

Comunicação de organizações educacionais durante o período da bimodalidade de ensino: análise de discurso do Colégio Anchieta¹

Juliana VENCATO²

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

Neste artigo, analisamos as estratégias de discurso adotadas pelas organizações educacionais para se comunicar com seus interlocutores durante o período da bimodalidade de ensino. Este estudo exploratório (GIL, 2008) é realizado através das técnicas de pesquisa bibliográfica e documental empregadas para consolidar conceitos acerca de Análise do Discurso, que contribui para organizar um protocolo sustentado na abordagem semiolinguística (CHARAUDEAU, 2004, 2010, 2013). Nosso estudo de caso é focado nas publicações dos canais digitais do Colégio Anchieta. Considerando o cenário pandêmico, entendemos como relevante investigar como a comunicação estabeleceu-se com os públicos prioritários diante desse contexto e refletir, ainda que preliminarmente, sobre como os conceitos acadêmicos podem auxiliar-nos a qualificar as práticas no mercado da comunicação organizacional das instituições de ensino.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; análise de discurso; organizações educacionais; pandemia.

INTRODUÇÃO

A internet está cada vez mais presente no cotidiano das pessoas. Com a chegada da pandemia de covid-19 em escala mundial, em 2020, as conexões via redes sociais e aplicativos ganharam um espaço ainda maior, pois se tornaram a maneira “mais segura” para viabilizar os contatos com familiares e amigos, bem como estabelecer as relações de trabalho e de estudo. Esse comportamento já era indicado por Castells (2006, p. 255), quando afirmava que: “a internet é — e será ainda mais — o meio de comunicação e de relação essencial sobre o qual se baseia uma nova forma de sociedade que nós já vivemos”.

Movidos pela inquietação de que durante a pandemia as organizações educacionais tiveram que (re)adaptar sua forma de ensino presencial para o ensino remoto

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação Organizacional e Relações Públicas, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Bacharela em Jornalismo e Especialista em Planejamento de Comunicação e Gestão de Crise de Imagem pela PUCRS. Analista de Comunicação na Assessoria de Comunicação e Representação Institucional da Rede Marista e bolsista Capes.

e para a bimodalidade (*online* e presencial) — e com isso encontrar novas estratégias de manter a comunicação entre escola e família — propomos, neste artigo, fazer uma Análise de Discurso (AD) das publicações realizadas nos canais digitais de uma escola da rede privada de Porto Alegre, tendo como base as concepções de comunicação de Wolton (2010); de organização e diálogo de Scroferneker; Amorim; Oliveira (2016); de Castells (2006) sobre a interação nas redes sociais; e a sustentação do protocolo de avaliação da AD a partir dos conceitos de Charaudeau (2004, 2010, 2013).

Ainda, sobre o nosso referencial teórico, nos apoiamos em Wolton (2010) para quem a comunicação se estabelece pela relação entre os sujeitos, visto que “a informação é a mensagem. A comunicação é a relação, que é muito mais complexa” (WOLTON, 2010, p. 12). Em um contexto pandêmico, onde as relações se concretizaram mediadas pelo ambiente virtual, concordamos com o referido autor quando relata que: “[...] na comunicação, o mais simples tem a ver com as tecnologias e mensagens, enquanto o mais complicado tem a ver com os homens e as sociedades” (WOLTON, 2010, p. 13).

Nosso entendimento sobre organização e diálogo está ancorado nos conceitos de Scroferneker; Amorim; Oliveira (2016). Para as autoras, o espaço organizacional é compreendido como um sistema vivo “(re)tecido por meio de vínculos e relações, permeado pelo diálogo, essencialmente composto por sujeitos, sobrecarregado de significações e simbolismos, e, com eles, se auto-eco-organiza, num constante movimento recursivo” (SCROFERNEKER; AMORIM; OLIVEIRA, 2016). O diálogo, nesse caso, é o que acontece entre as pessoas e ganha um lugar relevante no ambiente organizacional quando se torna “um espaço relacional de constituição de vínculos essenciais entre sujeitos e organizações” (SCROFERNEKER; AMORIM; OLIVEIRA, 2016).

No sentido de emprendermos uma análise prática deste cenário comunicacional nas organizações educacionais, propomos analisar as publicações dos canais digitais (site e *Instagram*) do Colégio Anchieta, no período de 1º/2/2021 a 31/3/2021, momento em que os protocolos de saúde e segurança do Estado do Rio Grande do Sul liberavam 50% de presença de estudantes nas salas de aula nas regiões classificadas com bandeira amarela e vermelha³, ocasionando, dessa forma, o sistema de bimodalidade de ensino.

³ Determinação estadual publicada no decreto estadual nº 55.748, de 1 de fevereiro de 2021. Disponível em: <https://coronavirus-admin.rs.gov.br/upload/arquivos/202102/03090244-55748.pdf>. Acesso em: 12/6/2022.

Destacamos aqui o critério de seleção da organização educacional que será analisada nesse artigo: é uma instituição de educação básica confessional associada na Associação Nacional de Educação Católica do Brasil (Anec). Para chegar ao resultado da definição da escola, selecionamos dentre as associadas da Anec somente as instituições localizadas no Rio Grande do Sul (120 associadas na Anec)⁴, pois todas elas seguiram os mesmos protocolos estaduais que definiam o número de estudantes que poderiam frequentar presencialmente as aulas. Para chegar ao objeto de estudo, optamos por avaliar apenas as escolas situadas na capital gaúcha, Porto Alegre (36 associadas), usando como critério para a delimitação final do objeto a maior escola em número de alunos⁵ que oferta os três níveis de ensino da educação básica (Educação Infantil, Ensino Fundamental e Ensino Médio)⁶. Neste caso, o selecionado foi o Colégio Anchieta.

Nossa opção de análise no espaço digital é pelo site institucional do Colégio Anchieta, por ser o canal de comunicação oficial da escola que permite um acesso amplo para todos os interlocutores que dispõem de conexão com a internet — não necessitando de nenhum *login* em outros aplicativos —, e o *Instagram*, por ser uma das redes sociais mais populares em números de pessoas, tendo, atualmente, cerca de 1 bilhão de usuários ativos no mundo e por ser uma rede social popular entre os jovens (STATISTA et al., 2021). O relatório da *Reuters Institute* (NEWMAN et al., 2020) também mostrou que quase um terço dos respondentes brasileiros (30%) utiliza o *Instagram* para se informar — a frente, por exemplo, do Twitter (17%).

Tendo em vista esse contexto, utilizamos a Análise de Discurso proposta por Charaudeau (2013) para entender como o Colégio Anchieta se posicionou discursivamente perante os seus interlocutores, nos canais digitais institucionais, durante o período da bimodalidade de ensino, visando identificar: (I) quem o texto faz falar; (II) quais as estratégias discursivas empregadas neste dizer; e (III) avaliar se essas narrativas oportunizaram espaços de diálogo e interação com seus públicos de interesse.

⁴ Dados sobre as instituições associadas na Anec disponível em: <https://anec.org.br/associadas/>. Acesso em 12/6/2022.

⁵ As escolas da Rede Marista foram excluídas dessa análise de estudo, pois a autora do projeto é empregada da instituição e, por questões éticas e profissionais, optamos por não avaliar essas escolas na pesquisa.

⁶ Informações sobre o número total de alunos e modalidade de ensino ofertadas coletadas no Censo Escolar realizado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep). Disponível em: <https://www.gov.br/inep/pt-br/acesso-a-informacao/dados-abertos/indicadores-educacionais/media-de-alunos-por-turma>. Acesso em: 12/6/2022.

A COMUNICAÇÃO DIGITAL DE ORGANIZAÇÕES EDUCACIONAIS DURANTE A PANDEMIA

Considerando que o cenário pandêmico se apresentou de forma irrefutável no mundo e impactou diretamente o funcionamento das organizações, entendemos como relevante investigar como a comunicação estabeleceu-se com os públicos prioritários diante desse contexto e refletir, ainda que preliminarmente, sobre como os conceitos acadêmicos podem auxiliar-nos a qualificar as práticas no mercado da comunicação organizacional das instituições de ensino⁷.

Conforme explica Carlos D’Andréa (2020), no contexto das mídias sociais, as plataformas não são meras intermediárias nos processos de interação. As práticas sociais nesses espaços estão relacionadas com as apropriações dos usuários das funcionalidades técnicas das plataformas, que abrem amplas, embora finitas, possibilidades de uso.

Por outro lado, no contexto das organizações educacionais, Lück (2011) conceitua que “uma escola é constituída por uma rede de comunicações que se desenvolve a partir das ações, comportamentos e gestos das pessoas, como por suas palavras faladas e escritas” (LÜCK, 2011, p. 20). A autora ainda reforça que, assim como nas demais organizações — não só nas educacionais —, a comunicação é fundamental para mantermos o relacionamento interpessoal, afetando significativamente os resultados institucionais.

Essa rede (de comunicação) pode ser saudável e eficaz, como pode ser inadequada e limitada, dependendo da clareza que as pessoas tenham sobre esse processo, como também das habilidades pessoais e sociais relacionadas a ele. Deixá-la fluir naturalmente, sem atenção especial, representa deixar que aspectos desfocados, aleatórios, desprovidos de orientação educacional e formativa, e muitas vezes negativos, nela ocorram e impregnem a cultura organizacional da escola. (LÜCK, 2011, p. 20)

Refletindo sob a ótica da pandemia, é interessante analisar se a comunicação das organizações educacionais trouxe, para o espaço digital, essa clareza defendida por Lück (2011). Tendo em vista o cenário de incertezas e inseguranças que estávamos [e estamos] vivendo, o principal desafio estabelecido era deixar pautado para as famílias e estudantes

⁷ Este artigo é um recorte do Projeto de Dissertação intitulado, provisoriamente, “A cultura do cuidado em organizações educacionais: narrativas institucionais em diálogo durante o período da bimodalidade de ensino”, de autoria de Juliana Vencato Oliveira, sob orientação da Prof.^a Dr.^a Cleusa Maria Andrade Scroferneker.

qual seria a forma de trabalho da escola durante o período de bimodalidade de ensino e dialogar sobre aspectos inerentes a essa nova realidade imposta pelo cenário externo.

Para Florczak (2021) esse momento exigiu uma ação definitiva para as organizações educacionais. Segundo a referida autora, “mais do que planejar as mudanças e gerenciar os riscos delas decorrentes, é preciso incluir a cultura do cuidado de forma definitiva no cotidiano de escolas e universidades” (FLORCZAK et al., 2021).

Esse novo cenário educacional, onde a sala de aula ora estava na tela do computador, ora estava no espaço físico da escola, fez com que a cultura digital ganhasse um novo espaço nas organizações educacionais de maneira muito rápida. Após as adaptações iniciais de estudantes, famílias e comunidade escolar ao novo contexto educativo, o espaço digital começa a motivar outros desafios, conforme relatado por Florczak (2021):

Agilidade, sensação de transparência, soluções instantâneas passam a ser tão importantes quanto aulas de qualidade, interação na medida certa e a consciência de que não é possível transferir processos presenciais e *online*, reciprocamente, sem adaptações para um ou outro meio. (FLORCZAK, 2021, p. 11)

Diante disso, o que nos motiva a estudar como as organizações educacionais se interagiram com seus interlocutores durante a bimodalidade de ensino é a certeza de que as mudanças advindas com a pandemia já estão inseridas na sociedade e que as práticas da comunicação seguirão sendo pautadas por esse contexto híbrido de interações.

METODOLOGIA

Conforme mencionado, o nosso objetivo neste artigo é analisar como o Colégio Anchieta se posicionou discursivamente perante os seus interlocutores durante o período da bimodalidade de ensino, bem como, avaliar se essas narrativas oportunizaram espaços de diálogo e interação com seus públicos de interesse. De forma específica, pretendemos analisar as narrativas discursivas publicadas no site e no *Instagram* da escola no período de 1º/2/2021 a 31/3/2021.

Para a coleta de dados, realizamos uma busca ativa nos dois canais digitais e mapeamos todas as publicações realizadas nesse período, o que totalizou 21 conteúdos na editoria notícias do site da escola e 24 postagens no *Instagram*. Para a construção do nosso *corpus*, selecionamos duas publicações de cada um dos canais que compreendem

as primeiras interações discursivas que trazem informações sobre as atividades de volta às aulas. O recorte desse tema se justifica por ser o período de retorno às atividades no formato de bimodalidade de ensino, o que poderia motivar uma maior interação dos interlocutores para sanar possíveis dúvidas sobre o funcionamento da escola.

Como metodologia principal para a análise, adotamos a semiolinguística do discurso proposta por Patrick Charaudeau (2004, 2010, 2013) e aproximamos com conceitos teóricos de outros autores da AD que nos auxiliaram em relação à ambiência digital, considerando o nosso o protocolo de análise.

A Análise de Discurso tem uma abordagem teórico-metodológica, pois discute as narrativas considerando toda a sua complexidade, questões sociais, históricas e ideológicas, tanto do produtor da mensagem, quanto dos possíveis receptores. Assim sendo, o protocolo que será utilizado nas análises dos discursos do Colégio Anchieta, propõe-se a reconhecer os sujeitos discursivos do ato de linguagem, bem como as estratégias discursivas no contrato de comunicação.

Nos conceitos da semiolinguística, Charaudeau (2010) identifica quatro sujeitos no processo sociointeracional que configura o discurso: EU — sujeito produtor do ato de linguagem e TU — sujeito-interlocutor desse ato de linguagem, TU-destinatário e o TU-interpretante. Para o autor, essa prática discursiva deve ser concebida como um encontro dialético que envolve dois processos: “processos de Produção, criado por um EU e dirigido a um TU-destinatário; processo de Interpretação, criado por um TU’-interpretante, que constrói uma imagem EU’ do locutor” (CHARAUDEAU, 2010, p. 44). Ou seja, o ato de linguagem é um processo interenunciativo que envolve quatro sujeitos e dois universos de discursos diferentes: os sujeitos do fazer (ou seres agentes) — EU Comunicante e TU Interpretante⁸; e os sujeitos do dizer — EU Enunciador e TU Destinatário, os seres de fala.

A partir desta conceituação, é possível identificar, no protocolo de análise, quem são os sujeitos do discurso, sua relação entre si e com a mensagem. O entendimento do papel dos sujeitos também é importante na tentativa de compreender as estratégias discursivas utilizadas nos discursos em análise.

O sujeito interpretante está sempre criando hipóteses sobre o saber do enunciador, como se fosse indispensável que um indivíduo produzisse um ato de linguagem

⁸ Como o Interpretante das mensagens é sempre uma suposição do analista, e não é possível alcançá-lo somente pelas marcas discursivas do texto, entende-se que não é necessário caracterizar o TU_i dentro desta análise.

que correspondesse exatamente a sua intenção, ou seja, um ato de linguagem que fosse “transparente”. De forma análoga, vimos que, para o sujeito enunciador, falar ou escrever é uma atividade que envolve criação de hipóteses sobre o saber do sujeito interpretante. (CHARAUDEAU, 2010, p. 33)

Conforme explica Charaudeau (2010), neste protocolo de análise é preciso identificar “quem o texto faz falar?”. Interessa-nos, igualmente, os aspectos relacionados à intencionalidade psico-sócio-discursiva que determina a expectativa do ato de linguagem do sujeito falante, definida pelo autor como visadas discursivas.

As visadas devem ser consideradas do ponto de vista da instância de produção que têm, em perspectiva, um sujeito destinatário ideal, mas evidentemente elas devem ser reconhecidas como tais pela instância de recepção. Elas são definidas por um duplo critério: “a intenção pragmática do *eu* em relação com a posição que ele ocupa como enunciador na relação de força que o liga ao *tu*; a posição que da mesma forma *tu* deve ocupar” (CHARAUDEAU, 2004). Charaudeau (2004) identificou algumas visadas mais recorrentes nos discursos — especialmente os da mídia — e indica que estas podem ser de prescrição, informação, solicitação, incitação, instrução e demonstração.

Para o autor, a situação de comunicação é o que determina — através das características de seus componentes — as condições de produção e de reconhecimento dos atos de comunicação. Desta forma, construímos o nosso *corpus* de análise, a partir do contrato de comunicação⁹ que possibilita reunir textos que se enquadrem em uma mesma condição situacional. No caso desse artigo, a situação similar é que todos eles foram produzidos por um mesmo Eu comunicante e publicados em canais digitais.

Para embasar conceitualmente nossa análise a partir da ambiência digital, nos apoiamos nos estudos de Pinto (1999) e Maingueneau (2015) para formular o protocolo de avaliação.

Pinto (1999, p. 7) afirma que “a análise de discurso procura descrever, explicar e avaliar criticamente os processos de produção, circulação e consumo dos sentidos vinculados aqueles produtos na sociedade”. O autor define que o papel do analista de discursos é procurar e interpretar os vestígios que permitam a contextualização do texto (PINTO, 1999). Como os canais digitais (site e *Instagram*) são, majoritariamente,

⁹ “Todo domínio de comunicação propõe a seus parceiros um certo número de condições que definem a expectativa (*enjeu*) da troca comunicativa, que sem o seu reconhecimento não haveria possibilidade de intercompreensão” (CHARAUDEAU, 2004)

multimodais (onde o discurso apresentado tem um foco imagético e textual), recorreremos à Análise de Discurso para abranger essas características das plataformas, observando elementos dos textos e das imagens.

As novas tecnologias da comunicação não são apenas instrumentos a serviço de uma comunicação verbal que permaneceria fundamentalmente inalterada: elas modificam a materialidade do que se entende por “discurso”, com tudo o que isso implica em termos de relações sociais e de construção da subjetividade (MAINGUENEAU, 2015, p. 170).

No protocolo de análise apresentado no artigo identificamos, portanto: I. quem o texto faz falar? (sujeitos do discurso), II. quais foram as estratégias discursivas adotadas e III. avaliar se os discursos oportunizaram espaços de diálogo e interação com seus públicos de interesse.

COMUNICAÇÃO DAS ORGANIZAÇÕES EDUCACIONAIS DURANTE A BIMODALIDADE DE ENSINO: ANÁLISE DO COLÉGIO ANCHIETA

Para entender a construção de sentido na comunicação do Colégio Anchieta durante a bimodalidade de ensino, apresentamos a análise de quatro conteúdos que compõem o *corpus* deste artigo: 1) descrição; 2) contexto social e pandêmico no período da publicação do conteúdo; 3) análise discursiva que considerou a identificação dos sujeitos do discurso e as estratégias utilizadas — visadas empregadas e o modo como o discurso se organiza.

O Colégio Anchieta é mantido pela Associação Antônio Vieira — ASAV, instituição de direito privado sem fins lucrativos, filantrópica, de natureza educativa, cultural, assistencial e beneficente. Constitui-se em um referencial de ensino privado de Porto Alegre, contando com cerca de três mil alunos. Atende Educação Infantil, Ensino Fundamental e Ensino Médio, com um quadro funcional de cerca de 500 colaboradores acadêmicos e administrativos e jesuítas¹⁰.

Na sequência apresentamos os movimentos de análise realizados.

Análise 1: Comunidade anchietana se prepara para o retorno às aulas.¹¹

¹⁰ Fonte: Site do Colégio Anchieta — Rede Jesuíta de Educação <https://www.colegioanchieta.g12.br>. Acesso em: 19/6/2022.

¹¹ Publicado em 3/2/2021 no site do Colégio Anchieta <https://www.colegioanchieta.g12.br/comunidade-anchietana-se-prepara-para-o-retorno-as-aulas>. Acesso em: 19/6/2022.

Descrição: A matéria, composta de seis parágrafos, é escrita baseada em entrevistas com quatro fontes diferentes e aborda como as famílias e a escola estão se preparando para o início do ano letivo 2021. As fontes entrevistadas são representações das famílias, da área pedagógica da escola, da gestão administrativa do Colégio Anchieta e dos estudantes. O conteúdo reforça o quanto é importante que os estudantes tenham um espaço adequado para os estudos remotos em casa, bem como os investimentos em tecnologia e estrutura realizados no ambiente escolar para oportunizar uma melhor experiência de aprendizagem para os estudantes.

A matéria inicia com informações sobre o cumprimento de protocolos sanitários no ambiente escolar e relatos sobre a expectativa de retomada das aulas no formato de bimodalidade de ensino:

A menos de um mês do início das aulas do Colégio Anchieta, muitas famílias já vêm se preparando para o retorno, que em 2021, terá aulas diárias mesclando os formatos presencial e remoto (híbrido), organização que atende aos protocolos sanitários previstos pelo Município e Estado. (ANCHIETA, 2021)

A entrevista com uma das mães que integra a comunidade escolar exemplifica como o ambiente residencial foi adaptado para esse novo momento de aulas híbridas:

Após perceber que a pandemia não duraria apenas dias, a professora Nádia Jacqueline e o marido Denis Breuer identificaram a necessidade de criar um espaço adequado em casa para os momentos de aulas síncronas, assíncronas e leituras dos filhos, respeitando a individualidade de cada um. (ANCHIETA, 2021)

A fala da área pedagógica reforça a importância do apoio das famílias no ensino remoto:

A Coordenadora de Unidade de Ensino da Educação Infantil ao 5º Ano do Colégio Anchieta, Tatiane Ayala Waidow, destaca o papel fundamental da família no apoio a aprendizagem. Esse apoio extensivo ao projeto educativo da escola é o que garante o sucesso na aprendizagem dos alunos. (ANCHIETA, 2021)

A matéria é finalizada com a fala de um representante da gestão administrativa da escola e de uma estudante reforçando os aspectos positivos dos investimentos feitos na escola para o início do ano letivo:

Pensando em tudo o que vivemos em 2020 e buscando construir um 2021 com maior assertividade, estamos realizando capacitações dos professores e das equipes dos serviços acadêmicos em diferentes ferramentas educacionais, conta o Diretor Acadêmicos, Dário Schneider. (...) Estamos muito animados com esse retorno, com altas expectativas, porque teremos a honra de sermos os primeiros

a poder usar esse novo espaço. E também, porque participamos da construção, pudemos opinar, fomos muito ouvidos pela Direção, destaca a presidente do GEA, a aluna Isabela Helmann (ANCHIETA, 2021).

Contexto: A publicação foi realizada no dia 3/2/2021, período em que a escola e as famílias estão se preparando para iniciar um novo ano letivo. O número de casos de infecções por covid-19 estava mantendo um crescimento médio e os protocolos de saúde e segurança do Estado do Rio Grande do Sul operavam no sistema de bandeiras com avaliações semanais sob o quadro de infecções nas diferentes regiões do RS.

Análise Discursiva:

a. Sujeitos de discurso: O Colégio Anchieta se apresenta como Eu Comunicante (EUc), tendo em vista que o conteúdo está publicado em seu site institucional. Como Eu Enunciador (EUe) identificamos todas as fontes que fazem parte da construção do discurso: Colégio Anchieta, representação institucional durante todo o texto; Nádia Jacqueline Breuer e Denis Breuer, representando as famílias anchietanas; Tatiane Ayala Waldow, apresentando o olhar técnico da área pedagógica; Dário Schneider, representante da gestão escolar; e Isabela Helmann, voz dos estudantes do Colégio. Já no viés da recepção, a mensagem é direcionada para os seguintes Tu Destinatários (TUd): Famílias, Estudantes e Educadores Anchietaanos, considerando que todos esses públicos prioritários têm interesse em saber como a escola estava se preparando para a volta às aulas; e a Imprensa local, pois a pauta de início de ano letivo é sempre divulgada nos diferentes veículos de comunicação durante os meses de fevereiro e março.

b. Estratégias: Nas estratégias discursivas identificamos no texto a visada informativa e a visada de instrução. A visada informativa se caracteriza no aspecto geral do discurso, em que o Colégio quer informar a sua comunidade educativa sobre as medidas e procedimentos adotados para o início do ano letivo. Esta construção se dá por meio de depoimentos de fontes que estão vivenciando o momento, na prática, ou seja, na voz desses interlocutores a escola legitima o seu discurso de estar pronta para o retorno das aulas. A visada de instrução também pode ser observada no trecho inicial do conteúdo onde a família entrevistada aborda sobre a organização do seu ambiente doméstico para as aulas remotas. O uso de exemplos reais demonstra que a escola valida essa ação e incentiva que todas as famílias também possam criar em seus ambientes residenciais espaços de estudo adequados para os seus filhos.

Análise 2: Comunicado da Direção-Geral— 16 de fevereiro.¹²

Descrição: Comunicado encaminhado às famílias e publicado no site da escola falando sobre as decisões tomadas na reunião extraordinária do Conselho Diretor do Colégio Anchieta. As definições foram estabelecidas após a publicação de novo decreto do Governo do Estado que oficializou novos protocolos sanitários para a autorização das aulas híbridas. O comunicado é escrito em linguagem formal, assinado pelo Diretor Geral da escola, Padre Jorge Álvaro Knapp, e traz informações sobre número de alunos por turma, distanciamento entre as classes, reorganização dos grupos de estudantes de cada série/ano para a realização da bimodalidade de ensino, reorganização das atividades escolares previstas para os dias 18 e 19/2 e a confirmação da realização do Dia da Acolhida.

Contexto: A publicação é realizada durante o recesso de Carnaval após a gestão da escola reunir-se de forma extraordinária para deliberar a respeito das adequações necessárias para o cumprimento do Decreto n.º 55.759 do Governo do Estado do Rio Grande do Sul de 15 de fevereiro 2021.

Análise Discursiva:

a. Sujeitos de discurso: O Eu Comunicante (Euc) é o Conselho Diretor do Colégio Anchieta que se apresenta nas primeiras linhas do texto. Já o Diretor Geral da escola, Padre Jorge Álvaro Knapp, é identificado como Eu Enunciador (EUe) quando ele assina o comunicado representando todo o Conselho Diretor do Colégio Anchieta e assume sua função e responsabilidade como liderança institucional. Os Tu Destinatários (TUd) da mensagem são as famílias e os educadores anchietanos, tendo em vista que a linguagem utilizada é formal e direcionada a esses públicos.

b. Estratégias: A visada informativa foi identificada nesse comunicado. Está presente no aspecto geral do discurso, em que o Colégio quer informar a sua comunidade educativa sobre as deliberações tomadas pela escola a partir do Decreto Estadual publicado durante o recesso de Carnaval. O discurso não abre possibilidades de interações entre a escola e a comunidade educativa, ele apenas informa sobre as decisões tomadas e

¹² Publicado em 16/2/2021 no site do Colégio Anchieta <https://www.colegioanchieta.g12.br/comunicado-da-direcao-geral-16-de-fevereiro>. Acesso em: 19/6/2022.

agradece a compreensão dos interlocutores por estar encaminhando as orientações durante um período de recesso.

Análise 3: Dia de Acolhida 2021!¹³

Descrição: Publicação realizada no *Instagram* do Colégio Anchieta um dia após a realização do Dia da Acolhida. O post, em formato de carrossel, apresenta oito fotos que retratam as atividades realizadas na escola para recepcionar os novos estudantes anchietanos no dia 17/2. A legenda da publicação é descrita com o seguinte texto: “Dia de Acolhida 2021! Um pouco diferente, mas sempre muito especial”. As fotos do carrossel apresentam registros de diferentes ambientes da escola e estudantes de diversos níveis de ensino; atividades em ambientes abertos e fechados da escola; interação entre estudante, educadores e famílias; cumprimento dos principais protocolos de saúde e segurança determinados pelos decretos estaduais.

Contexto: Esta é a primeira publicação no *feed* do *Instagram* do Colégio Anchieta que retrata alguma ação/atividade de volta às aulas. Durante o mês de janeiro e na primeira quinzena de fevereiro a escola não fez nenhuma publicação no *feed* dessa rede social que apresentasse conteúdos sobre a preparação para a volta às aulas 2021 ou que demonstrasse para os seguidores quais seriam os protocolos de saúde e segurança adotados pela escola no início do ano letivo.

Análise Discursiva:

a. Sujeitos de discurso: O Colégio Anchieta se apresenta como Eu Comunicante (EUc), tendo em vista que o conteúdo está publicado em seu perfil institucional do *Instagram*. A definição do Eu Enunciador (EUe) foi realizada a partir dos interlocutores presentes nas fotos da postagem, onde é possível identificar representantes de estudantes, educadores e familiares anchietanos. Como Tu Destinatário (TUd), avaliamos que essa publicação se destina aos familiares, estudantes e educadores anchietanos, como públicos prioritários com interesse em saber que atividades foram realizadas no Dia da Acolhida; e a Imprensa local, pois a primeira semana de aulas nesta nova modalidade de ensino foi pauta em diferentes veículos de comunicação.

¹³ Publicado em 18/2/2021 no *Instagram* do Colégio Anchieta <https://www.instagram.com/p/CLcPl-ZgNb1>. Acesso em: 19/6/2022.

b. Estratégias: A visada informativa se caracteriza no aspecto geral da publicação, em que a escola quer registrar o que foi realizado no ambiente escolar durante o Dia da Acolhida. A visada demonstrativa pode ser observada subjetivamente ao que está registrado na publicação, pois, por meio das fotos que apresentam momentos de interação entre estudantes, educadores e familiares com o cumprimento de todos os protocolos de segurança exigidos pelo Governo do Estado, a escola 'prova' que está preparada para receber os seus estudantes para o início de mais um ano letivo em um ambiente seguro e com diferentes possibilidades de aprendizados que serão vivenciados nas salas de aula anchietanas.

Análise 4: 😊¹⁴

Descrição: Publicação realizada no Instagram do Colégio Anchieta no dia em que as turmas da Educação Infantil e dos 1º e 2º anos do Ensino Fundamental retornaram às atividades no formato de bimodalidade de ensino. O post, em formato de carrossel, apresenta cinco cards com orientações sobre os protocolos de saúde e segurança que devem ser adotados pelas crianças, educadores e familiares. A legenda da publicação é apenas um emoji sorrindo (😊) acompanhado de um link que leva para uma matéria com as mesmas orientações no site da escola.

O carrossel é composto por cards com frases curtas que orientam as famílias sobre os principais protocolos de saúde, como, por exemplo: número de pessoas que podem acompanhar as crianças na entrada da escola; itens obrigatórios que devem ser enviados na mochila de cada aluno (máscaras, garrafa de água individual, álcool em gel); uso obrigatório de máscaras; e o distanciamento obrigatório de 1,5 metro entre as pessoas. Além das frases, os cards também contam com ilustrações de dois bonecos infantis.

Contexto: Esta é a primeira publicação no *feed* do *Instagram* do Colégio Anchieta que apresenta os protocolos de saúde e segurança adotados durante as atividades escolares. A publicação é realizada no dia que os estudantes retornam para as atividades escolares no formato de bimodalidade.

Análise Discursiva:

¹⁴ Publicado em 24/2/2021 no Instagram do Colégio Anchieta <https://www.instagram.com/p/CLrcuPwhsf-/>. Acesso em: 19/6/2022.

a. Sujeitos de discurso: Nesta publicação, identificamos como Eu Comunicante (EUC) e Eu Enunciador (EUE) o Colégio Anchieta. A escola é identificada nos dois sujeitos de discurso, tendo em vista que a publicação foi realizada no perfil oficial do *Instagram* da instituição e não aparece nenhum outro interlocutor no discurso da publicação. Como destinatários da mensagem, avaliamos que o Tu Destinatário (TUD) se dissolve entre as famílias anchietanas das turmas de Educação Infantil e Ensino Fundamental, além de estudantes e educadores desses mesmos níveis de ensino.

b. Estratégias: A visada informativa se caracteriza no aspecto geral da publicação, em que a escola quer comunicar que está cumprindo os protocolos de saúde e segurança no espaço escolar. Da mesma forma, a visada de prescrição evidencia as regras estabelecidas pela escola e que devem ser cumpridas por famílias, educadores e estudantes, em especial, nos momentos de interação nos espaços da escola.

ALGUMAS REFLEXÕES

Neste artigo, buscamos investigar sobre como o Colégio Anchieta interagiu com os seus interlocutores durante o período da bimodalidade de ensino. A partir da análise das narrativas selecionadas no *corpus* da pesquisa, constatamos que a escola não teve um padrão discursivo nas suas publicações.

Mesmo que os destinatários almejados (TUD) fossem basicamente os mesmos em todos os conteúdos — familiares, pais, educadores e estudantes —, o formato de linguagem adotado, as estratégias e as visadas discursivas foram variadas e, em nossa avaliação, esse desalinhamento comunicacional não contribui para que os interlocutores identificassem, unificadamente, as ações adotadas pela escola para receber a comunidade educativa no período de volta às aulas 2021.

O Colégio Anchieta aparece como Eu Comunicante (EUC) em todos os conteúdos analisados. Apenas uma publicação dá voz para representações dos pais e estudantes anchietanos. Essa estratégia mais centralizadora na palavra da organização reforça que a escola é a responsável pelos protocolos que estão sendo adotados e, por falta de ações comunicacionais alinhadas para essa divulgação, não deixa explícito se esses protocolos foram construídos de forma colegiada com outros interlocutores da comunidade educativa ou somente pela gestão, o que pode acarretar uma menor adesão no cumprimento das regras propostas se essas normativas forem informadas de forma verticalizada.

Outro aspecto identificado nas narrativas do Colégio é que nenhuma delas oportunizou espaços para o diálogo entre os interlocutores. A matéria “Comunidade anchietana se prepara para o retorno às aulas” foi publicada apenas no site da escola e não oportuniza um espaço para comentários ou interações. O “Comunicado da Direção-Geral”, que tinha um tom mais formal e orientativo para a semana de volta às aulas, não deixa nenhum canal aberto para contato em caso de dúvidas ou outras manifestações. Da mesma forma, as duas postagens no *Instagram* não motivam que os seguidores da rede interajam nos comentários ou compartilhem o conteúdo em outros espaços digitais.

De forma geral, percebemos que as estratégias discursivas empregadas pelo Colégio Anchieta não oportunizaram o espaço relacional e de construção de vínculos baseados no diálogo, tão primordial nas organizações — em especial nas educacionais — e pautaram o tema da preparação do ambiente educativo para a bimodalidade de forma, apenas, informacional.

Como oportunidade para qualificar as práticas comunicacionais nas organizações de ensino, propomos que os estudos sobre esse tema sejam expandidos com a análise de outras instituições e que, a partir do cruzamento de resultados das demais avaliações, possam ser pensados protocolos de boas práticas e alinhamentos discursivo/comunicacional para serem aplicados em diferentes iniciativas que envolvam as atividades híbridas.

REFERÊNCIAS

ANCHIETA, Colégio. **Comunidade anchietana se prepara para o retorno às aulas**. 3 de fevereiro de 2021. Disponível em: <https://www.colegioanchieta.g12.br/comunidade-anchietana-se-prepara-para-o-retorno-as-aulas>. Acesso em: 19/6/2022.

_____. **Comunicado da Direção-Geral — 16 de fevereiro**. 16 de fevereiro de 2021. Disponível em: <https://www.colegioanchieta.g12.br/comunicado-da-direcao-geral-16-de-fevereiro>. Acesso em: 19/6/2022.

_____. **Dia de Acolhida 2021!** 18 de fevereiro de 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CLcPI-ZgNb1>. Acesso em: 19/6/2022.

_____. 😊. 24 de fevereiro de 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CLrcuPwhsf/>. Acesso em: 19/6/2022.

CASTELLS, Manuel. **Inovação, Liberdade e Poder na Era da Informação**. In: MORAES, Dênis de (org.). Sociedade Midiatizada. Rio de Janeiro: MAUAD, 2006.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**; tradução Angela M. S. Corrêa. 2 Ed., 2 reimpressão. São Paulo: Contexto, 2013.

_____. **O signo entre o sentido de língua e o sentido de discurso.** In: Linguagem e Discurso: modos de organização. São Paulo: Contexto, 2010.

_____. **Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual.** In: MACHADO, Ida Lúcia e MELLO, Renato. Gêneros reflexões em análise do discurso. Belo Horizonte: Nad/Fale-UFGM, 2004. p. 13-42. Disponível em: <http://www.patrick-charaudeau.com/Visadas-discursivas-generos.html>. Acesso em: 12/6/2022.

D'ANDRÉA, Carlos. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos.** Salvador: EDUFBA, 2020.

FLORCZAK, Rosângela. **Cultura do cuidado na gestão educacional: transformações provocadas pela pandemia da covid-19 exigem um novo olhar em escolas e universidades.** 2021. E-book. Disponível em: https://hotverity.files.wordpress.com/2021/03/ebook-verity_vfinal.pdf. Acesso em: 12/6/2022.

_____. et al. **Ano decisivo para cultura do cuidado em escolas e universidades.** 8 de março de 2021. Disponível em: <https://roflorczak.com/2021/03/08/ano-decisivo-para-cultura-do-cuidado-em-escolas-e-universidades/>. Acesso em: 12/6/2022.

_____. et al. **Crises nossas de cada dia e o que aprendemos com elas.** LinkedIn.com, Sunnyvale, CA, 21 de maio 2019. Disponível em: https://www.linkedin.com/pulse/crises-nossas-de-cada-dia-o-que-aprendemos-com-e-las-florczak/?fbclid=IwAR0x_n4KvldFhPMDVqBkKJTrKIZ1dQ20owBDu3R-Vf5_PYIXFodzFz3wXDiu. Acesso em: 12/6/2022.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LÜCK, Heloísa. **Gestão educacional e o desafio da comunicação.** In: AMORIM, L; FLORCZAK, R. (Org.). A Comunicação nas Organizações Educacionais: Contribuições do Encontro de Comunicação Marista. Porto Alegre: CMC, 2011.

MAINGUENEAU, Dominique. **Discurso e análise de discurso.** Tradução Sírio Possenti. — 1. ed. — São Paulo: Parábora Editorial, 2015.

NEWMAN, N.; FLETCHER, R.; SCHULZ, A.; ANDI, S.; NIELSEN, R. K. 2020. **Reuters Institute Digital News Report 2020.** Oxford, Reuters Institute.

RECUERO, Raquel; SOARES, F.B.; BONOTO, Carolina; VIEGAS, P. R.; SALGUEIRO, Igor. **Infodemia e Instagram: como a plataforma é apropriada para a produção de desinformação sobre a hidroxicloroquina?** Revista Fronteiras (online), v. 3, p. 1-17, 2021.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade; AMORIM, Lidiane Ramirez de; OLIVEIRA, Rosângela Florzack. **Diálogo e vínculo** — contribuições para a lugarização de perspectivas complexas nas organizações. Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia, v. 23, n. 3, p.1-14, set./nov./dez. 2016. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/24447>. Acesso em: 12/6/2022.

STATISTA. et al. **Instagram -Statistics & Facts. 2021.** Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>. Acesso em: 12/6/2022.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar.** Porto Alegre: Editora Sulina, 2010.