

EDUCAÇÃO MIDIÁTICA POR MEIO DE REDES SOCIAIS: *FAIR PLAY* IFMS

Victoria Gomes Espindola¹, Fabricio Cesar de Paula Ravagnani¹, Ricardo Rojas Martines¹

¹Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Mato Grosso do Sul (IFMS) – Campo Grande/MS

victoria.espindola@estudante.ifms.edu.br, fabricio.ravagnani@ifms.edu.br, ricardo.rojas@estudante.ifms.edu.br

Área/Subárea: CHSAL - Ciências humanas; Sociais Aplicadas e Linguística Tipo de Pesquisa: (Científica)

Palavras-chave: Educação midiática. Rede social digital. Esporte escolar. Espírito esportivo. Pertencimento institucional.

Introdução

As competências socioemocionais envolvidas na educação esportiva gira em torno do reconhecimento social, o compartilhamento de valores, de solidariedade e de empatia. Além disso, as práticas de atividades físicas esportivas conduzem à formação de grupos sociais onde as pessoas envolvidas se sentem engajadas em um verdadeiro círculo de amizades, como se fossem integrantes de uma família (PNUD, 2017). Desse modo, acredita-se que estudar o pertencimento institucional ligado ao esporte escolar é muito importante para o *Campus* CG. Esse entendimento motivou a aplicação de uma pesquisa e o desenvolvimento de um produto educacional (PE) relacionado ao tema, uma marca esportiva e uma mascote que pudessem impulsionar a representação dos estudantes no esporte escolar. A intenção é tornar o esporte escolar mais ativo dentro da instituição e responder os anseios da comunidade escolar de criar um perfil no Instagram, onde os atletas e toda comunidade escolar pudessem interagir e compartilhar assuntos relacionados ao esporte escolar no *Campus* Campo Grande (CG). Diante do exposto, o objetivo da proposta foi avaliar a percepção das relações do esporte escolar e o pertencimento institucional do *Campus* CG no IFMS e estimular a promoção do esporte e o espírito esportivo por meio da temática de registros midiáticos digitais.

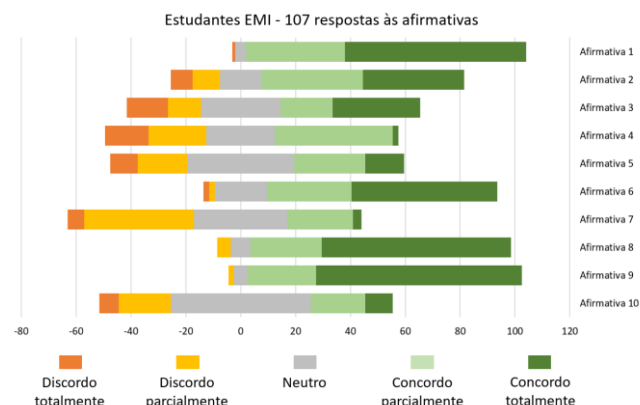
Metodologia

Foi realizada sondagem via formulário eletrônico (Google Forms), mediante questionário estruturado, contendo questões fechadas, com o objetivo de investigar opiniões sobre: a importância das atividades físicas para os estudantes; o envolvimento dos estudantes com o esporte escolar; o interesse em participar dos jogos escolares; o ponto de vista sobre a divulgação de assuntos relacionados ao esporte escolar; a preferência e a escolha de um meio para se trabalhar conteúdo de educação midiática e; outros questionamentos pertinentes sobre a criação da marca esportiva e mascote institucional. O período de disponibilização do questionário foi de 29 de outubro a 26 de novembro de 2022. Participaram do estudo, estudantes dos Cursos Técnicos Integrados em Eletrotécnica, Informática e Mecânica, docentes e técnico-administrativos do *Campus* CG no IFMS.

Resultados e Análise

Foram obtidas respostas de 107 estudantes (15 a 19) e 70 servidores (20 a 69). Observou-se que 32% dos estudantes tinham 16 anos e 24% dos servidores tinham entre 40 e 49 anos. A maioria dos participantes apresentaram percepção positiva com relação sobre a importância da prática de atividades físicas, maior envolvimento do estudante com o esporte escolar e o interesse em participar dos jogos escolares. A sondagem apresenta ainda que a maioria dos entrevistados acreditam que a criação da marca é relevante para a instituição.

Figura 1. Apresenta as respostas dos estudantes sobre a percepção do esporte escolar no *Campus* CG.



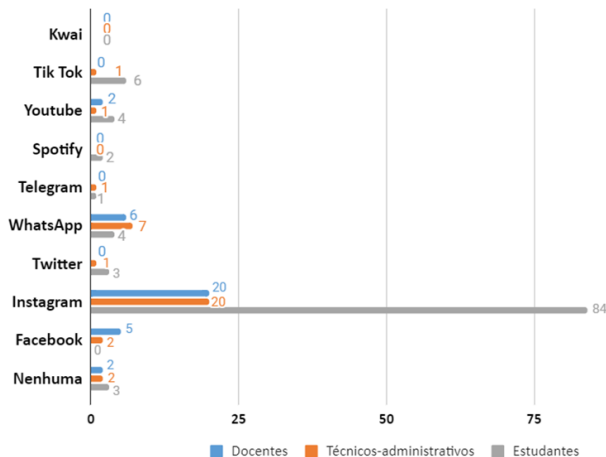
- A1 - de acordo com o contexto apresentado, as AF são benéficas para sua vida.
 A2 - sua rotina de prática de AF semanal recebe influência do convívio familiar.
 A3 - sua rotina de prática de AF semanal recebe influência escolar por estudar no EMI do IFMS-CG.
 A4 - as atividades esportivas escolares ofertadas pelo IFMS-CG, de uma forma geral, despertam seu interesse de participação.
 A5 - o IFMS-CG incentiva sua participação como estudante/atleta representando a delegação do campus na próxima edição do JIFMS.
 A6 - os JIFMS sediados no IFMS-CG é incentivo para você participar como espectador e torcedor pelo campus.
 A7 - os canais de comunicação mantidos pelo IFMS-CG (Facebook e Instagram) divulgam eventos esportivos.
 A8 - a criação de uma MARCA ESPORTIVA que represente o EMI em atividades esportivas escolares é relevante.
 A9 - a criação de uma MASCOTE que represente o EMI em atividades esportivas escolares é relevante.
 A10 - enquanto estudante do EMI do IFMS-CG você se sente representado pelo IFMS, reconhecendo-se parte da instituição.

Fonte: Autores (2023).

Com relação a qual rede social, os participantes indicaram o

Instagram como a principal possibilidade de relacionar o conteúdo esportivo escolares do *Campus CG*.

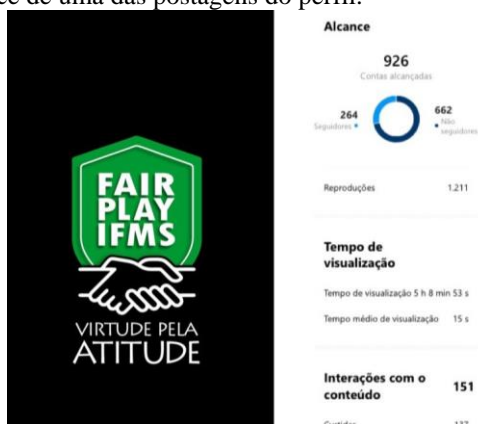
Figura 2. Apresenta a rede social escolhida pelos estudantes, docentes e técnicos-administrativos.



Fonte: Autores (2023).

A maioria dos participantes destacaram que o Instagram seria a opção de rede social escolhida para a criação e produção do conteúdo midiático direcionado ao esporte escolar do IFMS no *Campus CG*.

Figura 3. Apresenta o logo do perfil *Fair Play IFMS* e o alcance de uma das postagens do perfil.



Fonte: Autores(2023).

O Instagram intitulado “*Fair Play IFMS*” tem por significado “Jogo Limpo”, foi criado para a divulgação das ações relacionadas ao esporte escolar no *Campus CG* e tem a prerrogativa de incentivar a comunidade escolar a respeitar e cumprir as regras. Com isso, foram realizadas algumas postagens no perfil e uma dessas publicações relata as expectativas dos estudantes com o término da quadra, no qual, teve um alcance maior em relação às outras. Notamos que possuiu 926 contas alcançadas e um total de 151 interações com o conteúdo, podendo ser observados na *Figura 3*.

Considerações Finais

Com base nos resultados alcançados foi possível verificar que a possibilidade de criação de uma mascote e o fortalecimento do esporte no *Campus CG* são aceitos pela comunidade escolar. Além disso, ficou evidente que o *Fair Play IFMS* no Instagram teve boa aceitação perante o seu público estratégico devido ao número de pessoas que seguem o perfil e o alcance das publicações. No entanto, ainda temos um caminho a percorrer, pois não obtivemos dados suficientes para verificar se o conteúdo publicado está sensibilizando seus interlocutores, principalmente no que tange aos objetivos propostos. De qualquer modo, foi percebido que o conteúdo que gerou maior engajamento seria o Reels que tratou das expectativas dos estudantes com o término da quadra, pois era um projeto muito esperado. Para concluir, a importância de um esporte escolar mais ativo ficou evidente e o *Fair Play IFMS* apresenta-se como um instrumento importante para alcançarmos esse objetivo.

Agradecimentos

Aos Grupos de Pesquisa ESTIC/IFMS (Grupo de pesquisa em Educação, Saúde, Tecnologia, Inovação e Cultura) e; PENSARE/UFMS (Grupo de Pesquisa em Exercício e Nutrição na Saúde e Rendimento Esportivo); à Fundação de Apoio ao Desenvolvimento do Ensino, Ciência e Tecnologia do Estado de Mato Grosso do Sul (CHAMADA FUNDECT Nº 15-2022 – PICTEC MS), pelo apoio.

Referências

UNICESUMAR EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA. **O que é educação midiática e qual sua importância?** Entenda!.

Disponível em:

<<https://www.unicesumar.edu.br/blog/educacao-midiatica/>> Acesso em: 1 Ago. 2023.

EDUCAMÍDIA. **Educação Midiática.** Disponível em: <<https://educamidia.org.br/educacao-midiatica>> Acesso em: 5 Set. 2023.

Relatório de Desenvolvimento Humano Nacional - Movimento é Vida: Atividades Físicas e Esportivas para Todas as Pessoas. Brasília: **Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento - PNUD**, 2017. 392 p. ISBN 978-85-88201-49-1. Disponível em:

<https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-07/rdh_movimento_e_vida_-_2017.pdf> Acesso em: 30 Ago. 2023.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (organizadoras). **Métodos de Pesquisa.** 1ª Ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

MEDIA EDUCATION THROUGH SOCIAL NETWORKS: FAIR PLAY IFMS

Keywords: Media education. Digital social network. School sport. Sportsmanship. Institutional belonging.