

Páginas Eletrônicas de Instituições Educacionais: quando o virtual se contrapõe ao real apesar da TI

Miguel Carlos Damasco dos Santos
Associação Educacional Dom Bosco – Resende - RJ
damasco@resenet.com.br

RESUMO

Este artigo apresenta o resultado de uma pesquisa realizada em algumas páginas eletrônicas de instituições educacionais existentes na região Sul-Fluminense, abrangendo todos os níveis de ensino. A proposta da pesquisa foi estudar se as instituições pesquisadas estão aproveitando as potencialidades dos recursos disponibilizados pela tecnologia da informação (TI) para se apresentar ao público externo e interno na forma virtual de uma página eletrônica ou website. Inicialmente, identifica algumas definições para o termo “virtual” e questões de territorialidade e espaço/tempo para facilitar o entendimento sobre o ambiente em que se desenvolveu a pesquisa. Em seguida, estuda os cuidados que se deve ter na atualidade para a montagem e, principalmente, na importância da atualização de um website institucional que represente o seu contexto real com mais fidelidade. A análise identificou pontos que podem ser considerados como positivos e outros pontos em que o virtual se contrapõe ao real, apesar das possibilidades que a TI nos oferece. Por fim, faz uma breve reflexão sobre o resultado obtido e apresenta possíveis correções de rumo necessárias.

Palavras-chave: Instituição de ensino, página eletrônica e virtual.

1. INTRODUÇÃO

*Entre nenhuma informação e informação demais,
o risco é ficar desinformado.
Ou de selecionar informações ao acaso, que é pior.
Umberto Eco (2005)*

No decorrer da história da humanidade, os avanços tecnológicos foram responsáveis por alterações nos mais diversos campos de atividades, sempre trazendo consigo mudanças nas atitudes sócio-culturais dos povos. Para melhor compreendermos os impactos das novas tecnologias na cultura contemporânea devemos dirigir nosso olhar para a educação e seu entorno como um processo complexo, inacabado e em evolução permanente.

As novas tecnologias da informação e da comunicação (NTIC's) se impõem neste novo século através, principalmente, da Internet, que possibilita a troca de informações em todos os níveis, sejam elas em forma de textos, gráficos, som ou imagens. Elas modificam as nossas relações com o tempo e com o espaço numa velocidade geométrica, dando-nos uma nova percepção de mundo, no qual nossos relacionamentos, inclusive com os saberes, convertem-se em espaços de fluxos, criando e desfazendo verdades, competências e habilidades. (SANTOS, 2009, p. 3)

As milhões de pessoas que estão conectadas na Internet talvez nem conheçam todas as suas possibilidades. A personalização, a interatividade, a simultaneidade, o armazenamento e a recuperação de informações são algumas das características da grande rede que podem ser mais exploradas, inclusive na educação. Seu emprego vem ocupando espaços diversos no processo ensino-aprendizagem, na maioria das vezes, de maneira não muito eficiente. Ela é mais um recurso que se apresenta com grande capacidade de comunicação, encurtando as barreiras físicas e culturais. Porém, antes de tudo, é preciso identificar na Internet como ela pode realmente oferecer contribuições de forma mais significativa. Assim surgiu o que chamamos de ciberespaço: “um espaço imaterial das novas relações sociais e educativas, num ambiente desterritorializado, de bases cooperativas, de trocas interativas, de acessos instantâneos e de uma multiplicidade infinita de saberes” (Idem, 2009, p. 2.)

A Internet apresenta para seus usuários uma janela de entrada no novo “espaço”, que não possui trânsito de tecidos humanos ou coisas, mas um espaço eletrônico onde trafegam bits e bytes. A sua definição é complexa: “O ciberespaço seria assim um espaço mágico, uma rede de inteligências coletivas. (...) é assim uma entidade real, parte vital da cybercultura planetária que está crescendo sob os nossos olhos” (LEMOS, 2010, s. p.).

Para uma instituição, seja ela de qualquer ramo de atividade, ter um espaço para se apresentar para seus clientes e fornecedores, como um cartão de visitas virtual, é primordial que nos dias atuais ela tenha uma página eletrônica. Para tal, deve seguir diversos pontos básicos, porém importantes para obter sucesso. Segundo Danielle Ramos (2008, s. p.) no seu artigo sobre os 15 (quinze) passos básicos para utilizar a Internet a favor dos seus negócios:

Possuir um website para seu negócio ou empresa nos dias de hoje, é fundamental que uma empresa possua seu espaço na Internet. Esse meio oferece diversos benefícios a um custo muito baixo em comparação com outros meios. Além disso, ter um website demonstra a seriedade e profissionalismo dos seus negócios.

Conforme Fernando Chiqueto (2010, s. p.):

Um bom site hoje pode se tornar ultrapassado amanhã. É fundamental que seu site seja atualizado sempre que você achar necessário e tenha seu conteúdo sempre em dia como o seu endereço, as formas de contato seja por telefone, e-mail ou mensagens instantâneas ou qualquer outro meio. Também se você disponibilizar novos serviços, produtos, as políticas da empresa, notícias e novidades sobre ela, esses detalhes garantem mais confiança ao visitante/cliente e pois demonstra que seu site está preparado para atendê-lo.

O ideal seria que o ambiente virtual de uma instituição escolar fizesse um contraponto com seu mini mundo real. Porém, existem algumas pesquisas que demonstram que nem sempre os sites conseguem transpor a realidade da organização para o ambiente virtual por falta de manutenção ou de atualização constante do seu website. É aí que entra a pesquisa deste artigo, que procura se deter nas instituições educacionais de qualquer nível de ensino da região Sul-Fluminense – Estado do Rio de Janeiro.

2. ESTUDOS SOBRE O VIRTUAL

Dependendo do sentido em que nos referimos ao termo “virtual”, seu significado pode ter conotações variadas (LÉVY, 1996):

- sentido filosófico: existe em potência e não em ato;
- sentido comum: falso, ilusório;
- sentido computacional: simulação, hipertexto, mapas dinâmicos; e
- sentido tecnológico: datagloves, sensorio-motor, realidade virtual.

Para entendermos os conceitos de virtual, de território, de espaço e de tempo no ciberespaço, vamos aprofundar a seguir um pouco mais sobre esses referidos temas.

2.1. O SURGIMENTO DO TERMO VIRTUAL

Castells (1999, p. 397 e 436) afirma que, a partir do rompimento dos padrões espaciais em redes interativas, o “espaço de fluxos” passou a substituir o “espaço de lugares”. O novo espaço seria a organização corporal das seqüências de intercâmbio e interações intencionais, repetitivas e programáveis, o suporte das práticas sociais de tempo compartilhado. O seu ambiente virtual, entretanto, continua sustentado por estruturas materiais, referentes aos recursos tecnológicos e à organização estratégica.

O espaço de fluxos realiza um processo de desmaterialização das questões espaciais e temporais na grande rede. O que antes era concreto e palpável adquire uma dimensão imaterial na forma de impulsos eletrônicos. Hoje, a realidade virtual pode ser experimentada e vivida como se fosse real. Ao terminar a presença no universo virtual, pode-se reentrar no mundo real e duro. De acordo com Sodré (1999, p. 31), “realidade virtual, compreendida como um ‘real’ ancorado no plano da pura representação, altera radicalmente a nossa percepção e faz evanescer-se a realidade tradicional.”

Segundo Pierre Lévy, o virtual é uma nova modalidade de ser, cuja compreensão é facilitada se considerarmos o processo que leva a ele: a virtualização. Virtualizar constitui-se em “estender” um determinado processo além dos seus sujeitos, tornando relativas suas questões no tempo e no espaço. “O real seria da ordem do ‘tenho’, enquanto o virtual seria a ordem do ‘terás’, ou da ilusão, o que permite geralmente o uso de uma ironia fácil para evocar as diversas formas de virtualização” (LÉVY, 1996, p. 15).

No espaço cibernético, onde há a multiplicação desenfreada de espaços e sites, tornamo-nos migrantes de um nó ao outro, de uma rede a outra; não mais migrantes de espaços geográficos, mas de espaços virtuais. Virtual não significa irreal, mas que existe em potência, e não em ato (PALÁCIOS, 1999, s. p.). A virtualidade refere-se mais à possibilidade de ser, de tornar-se uma força no mundo real. Concebendo o virtual como uma dimensão intermediária entre o real e a pura imaginação, podemos entendê-lo da seguinte forma: em um dos seus extremos estaríamos mais próximos à realidade e, no outro, à abstração.

As características do “lugar virtual” residem no tempo-real, desterritorialidade, imaterialidade e interatividade. Tais aspectos possibilitam acesso imediato a qualquer parte do mundo, inaugurando uma nova percepção do tempo e de espaço. Consideramos um website como um lugar virtual desterritorializado que deve corresponder a algo real, só que com disponibilidade 24 horas por dia e acessado de qualquer local de forma imediata.

2.2. QUESTÕES DE TERRITÓRIO, ESPAÇO E TEMPO

A Internet transformou os conceitos de território, espaço e tempo. As mudanças disponibilizadas pelos suportes da tecnologia da informação (TI), tais como dimensão planetária da comunicação, facilidade de armazenamento e divulgação de informação, tem conduzido a uma reorganização dos fluxos e dos procedimentos comunicacionais. A rede desaparece com as fronteiras geográficas mas, também, cria novos territórios. A geografia é determinada pelos interesses e objetivos comuns. (SANTOS, 2009, p. 6.)

(...) a era da pós-informação vai remover as barreiras da geografia. A vida digital exigirá cada vez menos que você esteja num determinado lugar em determinada hora, e a transmissão do próprio lugar vai começar a se tornar realidade. (NEGROPONTE, 1995, p 159)

A existência de territórios na Internet pode ser repensada como espaços de fluxos que geram representações e nos conduz a repensar as fronteiras geográficas e as próprias questões de territorialidade com o surgimento de novos espaços. Um bom exemplo desse novo espaço virtual é uma página eletrônica institucional e o contexto em que ela representa.

A velocidade da mídia eletrônica nos possibilita uma nova forma de experienciar o tempo, substituindo a noção de tempo-duração por tempo-velocidade (ELHAJJI, 1999, p. 220) e a instantaneidade das atividades. O tempo que provém das novas tecnologias comunicacionais é marcado pela presentificação e pela interatividade on-line, fato constatado nas tecnologias de telepresença em tempo real que alteram nosso sentido cultural de tempo e espaço. Lemos (2010, s. p.) compara as funções temporais e espaciais do ambiente das redes informáticas como um modo de ilustrar implicações entre aspectos da territorialidade pós-moderna e a suspensão das referências materiais no ciberespaço:

O ciberespaço faz parte do processo de desmaterialização do espaço e de instantaneidade temporal contemporâneos ... Se na modernidade o tempo era uma forma de esculpir o espaço, com a cibercultura contemporânea nós assistimos à um processo onde o tempo-real vai aos poucos exterminando o espaço.

3. PÁGINAS ELETRÔNICAS OU WEBSITES

As páginas eletrônicas ou websites representam a idéia de que pela porta de entrada da instituição de ensino pode-se associar uma série de conteúdos que possibilitam uma maior permanência do usuário dentro do ambiente de informação que acumulam uma grande quantidade de dados sobre a escola. A Wikipedia (2010, s. p.) define website como:

Um conjunto de páginas web, isto é, de hipertextos acessíveis geralmente pelo protocolo HTTP na Internet. O conjunto de todos os sites públicos existentes compõe a World Wide Web. As páginas num site são organizadas a partir de um URL básico, ou sítio, onde fica a página principal, e geralmente residem no mesmo diretório de um servidor. As páginas são organizadas dentro do site numa hierarquia observável no URL, embora as hiperligações entre elas controlem o modo como o leitor se apercebe da estrutura global, modo esse que pode ter pouco a ver com a estrutura hierárquica dos arquivos do site.

Nas referidas páginas devem existir várias formas de interatividade para facilitar a comunicação dos visitantes ou usuários com a equipe responsável, que representa a instituição como um todo, permitindo a troca de idéias sobre o conteúdo e a forma do conteúdo ali apresentado.

O site é uma mídia interativa importante, e requer adaptações estruturais e visuais em níveis diferentes dos utilizados pelas mídias de massa. Em função da possibilidade de posicionamento na rede, impulsionada em grande parte pelo rápido crescimento da Web, muitos sites úteis estão surgindo e modificando-se continuamente. Especial importância deve ser dada à forma eficiente de integrar dados, possibilitando ao internauta um acesso às informações de maneira quase personalizada através da liberdade de direcionamento de acesso aos conteúdos apresentados. (SANTOS, 2005, p. 9)

Conhecendo o que o usuário realmente deseja a instituição pode produzir conteúdo apropriado para o seu público, atrair novos visitantes ao website e estimular a colaboração dos próprios usuários, para que se tornem também produtores e emissores de informação. O objetivo é o de criar conteúdos que provoquem a audiência e administrar as reações que daí advém. (MELO, 2001, p. 53)

A principal parte de um site com certeza está no conteúdo. Não importa se você tem um ótimo design, se o conteúdo deixa a desejar. No fim das contas, na maioria das vezes o que o usuário está procurando é alguma informação, seja ela sobre serviços, produtos, entretenimento, entre outros assuntos. Por isso, de atenção especial para a forma como o conteúdo é disponibilizado e o que será informado. Ao mesmo tempo em que o conteúdo deve ser claro e objetivo para manter a atenção do usuário, deve ser completo e suficiente para que possa repassar toda a informação necessária. (RAMOS, 2008, s. p.)

Nos websites, busca-se a personalização, que a diferencia dos demais meios de comunicação tradicionais. Tal personalização de formas e conteúdos, como afirma Elhajji, não se restringe a escolher entre opções limitadas e predeterminadas, mas sim dar livremente forma ao seu programa. A intervenção do usuário não deverá ficar mais no papel passivo. (ELHAJJI, 1998, p. 68-9)

Em muitos portais da rede na região Sul-Fluminense pesquisados, a interatividade facilita a comunicação dos visitantes ou usuários com a equipe responsável pela manutenção do website, permitindo a troca de idéias.

O internauta de Resende não é como um leitor ou espectador: é ativo, utiliza boa parte de seu tempo de navegação trocando mensagens de e-mail, comunicando-se. Quando procura informação, quer estar no controle da experiência, mas sem ter muito trabalho com isso. A personalização advém desta idéia de conhecer o gosto dos cidadãos na Internet e oferecer o que procuram com facilidade e comodidade. A questão que tem gerado discussão junto à comunidade on-line é de como conciliar a personalização com o direito à privacidade. (SANTOS, 2005, p. 9)

Apesar da existência de diversos recursos que a TI disponibiliza para que um website institucional represente sua organização real na sua forma virtual, de maneira que corresponda com a maior fidelidade possível a sua realidade, muitas instituições, principalmente da área educacional, não tiram proveito das potencialidades que a tecnologia oferece e acabam por distanciar os seus dois ambientes: o real e o virtual.

Seria normal que um dos ambientes citados se posicionasse como um contraponto do outro, caminhando na mesma direção e sentido, como linhas paralelas, porém em alguns casos, eles se colocam em contraposição, pois um deixa de representar o outro. Para identificar tais aspectos, partimos para uma pesquisa em alguns websites e descrevemos os seus resultados a seguir.

4. ANÁLISE DE WEBSITES: ENTRE O REAL E O VIRTUAL

No que diz respeito a esta pesquisa, visamos conhecer as potencialidades do emprego de páginas eletrônicas educacionais na Internet, originárias da região Sul-Fluminense, tendo em vista o uso da rede de computadores para comunicação global de negócios locais. Nossa proposta foi analisar vários websites de instituições de ensino, procurando levantar alguns aspectos determinantes, tais como interatividade, personalização, atualização, apresentação, navegação, entre outros, além de manter um contato via e-mail, para concluir quanto ao tempo de resposta, como veremos a seguir.

Segundo Maria Tereza Stancioli (2010, p. 1), os seguintes parâmetros devem ser seguidos para analisar a qualidade de um website: “Navegação, design, conteúdo, velocidade de acesso, utilidade e credibilidade são as características que determinam a qualidade de um site.” Os tópicos principais a serem utilizados durante uma análise em cada parâmetro citado encontram-se anexo a este artigo para consulta.

Segundo a mesma autora, devemos responder às seguintes perguntas:

- “Os objetivos do site são claros?”
- O conteúdo é de fácil compreensão?
- Quem é o responsável pelo site? Esta pessoa é autoridade no assunto tratado?
- O site apresenta referências bibliográficas e links para outros sites?
- As informações apresentadas são dados e fatos ou são opiniões do autor?
- Estas informações são verdadeiras e atualizadas?
- Você encontrou tudo que procurava ou faltaram informações?
- É um site bonito, usa cores agradáveis, imagens, sons, gráficos?
- É um site bem organizado, fácil para navegar?
- O acesso a ele é rápido?”

Procurando seguir os passos acima, escolhemos aleatoriamente 20 (vinte) websites oriundos da região Sul-Fluminense, divididos em todos os níveis de ensino Além disso, demos importância à possibilidade de comunicação, informação e apresentação de aspectos relativos ao negócio proposto.

Através do link para contato existente em cada página eletrônica, enviamos um e-mail para cada instituição, solicitando informações sobre algum aspecto de sua área de atuação definida no conteúdo do website. A partir de então, marcamos o tempo para as respostas, levando em consideração, também, o próprio conteúdo da mesma, pois não basta estar na Internet; há que manter a página constantemente atualizada e prestar os esclarecimentos necessários sempre que for solicitado por clientes em potencial. No primeiro dia obtivemos 3 (três) respostas e mais 4 (quatro) no dia seguinte seguintes. Depois de 4 (quatro) dias haviam chegado um total de 9 (nove) respostas. A interatividade não alcançou o objetivo proposto por descaso dos próprios proprietários das páginas, que dispõem de um link para contato e não respondem a tempo aos questionamentos feitos. Para Danielle Ramos, devemos:

Sempre responder aos e-mails recebidos. Não basta utilizar o e-mail como forma de comunicação se a empresa não lê e responde às mensagens. Pelo contrário, se não for para dar a atenção necessária, é melhor não aderir a esse meio. (...) Definir um tempo máximo de resposta aos e-mails (de preferência de até 72 horas) Além de responder às mensagens recebidas, é necessário estabelecer um prazo razoável para essas respostas, de forma a não permitir que o usuário espere muito por isso ou pior: não saiba o quanto esperar. Informa esse prazo ao usuário para alinhar suas expectativas. (RAMOS, 2008, s. p.)

A partir da aplicação criteriosa dos métodos propostos, foi possível gerar um modelo para observação de websites diversos da região Sul-Fluminense. Aspectos como conectividade, comunicação com o ambiente, busca de informações e estabelecimento de presença na rede estão entre as principais questões relacionadas à influência da Internet, cujos recursos representam novas oportunidades para os negócios.

4.1. PONTOS POSITIVOS

A parte mais positiva da pesquisa refere-se ao armazenamento de informações, visto que foi uma agradável surpresa conhecer páginas com tão grande quantidade de dados, catalogados de maneira simples e com bastante facilidade de recuperação. Existem bases de dados para qualquer tipo de assunto na dimensão da escola virtual. Os websites estão se aproveitando desta característica técnico-comunicacional da rede.

Outro ponto de sucesso para uma página na Internet é que o website seja aberto e carregado rapidamente. Quanto à análise do tempo de carregamento das páginas, a grande maioria concluiu sua abertura dentro do prazo de 20 segundos. Segundo pesquisa divulgada, apenas 5% dos internautas esperam pelo tempo necessário para que a página seja carregada (TORRES e COZER, 2000, p. 103). A maioria das pessoas aguarda somente cerca de 15 segundos para o carregamento da página. Dessa forma, ter uma página rápida é um poderoso aliado na hora de conquistar usuários.

A maioria dos websites era de fácil navegação, com links bem estruturados que nos conduziam com facilidade ao local desejado. Conseguimos obter o que desejávamos através de uma navegação simples. Porém, existe por parte de algumas páginas um deslumbramento com a nova mídia, com uma escalada no tamanho das páginas, com o acréscimo de sons, animações, etc. O design de algumas páginas cria uma mistura ruim de cores e assuntos.

Muitas páginas eletrônicas possuem um botão de procura para que o usuário encontre com mais facilidade a informação desejada. Existem espaços para contato e identificação da equipe ou pessoa que os desenvolveu. Os conteúdos são condizentes com o propósito do website, com textos de fácil compreensão e com links para outras páginas correspondentes.

De maneira geral, os websites pesquisados, procuram representar as singularidades da sua instituição de ensino, de forma desterritorializada, com abrangência global, com nova percepção de tempo e de espaço, sem delimitação geográfica, abertos ao público 24 horas por dia, diferentemente da escola real, que tem o seu horário normal de expediente.

4.2. PONTOS NEGATIVOS

Um problema que mereceu análise mais profunda foi com relação à atualização constante da página. Talvez isso não seja um problema isolado na região pesquisada, mas deve ser apontado como uma falha grosseira para quem pretende se fixar na Internet. Nada pior para um visitante do que ele encontrar uma página desatualizada durante uma pesquisa. Existem aspectos que não exigem uma atenção premente com sua atualização, mas, mesmo assim, devemos modificar algo, nem que seja o layout da página, para que o usuário se sinta sempre em contato com uma novidade. Já aqueles cuja área de atuação requer uma constante atualização, como as informações com novidades, os eventos atuais, entre outras, merecem uma dedicação integral para manutenção de sua competitividade na grande rede.

Para exemplificar o acima exposto, descrevemos uma dúzia de casos a seguir, que foram considerados como pontos negativos e problemáticos, para os quais temos as devidas comprovações arquivadas. Alguns nomes dos links foram trocados para evitar certos constrangimentos.

1) No dia 5 de julho, acessando o item “Fale Conosco”, existente no site de uma instituição de ensino, enviamos 6 (seis) e-mails para departamentos diferentes, solicitando resposta, sendo 2 (dois) de cada tipo: informações, sugestões e reclamações. Após os envios, recebemos a seguinte mensagem: *“Ok!. Sua mensagem foi enviada com sucesso. Suas dúvidas, informações ou sugestões foram encaminhadas para o setor ‘correspondente’. Obrigado!”* Até a presente data, 12 de agosto, não recebemos qualquer resposta, apesar de termos indicado um endereço eletrônico para tal.

2) No item “Vestibular On-line” de um site, verificamos que para o público externo, o mesmo procedimento acima deve ser usado para falar com a instituição. Existem cursos novos cujos seus links levam sempre para a mesma página na qual faltam muitas informações para o vestibulando. Na página principal tem um link para “Vida Escolar”, cujo calendário anual disponibilizado é do ano anterior.

3) Ainda no mesmo site, em “Estágios Diversos”, o professor responsável pelo estágio externo já faleceu no ano passado, mas seu nome continua no local. Assim como algumas pessoas responsáveis por cursos ou certas áreas, já foram substituídas na instituição real, mas continuam exercendo suas funções no espaço virtual, por causa da não atualização do website.

4) Numa página eletrônica escolar, no link “Contato Aluno/Professor” o mapa contendo os dias e horários de uso do laboratório de informática, especificando o curso, a disciplina, o professor e o laboratório correspondente, é o do ano de 2008. Os modelos de Programa da Matéria e Plano de Aula são de 2005. No link de “Arquivos de Fotos” existem links, que por sinal não funcionam, para programação de 2003 e histórico de 2001 e 2002. Para os anos seguintes não há nenhum registro naquele local.

5) No dia 22 de julho, uma instituição criou no seu website uma opção chamada de “Ouvidoria On-line”, com o seguinte objetivo: *“atender você melhor: conhecer suas reclamações, críticas, elogios, agradecimentos e sugestões. Encaminhá-las, garantindo sempre uma resposta às questões de seu interesse.... Se você deseja uma resposta a esta comunicação preencha seu nome e e-mail. Se quiser apenas enviar sua mensagem, sem identificação, deixe seu e-mail e nome em branco.”* No dia seguinte, solicitamos uma informação simples, preenchemos os campos nome e e-mail e até 12 de agosto não obtivemos resposta alguma.

6) O “Mapa do WebSite” de uma instituição de ensino está sem atualização, tendo em vista que não corresponde nem de perto as páginas e seus respectivos links. Muitas novidades foram criadas na página principal e não existem no mapa. Faltam 4 (quatro) novos cursos que foram criados este ano e ainda existe 1 (um) curso que já foi desativado.

7) Alguns links do mapa acima não funcionam corretamente ou não direcionam para a informação indicada. Ao acionarmos o item “Nossos Cursos” somos levados a uma página que não contempla os novos cursos anteriormente citados. Os novos cursos aparecem na página principal, mas em muitas outras internas, somente os cursos mais antigos são mostrados, inclusive o curso que já foi extinto, com seu horário de aula de 2008.

8) O item “Avisos Diversos” de uma instituição escolar contempla páginas do ano de 2006, exceção feita ao item “Calendário de Avaliações”, apesar de faltarem também os 4 (quatro) novos cursos. Já o item “Eventos” apresenta apenas atividades ocorridas no ano de 2009. Em ambos os casos muitos links não funcionam corretamente. Algumas atividades ou

eventos que já se encerraram, ainda são apresentadas como se ainda fossem dar início. Como exemplo, podemos citar que em 23 de junho, a instituição fazia propaganda para participação de todos num importante evento cujo período de execução havia sido de 16 a 18 de junho. Tal situação acontece rotineiramente em outras organizações.

9) A estrutura física de uma instituição pesquisada não corresponde à sua realidade. São cerca de mais de 5 (cinco) anos sem atualização alguma, já que várias obras de melhoria das instalações foram feitas durante esse período de tempo. Muitos setores já trocaram de local de atendimento para melhores instalações. Um prédio de 5 andares inaugurado no final de 2004 ainda não faz parte da página eletrônica. Como numa outra escola já citada anteriormente, algumas pessoas indicadas como responsáveis pelas instalações não exercem mais a referida função ou não trabalham mais na instituição.

10) Para selecionar professores e instrutores, uma escola não menciona os seus novos cursos. As normas para utilização dos laboratórios de informática indicam que *“cada aluno poderá imprimir no máximo 20 cópias na impressora matricial”* e tal procedimento já deixou de existir a cerca de 4 (quatro) anos. Os 2 (dois) funcionários citados, inclusive com seus e-mails, como responsáveis pelos laboratórios, não estão mais no setor de informática: um deles não trabalha na instituição desde 2008 e o outro exerce outra função desde a mesma época. Os dados sobre os municípios da região Sul-Fluminense são de 1997.

11) Na página principal de um certo website, na parte referente à Secretaria, no item “Condições de Ingresso”, nos links “Chefia”, “Nossos Cursos” e “Programas”, somente aparecem os cursos antigos existentes até o ano passado. Em “Corpo Docente”, não apresenta o nome de nenhum professor. Em “Laboratórios”, no caso de informática, inicialmente indica a existência de 6 (seis) deles e apresenta detalhadamente 7 (sete). Não cita o oitavo laboratório que já existe e está em funcionamento.

12) Ainda na página principal acima existe um link indicando que a escola passou a adotar o “Padrão BR Office” na instituição de ensino a partir de 2007. Atualmente nos computadores dos laboratórios de informática estão instalados os pacotes Office da Microsoft, mas o aviso sobre a utilização do software aberto permanece ainda no website.

Todos os itens acima fazem parte de um repertório de situações que são consideradas como verdadeiros pontos negativos para o sucesso que se deseja com a criação e desenvolvimento de sites educacionais. O ambiente virtual educacional de algumas escolas não reflete nem de perto as suas realidades territoriais, espaciais, temporais e de pessoal. Desta forma, faltam informações precisas tanto para o público interno quanto para o externo. Em certos casos, não é falta das potencialidades da TI, mas por pura falta de atualização.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde o surgimento da Internet e sua larga utilização para fins comerciais, podemos afirmar que todas as organizações, sejam elas de qualquer ramo de atividade, podem criar uma página eletrônica no ambiente da grande rede para se mostrar ao mundo, num espaço de fluxos eletrônicos de dados, que forma que represente a sua realidade, como um cartão de visitas global sem interrupção de tempo e espaço, de forma instantânea e com presentificação.

A TI, cujo conceito engloba hardware, software, redes e dados, possui inúmeros recursos, que estão em constante evolução, que podem e devem ser empregados por todos para melhorar a nossa qualidade de vida. Para as empresas então, nem se fala, pois podem obter com sua virtualização uma maneira de se apresentar a qualquer momento em todo o

mundo, aproveitando o fenômeno da globalização. Nesse contexto, podemos incluir as instituições de ensino, sejam elas de todos os níveis de escolaridade, ainda mais agora em que aumenta em proporção geométrica a educação a distância virtual.

Apesar das potencialidades disponibilizadas pela TI, muitas instituições de ensino não estão utilizando tais vantagens ou até podem prejudicar suas atividades por terem websites totalmente fora da realidade possível. Portanto, este artigo apresenta uma análise de páginas eletrônicas educacionais da região Sul-Fluminense com o intuito de levantar os pontos positivos e negativos de tais possibilidades.

As páginas eletrônicas, conhecidas como websites, representam o território da escola real, suas fronteiras geográficas, suas atividades e cursos, seus alunos, professores e funcionários num ambiente virtual. Uma página eletrônica mal apresentada e mal administrada, desatualizada e sem conteúdo compatível com o seu propósito pode dar a entender ao público externo que a instituição real também é desorganizada. Um website que não dá a oportunidade de interação, em que e-mails não são respondidos, cujo ouvidor não se pronuncia sobre as questões levantadas por alguém que deseja obter informações, pode fazer com que não seja mais visitado nem no ambiente virtual, nem nas suas instalações reais.

Foram utilizados na análise das páginas eletrônicas os parâmetros de avaliação constantes do documento Anexo, referente à Análise de Sites Educacionais, através de respostas aos seguintes quesitos: navegação, design, conteúdo, acesso, utilidade e credibilidade. Foram enviadas mensagens eletrônicas para alguns websites e nem todos responderam. O resultado da pesquisa foi apresentado sem identificar as instituições, com resultados por amostragem tanto qualitativos como quantitativos.

O resultado da análise mostra que a maioria das instituições de ensino disponibiliza websites com design adequado, facilidade de navegação, vasto conteúdo armazenado e útil, boa velocidade de abertura e acesso, além de credibilidade nas suas informações. Porém, podemos também verificar que existem algumas escolas cujo seu cotidiano, seu território físico, suas instalações, suas atividades diversas e seus funcionários não estão de acordo com o que está apresentado no seu ambiente virtual. Sua virtualidade se contrapõe ao seu ambiente real, não refletindo, portanto, a sua realidade.

Fazendo-se um resumo sobre os resultados considerados negativos, podemos afirmar que certas instituições podem obter sucesso inferior nos seus negócios e cursos, se comparada com outras do mesmo ramo, tendo em vista a obsolescência do conteúdo do seu website. Poucas são as escolas que se encontram nessa situação. O problema é que quando se enquadram nas citadas características elas extrapolam na quantidade de pontos negativos.

Tais questões podem ser sanadas se houver na escola uma administração crítica do website que acompanhe a evolução natural do que ocorre no seu cotidiano real. Uma manutenção constante é o requisito mais importante a ser levado em conta. Para tal, a TI apresenta vários recursos que ajudam a melhorar a apresentação da escola na Internet como um verdadeiro cartão de visitas, tanto para o público interno quanto para o externo, principalmente.

Por fim, esta pesquisa indica que os riscos para o possível insucesso das suas páginas eletrônicas podem ser minimizados caso todas as providências citadas anteriormente sejam cumpridas a contento. A análise de alguns websites educacionais nos leva à conclusão, salvo melhor juízo, que toda instituição de ensino pode ter a sua página eletrônica dentro do contexto proposto pelo documento anexo com boas possibilidades de sucesso, fazendo o seu ambiente virtual marchar em contraponto com sua realidade, ao invés de uma contraposição.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura*. v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHIQUETO, Fernando. *O que você precisa saber antes e depois de ter um site!* Disponível em: <<http://www.artigonal.com/web-design-artigos/o-que-voce-precisa-saber-antes-e-depois-de-ter-um-site-2631015.html>> Publicado em: 14 de junho de 2010.

ECO, Umberto. *Como se faz uma tese*. São Paulo: Perspectiva, 2005.

ELHAJJI, Mohammed. *Globalização e convergência - da semiose hegemônica ocidental*. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação/UFRJ, 1999.

_____. **Perspectivas da convergência**. In: Lumina 1. Revista da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora: UFJF, v. 1, n. 1, dez, 1998.

LE MOS, André. *As estruturas antropológicas do ciberespaço*. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/estrcy1.html>>. Acessado em 27 de julho de 2010.

LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?* São Paulo: Editora 34, 1996.

MELO, Luciana M. *Identidade local na rede*. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da ECO/UFRJ, 2001.

NEGROPONTE, Nicholas. *A vida digital*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

PALÁCIOS, Marcos. *Modems, muds, bauds e ftps: aspectos da comunicação no final do milênio*. Abril de 1999. Disponível em: <<http://www.ufba.br/pesq/cyber/cyber5.html>>. Acessado em 17 de dezembro de 2000.

RAMOS, Danielle S. *15 passos básicos para utilizar a Internet a favor dos seus negócios*. Disponível em: <<http://www.artigonal.com/marketing-na-internet-artigos/15-passos-basicos-para-utilizar-a-internet-a-favor-dos-seus-negocios-340613.html>> Publicado em: 24 de fevereiro de 2008.

SANTOS, Miguel C. Damasco dos. *O Emprego da Tecnologia para a Mediação do Conhecimento*. Disponível em: < <http://www.profdamasco.site.br/com/TecnologiaConhecimento.doc>> Publicado em: 17 de fevereiro de 2009.

_____. *Tecnologias da Informação e Ciberespaço: Pesquisa sobre a cidade de Resende virtual*. Artigo apresentado no Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia – 2005 – AEDB. Disponível em: http://www.aedb.br/seget/artigos05/323_Pesquisa%20sobre%20a%20Cidade%20de%20Resende%20Virtual.pdf Publicado em: Out de 2005

SODRÉ, Muniz. *Reinventando a cultura*. Petrópolis: Vozes, 1996.

STANCIOLI, Maria Tereza. *Análise de Sites Educacionais pelo Professor e pelo Aluno*. <http://www.terezastancioli.nom.br/cursos/Aula_Analise_de_sites.pdf> Acessado em: 20 de junho de 2010.

TORRES, Gabriel.; COZER, Alberto. *Alavancando negócios na Internet*. Rio de Janeiro: Axcel, 2000.

WIKIPEDIA. *Site*. Disponível em: < <http://pt.wikipedia.org/wiki/Site>> Acessado em: 30 de julho de 2010.

ANEXO: ANÁLISE DE SITES EDUCACIONAIS

Parâmetros para avaliação

Navegação

- Todos os hipertextos funcionam?
- O site oferece opções de conexão com outros sites?
- As informações são encontradas com facilidade?
- O site é interativo?

Design

- As páginas são de bom gosto, integrando imagens e textos?
- O jogo de cores é agradável aos olhos?
- Como é a estética das páginas? O espaço é bem aproveitado? As informações bem distribuídas?
- O design do site é adequado para os objetivos educacionais?

Conteúdo

- As informações contidas são claras e objetivas? Os textos são de fácil compreensão?
- A linguagem utilizada é adequada? Existem erros de português?
- As informações são recentes? São verdadeiras?
- O conteúdo é adequado ao currículo? Agrega valor ao trabalho do aluno?

Velocidade de Acesso

- O acesso ao site é lento? O tempo de download (cópia de arquivos para seu computador) é alto?
- Tem muitas imagens animadas?
- Quanto tempo levou para a entrada da página inicial? E das páginas internas?

Utilidade

- Que tipos de serviços o site oferece?
- As informações contidas podem enriquecer e complementar o trabalho feito em sala de aula?

Credibilidade

- O site contém referências bibliográficas ou links para as fontes de pesquisa?
- A equipe de desenvolvimento é identificada?
- O site apresenta endereço (e-mail) e/ou telefone para contatos?
- Como é o suporte ao usuário?

http://www.tereza.stancioli.nom.br/cursos/Aula_Analise_de_sites.pdf

Maria Tereza Stancioli.