

# VII JORNADA IBERO-AMERICANA DE PESQUISAS EM POLÍTICAS EDUCACIONAIS E EXPERIÊNCIAS INTERDISCIPLINARES NA EDUCAÇÃO

Rio de Janeiro 4, 5 e 6 de dezembro de 2024

Local: Colégio Pedro II - Campus Tijuca II

ISSN: 2525-9571

Vol. 6 | Nº. 3 | Ano 2024

## EIXO TEMÁTICO: PRÁTICAS INTERDISCIPLINARES E DIVERSIDADE NA EDUCAÇÃO

**Sylvana Karla da Silva de Lemos Santos**

*Instituto Federal de Brasília*  
sylkarla@gmail.com

### PRÁTICAS INFORMACIONAIS DE JOVENS E ADULTOS NO CURSO PROEJA EM MARKETING DO IFB

**Luiz Felipe Gomes Castro**

*Instituto Federal de Brasília*  
luiz.castro.gomes17@gmail.com

**Maria do Rosário Cordeiro Rocha**

*Instituto Federal de Brasília*  
maria.cordeiro@ifb.edu.br

*Information practices of young people and adults in the PROEJA course in marketing of IFB*

**Resumo:** Esta pesquisa buscou analisar as práticas informacionais de estudantes da modalidade de Educação de Jovens e Adultos, relacionadas ao uso de tecnologias digitais para buscar a informação, interagir com outras pessoas e resolver demandas diárias. A pesquisa foi realizada com uma turma de 31 estudantes, ingressantes no curso Técnico em Marketing integrado ao ensino médio na modalidade PROEJA do Instituto Federal de Brasília, Campus Brasília. A partir da coleta e análise dos dados, foi possível identificar os hábitos digitais, relacionados aos dispositivos utilizados pelos estudantes, preferências de acesso à internet e redes sociais e habilidades em relação ao uso do computador e das ferramentas de edição. Os resultados foram comparados à pesquisa de Santos e Kafure (2019) e aos dados da Pesquisa TIC Domicílios 2023. Conclui-se que todos os participantes possuem celular, sendo o dispositivo utilizado na busca e acesso à informação e à comunicação. O Instagram é a rede social mais utilizada e o WhatsApp é a ferramenta preferida na troca de mensagens para comunicação. As práticas identificadas sugerem formas de trabalhar as tecnologias com o público de jovens e adultos em cursos de formação técnica.

**Palavras-chave:** educação de jovens e adultos; tecnologias; PROEJA.

**Abstract:** *This research sought to analyze the information practices of students studying Youth and Adult Education, related to the use of digital technologies to search for information, interact with other people and resolve daily demands. The research was carried out with a class of 31 students, entering the Technical Marketing course integrated into high school in the PROEJA modality at the Federal Institute of Brasília, Campus Brasília. From data collection and analysis, it was possible to identify digital habits, related to the devices used by students, preferences for accessing the internet and social networks and skills in relation to using the computer and editing tools. The results were compared to research by Santos and Kafure (2019) and data from the TIC Household Survey 2023. It is concluded that all participants have a cell phone, which is the device used to search for and access information and communication. Instagram is the most used social network and WhatsApp is the preferred tool for exchanging messages for communication. The identified practices suggest ways of working with technologies with young people and adults in technical training courses.*

**Keywords:** *youth and adult education; technologies; PROEJA.*

## 1. Introdução

A Educação de Jovens e Adultos (EJA) ainda é considerada um desafio para governo e educadores brasileiros, visto que uma parcela da população não concluiu o ensino básico na idade prevista, retorna à sala de aula e continua enfrentando desafios para a permanência. Instituído pelo Decreto nº 5.840, de 13 de julho de 2006, o Programa Nacional de Integração da Educação Profissional com a Educação Básica na Modalidade de Educação de Jovens e Adultos - PROEJA pode ser articulado ao ensino fundamental e ao médio, de forma integrada ou concomitante (Brasil, 2006).

Recentemente, uma iniciativa do Governo Federal destaca a previsão de estratégias para a oferta do Pacto Nacional de Superação do Analfabetismo e Qualificação de Jovens e Adultos (Pacto EJA), visto que ainda há 11 milhões de pessoas não alfabetizadas no Brasil, conforme dados da Pesquisa de Amostra de Domicílios - PNAD 2023 (MEC, 2024). Uma das finalidades do Pacto EJA é ampliar a oferta de matrículas da EJA nos sistemas públicos de ensino.

Embora seja um direito fundamental (Dantas, 2015), o acesso à educação não consegue atender a necessidade de todas as pessoas, a depender das prioridades que surgem no decorrer da vida pessoal, profissional e acadêmica. O público da EJA é formado por pessoas que “não tiveram a oportunidade de cursar o ensino fundamental e/ou o ensino médio na idade regular e que buscam também uma profissionalização” (Machado, 2016, p. 39). Por questões diversas, essas pessoas carregam a história de se afastarem da vida escolar e não concluírem a formação escolar.

No contexto da Ciência da Informação, este estudo se baseia nas três abordagens apresentadas por Araújo (2016) para estudos de usuários da informação: (i) abordagem Tradicional ou Positivista, sob a ótica da melhoria na oferta de serviços; (ii) abordagem Crítica, cuja perspectiva é voltada à identificação dos problemas de acesso à informação e aos sistemas de informação; (iii) abordagem Cognitiva que relaciona as necessidades do usuário e as ações de busca da informação. Percebe-se uma evolução nas abordagens e, neste sentido, evidencia-se que “para apreender as práticas informacionais, é preciso estudar as práticas sociais” (Rocha, Gandra, Rocha, 2017, p. 99), considerando que o sujeito interage com o meio e as tecnologias, sendo o processo de busca da informação também um processo social.

A partir dessa introdução, este trabalho teve o objetivo de analisar as práticas informacionais de estudantes da modalidade de Educação de Jovens e Adultos, relacionadas ao uso de tecnologias digitais para buscar a informação, interagir com outras pessoas e resolver demandas diárias. O estudo foi realizado a partir de uma pesquisa de campo com estudantes de uma turma do curso Técnico em Marketing na modalidade PROEJA, ofertado pelo Instituto Federal de Brasília. Os participantes responderam questões por meio de formulário online que buscaram identificar o perfil de acesso e uso das TIC e as consequentes práticas informacionais para servir de insumo para o planejamento das aulas da componente curricular Informática Aplicada ao

Marketing, durante o segundo semestre letivo de 2024. O contexto da pesquisa é Ciência da Informação e envolve os sujeitos informacionais de interesse, que são os jovens e adultos.

Na sequência, será contextualizada a EJA no local da pesquisa, que é o Instituto Federal de Brasília, o objeto da pesquisa, que são os estudantes do curso Técnico em Marketing integrado ao ensino médio na modalidade PROEJA, e o papel das tecnologias para o curso e o público.

## 2. Educação de Jovens e Adultos no IFB

O Instituto Federal de Brasília (IFB) é uma das 41 instituições da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica (RFEPCT), criada pela Lei Federal nº 11.892, de 29 de dezembro de 2009 (Brasil, 2009), e conta com 656 unidades em todo o país, segundo a Plataforma Nilo Peçanha<sup>1</sup>. O IFB possui 10 campi situados nas regiões administrativas do Distrito Federal e deverá receber mais 2 campi, conforme a previsão de expansão da Rede Federal.

Dados da Plataforma Nilo Peçanha indicam que o IFB possui quase 25 mil registros de matrícula nos cursos dos 10 campi, sendo que a maioria dos estudantes se identifica como mulheres (57%), possuem entre 20 e 29 anos (42%), são pretos ou pardos (63,7%) e renda familiar até 1,5 salário-mínimo (51,3%).

O Campus Brasília está localizado na capital federal, sendo o maior dos 10 campi em quantidade de estudantes e servidores. Os cursos são ofertados, principalmente, nos eixos de Gestão e Negócios, Informação e Comunicação e Turismo, Hospitalidade e Lazer. As modalidades incluem Formação Inicial Continuada, cursos Técnicos integrado e subsequente, cursos de nível superior em Tecnologia e uma Licenciatura em Dança, além de três cursos de especialização, um Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica e cursos da Universidade Aberta do Brasil (UAB).

A RFEPCT pode ofertar cursos na modalidade PROEJA como formação inicial e continuada de trabalhadores e educação profissional de nível médio (Brasil, 2006). O PROEJA diferencia-se da EJA, pois inclui a formação profissional no currículo do ensino médio, além de fornecer certificações intermediárias. O IFB oferece 8 diferentes cursos nesta modalidade, em diferentes eixos, com duração média de 3 anos e certificação técnica de nível médio (IFB, 2023).

### 2.1. Curso Técnico em Marketing na modalidade PROEJA

Entre os cursos ofertados pelo Campus Brasília, está o curso Técnico em

<sup>1</sup> Plataforma Nilo Peçanha – PNP. <https://www.gov.br/mec/pt-br/pnp> Acesso em: 29 set.2024

# VII JORNADA IBERO-AMERICANA DE PESQUISAS EM POLÍTICAS EDUCACIONAIS E EXPERIÊNCIAS INTERDISCIPLINARES NA EDUCAÇÃO

Rio de Janeiro 4, 5 e 6 de dezembro de 2024

Local: Colégio Pedro II - Campus Tijuca II

Marketing integrado ao ensino médio na modalidade Proeja que teve início em fevereiro de 2024, sendo o curso mais recente de todos. Está situado no eixo Gestão e Negócios, conforme o Catálogo Nacional de Cursos Técnicos (CNCT). O curso possui um total de 2400 horas de formação, sendo 1600 horas de formação geral e 800 horas de formação técnica (IFB, 2024), com duração de cinco semestres, no período noturno, com possibilidade de 20% em educação a distância, conforme legislação (MEC, 2020).

Cabe ressaltar que o Proeja diferencia-se da EJA, pois inclui a formação profissional no currículo do ensino médio, além de fornecer certificações intermediárias. Para o ingresso nos cursos da modalidade Proeja, o IFB adota o sistema de ingresso por sorteio, por meio da publicação de um edital de vagas que garante a ampla concorrência e a reserva de vagas por cotas para Pessoas com Deficiência, egressos de escola pública, baixa renda e raça. No entanto, de forma excepcional, para o ingresso dessa primeira turma do curso em 2024, foi adotado o sistema de matrícula por ordem de chegada, em que a pessoa interessada comparecia presencialmente ao campus, em data e horário previamente informado no edital, com a documentação necessária para fazer a matrícula no curso. Dessa forma, as 40 vagas foram preenchidas com mais agilidade, considerando que a forma adotada comumente, com inscrição por formulário eletrônico e entrega de documentação posterior, gerava muita evasão, apesar do preenchimento das vagas em um primeiro momento.

Uma característica ímpar dessa primeira turma do curso foi a estratégia para a busca ativa dos estudantes, com a adoção de divulgação das vagas para além dos meios tradicionais, que é o Portal do IFB e redes sociais. Uma equipe do Campus Brasília buscou instituições de pessoas imigrantes no Distrito Federal, como uma oportunidade para formação no Brasil com reconhecimento de um órgão público. Isso atraiu os inscritos e proporcionou o preenchimento das vagas de forma ágil, esgotando-se em duas semanas. O destaque ficou para pessoas interessadas de nacionalidade sul-americana, a exemplo da Venezuela, Haiti, Equador e Bolívia, além da Rússia, entre homens e mulheres, jovens e adultos, público este ocupante de quase 50% das matrículas, com idade entre 19 e 64 anos.

## 2.2. Tecnologias na Educação de Jovens e Adultos

O primeiro módulo do curso conta com a disciplina Informática Aplicada ao Marketing, com 60 horas, encontros semanais de 3 horas de duração. O espaço da aula é um laboratório de informática com 24 máquinas e acesso à internet. O conteúdo da disciplina aborda desde a história do computador e evolução das tecnologias, uso do navegador de internet, softwares de edição de texto, planilha e apresentações, com o objetivo de alinhar os conhecimentos dos estudantes quanto à utilização e importância das tecnologias na área de Marketing.

Embora os estudantes tenham habilidades para utilizar funcionalidades do celular nas atividades de comunicação e busca de informação diariamente, a prática na rotina da disciplina evidenciou que muitos desconhecem o computador. Isso se deu pela

observação das dificuldades para o reconhecimento do teclado, no uso de acentuação e de letras maiúsculas na construção de textos, cenário semelhante ao observado no estudo de Santos e Rocha (2018). Neste contexto, a primeira atividade proposta foi uma pesquisa para identificar o nível de interação de cada estudante com as Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC).

As atividades práticas da disciplina são direcionadas à pesquisa, produção de material digitado pelo estudante e apresentação dos resultados, em sua maioria de forma individual. A última atividade foi realizada em grupo e promoveu a elaboração de uma pesquisa direcionada ao marketing de um produto ou serviço, a partir de um tema escolhido pelos estudantes, como venda e compra de computador, práticas de exercícios físicos, consumo de água, entre outros. Os resultados foram apresentados no final do semestre letivo aos docentes de outras disciplinas do curso, configurando-se como uma atividade integrada que reuniu conhecimentos de língua portuguesa, matemática, relações interpessoais e informática.

A seguir, será descrito o percurso metodológico realizado para o cumprimento do objetivo da pesquisa.

### 3. Percurso Metodológico

A pesquisa é exploratória e descritiva, pois busca caracterizar determinada população em um contexto específico (Minayo, 2010). Adota a entrevista como técnica de coleta de dados e utiliza o questionário como instrumento com questões objetivas para o registro das respostas. A análise dos dados é feita pelo conteúdo das respostas e comparação com outros estudos relacionados.

O universo da pesquisa é de 40 estudantes matriculados na primeira turma do curso Técnico em Marketing integrado ao ensino médio na modalidade PROEJA, sendo 23 mulheres (57,5%). O questionário foi disponibilizado na página da disciplina no Ambiente Virtual de Aprendizagem Moodle, por meio de um *link* que direciona para o formulário Google com um texto de apresentação: “Esta é uma pesquisa para identificar os hábitos digitais dos estudantes do módulo 1 do curso Técnico em Marketing do IFB - Campus Brasília Você não precisa se identificar. Seja sincero em suas respostas para que os resultados descrevam a realidade da turma. Sua resposta é muito importante!”. Escolheu-se a palavra “hábitos” para simplificar a compreensão da necessidade da pesquisa para conhecer o perfil da turma.

A amostra alcançada é de 31 respostas. O questionário ficou aberto durante 3 semanas, sendo proposto durante a primeira aula do curso em fevereiro de 2024, de modo a alcançar o máximo de respondentes que estavam presentes. O instrumento de coleta possui 13 questões, sendo apenas uma subjetiva (aberta). As questões abordaram sobre ter computador em casa, em que locais utiliza o computador, frequência semanal, qual dispositivo acessa a internet e com qual frequência, quais redes sociais utiliza, quais serviços de internet acessa, quais aplicativos de comunicação, se utiliza

ferramentas de edição ou escritório e qual o nível de conhecimento dessas ferramentas, se faz uso de ferramentas de edição de imagens e de vídeo. Por fim, a única pergunta aberta solicitava indicar o que esperava aprender na disciplina. A seguir, serão descritos os resultados obtidos.

## 4. Resultados e Discussão

Inicialmente, cabe ressaltar que, diante da barreira linguística, algumas questões da pesquisa tiveram que ser comentadas e exemplificadas para melhorar a compreensão do que se desejava alcançar. Os resultados foram comparados com um estudo semelhante, realizado por Santos e Kafure (2019), realizado com uma turma do curso Técnico em Administração integrado ao ensino médio na modalidade PROEJA no IFB Campus Gama, e com a Pesquisa TIC Domicílios 2023 (CGI.br, 2024).

Ao serem questionados se possuem computador em casa, 20 deles (64,5%) responderam que sim, aproximadamente um terço deles. De modo semelhante, pouco mais da metade dos respondentes afirmaram que o local onde costumam acessar o computador é em casa (54,8%), seguido da opção de acesso na casa de algum colega ou familiar (22,6%) e no trabalho (16,1%). Os demais afirmaram que acessam no laboratório de informática do IFB ou na biblioteca. Os resultados assemelham-se àqueles obtidos na pesquisa de Santos e Kafure (2019), que teve uma média superior de pessoas que possuem computador em casa.

Quanto à frequência de acesso semanal ao computador, 12 responderam que acessa de 1 a 3 dias por semana (38,7%), enquanto 7 deles acessam de 4 a 6 vezes por semana (22,6%) e 5 responderam que acessam o computador diariamente (16,1%), sendo uma minoria. A pouca frequência de acesso diário à internet pode ser explicada pela ausência de um computador em casa ou à atividade desempenhada pelo estudante, não necessitando do uso de um computador, a exemplo de atividades informais. De acordo com a pesquisa TIC Domicílios 2023, 84% dos domicílios brasileiros possuem acesso à Internet, percentual superior ao ano anterior (CGI.br, 2024).

O dispositivo mais utilizado para acessar a internet é o celular/smartphone, com 100% das respostas, em concordância com a pesquisa TIC Domicílios 2023 (CGI.br, 2024), em que 99% utilizam esse dispositivo. Esta questão permitia mais de uma resposta e o computador foi também apontado como dispositivo de acesso à internet por 35,5% dos respondentes. A opção Tablet não foi indicada.

Quanto à frequência de acesso à internet, 87,1% dos respondentes afirmaram que acessam todos os dias, o que corresponde a 27 participantes. Os demais afirmaram igualmente que acessam de 1 a 3 dias e de 4 a 6 dias, sendo 2 respostas cada. Os resultados estão de acordo com a pesquisa TIC Domicílios 2023 (CGI.br, 2024, p.29), a qual aponta que 95% utilizaram a Internet todos os dias ou quase todos os dias, assim como aponta a pesquisa de Santos e Kafure (2019).

## VII JORNADA IBERO-AMERICANA DE PESQUISAS EM POLÍTICAS EDUCACIONAIS E EXPERIÊNCIAS INTERDISCIPLINARES NA EDUCAÇÃO

Rio de Janeiro 4, 5 e 6 de dezembro de 2024

Local: Colégio Pedro II - Campus Tijuca II

Com relação ao acesso às redes sociais, 23 respostas apontaram o *Instagram* como a rede social mais utilizada, sendo 74,2% das respostas. Isso é um indicativo de uso massivo desta rede social, o que pode ser aproveitado de forma positiva, considerando que é também utilizada institucionalmente pelo IFB e pode indicar uma forma de alcance para este público. A segunda rede social mais utilizada é o *Facebook*, com 13 respostas (41,9%). O *Twitter* ficou com 6,5%. Essa pergunta contava com um campo que poderia ser sugerido como respostas e recebeu *Telegram*, *Whatsapp*, *Google* e *Youtube* como possibilidades que não foram contabilizadas. Estes resultados estão em desacordo com Santos e Kafure (2019), que apontou uma inversão na preferência das redes sociais, priorizando o *Facebook* ao *Instagram*, possivelmente pelo crescimento do *Instagram* nos últimos anos (CGI.br, 2024, p.91), contrariando o cenário de 2016, à época.

O próximo bloco está voltado ao acesso à informação e quais serviços os participantes mais utilizam. As redes sociais foram as mais citadas com 28 respostas (90,3%), seguida dos sites de busca como *Google*, com 26 respostas (83,9%) e o e-mail com 19 respostas (61,3%). Sites de notícias, vídeos e jogos também foram apontados nas respostas. Todos os respondentes utilizam *Whatsapp* para se comunicar. O *Telegram* foi indicado por apenas 8 dos participantes (25,8%). Os resultados diferem daqueles encontrados por Santos e Kafure (2019) que apontaram para o e-mail como principal ferramenta para utilização na internet, mas estão de acordo com o Relatório CGI.br 2023.

Por fim, os participantes foram questionados quanto à utilização das ferramentas de escritório, como editor de texto, planilha eletrônica e apresentação. Essa pergunta serviu para verificar o conhecimento prévio dos estudantes, sendo importante para saber se já teriam afinidade e habilidades com as ferramentas. As respostas indicaram que 20 deles utilizam o editor de texto, 10 utilizam planilha eletrônica e 9 o editor de apresentação, podendo ter respostas simultâneas. Há estudantes que não utilizam ou não conhecem essas ferramentas, o que corresponde a 9 deles. Ao longo do semestre letivo, foi possível identificar esse quantitativo de estudantes que além de não conhecer, não tinham habilidades com o computador, diante de algumas dificuldades apresentadas, como uso do teclado, mouse e gerenciador de arquivos. Estes resultados estão semelhantes aos encontrados na pesquisa de Santos e Kafure (2019), indicando que há uma dificuldade persistente no uso das funcionalidades do computador, em detrimento ao celular que, literalmente, está na palma da mão.

Quanto ao nível de utilização das ferramentas de edição para escritório (*Office*), categorizou-se como nível básico, intermediário e avançado. Apenas 2 respostas indicaram o nível avançado, enquanto 60% da turma afirmou que possui nível de utilização básico e 13,3% o nível intermediário. Esse resultado concorda com o estudo de Santos e Kafure (2019) e indica que ainda há pouco conhecimento e domínio dessas ferramentas de escritório, havendo uma necessidade para serem melhor abordadas na formação técnica.

Também foi questionado sobre as habilidades pessoais no uso de editor de

imagem e de vídeo, fato que pode ser impulsionado pelo uso de celular e redes sociais para postagem. No entanto, 61,3%, o que corresponde a 19 pessoas, afirmaram que não usam editor de imagem. Possivelmente, essa quantidade pode ser um reflexo do desconhecimento do que se considera um editor de imagens, pois ao utilizar um filtro do Instagram considera-se que a imagem está sendo editada. A ferramenta para edição de imagens mais utilizada, com 8 respostas, foi o Canva. Outras respostas mais pontuais e individuais indicaram o *Paintbrush*, *Gimp*, *Photoshop*, *Illustrator*, *Lightroom* e *Capcut* como ferramentas mais conhecidas e utilizadas.

No contexto dos editores de vídeo, o *Capcut* foi o mais indicado com 13 respostas (41,9%) e 14 afirmaram que não usam ferramentas para edição de vídeo. Os demais informaram que utilizam ferramentas nativas do celular, mas que não foram identificadas nas respostas. Não houve comparação com essas respostas, pois a pergunta não havia sido abordada no estudo de Santos e Kafure (2019).

A última pergunta buscou, de forma subjetiva, abordar sobre o que o estudante gostaria de aprender na disciplina Informática Aplicada ao Marketing. Enquanto muitos afirmaram que desejavam aprender “tudo”, pois não têm conhecimentos de informática, a exemplo de edição de texto e apresentações, outros foram mais incisivos e destacaram que desejam aprimorar técnicas de vendas, ferramentas de *design* e ganhar dinheiro com marketing.

A turma, que iniciou com 40 pessoas, foi reduzida a 16 aprovados ao final do primeiro semestre de 2024. Acredita-se que isso se deve, principalmente, à greve que aconteceu de março a julho, quando retornaram 19 estudantes, gerando uma alta evasão, já prevista pelos docentes e pela coordenação, considerando a mudança de rotina e de prioridades na vida pessoal e profissional dos estudantes estrangeiros e brasileiros, reforçando a diversidade do público da EJA e a atenção que deve ser dada para mantê-los no curso.

## 5. Conclusão

Esta pesquisa buscou analisar as práticas informacionais de estudantes da modalidade de Educação de Jovens e Adultos, relacionadas ao uso de tecnologias digitais para buscar a informação, interagir com outras pessoas e resolver demandas diárias. A pesquisa foi realizada com 31 estudantes da turma do curso Técnico em Marketing integrado ao ensino médio na modalidade PROEJA do Instituto Federal de Brasília, Campus Brasília.

A partir da coleta e análise dos dados, foi possível identificar os hábitos digitais, relacionados à utilização dos dispositivos utilizados pelos estudantes, preferências de acesso à internet e redes sociais e habilidades em relação ao uso do computador e das ferramentas de edição. O estudo comparativo serviu para confrontar os resultados de turmas de cursos da mesma modalidade, em períodos diferentes sobre um mesmo assunto. Conclui-se que grande parte dos estudantes não têm acesso ao computador em

seu dia a dia, embora todos utilizem o celular para comunicação e busca de informação.

Percebe-se o esforço dos estudantes na convivência diária, em razão da língua estrangeira, principalmente português e espanhol, tanto para a compreensão dos conteúdos e a comunicação com a professora da turma, quanto entre os próprios estudantes nas atividades individuais ou em grupo. Tal fato gerou, em certa medida, uma segregação da turma, ao perceber que brasileiros se sentavam de um lado da sala e estrangeiros do outro, além do nível diferente de conhecimento das tecnologias e do uso destas no dia a dia. Tal fato é ressaltado no sentido de trabalhar as relações interpessoais nos próximos semestres.

Por fim, ressalta-se a percepção da professora da turma nas aulas de informática como um horário de especial atenção e que atrai os estudantes por ser um momento que aproveitam o acesso e uso do computador e da internet para ler mensagens, se comunicar por e-mail, fazer buscas e pesquisas, para além do que é abordado durante a disciplina Informática aplicada ao Marketing.

## 6. Referências

ARAÚJO, C. A. A. Estudos de usuários da informação: comparação entre estudos de uso, de comportamento e de práticas a partir de uma pesquisa empírica.

**Informação em Pauta**, Fortaleza, CE, v. 1, n. 1, jan./jun. 2016.

BRASIL. Lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008. Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, e dá outras providências. Disponível

em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2007-2010/2008/lei/l11892.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2008/lei/l11892.htm)

Acesso em: 30 set. 2024.

BRASIL. Decreto nº 5.840, de 13 de julho de 2006. Institui, no âmbito federal, o Programa Nacional de Integração da Educação Profissional com a Educação Básica na Modalidade de Educação de Jovens e Adultos -

PROEJA, e dá outras providências. Disponível em:

[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2004-2006/2006/decreto/D5840.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2004-2006/2006/decreto/D5840.htm).

Acesso em: 13 out. 2024.

CGI.br. Comitê Gestor da Internet no Brasil. TIC Domicílios. **Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros**. São Paulo, 2024. Disponível em:

[https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20240826111431/tic\\_domicilios\\_2023\\_livro\\_eletronico.pdf](https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20240826111431/tic_domicilios_2023_livro_eletronico.pdf) Acesso em: 24 set.2024.

DANTAS, A. C. L. O PROEJA como estratégia política para efetivação do direito à educação de jovens e adultos. In: Colóquio Nacional | Eixo Temático I – Políticas em educação

# VII JORNADA IBERO-AMERICANA DE PESQUISAS EM POLÍTICAS EDUCACIONAIS E EXPERIÊNCIAS INTERDISCIPLINARES NA EDUCAÇÃO

Rio de Janeiro 4, 5 e 6 de dezembro de 2024

Local: Colégio Pedro II - Campus Tijuca II

profissional. *Anais [...]*, 3., 2015. ISSN: 2358-1190. Disponível em: <https://memoria.ifrn.edu.br/handle/1044/1286> Acesso em: 10 out. 2024.

INSTITUTO FEDERAL DE BRASÍLIA - IFB. **Plano de Curso do Técnico de Nível Médio em Administração Integrado ao Ensino Médio na modalidade PROEJA**. Brasília, DF: 2016. Disponível em: <http://www.ifb.edu.br/attachments/article/5913/PLANO%20DE%20CURSO%20PROEJA%20ADM%20ATUALIZADO.pdf> Acesso em: 10 out. 2024.

INSTITUTO FEDERAL DE BRASÍLIA - IFB. **Cursos Técnicos da modalidade Educação de Jovens e Adultos (PROEJA)**. Brasília, DF: 2023. Disponível em: <https://www.ifb.edu.br/estude-no-ifb/escolha-o-seu-curso/6021-Proeja> Acesso em: 10 out. 2024.

MACHADO, V. R. Educação básica integrada à educação profissional na modalidade de educação de jovens e adultos: uma proposta de ensino de língua portuguesa com base em projetos de letramento. In: TERRAZA, C. H. (Org.) **Integrações: diálogos sobre o ensino médio**. Brasília: Editora IFB, p. 37-58, 2016.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO - MEC. **PROEJA - Programa Nacional de Integração da Educação Profissional com a Educação Básica na Modalidade de Educação de Jovens e Adultos**. Documento base. Brasília, DF: 2007. [http://portal.mec.gov.br/setec/arquivos/pdf2/proeja\\_medio.pdf](http://portal.mec.gov.br/setec/arquivos/pdf2/proeja_medio.pdf) Acesso em: 13 set. 2024.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO - MEC. **Catálogo Nacional de Cursos Técnicos**. Curso Técnico em Marketing. Brasília, DF: 2020. Disponível em: <http://cnct.mec.gov.br/cursos/curso?id=71> Acesso em: 19 jun. 2024.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO - MEC. **Programa Brasil Alfabetizado é retomado com bolsas para educadores**. [Publicado em 10 set. 2024]. Disponível em: <https://www.gov.br/mec/pt-br/assuntos/noticias/2024/setembro/programa-brasil-alfabetizado-e-retomado-com-bolsas-para-educadores> Acesso em: 19 ago. 2024.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO - MEC. **Pacto Nacional pela Superação do Analfabetismo e Qualificação na Educação de Jovens e Adultos**, s/d. Disponível em: <https://www.gov.br/mec/pt-br/pacto-eja>

MINAYO, M. C. S. O desafio da Pesquisa Social. In: DESLANDES, S. F.; GOMES, R.; MINAYO, M. C. S. (Org.) **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 26 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007, p. 9-29.

ROCHA, E. C. F; GANDRA, T. K.; ROCHA, J. A. P. Práticas informacionais: nova abordagem para os estudos de usuários da informação. **Biblos**, n. 68, p. 96-109, 2017. DOI 10.5195/biblios.2017.445

# VII JORNADA IBERO-AMERICANA DE PESQUISAS EM POLÍTICAS EDUCACIONAIS E EXPERIÊNCIAS INTERDISCIPLINARES NA EDUCAÇÃO

Rio de Janeiro 4, 5 e 6 de dezembro de 2024

Local: Colégio Pedro II - Campus Tijuca II

SANTOS, S. K. S. L.; ROCHA, M. R. C. Interdisciplinaridade no PROEJA: informática e língua portuguesa. **EJA EM DEBATE**, v. 11, p. 1-12, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ifsc.edu.br/index.php/EJA/article/view/2351> Acesso em: 13 out. 2024.

SANTOS, S. K. S. L.; KAFURE, I. Práticas Informacionais de Jovens e Adultos: uma experiência com estudantes do PROEJA. **PontodeAcesso**, v. 13, n. 2, p. 256-272, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/revistaici/article/view/29711> Acesso em: 28 set.2024.

---

Sylvana Karla da Silva de Lemos Santos

Doutora em Ciência da Informação, professora no eixo Informação e Comunicação no Instituto Federal de Brasília, Campus Brasília.

---

Luiz Felipe Gomes Castro

Estudante do curso Licenciatura em Química no Instituto Federal de Brasília, Campus Gama.

---

Maria do Rosário Cordeiro Rocha

Doutora em Linguística pela Universidade de Brasília, professora de língua portuguesa no Instituto Federal de Brasília, Campus Gama.