



CIBERCULTURA, GEOGRAFIA E EDUCAÇÃO: ENSINO E APRENDIZAGEM A PARTIR DE DISPOSITIVOS DIGITAIS

Maria Rodrigues Monteiro Duarte¹

Aldo Gonçalves de Oliveira²

1. RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo investigar e problematizar os saberes geográficos em três plataformas digitais de comunicação comumente utilizadas no Brasil. Segundo (KALIUI, 2017), atualmente a maior parte dos brasileiros estão subjetivados nesses espaços virtuais, diante disso, selecionamos as plataformas: Instagram; Facebook e Youtube as quais apresentam elevadas porcentagens de sujeitos conectados. As apropriações teóricas que embasaram a pesquisa partiram de autores como: (LÉVY, 2010); (LEMONS, 2015); dentre outros. Para materializar as investigações, utilizamos da Netnografia como metodologia de análise, destinada a observar o comportamento e modos de ser dos sujeitos em espaços digitais. Os procedimentos metodológicos foram: a) análises de materiais bibliográficos sobre os conceitos de cibercultura, ciberespaço e virtual; b) mapeamento de perfis temáticos nas três plataformas supracitadas; e c) Verificação das tipologias linguísticas e os tipos de interações em espacialidades digitais que enunciam saberes geográficos. As análises demonstram que os sujeitos interagem com maior frequência em saberes mediados através do uso de imagens, apresentadas em sua maioria por gráficos, mapas e fotografias, sendo estes os gêneros imagéticos que mais suscitam interações. Os sujeitos imersos no ciberespaço se engajam construindo conhecimentos a partir da cultura material em contrastes com essa nova cultura que vem sendo impulsionada a cada dia pelos avanços técnicos. Os saberes mediados no ciberespaço demonstram-se estar em um processo constante de adaptação aos sujeitos, os quais são subjetivados as práticas e linguagens desse ambiente complexo e ainda muito pouco problematizado pela Geografia Escolar.

¹ Graduanda em licenciatura em geografia, Unidade Acadêmica de Geografia - UNAGEO-UFCG, Cajazeiras, PB, E-mail: maryaufcg@gmail.com.

² Doutor em Geografia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Professor do Centro de Formação de Professores da Universidade Federal de Campina Grande (CFP-UFCG), Cajazeiras, PB e Orientador do Projeto (PIBIC-CNPQ), e-mail: aldogeografia@gmail.com.

PALAVRAS-CHAVES: PLATAFORMAS DIGITAIS; SABERES GEOGRÁFICOS; CIBERESPAÇO.

ABSTRACT

The present work aims to investigate and problematize the geographic knowledge in three digital communication platforms. According to (Kaliu, 2017), currently most Brazilians are subjected in these virtual spaces, therefore, we selected the platforms: Instagram, Facebook and Youtube which have high percentages of connected subjects. The theoretical appropriations that underpinned the research came from authors such as: (LÉVY, 2010); (LEMOS, 2015): among others. To materialize the investigations, we used netnography as an analysis methodology, aimed at observing the behavior and ways of being of the subjects in digital spaces. The methodological procedures were: a) analysis of bibliographic materials about the concepts of cyberculture, cyberspace and virtual; b) mapping of thematic profiles in the three platforms mentioned above; and c) verification of linguistic typologies and types of interactions in digital spatialities that enunciate geographic knowledge. The analysis shows that subjects interact more frequently in knowledge mediated through the use of images, mostly presented by graphs, maps and photographs, being these the imagery genres that raise more interactions. The subjects immersed in cyberspace engage themselves building knowledge from the material culture in contrast to this new culture that is being driven every day by technical advances. The knowledge mediated in cyberspace proves to be in a constant process of adaptation to the subjects, which are subjected to the practices and languages of this complex environment and still very little discussed by Geography School.

KEYWORDS: DIGITAL PLATTFORMS; GEOGRAPHIC KNOWLEDGES; CYBERSPACE.