

# Redes sociais: as escolas dormem, as crianças aprendem



Marcelo Freitas\*

Enquanto as escolas, na figura dos seus gestores, permanecem adormecidas quando se trata de redes sociais, nossos filhos aprendem cidadania em sites de relacionamento infantil. Muito mais acordados em relação aos novos tempos, executivos da indústria do entretenimento avançam sobre o mercado educacional de maneira sutil e vão ocupando espaços importantes, enquanto seus colegas da educação cochilam.

Usando como aliados a tecnologia e o conceito de redes sociais e, como estratégia, uma linguagem direta e de fácil compreensão, empresas como a Disney já perceberam o grande potencial que esse mercado oferece e largaram na frente. Sites como o *Club Penguin* são uma febre entre as crianças em idade até os 10 anos. Nele, elas assumem um avatar (pinguim) e passam a se relacionar com outros pinguins da comunidade virtual. Uma espécie de versão infantil do *Second Life*.

Similares como o *Pandanda* também fazem a mesma coisa. Nesse caso, nossas crianças encarnam ursinhos e dão vida aos personagens. Entre brincadeiras e jogos inteligentes, acumulam recursos que lhes permitem exercitar conceitos

básicos de economia e convivência, trabalho e uso correto dos recursos, situações que lhes serão tão úteis na vida adulta. É a fantasia preparando para a vida real.

Nessas comunidades, o processo educativo não para por aí. O exercício da vida em sociedade também é bem explorado. Fazer amigos é uma prática saudável e estimulada, uma boa preparação para o convívio social num mundo globalizado. Alguém se lembra dos quatro pilares da educação para o século XXI?

No campo do trabalho, os avatares podem se candidatar a funções como guia turístico e agente, ajudando os novatos ou mantendo a ordem dentro da comunidade, funcionando como verdadeiros defensores dos bons costumes e das boas práticas de relacionamento. Como agentes e também como cidadãos, são responsáveis por relatar atitudes inadequadas e abusos de outros participantes da comunidade. Os infratores, nesse caso, são severamente punidos, podendo até ser expulsos dos sites.

Outra situação marcante para a formação da cidadania é o cuidado ambiental. Não são poucas as situações a que os participantes

dessas redes sociais são expostos. Seja como jogadores ou como agentes, os avatares participam de atividades e missões que resgatam a importância de cuidar do meio ambiente. Catando latinhas e lixo, por exemplo. Cada peça recolhida pode ser trocada por bônus ou moedas em postos de reciclagem espalhados pelo ambiente virtual do site. Quer uma forma mais prazerosa de ensinar e aprender?

Enquanto professores ficam de cabelo em pé, a perspicácia dos profissionais de outros segmentos e a visão dos seus gestores sobre a realidade atual vão lhes tomando um espaço que, *a priori*, deveria ser deles. E não é de graça! Para viabilizar essas redes sociais com foco no público infantil, todo um aparato de segurança e sustentabilidade foi construído em torno desses projetos. Ingressar no *Club Penguin*, por exemplo, exige primeiramente a autorização dos pais. Usufruir de todas as funcionalidades da comunidade, entretanto, requer um pouquinho mais.

Na autorização, os pais indicam os limites de participação dos avatares de seus filhos, visando resguardar o contato com estranhos e atitudes perigosas e vul-

neráveis proporcionadas pela exposição na Rede.

O cartão de crédito entra depois. Uma navegação limitada é disponibilizada, sem ônus, para qualquer internauta. Caso queira acesso a jogos, compras e outras atrações do site, entretanto, os pais devem proceder a uma assinatura mensal. A estratégia de degustação, “primeiro experimente o produto e depois pague por ele”, é, sem sombra de dúvidas, vitoriosa. Uma vez dentro da rede, os pequenos não querem mais sair. E que pai ou mãe vai se contrapor ao desejo dos pimpolhos? Até porque, a navegar sem rumo pela rede ou participar de um relacionamento monitorado e educativo, a opção parece lógica e sensata.

Por tudo isso é que, em determinados países, como a Alemanha e aqui mesmo no Brasil, as escolas já inseriram, no seu plano educacional, um espaço para orientação quanto ao uso correto da internet. Para além desses sites infantis, alunos alemães passarão a ter aulas sobre como lidar com redes sociais “de gente grande”, como *Facebook* e *Twitter*. Vão aprender que a internet não oferece apenas chances e oportunidades, mas que também traz riscos que os estudantes precisam entender, para exercer autonomia em relação às mídias digitais.

Por lá, assim como por aqui, os professores são, ainda, um público a ser conquistado. O sindicato local desses profissionais reagiu à notícia, com um misto de interesse e cautela, uma vez que o uso de novas tecnologias e os comportamentos exigidos no espaço virtual já são tópicos nas escolas

do país. O temor, entretanto, vem da insegurança quanto ao despreparo dos professores, atribuído às diferenças culturais entre as gerações.

Por todos os lados, e, em especial, nas terras tupiniquins, a grande questão que permeia o tema é como lidar com o fato de que essas mídias vieram para ficar e são parte natural da vida de crianças e jovens. Do ponto de vista da gestão, um abismo ainda separa o pensamento linear dos nossos gestores das novas oportunidades e usos que podem ter dessa tecnologia. Um exemplo? Os sites das escolas.

Ao invés de usar o conceito estático e unilateral que se vê em todos eles, por que não criar algo interativo como um *YouTube* para produções feitas pelos alunos? Ou mesmo uma comunidade tendo como pano de fundo a própria escola e seus espaços? Uma espécie de *Club Penguin* da escola. Nela, os alunos criariam avatares e circulariam formando amigos, exercendo atividades formativas, participando de jogos educativos e interagindo com a direção, ampliando, no ambiente virtual, o seu espaço de protagonista do processo educativo, vivenciado no dia a dia da escola real. Limpar a sujeira na sala de aula vir-

tual e juntar o lixo reciclável é tão legal que pode ser transferido para a vida real.

As estratégias de comunicação e marketing deste século têm de ser interativas, envolventes, participativas. E, para isso, é fundamental reter o internauta. Fazê-lo voltar ao seu site, sempre que possível. Quantas vezes o seu aluno ou a família dele entram no seu site e retornam depois? E quanto aos alunos em potencial? Não seria uma boa estratégia de captação cativá-los no ambiente virtual, através de um processo de degustação, para depois informá-lo de que o acesso a outras funcionalidades é liberado apenas para os alunos matriculados na escola? Você acha que ele vai querer ficar de fora?

As oportunidades estão batendo à nossa porta, como um despertador que insiste em tocar enquanto a gente tira aquele cochilo. Você, gestor, vai desligar o despertador ou levantar da cama? ■

\*Consultor da Linha Direta, diretor da Corporate Gestão Empresarial, coordenador-geral do Movimento Escola Responsável e consultor em Gestão Estratégica e Revitalização Institucional

marcelofreitas@linhadireta.com.br

