uma revisão à luz da Resolução CFO-196/2019* [Trabalho de conclusão de curso, Centro Universitário do Planalto Central Apparecido dos Santos]. DSpace JSPUI. https://dspace.uniceplac.edu.br/handle/123456789/1746

Saldanha, P. G. (2021). Publicidade social e sua tipificação: Uma metodologia de transformação social. *Comunicação, Mídia e Consumo*, *18*(52), 292–313. https://doi.org/10.18568/cmc.v18i52.2538

Sanders, W. L., & Rivers, J. C. (1996). *Cumulative and residual effects of teachers on future student academic achievement*. University of Tennessee Value-Added Research and Assessment Center.

Schon, D. A. (1983). *The reflective practitioner: How professionals think in action*. Basic Books.

Thiollent, M. (2022). *Metodologia da pesquisa-ação*. Cortez Editora. (Trabalho original publicado em 1947)

United Nations. (s.d.). *Leaving no one behind*. Retirado a 29 de outubro de 2022, de https://www.un.org/en/desa/leaving-no-one-behind

United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development*. https://sdgs.un.org/2030agenda

Veroneze, A. (2024). Conectados: A publicidade como energia propulsora em uma mobilização social. In S. Balonas & I. Ferreira (Eds.), *A publicidade na era da hiperestimulação* (pp. 107–128). UMinho Editora/Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. https://doi.org/10.21814/uminho.ed.125.7

Wohn, D. Y., & Bowe, B. J. (2014). Crystallization: How social media facilitates social construction of reality. In *Proceedings of the companion publication of the 17th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing* (pp. 261–264). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/2556420.2556509

Zaltman, G. (1997). Rethinking market research: Putting people back in. *Journal of Marketing Research*, *34*(4), 424–437. https://doi.org/10.1177/002224379703400402

Zuboff, S. (2021). *A era do capitalismo de vigilância* (G. Schlesinger, Trad.). Editora Intrínseca. (Trabalho original publicado em 2019)

Veroneze, A., Loureiro, L. M., & Figueira, A. (2024). O fluxo da comunicação em prol da educação: Os impactos almejados por uma investigação-ação. In E. C. e Silva, N. Mandolini, P. Chamusca, & R. Granja (Eds.), *Desafios de investigação em ciências sociais: A relevância social e científica nos projetos de doutoramento. Atas das X Jornadas Doutorais do CECS* (pp. 101–121). CECS.