



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS  
CAMPUS ANTÔNIO MARIZ – CAMPUS VII  
COORDENAÇÃO DE ADMINISTRAÇÃO**

**JOSÉ DENIS DANTAS DA SILVA**

**A CONTRIBUIÇÃO DAS MÍDIAS SOCIAIS NA DIMINUIÇÃO DA EVASÃO  
ESCOLAR NO ENSINO BÁSICO**

**PATOS-PB**

**2019**

**JOSÉ DENIS DANTAS DA SILVA**

**A CONTRIBUIÇÃO DAS MÍDIAS SOCIAIS NA DIMINUIÇÃO DA EVASÃO  
ESCOLAR NO ENSINO BÁSICO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Graduado em Administração.

Orientador: Profa. Ms. Geilma Hipólito Lúcio

**PATOS-PB**

**2019**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S586c Silva, Jose Denis Dantas da.  
A contribuição das mídias sociais na diminuição da evasão escolar no ensino básico [manuscrito] / Jose Denis Dantas da Silva. - 2019.  
28 p.  
Digitado.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas , 2019.  
"Orientação : Profa. Ma. Geilma Hipólito Lúcio ,  
Coordenação do Curso de Administração - CCEA."  
1. Evasão Escolar. 2. Mídias Sociais. 3. Marketing. 4.  
Ensino Básico. I. Título  
21. ed. CDD 302.232

**JOSÉ DENIS DANTAS DA SILVA**

**A CONTRIBUIÇÃO DAS MÍDIAS SOCIAIS NA DIMINUIÇÃO DA EVASÃO  
ESCOLAR NO ENSINO BÁSICO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao  
Curso de Graduação em Administração da  
Universidade Estadual da Paraíba - UEPB, em  
cumprimento à exigência para obtenção do grau de  
Graduado em Administração.

Aprovada em: 13/06/2019.

**BANCA EXAMINADORA**

Geilma Hipólito Lúcio

Prof. Ms. Geilma Hipólito Lúcio (Orientador)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Paoline Levy Pereira Almeida

Prof. Esp. Paoline Levy Pereira Almeida  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Francisco Anderson Mariano da Silva  
Prof. Esp. Francisco Anderson Mariano da Silva  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

A Deus e aqueles que me ajudaram de forma direta  
ou indireta, DEDICO.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus, ele que é a base de tudo em minha vida. Foram tantos momentos difíceis, tantas vezes pensei em desistir, mas ele, com toda sua generosidade me deu forças para que pudesse continuar até o fim.

Em especial aos meus pais e toda minha família, pelo apoio incondicional que todos me deram, pelo carinho, dedicação e toda atenção.

A todos os meus Professores pelos momentos de dedicação, pelo os ensinamentos, pois foram muito importantes para este momento acadêmico em minha vida e por todo tempo disponibilizado para repassar todo seu aprendizado.

Aos meus colegas, por todos os momentos compartilhados, momentos de estudo, momentos de descontração, de companheirismo, pois considero a turma uma verdadeira equipe.

À minha orientadora, Profa. Geilma Hipólito, pela orientação, dedicação e, principalmente, pela paciência que teve durante todo esse tempo. Sua dedicação e amizade foi muito importante para que eu pudesse concluir meu TCC.

A todos, meu mais sincero OBRIGADO!

“Nem ganhar, nem perder, mas procurar evoluir.”

Charlie Brown Jr.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>08</b>
<b>2 REFENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>09</b>
2.1 As possíveis causas da Evasão Escolar.....	09
2.2 Marketing digital e as Mídias Sociais.....,	14
2.3 Evasão escolar x Aplicabilidade das Mídias Sociais .....	17
<b>3 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>23</b>
<b>4 REFERÊNCIAS .....</b>	<b>24</b>



## A CONTRIBUIÇÃO DAS MÍDIAS SOCIAIS NA DIMINUIÇÃO DA EVASÃO ESCOLAR NO ENSINO BÁSICO

José Denis Dantas da Silva<sup>1</sup>

Geilma Hipólito Lúcio<sup>2</sup>

### RESUMO

A evasão escolar é um grande desafio para o sistema educacional brasileiro na atualidade, principalmente no que diz respeito ao Ensino Básico. Tendo em vista o diagnóstico de tal problema e sabendo da grande importância das mídias sociais na atualidade, o presente trabalho busca analisar como as mídias sociais pode contribuir para diminuir a evasão escolar no Ensino Básico no Brasil. Nessa perspectiva, foi realizada uma revisão de literatura a qual tem por objetivo realizar uma ampla discussão sobre o tema tratado na forma de um debate entre os autores consultados, fazendo uma análise crítica e reflexiva de suas ideias opiniões e posturas. Nessa perspectiva, percebeu-se que as mídias sociais não é apenas uma ferramenta de divulgação fundamental na promoção das diferentes instituições, mas também um dos inúmeros meios que pode ser utilizado na sala de aula para melhorar o desenvolvimento intelectual do aluno, contribuindo assim, para que ele consiga alcançar seus objetivos acadêmicos, contribuindo, portanto, para a diminuição da evasão escolar no país.

**Palavras-chave:** Evasão Escolar. Mídias Sociais. Marketing. Ensino Básico.

### ABSTRACT

School dropout is a major challenge for the Brazilian educational system nowadays, especially with regard to Basic Education. Considering the diagnosis of such problem and knowing the great importance of social media in the present time, the present work seeks to analyze how social media can contribute to reduce school dropout in Basic Education in Brazil. In this perspective, a literature review was carried out, whose objective is to carry out a broad discussion on the topic treated in the form of a debate between the authors consulted, making a critical and reflexive analysis of their ideas opinions and attitudes. From this perspective, it was noticed that social media is not only a fundamental dissemination tool in the promotion of different institutions, but also one of the innumerable means that can be used in the classroom

---

<sup>1</sup> Graduando em Administração pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) – Campus VII/ Patos-PB  
E-mail: [sinedsb@hotmail.com](mailto:sinedsb@hotmail.com)

<sup>2</sup> Professora orientadora, mestre em Letras pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN)  
E-mail: [geilmalucio@gmail.com](mailto:geilmalucio@gmail.com)

to improve the student's intellectual development, thus contributing to that it can achieve its academic objectives, thus contributing to the reduction of school dropout in the country.

**Keywords:** School Evasion. Social media. Marketing. Basic education.

## INTRODUÇÃO

A humanidade tem avançado cada vez mais em termo de comunicação, principalmente na área da informação. É notável o processo de transformação causado pelas tecnologias de informação na sociedade contemporânea. Suas mudanças vêm transformando o cotidiano de muitas pessoas, bem como suas relações sociais.

No que diz respeito à educação, também se faz necessário o acompanhamento dessas mudanças tecnológicas no âmbito educacional. A tecnologia, desse modo, pode ser um meio de ajudar no processo de ensino-aprendizagem, uma vez que ela torna a escola atrativa para o aluno que se encontra sem estímulo para continuar no ambiente escolar.

Sabe-se que as instituições escolares nos dias atuais passam por uma imensa dificuldade no que diz respeito ao controle da Evasão Escolar — abandono do aluno durante o ano letivo. Problema esse que deriva de alguns fatores tais como: desinteresse do aluno, problemas financeiros, priorização do trabalho, entre outros.

Em meio a tantos agravantes que ocasionam a Evasão Escolar, o uso mais frequente das tecnologias na educação torna-se praticamente indispensável, pois podem ser uma ferramenta importante para auxiliar e ajudar os gestores e educadores no combate ao desinteresse do aluno no que se refere à educação.

Diante de tal realidade, este trabalho buscou analisar como as mídias sociais pode diminuir a evasão escolar no Ensino Básico. Para tanto, foi estabelecido como objetivo específico: Detectar as possíveis causas da evasão escolar no Ensino Básico; Apresentar a importância das mídias sociais no mundo atual; Discutir como o uso das novas tecnologias por meio das mídias sociais pode contribuir frente a esta problemática que é a evasão escolar no Ensino Básico nos dias atuais.

As mídias sociais se configuram como um conjunto de estratégias de Marketing e Comunicação no ambiente virtual. O intuito dessa prática é gerar novos negócios, criar e desenvolver relacionamentos mais próximos, divulgar e solidificar a identidade de marcas, negócios, projetos ou pessoas de maneira mais ágil e assertiva.

Desse modo, em um mundo cada vez mais informatizado, o ingresso de tecnologias no âmbito educacional torna-se quase que inevitável, posto que os agentes educacionais (gestores, professores e alunos) podem e devem fazer seu uso (aulas dinâmicas e interativas, por exemplo) para que os educandos consigam obter êxito na vida acadêmica.

Nesse sentido, este estudo mostra-se benéfico, pois apresentará questões de ampla relevância em uma discussão acerca da utilização das ferramentas das mídias sociais. Também discutirá sobre as diversas estratégias que o sistema educacional pode inserir na educação para promover um ensino qualidade e eficiente.

Na sala de aula, diferentes estratégias e atividades pedagógicas podem ser implementadas com a utilização de recursos de mídias sociais, como o uso das redes sociais, de chats, fóruns, espaços para compartilhamento de projetos, ferramentas disponibilizadas por aplicativos como forma de construção coletiva de conhecimentos, entre outros. Tudo isso com a utilização de meios tecnológicos que possibilitam a interação entre alunos e o meio educacional (diretores, professores, pais, entre outros) por meio de ambientes virtuais de aprendizagem que colaboram com a prática do conhecimento.

Dentro dessa perspectiva, a pesquisa aqui apresentada trata-se de uma revisão de literatura a qual tem por objetivo realizar uma ampla discussão sobre o tema tratado na forma de um debate entre os autores consultados, fazendo uma análise crítica e reflexiva de suas ideias opiniões e posturas. (FREITAS; PRODANOV, 2013). Para isso, buscou-se por intermédio de pesquisas de diferentes autores que abordam questões sobre a Evasão Escolar, bem como autores que veem nas mídias sociais meios de reduzir tal problema enfrentados nas escolas, principalmente no Ensino Básico.

Sendo assim, percebe-se que as mídias sociais além de ser fundamental na promoção da escola por meio de suas ferramentas de divulgação, ele pode ser utilizado na sala de aula como forma de melhorar o desenvolvimento intelectual do aluno, contribuindo para que eles consigam alcançar seus objetivos acadêmicos e, conseqüentemente, diminuir a evasão escolar no país.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 AS POSSÍVEIS CAUSAS DA EVASÃO ESCOLAR**

Atualmente, a evasão escolar se configura como um dos maiores problemas enfrentados, principalmente, pelas escolas públicas de nosso país. Tal realidade se caracteriza

quando o aluno deixa de frequentar as aulas e, conseqüentemente, abandona a vida escolar durante determinado período letivo.

Para Queiroz (2011), a evasão escolar “não é um problema restrito apenas a algumas escolas, mas é uma questão nacional que vem ocupando relevante papel nas discussões e pesquisas educacionais no cenário brasileiro”. Assim, pode-se notar que não se trata apenas de uma questão exclusiva das instituições escolares, mas também um problema relacionado à família e à sociedade.

A Educação escolar pode ser compreendida como uma prática que tem a possibilidade de criar condições para que todos os alunos desenvolvam suas capacidades e aprendam os conteúdos necessários para construir instrumentos de compreensão da realidade e de participação em relações sociais, políticas e culturais diversificadas cada vez mais amplas. Condições estas fundamentais para o exercício da cidadania na construção de uma sociedade democrática e não excludente.

Sob essa perspectiva, a escola representa, portanto, um equipamento social de promoção da educação e por isso deve estar vinculada ao mundo do trabalho e a prática social, assim como estabelecido na LDB, no seu art. 1º, o qual diz que:

“A educação abrange os processos formativos que se desenvolvem na vida familiar, na convivência humana, no trabalho, nas instituições de ensino e pesquisa, nos movimentos sociais e organizações da sociedade civil e nas manifestações culturais.” (BRASIL, 1996).

Neste contexto, o ambiente educacional deve priorizar a formação dos sujeitos para a cidadania e desta forma norteá-los acerca dos seus direitos e deveres; edificando-os enquanto sujeitos sociais para que se sintam estimulados a buscar formas de superação da desigualdade e exclusão social e assim tornarem-se sujeitos autônomos.

Em tal contexto, parafraseando o pensamento de Santos Filho (2016), para que a escola possa viabilizar uma prática coerente com sua função social, é necessário que estabeleça metas que integrem aspectos pedagógicos, administrativos e financeiros para a realização de seu projeto educativo.

Ora, preocupa-se neste contexto em construir um melhor projeto político pedagógico específico de cada escola, pois as demandas atuais de metodologias não atendem em grande escala o público das escolas nacionais. Ainda hoje, pode-se notar metodologias de ensino utilizadas pelos professores na década de 70, por exemplo. Métodos esses, muitas vezes,

ditatoriais nos quais não possibilitavam aos alunos espaço para modificações ficando estes subordinados a um conhecimento passivo e repetitivo.

É fundamental, portanto, que os fatores que influenciam na incidência e na manutenção de tais problemas em ambiente escolar sejam diagnosticados e tratados para que cada vez mais jovens concluam a educação básica. Alcançar sucesso nestes níveis de ensino não é a realidade de todos que adentram a escola, muitos desistem ao longo do caminho por diferentes situações que envolvem causas pessoais, sociais ou educacionais.

Assim, a evasão é um fenômeno complexo e multicausal, atrelado a fatores pessoais, sociais e institucionais, que podem resultar na saída provisória do aluno da escola ou na sua saída definitiva do sistema de ensino. Esse problema deve ser analisado por perspectivas diversas, tais como a perspectiva da escola, do sistema de ensino e do indivíduo.

Argumenta-se também que outros aspectos, tais como o convívio familiar conflituoso, a má qualidade do ensino são todos considerados partes integrantes e comuns da evasão escolar. É válido dizer que a evasão está relacionada não apenas à escola, mas também à família, às políticas de governo e ao próprio aluno.

A evasão escolar vem, portanto, ocupando relevante papel nas discussões e pesquisas educacionais no cenário brasileiro, assim como as questões do analfabetismo e da não valorização dos profissionais da educação, expressa na baixa remuneração e nas precárias condições de trabalho. Devido a isso, educadores brasileiros, cada vez mais, vêm preocupando-se com as crianças que chegam à escola, mas que nela não permanecem.

De acordo com Oliveira (2012), os motivos para o abandono escolar podem ser ilustrados a partir do momento em que o aluno deixa a escola para trabalhar; quando as condições de acesso e segurança são precárias; os horários são incompatíveis com as responsabilidades que se viram obrigados a assumir; evadem por motivo de vaga, de falta de professor, da falta de material didático; e também abandonam a escola por considerarem que a formação que recebem não se dá de forma significativa para eles.

Doutra forma, Shirasu e Arraes (2014) explanam que o abandono e a evasão escolar alicerçam-se em múltiplos fatores, interligados e combinados, tendo no sistema educacional brasileiro uma de suas principais falhas, devido à ineficiência dos gastos públicos com a educação.

Continuando com a mesma linha de pensamento, Digiácomo (2011) afirma que as causas da evasão escolar vão desde a necessidade de trabalho do aluno como forma de complementar a renda da família, até a baixa qualidade do ensino, que desestimula aquele a

frequentar as aulas. Nessa perspectiva, é primordial o papel do diálogo entre os sujeitos envolvidos na formação escolar, principalmente o diálogo em sala de aula.

Assim, Marchese e Pérez (2004) confirmam a importância do diálogo em sala de aula, para os autores é ele que vai permear toda a relação professor e aluno e, por conseguinte, interferir positivamente no aprendizado do aluno.

Os autores ainda destacam algumas ações que podem auxiliar no combate ao abandono e a evasão escolar, tais como: Propiciar ao aluno experiências positivas que melhorem sua autoestima e o revigorem para manter o esforço em tarefas posteriores, ou seja, é necessário que o professor ajuste a tarefa às possibilidades de cada um e mantenha expectativas positivas para a aprendizagem de todos os seus alunos.

Em outro pensamento sobre o tema em discussão, vê-se a preocupação de Ferreira (2001), Verhine e Melo (2008) e Silva (2010), no fato de que a evasão escolar possui diversas causas e está relacionada tanto a fatores internos à escola, como professores despreparados, má qualidade de ensino, falta de material didático, metodologias inadequadas, entre outros motivos; quanto à questões externas ao espaço escolar, como a necessidade de o aluno trabalhar para garantir o seu sustento ou o sustento familiar, a relação familiar, o desinteresse do próprio estudante, o ingresso do aluno na criminalidade, entre outros problemas.

Outra causa de evasão está relacionada ao contexto individual ou familiar dos alunos, ou seja, as dificuldades financeiras e familiares; afastamento da família; problemas de saúde (pessoal ou familiar); gravidez; uso de drogas. Também são destacados fatores ligados a trabalho: ingresso no mercado de trabalho e incompatibilidade do horário de trabalho e estudo. Estes últimos fatores podem ter relação com a situação socioeconômica individual ou familiar, que exige, muitas vezes, a entrada precoce dos jovens no mundo do trabalho.

Há de se pensar que a própria pobreza pode ser um fator de evasão escolar. Deste modo:

A pobreza - uma das manifestações de desigualdade da questão social – é um fenômeno mundial. De acordo com o Relatório da Organização Internacional do Trabalho - OIT -, apresentado “em sua conferência anual de junho/2003, em Genebra, no mundo há cerca de três bilhões de pessoas vivendo com menos de US\$ 2 por dia. Nos países em desenvolvimento, quase um quarto de toda a população sobrevive com menos US\$ 1 por dia” (PINHO, 2004, p. 9).

Nesse sentido, percebe-se que a evasão escolar também se configura como um problema social, visto que suas consequências levam o aluno a exclusão social. É, portanto, uma forma de violência contra nossos alunos, uma violência simbólica, sutil e invisível, onde a

própria escola brasileira poderia assumir uma maior parcela de responsabilidade em fazer com que o aluno permaneça na referida escola.

Diante de tal realidade, a educação no país precisa, urgentemente, de buscar meios que estimulem os alunos a permanecerem nas escolas para que os mesmos consigam melhorar de vida. Para Siqueira e Wechsler (2006, p.22), a questão motivacional talvez explique porque alguns alunos são mais interessados do que outros, isto é, apresentam comportamentos adequados, adquirindo novas capacidades e desenvolvendo todo o seu potencial, enquanto que outros parecem pouco interessados, muitas vezes fazendo as atividades por obrigação.

Uma das maiores dificuldades enfrentadas pelos professores, é a de ensinar àqueles alunos que não querem aprender e com pouca motivação para as tarefas escolares. Sua presença na escola aparentemente se explica apenas pela pressão dos pais, pela responsabilidade da escola ou porque os alunos ainda não decidiram abandonar totalmente as salas de aula.

Segundo Moyses (2015, p.41), a motivação é essencial para que aconteça a aprendizagem:

Voltando nosso olhar para a aprendizagem escolar, compreendemos que a motivação é um elemento indispensável para que haja aprendizagem, uma vez que quando os alunos estão motivados eles sentem a necessidade de aprender o que está sendo ensinado.

A motivação é, portanto, um dos fatores decisivos no processo de aprendizagem, onde sem o mesmo dificilmente o aluno conseguirá absorver os conteúdos, pois não haverá interesse em aprender o que está sendo ensinado. Assim, o processo de aprendizagem requer várias exigências do sujeito para que possa ocorrer aprendizagem, tais como: capacidade sensorial e motora, ter conhecimento prévio relativo ao objeto, acesso ao objeto de conhecimento (informação nova), agir sobre o objeto e expressar-se sobre ele.

No entanto, um problema preocupante que vem se alastrando pelas escolas, é a falta de interesse dos alunos em apreender e compreender o que os professores tentam ensinar em suas aulas, e essa falta de interesse recebe o nome de desmotivação ou falta de motivação.

É necessário propor um trabalho que se desenvolva na busca pelo resgate desses alunos, segundo IRINEU (2009) isto só ocorre por meio da relação com o conhecimento e que esse conhecimento deve ser construído socialmente, sem rigidez ou autoridade, procurando assim propiciar ao aluno um ambiente adequado para a formação de indivíduos com personalidades autônomas e espírito cooperativo.

Diante dessa explanação sobre as motivações e consequências da evasão escolar, enxerga-se a necessidade de uma metodologia inovadora e de grande importância para o desenvolvimento do processo ensino-aprendizagem do aluno, tornando-os cidadãos críticos e pensantes, bem como construtores ativos na sociedade em que estão inseridos.

Sendo, assim, é preciso tornar o processo ensino aprendizagem voltado para a realidade da comunidade escolar, onde prevaleça o desenvolvimento de atividades que possibilitem o pensar e o aprender valorizando o conhecimento do aluno, além de incentivar a participação familiar na escola e implementar projetos e capacitações.

Acredita-se, portanto, que uma maneira de amenizar o problema da evasão e suas consequências seja a utilização de uma boa divulgação de elementos que valorizem a educação, tais como: divulgação por parte da escola da relação de alunos que obtiveram êxito no ENEM em determinado ano, para servir de estímulo para os demais alunos que prestarão o exame nos anos seguintes; divulgação nas mídias (rádio, redes sociais, site da escola) dos prêmios obtidos pela escola, professor ou aluno, buscando valorizar cada vez mais a educação.

## 2.2 MARKETING DIGITAL E AS MÍDIAS SOCIAIS

O marketing é uma função organizacional e um conjunto de processos que envolvem a criação, a comunicação e a entrega de valor para os clientes, bem como a administração do relacionamento com eles, de modo que beneficie a organização e seu público interessado. (KOTLER; KELLER, 2006).

Segundo Cobra (2003) marketing define-se como um processo na sociedade pelo qual a estrutura da demanda para bens econômicos e serviços é antecipada ou abrangida e satisfeita através da concepção, promoção, troca e distribuição física de bens e serviços.

Marketing, portanto, pode-se ser entendido como o conjunto de estratégias, técnicas e práticas que tem como principal objetivo agregar valor às determinadas marcas ou produtos a fim de atribuir uma maior importância aos mesmos para um determinado público-alvo, os consumidores.

As ações de marketing só obtêm sucesso quando todos os departamentos da empresa trabalham juntos para atingir as metas, é necessário criar valor para o cliente, satisfazendo-o. Para satisfazer e superar as expectativas dos clientes é imprescindível que as empresas mudem constantemente e com rapidez. (KOTLER; KELLER, 2006).



Buscando um melhor desempenho no mercado, as empresas trabalham o marketing a partir do planejamento e gerenciamento do chamado Mix de Marketing: produto, preço, praça/distribuição e promoção, que para Giuliani (2003) é um conjunto de ferramentas utilizado pelas empresas e instituições para atingir seus objetivos e suas metas no mercado alvo.

Conforme Ambrósio e Siqueira (2002, p. 04), “cada vez mais, marketing representa uma filosofia empresarial cujo foco é a satisfação das expectativas dos consumidores, com o objetivo de gerar resultados positivos para a organização”. Ou seja, o marketing é considerado um conjunto de técnicas destinadas para a maximização da felicidade das pessoas, onde a empresa busca satisfazer suas necessidades e desejos, trazendo um retorno à organização.

A Era da Informática na qual vivemos tem exigido cada vez mais a inovação tecnológica e adequação aos recursos disponíveis pela era digital. Desse modo, o Marketing Digital não é um novo negócio, ele é uma estratégia de agregar, de impulsionar seu negócio, sua empresa.

Ao utilizar as ferramentas apresentadas pelo Marketing Digital, o resultado tem que ser sempre um custo menor. Assim, o conceito de marketing digital está diretamente voltado às ações desenvolvidas na parte de comunicação que as empresas utilizam através de internet (bem como em outros meios digitais de comunicação) para promover e comercializar produtos/serviços.

Em outro contexto, utiliza-se do Marketing Digital na prospecção de aumento de rede de relacionamentos, oportunizando relação franca e recíproca entre empresas e clientes e para conquistar novos clientes. Desta feita, isso se torna a forma mais eficiente de chegar ao consumidor final.

O Marketing Digital é um segmento de impulsionar suas vendas com auxílio das tecnologias disponíveis em seu contexto empresarial. A internet, por exemplo, é uma ferramenta fundamental de marketing, que envolve publicidade, propaganda e toda estratégia de comunicação através de redes sociais, mídias, entre outros, visando a comunicação de forma rápida e eficiente.

Assim, o Marketing Digital quando bem elaborado, traz resultados surpreendentes para empresa que deseja destacar-se no mercado virtual. Tais resultados são oriundos das diversas ferramentas que a internet vem a oferecer: Loja Virtual, Site de Compras Coletivas, E-Mail Marketing, entre outros.

- **Loja virtual:** designa uma página na Internet com um software de gerenciamento de pedidos (carrinho de compras ou cesto de compras) na qual empresas oferecem e vendem seus produtos. Os clientes acessam o site, escolhem os produtos para aquisição e recebem estes

produtos em casa. Para ser caracterizada como loja virtual, o site deve ter todo o processo feito pela internet, desde a escolha dos produtos até o pagamento.

- **Site de compra coletiva:** é um tipo de *site* que oferece produtos e serviços com descontos que podem chegar até a 90% do valor normal de mercado, proporcionando ao vendedor um número maior de negociações em um curto período de tempo.
- **E-mail marketing:** é considerado o canal com maior retorno sobre investimento. Ele é ótimo para as empresas se relacionarem de um jeito mais próximo com seu público para a divulgação de ofertas, avisos importantes e confirmação de compras.

Com o rápido crescimento de usuários ativos na internet nos últimos anos, as empresas buscaram no meio digital novas formas para a sua mensagem chegar aos clientes de forma mais eficiente. O marketing digital então surgiu como uma técnica de negócio como uma nova forma de estreitar o relacionamento entre os consumidores e as empresas com uma maior flexibilidade.

Alguns aplicativos do Facebook, por exemplo, foram projetados especificamente para construir laços entre os usuários que compartilham um interesse ou atividade comum. Os usuários podem participar de grupos que já existem ou criar novos com base em seus interesses com facilidade. Por um clique de um botão, os grupos podem se tornar privado e até mesmo secreto.

Uma vez que um membro do Facebook é parte de um grupo, uma variedade de opções é possível para a partilha de pontos de vista, ideias, temas e engajamentos em discussões virtuais. Além disso, qualquer membro do “grupo” tem a capacidade de entrar em contato com outros colegas em uma variedade de formas através da aplicação de grupo, ou de uma forma mais convencional, utilizando o aplicativo de mensagens (se colegas ter adicionado previamente por escolha uns aos outros como amigos) para escrever sobre sua parede ou para enviar um e-mail privado.

Nota-se a imensa facilidade na divulgação de determinada informação, fazendo com que essa ferramenta seja de fundamental utilização para as empresas ou instituições divulgarem seus produtos e serviços. Sem falar na quantidade de usuários de diferentes faixas etárias que utilizam essa ferramenta.

Outra ferramenta bastante utilizada atualmente para divulgar produtos e serviços é o Instagram. Ele foi criado por Kevin Systrom, empreendedor e engenheiro de software norte-americano, conhecido como o co-fundador do Instagram e Mike Krieger, engenheiro de software e empresário brasileiro e co-fundador do Instagram, e lançado em outubro de 2010. O serviço rapidamente ganhou popularidade e hoje é um dos meios mais utilizados para promover marcas, produtos e serviços.

Percebe-se, portanto, que o uso das redes sociais é uma das melhores maneiras de fazer com que as empresas ampliem a visibilidade de seus produtos e serviços. Elas são canais únicos, pois permitem o compartilhamento de ideias e conteúdo em um ambiente perfeito para a troca de informações com os clientes.

A internet tem um papel importante na aproximação das empresas com seus clientes. Kotler e Armstrong (2007, p. 444) afirmam que “grande parte dos negócios no mundo de hoje em dia é conduzida por meio de redes digitais que conectam pessoas e empresas”. Para Palfrey e Gasser (2011), os negócios eletrônicos podem ser feitos com mais rapidez, cobrindo distâncias maiores com menos capital para iniciar e movimentar as empresas.

Portanto, o marketing digital se configura no mundo atual como uma das estratégias mais importante para qualquer tipo de empresa ou instituição, pois além de contribuir para o crescimento dos produtos e serviços da empresa, atrai mais consumidores, se comunica com eles, cria um relacionamento mais próximo e, principalmente, constrói uma identidade de peso no mercado.

O Marketing digital pode também ser relacionado à educação pública com o propósito de melhorar a imagem das unidades escolares e chamar atenção dos alunos e pais para melhoramento da qualidade da educação ofertada. Ao se partir da ideia de que Marketing é relacionamento, percebemos que essa direção está intimamente ligada às demandas escolares da Educação Básica brasileira a qual, segundo o documento de introdução aos PCNs, deve incentivar “o desenvolvimento de trabalhos que contemplem o uso das tecnologias da comunicação e da informação” (BRASI, 1998, p.10). Nessa perspectiva, o Marketing digital pode ser utilizado como forma de diminuir a evasão escolar na educação básica ao propor uma aproximação das partes que compõem a comunidade escolar e melhores metodologias de ensino.

### 2.3 EVASÃO ESCOLAR X APLICABILIDADE DAS MÍDIAS SOCIAIS

É impossível pensar em um empreendimento de sucesso que não tenha presença marcante na internet. Muitas vezes o marketing via internet é muito mais eficiente e lucrativo que as ações de marketing tradicional. Se a intenção não é a venda direta, no mínimo a empresa se torna mais conhecida, fortalece sua marca entre os consumidores e pode inclusive se tornar referência no seu segmento.

Em um mundo cada vez mais conectado à internet, é impensável não investir em uma estratégia de Marketing Digital independente do que se pretende trabalhar. Mais do que

administrar a presença online das marcas, o marketing digital é um conjunto de técnicas elaboradas e executadas através de mídias digitais, que busca fixar e expandir uma marca, gerar novos negócios e construir um relacionamento com seu público-alvo.

Sabendo disso e tendo em vista a grande dificuldade de algumas instituições de ensino, principalmente no Ensino Básico, o marketing digital se apresenta como um forte aliado no combate a tal realidade do sistema educacional, já que possui uma grande variedade de ferramentas que podem ajudar a promover e melhorar o ensino e a maneira de o aluno ver a escola nos dias atuais.

Atualmente, é notável que toda empresa ou instituição que pretende expandir seus produtos e serviços tende a investir fortemente em marketing. Afinal, não tem como um produto ou serviço chegar ao conhecimento das pessoas sem qualquer tipo de propaganda. A propaganda pode ser definida como ações de atividades ideológicas que tendem a influenciar o homem com objetivo político, cívico ou religioso (GONÇALEZ, 2009, p. 7).

Muitas instituições educacionais não usam desse meio para promover seu ensino e sua influência na sociedade. A escola quando é bem aceita pela sociedade, seus alunos também são bem aceitos. Quem nunca ouviu a expressão: “quem faz a escola é o aluno”? Então, se escola não se valoriza, os alunos também estão sendo desvalorizados. Por isso, muitas vezes, o aluno costuma sair de uma escola, pois não se sentem valorizados. Acredita-se que tal fato aconteça principalmente em instituições públicas, pois a evasão nesse caso é gritante segundo os últimos dados.

Desta feita, as escolas poderiam usar as redes sociais, o próprio site da escola (já que quase todas possuem, mas poucas utilizam) ou outros meios para promover e valorizar a própria instituição e seus componentes (professores, alunos, entre outros). Poderiam divulgar nas mídias (rádio, redes sociais, sites) o crescimento da escola como o crescimento dos índices de aprendizagem.

Segundo estudo realizado por Gonçalves (2014) sobre o marketing de relacionamento voltado para as escolas públicas no Estado de São Paulo-SP na escola Arnaldo Laurindo Professor (situado na zona sul de São Paulo-SP), após o uso do marketing a referida escola ganhou mais visibilidade e credibilidade perante a sociedade.

Outra forma de utilizar o marketing digital em prol da educação e no combate à evasão, é utilizar de aplicativos e mídias digitais em geral para tornar as aulas mais dinâmicas e menos monótonas já que muitas vezes o aluno não se sente atraído pela metodologia tradicional (quadro e giz) de ensino apresentado pelos professores fazendo com que muitos desistam de estudar por achar o estudo algo chato e desinteressante.

O uso da tecnologia em sala de aula contribui de forma positiva no processo de aprendizagem do aluno. Podemos citar, por exemplo, uma pesquisa realizada por Silva, Trajano e Lima (2015), estudaram sobre “O uso da tecnologia digital Smartphone no processo educativo” e diagnosticaram que o uso dessa tecnologia nas aulas de geografia contribuíram para um melhor desempenho intelectual dos educandos.

O smartphone era um dos recursos utilizados para fazer anotações, gravações e organização de conteúdo, criação e edição de posters, vídeos, materiais multimídia, consulta e estudo em livros e apostilas digitais, acesso ao ambiente virtual de aprendizagem para publicar trabalhos, resolver exercícios online, consultar materiais disponíveis, construção e edição de textos online, debate de ideias, compartilhamento de arquivos diversos, acesso à Internet para pesquisa, entre outras utilidades. Segundo eles, os smartphones podem ser utilizados como uma tecnologia digital na educação, pois o aparelho viabiliza positivamente uma maior motivação em aprender, melhorar o comportamento e obter bons resultados em avaliações dos alunos.

Pode-se notar que o uso das tecnologias promove resultados positivos na construção do saber no ensino-aprendizagem. Além de tornar as aulas mais atraentes aos olhos dos alunos, também é um método que estimula diversos aspectos do processo de aprendizagem, traz ludicidade, alegria e prazer.

É importante que o uso das mídias digitais se incorpore mais a vida cotidiana, pois muitas vezes os estudantes precisam da tecnologia para coleta de informações, para se manter atualizado sobre as preocupações sociais e as questões nacionais, para a comunicação interpessoal e também como uma maneira de aprender.

Segundo Cagliari (1988, p.35) ao esclarecer algumas questões referentes aos processos de ensinar e aprender:

Ensinar é preciso, mas como um ato propiciador para tornar a aprendizagem um caminho suave. Uma criança não se alfabetiza por uma determinação de sua própria natureza humana, embora tenha capacidade para realizar essa tarefa. É preciso um interventor que aproveite essa capacidade e dê a ela as condições de operar e construir os conhecimentos necessários para a aquisição do saber nas suas diferentes formas. Sem a ajuda externa, sozinho, ninguém se alfabetiza.

Percebe-se a necessidade de um interventor na aprendizagem dos indivíduos, bem como as condições necessárias para que o aprendizado se concretize. Essas condições podem ser facilitadas na escolha de tecnologias que possibilitem maior interação entre seus agentes.

As tecnologias costumam ser ótimos meios de mediação de aprendizagem que colaboram com a prática do conhecimento. Tal mediação acontece por chats, fóruns, espaços para compartilhamento de projetos, ferramentas disponibilizadas por aplicativos, ou redes sociais que estejam ligadas a construção do conhecimento.

O Facebook, por exemplo, pode ser utilizado como uma nova proposta que se baseia, entre outras coisas, em aprender um com o outro, ou seja, aprender a conviver virtualmente, em um processo interativo. Essa rede social pode facilitar o processo de ensino-aprendizagem por meio de interações, aplicativos incentivando e motivando o estudante no seu processo de busca pelo conhecimento.

Uma pesquisa realizada por Bezerra e Brito (2013), cujo título era: “Redes Sociais como ferramenta pedagógica: O caso do projeto e-Jovem” constataram que através do Facebook, os educandos podem postar fotos, vídeos, compartilhar notícias interessantes, criar eventos, grupos de discussão sobre as aulas vistas e páginas pessoais. Outra característica dessa rede é que os usuários podem se comunicar através de bate-papo, mensagens pessoais, mensagens no mural, ou “cutucadas”. O Facebook permite também separar os amigos em listas, podendo cada lista ter configuração de visualização e privacidade diferentes.

O Facebook pode ser uma excelente ferramenta educacional, uma vez que muitos estudantes já estão cadastrados na rede e se sentem confortáveis com o ambiente. Os educadores podem usar essa ferramenta para estimular a participação dos alunos dentro e até fora da escola. Através dessa rede social é possível também promover uma maior interação entre professor-aluno e aluno-aluno.

Considerando esta possibilidade, Behrens (2005, p.68) comenta que:

O processo de mudança paradigmática atinge todas as instituições e em especial a educação e o ensino em diversos níveis inclusive e principalmente nas Universidades. O advento dessas mudanças exige da população uma aprendizagem constante. As pessoas precisam estar preparadas para aprender ao longo da vida podendo intervir, adaptar-se e criar novos cenários.

Portanto, pode-se ver que as tecnologias podem contribuir para o trabalho do docente, mostrando a importância dos recursos didáticos utilizados em sala de aula e sua contribuição para o processo de ensino e aprendizagem. Diante disso, é importante que o professor conheça bem os aplicativos que irão facilitar sua prática pedagógica, principalmente em sala de aula.

Sendo assim, os aplicativos podem trazer a educação elementos de subjetividade bem mais atrativos do que os meios utilizados hoje nas salas de aula. Podemos citar, por exemplo,

um exercício em tempo real, trazendo assim, um novo olhar sobre sua prática em sala de aula.

Esses tipos de atividades refletirão nas formas organizativas de cada aluno, pois dependendo dos recursos, poderão favorecer a dinâmica entre aluno e professor e promoverão uma perspectiva de evolução da informação e conhecimento de forma positiva por meio dessa ferramenta utilizada no processo de ensino-aprendizagem no cotidiano.

Para Kneller (2006, p. 58), a educação “diz respeito a qualquer ato ou experiência que tenha um efeito formativo sobre a mente, o caráter ou a capacidade física do indivíduo”, já Aranha (2004, p. 65) destaca a educação, em um sentido mais amplo, quando afirma que ela contempla o desenvolvimento integral do homem, sob aspectos físicos, intelectuais e morais.

É pertinente pensar, portanto, como fomentar nas escolas mecanismos capazes de desenvolver no aluno motivação pela educação continuada, a partir de um ambiente interessante e dinâmico que proporcione ao aluno a busca pelo saber de forma contínua, bem como o aprimoramento de suas competências e habilidades.

O uso das redes sociais como forma de melhorar o ensino-aprendizagem nas aulas já que a tecnologia tem muito para oferecer. Embora as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) tenha ainda que serem vistas como um componente importante de Ensino Superior e demais modalidades educacionais.

Para Chun (2014), a Comunicação Mediada por Computador (CMC) pode modificar positivamente modelos centrados no professor de interação na sala de aula e incentivar os alunos a interagir uns com os outros e confiar como uma consequência integração. Além disso, Chun (2014) e Warschauer (2016) relataram benefícios para os alunos tímidos e introvertidos. A falta de amigos, o pouco contato com pessoas também são fatores que proporcionam a saída de muitos alunos das escolas, pois muitos se sentem isolados num ambiente que deveria ser acolhedor.

Assim, ambientes CMC ajudam a nivelar o campo de Aprendizagem e permitem que os alunos tímidos tenham um ambiente confortável no qual possam fazer suas contribuições. Esta igualdade de condições não apenas promove a aprendizagem centrada no aluno, mas também incentiva a construção da comunidade. Como Knobel et. al. (2018, p. 41) afirmam:

"É importante reconhecer que as redes de aprendizagem são muito mais que meras infraestruturas: eles também são relacionamentos. O que faz para uma rede de computadores é tanto a existência de hardware e software ligados entre si, e a "união" de pessoas em relacionamentos de aprendizagem mediadas pela rede de infraestrutura".

Hoje, as redes de aprendizagem referenciados por Knobel e seus colegas tomaram a forma de Comunidades de Redes Sociais (CRS). Facebook, Instagram, Whatsapp são grandes CRS e alguns dos locais de mais rápido crescimento e mais conhecidas na Internet hoje.

Deste modo, o ensino via redes sociais pode ser uma dinâmica motivadora. Mesclam-se nas redes informáticas – na própria situação de produção de conhecimento – autores e leitores, professores e alunos. As possibilidades comunicativas e a facilidade de acesso às informações favorecem a formação de equipes interdisciplinares de professores e alunos, orientadas para a elaboração de projetos que visem a superação de desafios ao conhecimento; equipes preocupadas com a articulação do ensino com a realidade em que os alunos se encontram, procurando a melhor compreensão dos problemas e das situações encontradas nos ambientes em que vivem ou no contexto social geral da época em que vivemos.

Administradores, professores e formuladores de políticas precisam reconhecer e aceitar essa evolução significativa nas normas de comunicação sociais, porque as inovações tecnológicas que fundamentam estas mudanças não podem ser ignoradas.

Os educadores precisam se adaptar a sua postura pedagógica para incorporar as ferramentas úteis e versáteis que vão melhorar a qualidade de suas salas de aula, orientar os alunos para utilizar várias ferramentas eletrônicas para fins acadêmicos, criar um ambiente dinâmico de aprendizagem e promover o pensamento crítico, autêntico e de oportunidades de ligações mais profundas com a cultura da Web. As tecnologias de comunicação são a forma do presente e do futuro e, como Prensky (2007) observou, o século XXI será caracterizado por enormes mudanças tecnológicas ainda mais exponenciais.

Além disso, para Prensky (2006), os alunos estão totalmente engajados na tecnologia do século XXI, portanto, é razoável supor que eles vão rapidamente tirar proveito de tais oportunidades para colaborar e desenvolver uma interdependência mútua. Os educadores precisam capitalizar o fato de que a internet já é uma parte integrante da rotina de muitos dos alunos.

Assim, se os educadores decidirem prestar orientação aos alunos a usar um tal site será um trunfo inestimável para a sua experiência educacional e social. Reconhecimento das possibilidades acadêmicas que a CRS oferece é importante para professores e alunos iguais. Os estudantes devem estar cientes do potencial de aprendizagem autônoma e a flexibilidade de tempo e lugar que sites oferecem e adicionar a sua rotina e experiência de aprendizagem.

A promoção de uma comunidade de aprendizes é extremamente útil, pois muitas vezes impacta positivamente a aprendizagem afetiva e motivação dos alunos, sendo um forte componente de sucesso em salas de aulas.



O método de ensino necessariamente precisa de ferramentas modernas para a contribuição da informação em tempo real a alunos de diversas faixas etárias, a proposta é o uso de aplicativos interativos para melhoramento do conteúdo proposto em sala de aula e fora dela. A comunicação e o desenvolvimento de técnicas e abordagens para exploração do conhecimento por meio de redes sociais devem ser vistos de forma bastante útil e não como um obstáculo, pois se trata de uma ferramenta de ampliação de aprendizagem e conhecimento de um todo.

A tecnologia é uma parte inerente das atividades diárias dos nossos alunos. Dessa forma, ela pode ser também uma parte integrante do Ensino. Nessa perspectiva, muitas faculdades estão discutindo como ajustar práticas pedagógicas para refletir as normas e expectativas de alunos de hoje.

Como educadores, é essencial tirar proveito dessas ferramentas tecnológicas para melhorar a educação, a linguagem autônoma e abandonar nossas zonas de conforto. Este recurso permite maior velocidade na transmissão das informações e dos conteúdos, facilitando o uso das redes sociais como distribuidor de conhecimento, ampliando as dimensões do uso desta rede social na educação. Ela conta com uma infinidade de aplicativos que satisfazem diversas áreas de interesse, inclusive a educação.

Pode-se se dizer, portanto, que o marketing digital pode ser usado na promoção da escola para melhorar sua imagem e proporcionar ferramentas pedagógicas que agreguem incentivo aos estudantes, contribuindo assim de forma significativa para a diminuição da evasão escolar no Ensino Básico.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Diante da grande dificuldade que as instituições escolares enfrentam com o caso da evasão escolar no Ensino Básico e perante o desenvolvimento tecnológico vivenciados no mundo contemporâneo, o presente artigo teve por finalidade relatar como o as mídias sociais através do Marketing digital pode contribuir na diminuição da evasão escolar.

Viu-se que as razões pela qual o aluno deixa de frequentar as aulas são várias. Contudo, podem ser adotadas algumas medidas utilizando-se das ferramentas das mídias sociais para diminuir ou até mesmo conter tal problema. Assim como a tecnologia avança em termos de desenvolvimento, é essencial que também as instituições educacionais acompanhem tal desenvolvimento.

As mídias sociais é um importante meio para promoção escolar. A partir dele, as escolas podem ganhar um “novo olhar” perante a sociedade e, principalmente, dos alunos. As escolas não podem ser vistas como um lugar meramente “chato” ou de passatempo, mas como um ambiente que forma cidadãos para uma formação acadêmica e, principalmente, para a vida.

Além disso, as mídias sociais contribui também, por meio de suas ferramentas, para aproximar gestão, pais, alunos e todo sistema educacional, mostrando que a educação não se resume a sala de aula apenas, mas tarefa e participação de todos, onde cada um é importante e indispensável.

Observou-se também que existe diversas formas de utilizar as ferramentas proporcionada pelo marketing digital para promover a educação e, conseqüentemente, ajudar o aluno a finalizar seus estudos. Como por exemplo, tornar as aulas mais interativas e dinâmicas por meio de aplicativos que promova um aprendizado mais eficaz e menos “chato”; divulgar os resultados positivos dos alunos nas páginas sociais ou no site da escola como forma de valorizar o aprendizado e o esforço do aluno para que os mesmos sirvam de exemplo para os demais; divulgar nas mídias os êxitos da escola como índices do IDEB para valorizá-la perante a sociedade.

O marketing escolar tem ganhando uma importância cada vez maior com as mudanças do cenário educacional. Isso porque, além de oferecer um ensino de qualidade, as escolas precisam se diferenciar. Assim, investir em marketing é muito importante para a escola conseguir transmitir seus valores, ter uma boa comunicação com a família e se posicionar em frente à comunidade escolar. Fazendo com que a evasão escolar diminua cada vez mais. Portanto, o marketing digital por meio do uso de aplicativos, sites, redes sociais torna-se um importante aliado no combate à evasão escolar, pois permite que a educação saia do seu modelo tradicional voltado apenas ao “quadro e giz” e se abra à dinâmica da sociedade vivida atualmente.

Nesse sentido, o referido artigo faz referência a importância do estudo das tecnologias na educação na promoção da educação e para um melhor desenvolvimento intelectual do aluno por meio de novos métodos de ensino a partir da utilização das ferramentas das mídias sociais, contribuindo para a diminuição da evasão escolar no Ensino Básico.

## **REFERÊNCIAS**

AMBRÓSIO, Vicente; SIQUEIRA, Rodrigo. **Plano de Marketing Passo a Passo: serviços**. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Ed., 2002.

BACHMAN, L. F. **Considerações fundamentais nos estudos da linguagem**. Oxford: Oxford University Press. 1990.

BELZ, J. A. **O papel da mediação computador na instrução e desenvolvimento de L2 competência pragmática**. Revisão Anual de Linguística Aplicada. 2007.

BELZ, J.A., & KINGINGER, C. **O desenvolvimento multilinguística do endereço de uso formulário na aprendizagem de línguas tele colaborativo: dois estudos de caso**. Canadiano comentário Moderna Linguagem. 2002.

BELZ, J.A., & KINGINGER, C. **Opções de discurso e o desenvolvimento da competência pragmática pelos alunos em sala de aula de alemão: O caso de formas de endereço**. Aprendizagem de línguas. 2003.

CHUN, D.M. **Usando redes de computadores para facilitar a aquisição de competências interativo**. Sistema. 1994.

COBRA, M. **Administração de marketing no Brasil**. São Paulo: Cobra Editora de Marketing, 2003.

DIGIÁCOMO, Murilo José. **Evasão Escolar: Não Basta Comunicar e as Mãos Lavar**. Disponível em: [http://w.ww.mp.ba.gov.br/atuacao/infancia/evasao\\_escola\\_murilo.pdf](http://w.ww.mp.ba.gov.br/atuacao/infancia/evasao_escola_murilo.pdf). Acessado em: 20/02/2019.

DILLON, C. e WALSH, S. **Faculdade, um recurso negligenciado na educação a distância**. O American Journal of Distance Education. 1992.

DORNYEI, Z. e CSIZÉR, K. **Os efeitos da Intercultural Contato e Turismo sobre as atitudes linguísticas e motivação da aprendizagem de línguas**. Journal of Language and Social Psychology, 2005.

GARRISON, D. R., CLEVELAND-INNES, M., & FUNG, T. **Ajuste de papel de estudante em comunidades on-line de investigação: modelo e validação do instrumento**. JALN. 2004.

GASS, S.M., & SELINKER, L. **Aquisição de segunda língua**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. 2008.

GEORGIA, D. A, & OLSON, M. R. **Integração da tecnologia no ensino superior: Uma revisão de auto percepção faculta. A Internet e Ensino Superior**.2008.

GONÇALVES, Marco A. **Marketing de relacionamento voltado para as escolas públicas no Estado de São Paulo-SP na escola Arnaldo Laurindo Professor**. São Paulo-SP. 2014. Disponível em: <https://monografias.brasilecola.uol.com.br/comunicacao-marketing/o-marketing-voltado-para-relacionamento-na-instituicao-ensino-publico.htm>). Acessado em: 01/05/2019.

GROSS, R., & ACQUISTI, A. **Revelação de informações e privacidade em redes sociais on-line (o caso do Facebook)**. oficina de ACM sobre privacidade na Sociedade eletrônico (WPES). 2005.

IRINEU; Márcia Helena. **“Indisciplina no Contexto Escolar”** Publicado em:05/08/2009 disponível em: <http://www.artigonal.com/educacao-artigos/a-indisciplina-no-contexto-escolar>. Acessado em: 27/02/2019

KASPER, G., e ROSE, K. **Desenvolvimento pragmática em uma segunda língua**. Oxford, UK: Blackwell. 2003.

KINGINGER, C. **"A videoconferência como o acesso ao francês falado."** *Jornal Modern Language*. 1998

KNOBEL, M., LANKSHEAR, C., HONAN, E., CRAWFORD, J. **O mundo giro do ensino da língua segunda. Em I. Snyder, página para a tela (ed.): Tomando a alfabetização na era eletrônica**. New York: Routledge. 1998.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KRAMSCH, C. J. **Interação em sala de aula e as opções de discurso**. Estudos em aquisição de segunda língua. 1985.

KUO, Y.-F. **Um estudo sobre a qualidade de sites de comunidades virtuais serviço**. Gestão da Qualidade Total. 2003.

LANTOLF, J. P. & THORNE, S. L. **Teoria Sociocultural e Aquisição de segunda língua**. Dentro. B. van Patten & J. Williams (eds.), **Explicar aquisição de segunda língua**. Cambridge: Cambridge University Press. 2007.

LAVE, J., & WENGER, E. **Aprendizagem situada: participação periférica legítima**. Cambridge, Inglaterra: Cambridge University Press. 2001.

LURIA; LEONTIEV, VYGOTSKY e outros. **Psicologia e Pedagogia. Bases Psicológicas da Aprendizagem e do Desenvolvimento**. São Paulo, Moraes, 1991.

MADALÓZ, R. J. SCALABRIN, I. S.; JAPPE, M. **O Fracasso Escolar sob o Olhar Docente: Alguns Apontamentos**. Disponível em: [http://www.portalanpedsul.c:om.br/admin/uploads/2012/Didatica/Trabalho/04\\_16\\_10\\_945-7142-1-PB.pdf](http://www.portalanpedsul.c:om.br/admin/uploads/2012/Didatica/Trabalho/04_16_10_945-7142-1-PB.pdf). Acessado em: 04/02/2019.

MÉSZÁROS, István. **A Educação para Além do Capital**. 2 ed. São Paulo: Boitempo, 2008.

OLIVEIRA, Paula Cristina Silva de. **“Evasão” escolar de alunos trabalhadores na EJA**. Disponível em: <http://www.senept.cefetmg.br/galerias/Arquivos...pdf>. Acesso em: 02/03/2019.

PRENSKY, M. **O papel da tecnologia no ensino e na sala de aula**. Tecnologia Educacional. 2008.

QUEIROZ, L. D. **Um estudo sobre a evasão escolar para se pensar na inclusão escolar.** 25ª Reunião anual da Anped, Caxambu, v. 1, n. 1. 2011.

SANTOS, Marcos Pereira dos,) **Dificuldades de Aprendizagem na Escola: Um Tratamento Psicopedagógico.** Rio de Janeiro. Editora Wak. 2012.

SANTOS FILHO, A. O. **Cenários atuais da sociedade brasileira.** João pessoa, Idéia, 2016.  
BRASIL, **Constituição Federal. Brasília – DF, 1988.**

\_\_\_\_\_. Senado Federal. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional: nº 9394/96.** Brasília : 1996.

\_\_\_\_\_. Parâmetros Curriculares Nacionais (PCNS). **Apresentação dos temas transversais e ética.** Secretaria de Educação Fundamental. Brasília: MEC/SEF, 1997.