

# A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PEDAGÓGICO NAS MÍDIAS SOCIAIS: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA A PARTIR DO *INSTAGRAM*

**NATHALIA BATISTI<sup>1</sup>**  
**JANE SCHUMACHER<sup>2</sup>**

## RESUMO

Este trabalho teve como tema “A produção de conteúdo pedagógico no *Instagram*”. Trouxe como objetivo geral analisar as atividades e os benefícios que a produção de conteúdo pedagógico nas Mídias Sociais, como o *Instagram*, traz para o ambiente familiar de aprendizagem e como objetivos específicos verificar autores que justifiquem a prática tecnológica através de Mídias Sociais como forma de democratização do conhecimento; descrever a atuação do/a licenciado/a em Pedagogia no âmbito tecnológico de Mídias Sociais como forma de difundir conteúdo pedagógico; identificar os benefícios das atividades para o desenvolvimento das crianças. Optou-se por ter como fundamento um estudo de caso com abordagem qualitativa, bem como uma pesquisa de cunho descritivo de relato de experiência. Com a análise dos dados da pesquisa é possível perceber que o *Instagram* tem potencial firmador de experiências positivas a partir do que o Pedagogo oferece e do interesse das famílias no Desenvolvimento Infantil no âmbito familiar, assim, contribuindo para o processo de ensino e aprendizagem, que favorece o brincar heurístico, a exploração, o descobrir por si, a autonomia e a valorização dos momentos em família.

**Palavras-chave:** Redes Sociais, Criança, Ensino-Aprendizagem, Tecnologia.

1 Graduanda de Pedagogia Licenciatura Plena, Centro de Educação, Av. Roraima, 1000, Santa Maria/RS, (51) 99953.5509, batisti.nathalia@acad.ufsm.br, <https://lattes.cnpq.br/6091169788474596>.

2 Professora Doutora, Centro de Educação, Universidade Federal de Santa Maria, Av. Roraima, 1000, Santa Maria/RS, (55) 99625.8809, jane.schumacher@ufsm.br, <http://lattes.cnpq.br/9233988370531951>

## 1. INTRODUÇÃO

Quando a pandemia iniciou foi criado um perfil na plataforma digital *Instagram*<sup>3</sup> nominado como *@educanath\_* para divulgar práticas pedagógicas, afinal, como estudante de Pedagogia queria ajudar famílias a encontrarem estratégias para auxiliar as crianças que estavam em casa nesse período um tanto conturbado para todos.

O perfil causou um grande impacto nos adultos - como por exemplo uma mãe enviando mensagens identificando o atraso no desenvolvimento da fala do filho - que ficavam cada vez mais curiosos em entender o desenvolvimento infantil (tudo que é relacionado à fala, ao caminhar, à escrita e à psicomotricidade, entre outros).

No perfil, compartilho diversas dicas e sugestões, como sobre o uso da chupeta, desfralde, atividades que desenvolvem raciocínio lógico, motricidade fina e grossa, atenção, concentração e conteúdos relacionados à Pedagogia, por exemplo.

Dentro de todas as práticas vivenciadas ao longo da trajetória na universidade, identifiquei-me com o Método Montessori, que é resultado de pesquisas desenvolvidas por uma mulher italiana chamada Maria Tecla Artemisia Montessori. Ela tornou-se conhecida ao criar um método totalmente oposto aos modelos tradicionais de educação.

Na visão de Montessori (1909), as crianças eram excluídas da sociedade como indivíduos por serem consideradas “impossíveis” de educar, entretanto, tinham aptidão por trabalhos domésticos, em que exercitavam habilidades motoras e desenvolviam autonomia. Com isso, Maria Montessori percebeu que se o modelo de educação tivesse as próprias crianças como centro da atenção, inseridas em um ambiente que fosse pensado para estimular suas habilidades naturais, elas se beneficiam deste contexto. As atividades sugeridas pelo Método Montessori são as que permitem à criança se sentir parte do todo, participando ativamente do ambiente em que vivem. Por isso a importância de atividades de “vida prática”, termo que ela criou para caracterizar atividades que influenciam a autonomia da criança através de práticas de experiências no ambiente em que vivem.

3 Rede social online, visual, criativa e interativa que possibilita o compartilhamento de imagens e vídeos curtos.

Neste contexto surge o tema de pesquisa deste trabalho, que é a produção de conteúdo pedagógico nas Mídias Sociais voltadas para os direitos de aprendizagem no *Instagram* @educanath\_.

Isso porque os meios de comunicação como *Internet*, celular e as mídias tiveram grande influência na geração de mudanças na estrutura das famílias. Portanto, nesse caso elas servem como mediadoras do processo de ensino-aprendizagem.

Com este recurso pode-se aproximar os conteúdos pedagógicos das famílias, utilizando atividades de vida prática, que servem de auxílio para o desenvolvimento dos filhos. Essa aproximação está alicerçada na articulação entre os conteúdos pedagógicos da primeira infância, seguindo as competências previstas pela Base Nacional Comum Curricular e as habilidades para integrar as crianças socialmente, emocionalmente, fisicamente e cognitivamente, dentro do cotidiano das famílias.

Assim o problema de estudo busca responder a seguinte pergunta:

**Quais os benefícios pedagógicos podem ser obtidos através do *Instagram*?**

Neste estudo, busca-se pesquisar quais os instrumentos de aprendizagem que foram utilizados por familiares para auxiliar as crianças no período de pandemia; se já utilizaram alguma dica ou sugestão vista em redes sociais para aproximar-se positivamente dos filhos; se têm noção da importância do aprendizado na primeira infância e a importância de vivenciar uma Educação Infantil de qualidade. Assim, pode-se verificar se o *Instagram* pode auxiliá-los no relacionamento com os filhos, os desenvolvendo e melhorando sua qualidade de vida.

Como objetivo geral do estudo, busco analisar as atividades e os benefícios que a produção de conteúdo pedagógico nas mídias sociais, como o *Instagram*, traz para o ambiente familiar de aprendizagem.

Como objetivos específicos temos: verificar autores que justifiquem a prática tecnológica através de mídias sociais, como forma de democratização do conhecimento; descrever a atuação do/a licenciado/a em Pedagogia no âmbito tecnológico de mídias sociais como difusão de conteúdo pedagógico; identificar os benefícios das atividades para o desenvolvimento das crianças.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

Segundo Frier (2021), todo mês, mais de 1 bilhão de pessoas acessam o *Instagram*. Nele, são postados fotos e vídeos do que acontece em nossas vidas, em que mostramos nosso rosto, o cenário, nossa família, nossa comida e nossos interesses. O que compartilhamos nas redes quer mostrar o que desejamos ser. Há interações entre as postagens com o objetivo de criar relacionamentos e redes mais fortes ou marcas pessoais.

No aplicativo são fornecidas algumas informações que podem ser úteis para quem vende produto/serviço/influência, que são: as curtidas nas fotos, quem e quantos são seguidores e quem e quantos seguimos. É uma forma do aplicativo apresentar *feedback*<sup>4</sup>. Isso porque, cada curtida e seguidor a mais, dá a sensação de satisfação aos usuários, lhes mostrando engajamento, o que pode levá-los a encontrar e refletir sobre estratégias de futuras ações no aplicativo, o que pode ser considerado potencial comercial.

A iniciativa de criar um perfil no *Instagram* como forma de democratização de conteúdo pedagógico se deu a partir dos primeiros meses vividos na pandemia de covid-19, quando notei que os pais que eu seguia no *Instagram* postavam fotos e vídeos de crianças tendo atitudes consideradas erradas e desrespeitosas. Pais estes, perdidos nas próprias atitudes, deixando de estimular os filhos e ajudá-los nas tarefas de escola.

Criei um perfil na plataforma com o intuito de disseminar todo meu conhecimento sobre educação e ajudar as famílias que não tinham noção de práticas pedagógicas e conteúdos assertivos para cada idade. O objetivo vai além de transmitir o que aprendi na minha trajetória educacional, também tem o propósito de aproximar positivamente as famílias de seus filhos e auxiliá-los no processo de ensino-aprendizagem no âmbito familiar, a partir da afetividade.

4 A palavra *feedback* vem do inglês, e representa a junção de *feed* (alimentar) e *back* (de volta). Pode ser o ato de realimentar, dar resposta a uma atitude ou comportamento. Ou seja, é como a comunicação feita entre duas ou mais pessoas, na qual é utilizada para fazer avaliações e expor opiniões com relação às suas ações, comportamentos, tarefas, entre outros.

Estudos do Laboratório de Pesquisa em Oportunidades Educacionais<sup>5</sup>, o *LaPope*, da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e da Fundação Maria Cecília Souto Vidigal (2022) constataram que crianças em idade pré-escolar, entre 4 e 5 anos, apresentam déficit no desenvolvimento da expressão corporal e oral, caracterizadas pela pandemia de Covid-19.

Dos dados coletados, têm-se ainda que 78% dos docentes avaliaram que as crianças estão se desenvolvendo menos do que o esperado e, tem como destaque que dos estudantes de Educação Infantil que foram avaliados durante a pandemia, 24,8% têm problemas de relacionamento e 37,6% mostram dificuldades em se comportarem adequadamente.

Em meio a esse cenário é que surgiram as dificuldades entre as famílias, estudantes e professores. Isso porque, com as aulas em modo híbrido, nem todas as famílias conseguiram suprir as demandas escolares, pois as mesmas não possuem conhecimentos pedagógicos suficientes para atender às tarefas solicitadas.

Essa questão corrobora ainda mais na importância de criar conteúdos embasados no interesse familiar ou que sirvam de entretenimento, para gerar uma conexão com os seguidores. É exatamente nesse viés, que pretendi abordar no meu perfil do *Instagram*, conteúdos que ajudem os pais/famíliares a se aproximarem positivamente dos filhos.

Ressalta-se então, como ponto chave para a aproximação da família - criança, a afetividade, que, segundo Amaral, nas crianças entre 3 e 5 anos de idade, incluídas na Educação Infantil, é necessário existir uma relação afetuosa que contribua no seu desenvolvimento.

A relação afetiva que estabelece a cada momento com cada acontecimento de seu universo predomina sobre o pensado e determina positiva ou negativamente as características que atribui aos objetos, pessoas ou situações com que lida. Embora saiba que as coisas, pessoas e acontecimentos têm uma individualidade estável, a compreensão que tem deles está diretamente relacionada a suas experiências emocionais (AMARAL, 2000, p. 51).

5 Dados disponíveis em: <<https://g1.globo.com/educacao/volta-as-aulas/noticia/2021/03/29/para-78percent-dos-professores-criancas-da-pre-escola-tem-expressao-oral-e-corporal-afetadas-durante-a-pandemia-diz-pesquisa.ghtml>>

Contudo, percebemos que o discurso de Vigotsky (1992, p. 75), “os processos cognitivos não estão separados das relações afetivas, caracterizando um dos erros da psicologia tradicional de separar o afetivo do cognitivo, pois ele declara que o pensamento surge de motivações”, ainda que de três décadas atrás, serve como eixo norteador no processo de ensino-aprendizagem pela afetividade.

Convém destacar que é fundamental que o pedagogo possua competências digitais necessárias na *cibercultura*<sup>6</sup> para potencializar e criar experiências de aprendizagem que sejam atuais e memoráveis, utilizando o que se tem de melhor das tecnologias, até porque, como descrito na pesquisa do jornal Agência Brasil, no ano de 2019: “O Brasil é 5º país em ranking de uso diário de celulares smartphones no mundo” (VALENTE, 2019).

#### 4. RESULTADOS

Criado em 23 de março de 2021 e ativo atualmente, o *Instagram @educanath\_*, encaixado na categoria de perfil comercial, teve como primeira iniciativa a definição de uma paleta de cores (dois tons de verde, um laranja e dois tons de rosa), e dois tipos de letras, que são seguidos em todas as publicações. A fonte só não se aplica em *stories* gravados, pois eles já têm letras específicas para utilização.

Na descrição do perfil, busco organizar a descrição do mesmo, conforme o curso, qualificações e experiências, bem como o *link*<sup>7</sup> para contato. Alguns *stories* estão salvos no perfil em forma de destaque para que os usuários visualizem mesmo após 24h de exposição e, abaixo dos destaques ficam os posts publicados, conforme a paleta de cores definida.

Para toda a produção de conteúdo é necessária uma análise de retornos, que são os chamados *feedbacks*, em que analisamos os dados do perfil: curtidas, compartilhamentos, salvamentos e comentários.

6 Segundo Levy (1999, p. 17), cibercultura significa “conjunto” de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, atividades, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do *ciberespaço*.

7 Disponível em: <<https://mwpt.com.br/conheca-dicas-e-exemplos-praticos-para-fazer-links-acessiveis/>>

Além disso, é preciso seguir o padrão de cores e fontes estabelecidas inicialmente.

A elaboração das postagens é feita através da plataforma *Canva*, que é uma ferramenta gratuita de design gráfico online usada para criar posts para as redes sociais, apresentações, infográficos, convites, folders, cartazes, vídeos, entre outros.

Ao criar posts com imagens, utilizo o meu rosto ou busco no *Pixabay*, site internacional online de compartilhamento de fotos, ilustrações e imagens em alta resolução, em que tudo que está disponível é lançado sob licença gratuita de uso, ou seja, totalmente livre de direitos autorais.

As temáticas abordadas no perfil são sobre conteúdos específicos do curso de Pedagogia, tais como Psicogênese de Emília Ferreiro e Ana Teberosky (1986), os níveis da escrita de Emília Ferreiro (1986), os temperamentos de Isabela Minatel (2018), Consciência Fonológica de Magda Soares (2017) o brincar heurístico de Paulo Fochi (2019), entre outros, seguindo os autores como base e citando-os nas publicações.

Para alcançar a atenção dos usuários da plataforma, são utilizadas frases de impacto e geralmente perguntas, para atrair a curiosidade deles em descobrir a resposta, tais como “Pare de dizer não para seu filho!” e “Sua criança está preparada para aprender a ler?”. Outra prática muito comum no aplicativo é a opção de “*stories*”, que nada mais é do que fotos ou pequenos vídeos que ficam disponíveis por apenas 24h. Tem um alcance muito maior que as publicações no perfil porque são sucintas e rápidas. Tem opção de colocar a localização, a temperatura do local, *GIFs*<sup>8</sup>, enquetes, caixas de perguntas e testes. É uma ótima opção para quem quer alcançar engajamento e interação.

No que se refere às postagens, o perfil segue uma rotina de horários, sendo estes os melhores horários para receber retorno, sejam eles comentários, curtidas, compartilhamentos, respostas e salvamentos. Os *stories* são postados entre 12h e 13h ou entre às 20h e às 22h. Já as postagens diretamente no perfil são feitas sempre após às 18h.

Para chegar a esse cronograma de postagens, foi preciso muita observação, experimentos e análise de retornos e *feedbacks*. Além

8 Graphics Interchange Format ou GIF é um formato de imagem que pode compactar várias cenas e com isso exibir movimentos, o seu uso pode deixar os stories mais animados, criativos e agradáveis para o leitor.

disso, o próprio *Instagram* disponibiliza uma ferramenta chamada Insights<sup>9</sup> na qual são oferecidos dados de análise de público.

Os dados são fornecidos com detalhes do público nos trinta dias anteriores, portanto, apenas para os últimos trinta dias na conta do *Instagram*, ou seja, são dados limitados e mudam constantemente, mesmo que haja uma tendência. Os dados exibidos são sobre os seguidores, a localização, faixa etária, gênero, visitas ao perfil e impressões, contas alcançadas e períodos de mais atividade dos usuários.

O *Instagram* também oferece a ferramenta de anúncio, em que é cobrado um valor por *stories* ou *post* e o aplicativo entrega este conteúdo para pessoas não seguidoras do perfil. Nessa propaganda é estabelecida uma meta, o público a ser alcançado, sua localização de forma automática ou manual, o valor a ser pago que é definido pelo próprio usuário sendo proporcional à quantidade de exposição e por fim, o preenchimento dos dados do pagamento.

Podemos observar que as publicações seguidas de uma legenda com solicitação de opinião sempre têm mais comentários que relatam as experiências vividas em casa e/ou em família. Alguns comentários são dúvidas de como agir ou concordância com o assunto abordado.

Um dado importante sobre o estudo de público, inserido nos *Insights*, é o aumento significativo de interações em um período de trinta dias. De 16 de maio a 14 de junho de 2022 houve um aumento de 1850% de interações com as publicações, período este de maior atividade no perfil do *Instagram*. Além disso, a análise verifica as curtidas, comentários, salvamentos e compartilhamentos dos conteúdos.

A divulgação e crescimento do perfil @educanath\_, tanto seguidores, quanto curtidas, compartilhamentos, salvamentos e interações, se deu a partir de compartilhamentos e indicações dos usuários, ou seja, não foram utilizadas ferramentas de anúncio, foi em maior parte orgânica<sup>10</sup>.

9 Segundo Lopes (2022), *Insights* é uma ferramenta de coleta e análise de dados disponível para os perfis comerciais da rede social. É através dessa ferramenta que as contas analisam os seus números a fim de avaliar o desempenho do perfil e dos *posts*. Assim, o usuário consegue ver gráficos comparativos de desempenho dos seus posts e monitorar o tipo de conteúdo que chama mais a atenção do seu público.

10 Engajamento orgânico é aquele que acontece de maneira natural, voluntariamente, por parte dos seguidores. Ou seja, não é preciso investir em *posts* patrocinados para aumentar o número de seguidores. (LIMA, 2022).



## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como tema central “A produção de conteúdo pedagógico nas Mídias Sociais: um relato de experiência a partir do *Instagram*”. A escolha do tema se deu a partir do momento em que se percebe o papel de um produtor de conteúdo e identifica-se com as minhas atividades. Assim, podemos relacionar a atuação do Pedagogo com as Mídias Sociais e firmar uma parceria com as famílias e responsáveis seguidores do perfil e adeptos aos conteúdos, produzindo e compartilhando assuntos de suma importância para o processo de ensino e aprendizagem, principalmente na Educação Infantil, porém, sem que as crianças estejam especificamente no recinto escolar, mas sim no âmbito familiar.

A pesquisa teve como base a abordagem qualitativa. Para a coleta e análise de dados foi utilizado relato de experiência, considerando as experiências vividas durante o processo de observação e investigação do estudo em questão. Os temas de pesquisa envolveram discussões pertinentes à Educação Infantil e ao processo de ensino e aprendizagem, bem como a identificação e interação das famílias com os conteúdos abordados no perfil @educanath\_.

Podemos afirmar e chamar a atenção que com o uso das tecnologias pela sociedade, observa-se que, por vezes as famílias deixam de olhar minuciosamente para as habilidades das crianças, acreditando que este é um papel apenas dos educadores de Educação Infantil, principalmente durante o período pandêmico de covid-19. Porém, com a difusão dos conteúdos pedagógicos pelas Mídias Sociais, mais especificamente do *Instagram* @educanath\_, percebe-se que há um envolvimento considerável e um aumento na procura de auxílios sobre o Desenvolvimento Infantil de usuários no perfil, mesmo em pequena escala, pois os conteúdos divulgados no perfil estão tendo retorno positivo de famílias, interações com os assuntos apresentados e contribuição no fomento de discussões pedagógicas no âmbito familiar, de acordo com os *feedbacks* recebidos no *Instagram*.

Diante disso, os usuários têm se comprometido cada vez mais com a adesão em assuntos sobre Educação Infantil, para desenvolver potencialidades e habilidades das crianças, assim as auxiliando no desenvolvimento da autonomia, no processo de ensino e aprendizagem, no crescimento de indivíduos capazes de refletir, fazer críticas,

resolver problemas e conviver em sociedade, integrando-os socialmente, emocionalmente, fisicamente e cognitivamente, e propiciando um maior tempo de interação entre a família.

Desta forma, conclui-se que o papel do Pedagogo é inclusive buscar capacitação nos meios tecnológicos e estar disposto a contribuir para a propagação de conhecimento por meio de Mídias Sociais, visto que a Pedagogia nos permite trabalhar com as diferentes possibilidades de aprendizagem. Como pôde ser percebido durante o desenvolvimento do trabalho, os usuários se mostram abertos e interessados em aprofundar-se no aprendizado e aplicação dos conceitos da Pedagogia no seu ambiente familiar.

Além disso, este trabalho apresentou técnicas e boas práticas para inserção deste profissional no ambiente do *Instagram*, que conforme supracitado é um meio de comunicação global com amplo acesso por parte de diversos públicos.

Ademais, o perfil continuará a manter sua visibilidade, bem como postagens, para alcançar cada vez mais públicos com a democratização de conteúdo pedagógico e o intuito de auxiliar futuros profissionais da educação e famílias.

## 6. REFERÊNCIAS

ALICE, Vitória. **O que é um link?** Qual a sua função? Entenda. Disponível em: <<https://definicao.net/link-significado/>>. Acesso em 19 de jul. de 2022.

BARBOSA, Camila Maciel; BARBOSA, Raquel Faria; SILVA, Giselda. **A visão de mães de crianças e adolescentes de Paracatu acerca das aulas remotas em 2020:** Um artigo original. Anais do 3º Simpósio de TCC, das faculdades FINOM e Tecsoma. 2020; 1248-1263. Disponível em: <<https://finom.edu.br/assets/uploads/cursos/tcc/202102190902549.pdf>>. Acesso em 20 de jun. de 2022.

BRUYNE, Paul de. **Dinâmica de pesquisa em ciências sociais: os pólos da prática metodológica.** Rio de Janeiro: Francisco Alves Editora, 1991.

DALTRO, Mônica. Relato de experiência: Uma narrativa científica na pós-modernidade. **Revista Psicologia Clínica e Psicanálise.** v. 19, n. 1, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. 2019; 223-237. Disponível em:

<<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revispsi/article/view/43015/2966>>. Acesso em 14 de jul. de 2022.

FONSECA, Abigail dos Santos. **O ensino de Língua Portuguesa e suas metodologias: o uso do blog em sala de aula.** UNEB, 2008.

GODOY, Arilda Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **RAE - Revista de Administração de Empresas.** São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rae/a/ZX4cTGqYfVhr7LvVyDBgdb/?format=pdf&lang=pt>> Acesso em 12 de julho de 2022.

HENRIQUE, Samuel. **A metodologia do ensino da língua sob as abordagens de ensino da língua portuguesa frente ao advento das redes/mídias sociais como desafio ao docente no ambiente escolar.** Disponível em: <[https://www.editorabordogrena.com/\\_files/ugd/d0c995\\_3223668cd699439b8185e976203389ac.pdf#page=11](https://www.editorabordogrena.com/_files/ugd/d0c995_3223668cd699439b8185e976203389ac.pdf#page=11)>. Acesso em: 13 de jul. de 2022.

HOSTGATOR. **O que são GIFs e como usá-los na estratégia de comunicação da sua empresa.** Disponível em: <<https://www.hostgator.com.br/blog/o-que-sao-gifs-e-como-usar/>>. Acesso em: 13 de jul. de 2022.

LIMA, Rafael. **Engajamento Orgânico no Instagram: dicas.** Disponível em: <<https://aceleraperformance.com.br/instagram/engajamento-organico-instagram-dicas/#:~:text=Engajamento%20org%C3%A2nico%20%C3%A9%20aquele%20que,faz%C3%AA%2Dlos%20interagirem%20nas%20publica%C3%A7%C3%B5es>>. Acesso em 18 de jul. de 2022.

LOPES, Kawan, **O que é Instagram Insights e como funciona a ferramenta?** Disponível em: <<https://www.nuvemshop.com.br/blog/instagram-insights/>>. Acesso em: 15 de jul. de 2022.

MOURA, Adelina. **O professor criador de experiências educacionais mediadas por tecnologias digitais na cibercultura.** Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/re-doc/article/view/60475>>. Acesso em 13 de jul. de 2022.

NEUMANN, Débora Martins Consteila. MISSEL, Rafaela Jarros. **Família digital: a influência da tecnologia nas relações entre pais e filhos adolescentes.** Disponível em <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1679-494X2019000200007](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-494X2019000200007)>. Acesso em 13 de jun. de 2022.

RAMOS, Wilsa Maria; ROSSATO, Maristela: Democratização do acesso ao conhecimento e os desafios da reconfiguração social para estudantes e docentes: Um artigo original. V. 11, n. 3 da Universidade de Brasília. **Revista Eletrônica de Educação.** 2017; 1034-1048. Disponível em: <<http://www.reveduc.ufscar.br/index.php/reveduc/article/viewFile/1906/655>>. Acesso em 25 de jun. de 2022.

SANTOS, Joziane dos; SOARES, Hellen. A influência da afetividade no processo de ensino-aprendizagem na Educação Infantil. **Revista Científica Online.** v. 10, n. 1, do Centro

Universitário Atenas. 2018; 32-46. Disponível em: <[http://www.atenas.edu.br/uniatenas/assets/files/magazines/4\\_\\_\\_A\\_INFLUENCIA\\_DA\\_AFE TIVIDADE\\_NO\\_PROCESSO\\_ENSINO\\_APRENDIZAGEM\\_NA\\_EDUCACAO\\_INFANTIL.pdf](http://www.atenas.edu.br/uniatenas/assets/files/magazines/4___A_INFLUENCIA_DA_AFE TIVIDADE_NO_PROCESSO_ENSINO_APRENDIZAGEM_NA_EDUCACAO_INFANTIL.pdf)>. Acesso em 22 de jun. de 2022.

SANTOS, Amanda. **As percepções de famílias de crianças da Educação Infantil sobre o ensino remoto durante a pandemia da Covid-19.** 2022. 52 - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2022. Disponível em: <<http://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/34692/6/Percep%3%a7%3%b5esFam%3 %adliasCrian%3%a7as.pdf>>. Acesso em 30 de jun. de 2022.

SILVA, Caroline Staciarini; NETO, José Firmino. A influência das Mídias Sociais na dinâmica do processo de ensino-aprendizagem escolar do aluno. **Revista UniAraguaia.** v. 15, n. 3 do Centro Universitário Araguaia. 2020; 147-154.

SOUZA, Adriana Alves, SCHNEIDER, Henrique Nou. Aprendizagem colaborativa nas redes sociais: novos olhares sobre a prática pedagógica. **Revista TIC Educare.** 2012, v. 2, n. 1, da Universidade Federal de Sergipe. 2012; 2100-2111.

SOUZA, Maria Alice de; BARROS, Marcelo Diniz Monteiro de. **Educação em tempo de pandemia: o ensino de língua materna utilizando mídias sociais e aplicativos de comunicação instantânea.** Disponível em <<https://revista.uemg.br/index.php/sciasedcomtec/article/view/5759>>. Acesso em 13 de jun. de 2022.

SOUZA, Teresinha; SOARES, Hellen. A afetividade na Educação Infantil. **Revista Científica Online.** v. 11, n. 1, do Centro Universitário Atenas. 2019; 18-31. Disponível em: <[http://www.atenas.edu.br/uniatenas/assets/files/magazines/A\\_AFETIVIDADE\\_NA\\_EDUC\\_ACAO\\_INFANTIL.pdf](http://www.atenas.edu.br/uniatenas/assets/files/magazines/A_AFETIVIDADE_NA_EDUC_ACAO_INFANTIL.pdf)>. Acesso em 05 de jul. de 2022.

Planeta Educação. **Os reais impactos da pandemia na Educação Infantil.** Disponível em: <<https://www.plannetaeducacao.com.br/portal/a/460/os-reais-impactos-da-pandemia-na-educacao-infantil>>. Acesso em 30 de jun. de 2022.

PRADO, Isadora. **O uso das mídias sociais durante a pandemia do Covid-19.** 2021. 23 - Universidade Federal de Uberlândia, Ituiutaba, 2021. Disponível em: <<https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/33332/1/Usom%20C3%ADdiasSociais.pdf>>. Acesso em 23 de jun. de 2022.

ROHR, Roberta. **Feedback:** entenda o que significa, qual a importância e exemplos. Disponível em: <<https://vaipe.com.br/blog/feedback/>>. Acesso em 16 de jul. de 2022.

QUALIBEST. **Entenda o que é pesquisa qualitativa e quantitativa.** Disponível em: <<https://www.institutoqualibest.com/blog/dicas/entenda-o-que-e-pesquisa-qualitativa-e-quantitativa/>>. Acesso em 12 de jul. de 2022.

SALOMÃO, Gabriel. Maria Montessori. Disponível em: <<https://larmontessori.com/maria-montessori/>>. Acesso em 07 de jun. de 2022.

TUMERELO, Naíra, **Pesquisa descritiva: conceito, características e aplicações.** Disponível em: <<https://blog.mettzer.com/pesquisa-descritiva/#:~:text=O%20conceito%20de%20pesquisa%20descritiva,que%20se%20encaixam%20nesta%20categoria>>. Acesso em 19 de jul. de 2022.