

## ENSINO/APRENDIZAGEM DE INGLÊS NO INSTAGRAM

ENGLISH TEACHING AND LEARNING ON INSTAGRAM

Vanessa de Assis Araujo

### Grupo Temático 1

#### Subgrupo 1.1

#### Resumo:

Esse trabalho relata os resultados de um estudo com base na experiência de uma professora de língua inglesa sobre ensino/aprendizagem de inglês no Instagram. Um dos objetivos foi o de conhecer o processo vivencial da professora para criação da conta e publicação de conteúdos no Instagram, bem como o perfil dos inscritos na conta e seus possíveis interesses no que tange à aprendizagem de inglês. A metodologia dessa pesquisa contou com três etapas: (a) coleta de dados, (b) definição de categorias e (c) análise dos dados. A investigação evidenciou quatro categorias: (1) faixa etária, (2) gênero, (3) localização e (4) interesse do público. A quarta categoria desdobrou-se em mais três subcategorias relacionadas às condutas dos usuários com relação aos conteúdos. Os resultados revelaram características dos aprendizes e parte de seus prováveis interesses como, por exemplo, apreciação por determinados conteúdos em detrimento de outros. O estudo abordou questões sobre os usuários e o processo vivenciado pela professora. Segundo a docente, foi possível compreender a importância das TDICs, da aprendizagem móvel e da rede social Instagram para ressignificar a sala de aula física e ofertar alternativas significativas ao processo de ensino/aprendizagem da língua inglesa (UNESCO, 2014; MORÁN, 2015; SILVA, 2017; BNCC, 2018).

**Palavras-chave:** Ensino, Aprendizagem Móvel, Inglês, Instagram.

#### Abstract:

This work reports a study about an English language teacher experience on teaching and learning on Instagram. One of its objectives was to understand the teacher experience concerning processes from an Instagram account creation to content publishing, as well as subscribers profile and possible interests of users regarding English learning. This research methodology consisted of three stages: (a) data collection, (b) categories definition and (c) data analysis. Research data indicated four categories: (1) group age, (2) gender, (3) location and (4) public interest. The fourth category was divided into three more subcategories, all related to users' behavior regarding published content on Instagram. Results revealed some of learners' characteristics and interests such as their appreciation for certain content instead of others posts. This study also displayed aspects about users and the process in which the language teacher went through to develop a project on Instagram. According to the language teacher, it was possible to understand DTICs, mobile learning and Instagram importance in order to redefine face-to-face classes and offer alternatives to meaningful English language teaching and learning process (UNESCO, 2014; MORÁN, 2015; SILVA, 2017; BNCC, 2018).

**Keywords:** Teaching, Mobile learning, English, Instagram.



## 1. Introdução

As constantes mudanças oriundas da globalização têm incentivado estudos na área da Educação, principalmente no que tange à inserção das Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDIC) nos processos de ensino/aprendizagem (MORAN, 2015). De modo semelhante, as TDICs têm inspirado de forma significativa àqueles que ensinam e aprendem a língua inglesa, visto que esses atores estão inseridos num mundo em transformação e recheado de culturas digitais que, por sua vez, têm tido seus comportamentos influenciados (LEMOS, 2013; SILVA, 2017).

É nesse contexto que as tecnologias móveis despertam o interesse de ensinantes, aprendentes e demais interessados em busca de desenvolvimento e aprimoramento na língua inglesa. A aprendizagem móvel (AM) ou *mobile learning* (ML) inclui o uso de qualquer tecnologia portátil e conectada de modo a oportunizar a construção do conhecimento de qualquer lugar e a qualquer tempo, de modo autônomo, sendo alguns exemplos de AM os celulares, *tablets*, relógios inteligentes ou *smartwatches* e, em breve, os óculos inteligentes mais leves.

O celular é um dispositivo móvel popular, presente nos espaços públicos, quase sempre conectado à internet e usado habitualmente por alguém em algum lugar próximo no dia a dia. A escola retrata essa realidade de modo fidedigno, de maneira que os celulares estão frequentemente nas mãos da maioria dos atores que atuam no ambiente escolar como, por exemplo, técnico-administrativos, gestores, profissionais da segurança, funcionários da limpeza, atendentes de lanchonete, professores e, como não poderia deixar de ser, nas mãos dos estudantes. O estabelecimento de regras para a utilização do celular na escola também tem sido alvo de debates em função da dificuldade de estudantes, chamados nativos digitais, terem o seu uso limitado em sala de aula. Isso porque a sua utilização parece desviar a atenção do aluno da aula para o dispositivo. Esse pode ser um forte motivo para se resignificar as aulas presenciais e se considerar o celular como uma ferramenta de aprendizagem móvel tanto na sala de aula física quanto fora dela.

A aprendizagem móvel de língua inglesa pode se dar em diversos espaços digitais assim como em redes sociais, aplicativos, sites, plataformas de compartilhamento de vídeos, dentre outros. Nesse sentido, o presente artigo relata a experiência de ensino/aprendizagem de uma professora de língua inglesa no *Instagram*, bem como uma pesquisa sobre o público da conta gerida por tal docente na referida rede social. O estudo investigou o perfil e o(s) prováveis interesse(s) do público na conta criada pela professora de inglês no *Instagram* e os respectivos conteúdos publicados, bem como a perspectiva da docente sobre tais tópicos. Para isso, a metodologia de pesquisa contou com as três etapas seguintes (1) coleta de dados, (2) definição de categorias, (3) análise dos dados. Já a apresentação de dados neste texto será orientada pela perspectiva e vivência da professora, em três momentos, incluindo aspectos relativos à experiência de ensino/aprendizagem da docente no *Instagram* e ao perfil dos usuários.

## 2. Aprendizagem móvel, Instagram, língua inglesa

Existe uma grande utilização de dispositivos móveis (celulares, *tablets* e outros) na atualidade para obtenção de informações, aquisição de conhecimento, comunicação, interação de ordem pessoal e profissional. Uma amostra disso é que o celular é um meio de acesso à internet para 97,0% dos usuários brasileiros, segundo dados do IBGE referentes ao ano de 2017. Outro aspecto relaciona-se às faixas etárias e aos respectivos acessos à internet. Levantamento também do ano de 2017 revela que brasileiros entre 20 e 24 anos somaram 88,4% dos acessos à internet, os de 14 a 17 tiveram 84,9% de acessos e os de 60 anos (ou mais) obtiveram 31,1% acessos, segundo o IBGE. Esses dados são complementados pela informação de que 69,6% dos brasileiros usam a tecnologia 4G enquanto 17,5% utilizam 3G, de acordo com a ANATEL em alusão ao mês de março de 2020.

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Parte do contexto brasileiro apresentado por dados da ANATEL e do IBGE corroboram com a perspectiva de que o celular é um dispositivo popular entre os brasileiros e de que é através dele que uma grande parte da população tem acesso à internet. Isso posto, há motivos concretos para se adotar a aprendizagem móvel dentro e fora da sala de aula, utilizando o celular como uma ferramenta útil ao aprendiz e ao ensinante.

Nesse sentido, estudos a respeito de aprendizagem móvel (AM) têm demonstrado que o uso de dispositivos móveis no âmbito escolar podem envolver estudantes no processo de aprendizagem significativa tanto no espaço físico da sala de aula quanto fora dela, incentivando a autonomia e o interesse, a aprendizagem individual e coletiva, facilitando interações entre aprendizes, docentes e alunos (UNESCO, 2014). Nessa perspectiva, o ensino/aprendizagem de língua inglesa não é diferente, principalmente quando se concebe os jovens como nativos digitais. Jovens esses que percebem o celular como se fosse uma extensão do próprio corpo, usam o polegar para manusearem as telas desses dispositivos, interagem em redes sociais ao mesmo tempo em que ouvem música, assistem vídeos, buscam informações e executam outras ações (LEMOS, 2013).

O conceito de aprendizagem móvel (AM) que coaduna com este trabalho é o de “uso da tecnologia móvel, seja sozinha ou em combinação com outras tecnologias de informação e comunicação (TIC), para permitir a aprendizagem a qualquer hora e em qualquer lugar” (UNESCO, 2013, p. 6). Soma-se a essa definição, a perspectiva de que não se trata de ter as TICs somente como meio para a aprendizagem e sim como parte integrada desta (ROSA e AZENHA, 2015). De acordo com esses autores, as tecnologias digitais “não se tornam o centro, para diminuir a importância das práticas pedagógicas. As tecnologias digitais tornam-se um fator de mudança dos processos de ensino-aprendizagem” (ROSA e AZENHA, 2015, p. 63).

Nos últimos anos parece ser irrefutável o crescente interesse de crianças, jovens, adultos e até de idosos pelo uso celular e pelas redes sociais. O que leva à importante reflexão sobre o uso do celular e de redes sociais como meios de ensino/aprendizagem. Uma possibilidade é o *Instagram*, aplicativo de rede social que parece se configurar como espaço digital de aprendizagem móvel da língua inglesa no território nacional e internacional. No que tange ao contexto nacional, o Brasil se encontra como o terceiro maior usuário do *Instagram* no mundo com 82 milhões de usuários, perdendo somente para os EUA e a Índia que têm respectivamente 120 e 88 milhões de usuários, conforme dados divulgados pelo portal de Estatísticas e Infográficos Statista, referente ao mês de abril de 2020.

Talvez seja pelo fato de o *Instagram* ser tão apreciado pelos brasileiros que também tenha se tornado um espaço digital de busca pela aprendizagem de línguas estrangeiras. Basta pesquisar por qualquer idioma no campo de “pesquisa” do *Instagram* para observar as variadas opções de contas criadas com ofertas dos mais diversos estilos, para todos os tipos de interessados em aprender línguas. Assim como há variados perfis de usuários, há também diferentes perfis de contas com mais ou menos de mil de seguidores, algumas de cunho humorístico e cômico, outras com foco exclusivo em vídeos, uns publicam conteúdos somente em inglês, outros na língua portuguesa sobre a língua inglesa e alguns mesclam essas duas opções.

A promoção da aprendizagem nas redes sociais tem sido uma abordagem frequente de professores de línguas estrangeiras como, por exemplo, por meio de projetos e atividades realizados pelo *Facebook*. Moraes e Souza (2015) relatam a evolução de um projeto no *Facebook* para o desenvolvimento de competências orais e escritas na língua inglesa com resultados satisfatórios aos alunos. Moraes e Souza (2015) dizem ter sido possível construir relações entre a aprendizagem de língua inglesa, as experiências locais, sociais e culturais dos alunos e o uso de mídias sociais para fins pedagógicos, permitindo aos alunos compartilharem o conhecimento local num espaço global.

Alguns artigos revelam experiências significativas de uso da rede social *Instagram* por professores e alunos de língua inglesa. Silva et al (2018) narram um estudo no *Instagram* que Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

apresentou ganhos reais para os estudantes. De acordo com os autores, os efeitos se refletiram nas habilidades orais dos discentes, ao produzirem discursos e demonstrarem estruturas mais complexas e ricas após maior aquisição de vocabulário na referida rede social. Os autores asseveram que há múltiplas possibilidades de uso das ferramentas disponíveis no *Instagram* para o emprego de práticas de compreensão oral e escrita, com oferta de insumo para promoção da interação entre alunos e imersão na língua-alvo e sua cultura (SILVA et al, 2018).

Barbosa et al (2017) evidenciam as potencialidades da rede social *Instagram* como recurso didático para o ensino e aprendizagem de línguas estrangeiras em um projeto piloto realizado pela Universidade de Aveiro, no que tange ao desenvolvimento de competências discursivas de aprendentes chineses, tanto na modalidade oral quanto na escrita. De modo geral, o uso do *Instagram* indicou contribuições para o desenvolvimento de competências ligadas à produção e compreensão textual e multimodal, às competências culturais necessárias e intrínsecas à aprendizagem, à formação da comunidade de aprendizagem por meio da interação entre os participantes, de acordo com Barbosa et al (2017).

Há indícios de que o *Instagram* pode ser usado como ferramenta para a promoção da aprendizagem móvel de línguas. Tendo isso em vista, uma conta foi criada no *Instagram* como projeto de extensão a fim de conhecer o processo de ensino/aprendizagem de inglês nessa rede social, além de incentivar o aprendizado dessa língua para além-muros da escola pública onde uma professora de língua inglesa atua de modo presencial. Assim sendo, o terceiro e próximo item deste texto abordará a vivência da docente na referida rede social.

### 3. Experiência com o ensino/aprendizagem de inglês no *Instagram*: primeiro e segundo momentos

A conta foi criada por uma professora de inglês no *Instagram* com vistas a oportunizar a aprendizagem móvel de língua inglesa (LI) à comunidade interna e externa da escola onde ela atua com foco em adolescentes. Desse modo, a ação de aprendizagem móvel de inglês vinculada à conta do *Instagram* teve como objetivo geral aplicar criatividade digital no ensino/aprendizagem de LI em momento de suspensão integral de aulas presenciais, ressignificar o ensino/aprendizagem presencial, suscitar a viabilidade de espaços digitais para proporcionar a aprendizagem gratuita, democrática, inclusiva, dialógica e participativa da língua inglesa como língua franca.

Uma das bases estruturantes para o desenvolvimento do referido Projeto de Extensão, além das TDICs e da aprendizagem móvel de língua inglesa (LI), foram as orientações da Base Nacional Comum Curricular (BNCC) no tocante à língua inglesa e às línguas na cultura digital. De acordo com a BNCC, a aprendizagem de LI permite ao estudante aprofundar a compreensão sobre o mundo, explorar novas perspectivas, obter informações, expor ideias e valores, argumentar, lidar com conflitos de opinião e com a crítica, ampliando a capacidade discursiva e reflexiva em diferentes áreas do conhecimento (BNCC, 2018). A relevância da LI é enfatizada para a mediação de práticas sociais e interculturais, tanto as individuais como as grupais. Outros aspectos destacados são a multiplicidade de usos da língua inglesa na cultura digital, considerando as culturas juvenis, bem como as possibilidades de aproximação e integração de estudantes com grupos multilíngues e multiculturais no mundo globalizado, além de ampliar as perspectivas dos estudantes “em relação à vida pessoal e profissional no qual a língua inglesa se apresenta como língua comum para a interação” (BNCC, 2018, p. 484-485). Segundo a BNCC, a LI continua a ser compreendida “como língua de caráter global – pela multiplicidade e variedade de usos, usuários e funções na contemporaneidade –, assumindo seu viés de língua franca” (BNCC, 2018, p. 484).

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

O **primeiro momento** vivencial da professora de inglês criadora do projeto de extensão supracitado no *Instagram* foi o de se pensar um nome para a conta que seria criada nessa rede social. Foram criados mais de 20 nomes, alguns em inglês e outros em português, todos eles sem sucesso porque eles já existiam na referida rede social. Após isso, o caminho encontrado foi o de fazer uma busca no *Instagram* por palavras-chave que tivessem a ideia central do projeto de extensão e pudessem gerar um nome inédito. O fruto dessa pesquisa levou à mistura de palavras em inglês e português, de modo a cumprir com a proposta do projeto de extensão e, assim, foi possível chegar a um nome original no *Instagram*. O próximo passo nesta etapa foi o de criar a imagem ou logomarca para a conta. O aplicativo *Canva* foi utilizado para desenvolver dez imagens/logomarcas e, após isso, tais imagens foram submetidas a uma pesquisa de opinião via *What's app*, sendo que três imagens foram indicadas por parte das pessoas consultadas. Dessas três imagens, a professora responsável selecionou uma para se tornar a logomarca da conta. Em seguida, a conta foi criada no dia 30 de março de 2020 e inaugurada no dia 1º de abril de 2020, com publicações de conteúdos.

O **segundo momento** dessa experiência foi caracterizado por investigações e pesquisas a respeito de conteúdos em inglês que pudessem ser publicados com acessibilidade atitudinal e pedagógica, que se resume respectivamente na atitude/interação entre as pessoas sem barreiras, preconceitos e discriminações, sem barreiras às metodologias e técnicas pedagógicas, proporcionando a inclusão social (PRATES, 2015). Nessa perspectiva, as publicações foram organizadas para acontecer três vezes por semana, orientadas pelos recursos existentes no *Instagram* e incentivadas pela aprendizagem sensorial como, por exemplo, por meio de conteúdos nos formatos de imagens, áudios, vídeos, mini desafios (quizes, puzzles, enigmas, charadas) e dicas de aplicativos. Paralelamente à pesquisa, seleção e publicação de conteúdos desenvolvidos por produtores de conteúdos da área de língua inglesa (*eflnet*; *kidspages.com*; *ewa*; *EasyEnglish*, por exemplo), foi dado início à produção de conteúdos por parte da professora.

Essa fase foi considerada trabalhosa pela professora porque ela precisou conhecer aplicativos novos e variados (Apps), bem como aprender a usá-los para a criação de imagens, vídeos e áudios, além de realizar colagens, edições e adaptações; etapas estas anteriores às publicações de conteúdos. No mínimo, cinco aplicativos foram utilizados tais como *Lyrics Training*, *Phrasal Verbs*, *English Speaking*, *Canva*, *Gravador de Voz*, *Muda Voz com efeitos*, *Video Shop*. Nesse contexto a professora também precisou tomar decisões sobre a delimitação do escopo relacionado às nuances e usos da língua inglesa para a produção de conteúdos que seriam publicados em cada postagem, com atenção aos respectivos formatos, designs e temáticas, podendo abranger pronúncia, vocabulário, cultura, filosofia, literatura, gramática, saúde, humor, dentre outros.

O **terceiro momento** foi o de observar o perfil do público que frequentava a conta, bem como buscar entender o interesse e a necessidade dessas pessoas no que tange à aprendizagem móvel da língua inglesa. A partir de dados oferecidos pelo *Instagram* relativas às ações dos usuários com as publicações foram verificados aspectos tais como (1) faixa etária, (2) gênero, (3) localização ou cidade do usuário e (4) interesse do público. As quatro categorias geraram informações que levaram a reflexões no que tange ao tipo e formato do conteúdo publicado e ao público que se acreditava estar atingindo, por exemplo. Tais dados serão apresentados individualmente no tópico a seguir.

#### 4. Experiência no *Instagram*: terceira etapa

O terceiro momento despertou olhares da professora sobre o perfil do aprendiz no *Instagram*, sendo que quatro aspectos foram investigados e resultou nas categorias (1) faixa etária, (2) gênero, (3) localização ou cidade do usuário e (4) interesse do público que serão abordados na sequência. O aspecto **(1) faixa etária** foi uma surpresa para a professora de inglês porque, a princípio, ela esperava

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

encontrar no *Instagram* uma boa parte dos jovens e adolescentes presentes no seu contexto de ensino médio presencial da escola pública onde leciona, estendendo-se à comunidade interna e externa da escola. Todavia, os dados revelaram que a maior parte dos usuários (62%) não é composta por adolescentes, como supôs a criadora da conta, mas por pessoas entre 25 e 44 anos. Os adolescentes (13-17 anos) são responsáveis por apenas 4% de todo o público da referida conta. Considerando a expectativa frustrada da professora com relação aos dados referentes ao público adolescente na conta, pode ser oportuno incentivar um estudo aprofundado e detalhado com o foco no público adolescente, incluindo os alunos da professora, a fim de compreender esse público como aprendiz de inglês no *Instagram*.

Completando as porcentagens sobre a faixa etária, o segundo maior grupo de seguidores da conta criada pela professora está entre 18 e 24 anos (24%) e em seguida estão as pessoas de 55 a 64 anos (2%). Essa última faixa etária também se apresenta em proporção bem menor nos levantamentos da ANATEL e do IBGE com relação ao uso de celulares e da internet comparativamente ao público mais jovem.

No que tange ao segundo aspecto referente ao perfil dos inscritos na conta do *Instagram* em foco, **gênero**, as mulheres são a maioria (73%) e os homens a minoria (27%). Essa proporção se assemelha aos dados da Associação Brasileira de Marketing de Dados (ABMED) que indica as mulheres (61%) como sendo um número bem maior de usuários em comparação aos homens (39%).

Já a **localização ou cidade** do usuário (terceiro aspecto) indicou que 69% localiza-se em Brasília (DF) e 31% está distribuído em pequenas porcentagens por algumas outras cidades como Águas Lindas (DF), Belo Horizonte e Ibatiba (MG), São Paulo (SP) e Goiânia (Goiás). O fato de a maior parte do público (69%) situar-se na escola se localiza (Brasília) coadunou com as expectativas da professora criadora do projeto. No entanto, o dado de 31% dos usuários se originarem de outras cidades, inclusive de cidades do sudeste, configurou-se como surpresa agradável para a professora e, ao mesmo tempo, compreensível no contexto de redes sociais. Ressalta-se que embora a maior parte dos inscritos do canal seja originária da cidade de Brasília, isso não necessariamente significa que os inscritos estejam relacionados à escola onde a professora leciona. Para estabelecer esse tipo de correlação seria necessário coletar dados mais detalhados e triangulá-los.

Quanto ao quarto aspecto relacionado ao perfil dos usuários, **interesse do usuário**, em 40 dias de criação a conta já tinha alcançado mais de 900 inscritos. Esse dado se apresentou como surpreendente para a professora que, por sua vez, tinha a expectativa de ter no máximo 200 inscritos na conta. Em função disso, a professora fez uma consulta a um especialista em “Marketing Digital do *Instagram*”. Segundo a professora, o especialista disse ser pouco comum o avanço rápido de inscritos em uma conta em “curto espaço de tempo sem divulgação na tráfego orgânico e/ou pago, considerando a grande oferta de contas de ensino de inglês no *Instagram*”. Na perspectiva da professora, isso pode significar possível interesse do público em geral pela aprendizagem gratuita de inglês na rede social *Instagram*.

Ainda no que tange ao **interesse do usuário**, quarto aspecto, não foi possível obter manifestações diretas dos seguidores a respeito dos seus interesses no que tange às publicações, ao conteúdo e à aprendizagem de inglês, apesar de algumas tentativas terem sido feitas com retorno insuficiente por meio de postagens com perguntas aos usuários (ex: O que gostaria de aprender? Dê suas sugestões nos comentários ou pelo *direct*; Você gosta de aprender inglês por meio de tirinhas?). Nesse sentido, entende-se que há a necessidade de investigar novas maneiras de construir canais de comunicação com o público de modo a obter informações diretas sobre seus interesses e demandas de aprendizagem. Contudo, na ausência de canais diretos com o usuário para obtenção de informações sobre seus interesses e necessidades, buscou-se mensurar o suposto interesse dos usuários a partir de dados fornecidos pelo *Instagram* ao gestor da conta. Essas informações são objetivas e quantificam as

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

ações/interações do usuário com os conteúdos que, de algum modo, podem revelar o provável interesse desse público.

Nessa lógica e sob a categoria “interesse” foram desdobradas **três subcategorias**. Elas elucidaram algumas das complexas facetas do usuário no que diz respeito aos seus possíveis interesses de aprendizagem na língua inglesa. Desse modo, foram analisadas informações concernentes às seguintes subcategorias: (a) salvamentos de postagens, (b) curtidas e (c) impressões com relação às publicações na conta, que são condutas praticadas pelos usuários com relação aos conteúdos que, por sua vez, serão detalhadas na sequência.

Com relação à subcategoria “salvamento” de publicações, foi possível perceber que os aprendizes preferem salvar os conteúdos de cunho lexical e gramatical (ex: *collocations*) desde que ilustrados e de uso prático. O **salvamento** de uma postagem pode estar relacionado à provável necessidade de guardar aquela informação para posterior consulta, estudo, uso ou para simples arquivamento. Esse dado foi considerado relevante por parte da professora porque indica o tipo de configuração e conteúdo na língua inglesa que o público deseja guardar, podendo orientá-la nas criações de conteúdos subsequentes.

Quanto às “curtidas”, segunda subcategoria, um número significativo de “curtidas” em vídeos e áudios sobre pronúncia expressou a apreciação do público por esse tipo de postagem. Elas também foram feitas naqueles conteúdos salvos, corroborando a provável significância dos conteúdos salvos por parte dos inscritos. Ressalta-se que para a lógica estatística e de funcionamento do *Instagram*, os “salvamentos” e “curtidas” são considerados instrumentos métricos dessa rede social para indicar, por exemplo, a participação e interação do usuário com o conteúdo publicado pelo gestor da conta. Nessa perspectiva, muitas curtidas em vídeos e áudios em vez de curtidas em outros tipos de conteúdos podem ter algum significado. Para a professora, através dessas ações (curtidas) o usuário pode enviar sinais de que possui preferências por vídeos e áudios ou conteúdos mais dinâmicos, sensoriais e interativos. Dentro desse contexto, a visão da professora faz sentido, mas parece que há outras possibilidades de interpretação como, por exemplo, a de que o público pode ter gostado daqueles vídeos e áudios em específico e, por isso, os curtiu. Como há outras possibilidades de interpretação, mais estudos são necessárias para compreender os interesses por trás de cada ação dos usuários nessa rede social.

A “Impressão” é a terceira e última subcategoria sob a categoria “interesse”. Essa métrica diz respeito à quantidade de vezes que uma postagem foi visualizada pelo público no *Instagram*, embora não seja possível precisar se ela foi vista mais de uma vez pelo mesmo usuário. A tônica favorita dos usuários nessa métrica seguiu o padrão anterior das publicações sensoriais, com adição às postagens sobre culinária e sugestões de aplicativos gratuitos para a aprendizagem móvel de inglês. Dois exemplos de postagens da conta em foco foram (1) a publicação da receita de “Brownies Veganos” que teve 899 visualizações e (2) a postagem de sequência de “Posturas de Yoga” que teve quase 874 visualizações.

De modo geral, as três subcategorias (salvamentos, curtidas e impressões) apresentaram informações sobre parte das interações do usuário com os conteúdos publicados na conta criada pela professora no *Instagram* e despertou o interesse da professora para identificação de pesquisas já realizadas sobre esse tópico em específico na referida rede social.

Tanto as categorias (faixa etária, gênero, localidade e interesse) como as subcategorias relativas ao interesse dos usuários (salvamentos, curtidas e impressões) geraram informações que levaram a reflexões no que tange ao tipo e formato de conteúdo publicado, à quantidade de publicações versus dias da semana, aos supostos interesses dos usuários com relação à aprendizagem de inglês na conta do *Instagram* e, principalmente, ao público que se acreditava estar atingindo em comparação ao público real. À medida que essas informações foram colhidas e acolhidas, mudanças

foram realizadas pela professora como, por exemplo, as publicações que eram condensadas em três dias da semana (2as, 4as e 6as feiras) foram alteradas para os cinco dias da semana (2as, 3as, 4as, 5as e 6as feiras). Buscou-se criar conteúdos para o público real e não para o público imaginário. Também a professora buscou refletir sobre meios para a construção de canais de comunicação com os usuários de modo a acolher as necessidades, demandas e interesses deles. Algumas das percepções da professora de inglês sobre a experiência no *Instagram* são as de que é necessário ressignificar as aulas presenciais, promover aprendizagem móvel de inglês dentro e fora da sala de aula física e compreender o aprendiz/público-alvo no contexto da aprendizagem móvel da língua inglesa. Na perspectiva da professora o ensino de inglês nessa rede social é no mínimo aprazível, intrigante, proveitoso, criativo, estimulante, desafiante, complexo e trabalhoso. Com relação à pesquisa, pode-se depreender que: (a) todo o processo foi e continua sendo um grande aprendizado para a professora de língua inglesa, (b) os dados revelam o início de uma longa jornada de investigação que deve ser contínua a fim de compreender o público-alvo e o processo de ensino-aprendizagem no contexto em foco, (c) o ensino/aprendizagem de inglês no *Instagram* se apresenta como um processo complexo e demanda estudos aprofundados, detalhados e comparados.

## 5. Considerações finais

Acredita-se que aprendizagem móvel oferece alternativas ao ensino/aprendizagem de língua inglesa, podendo o *Instagram* ser uma delas. Nesse sentido, este artigo possibilitou compartilhar etapas do processo vivenciado por uma docente de língua inglesa àqueles que já atuam ou desejam atuar no *Instagram* para promover aprendizagem digital. Foi possível apresentar os bastidores da vivência da professora como um processo, desde as fases anteriores à criação da conta no *Instagram* até os momentos de elaboração de conteúdos e respectivos processos envolvidos como o uso de aplicativos. Revelações foram feitas sobre o perfil dos inscritos (na conta criada pela professora), bem como perspectivas da docente sobre alguns dos resultados da pesquisa a respeito dos usuários da referida conta no *Instagram*. Na visão da professora, os resultados demonstraram que a promoção da aprendizagem de língua inglesa no *Instagram* pode ser profícua e influir positivamente na sala de aula presencial. Por outro lado, a docente percebeu o processo de ensino/aprendizagem como complexo e trabalhoso nesse espaço digital, necessitando de constantes investigações sobre esse tema, sobre o público-alvo e a interatividade, dentre outros aspectos. Por fim, considera-se que as TDICs, a aprendizagem móvel e experiências compartilhadas de ensino/aprendizagem em redes sociais possam incentivar reflexões sobre o ensinar e o aprender no mundo atual.

## Referências Bibliográficas

ABMED. Associação Brasileira de Marketing de Dados. Infográfico mostra perfil de usuário brasileiro no Instagram. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://abemd.org.br/noticias/infografico-mostra-perfil-do-usuario-brasileiro-no-instagram> Acesso em 16 de maio de 2020.

BARBOSA, Cláudia et al. Utilização do Instagram no ensino e aprendizagem de português língua estrangeira por alunos chineses na Universidade de Aveiro / The use of Instagram in the teaching and learning of Portuguese as a foreign language by Chinese students in the Un. of Aveir. Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa - RELATEC, v. 16, n. 1, p. 21–33, 2017. Disponível em: <<http://relatec.unex.es/article/view/2936>>.

BRASIL. Ministério da Economia, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Brasília, 2018. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de->



[noticias/releases/23445-pnad-continua-tic-2017-internet-chega-a-tres-em-cada-quatro-domicilios-do-pais](#) Acesso em 16 de maio de 2020.

BRASIL. Ministério da Educação; Secretaria de Educação Básica; Conselho Nacional de Educação; Câmara de Educação Básica. *Base Nacional Comum Curricular*. Brasília: MEC, 2018. Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/> Acesso em: 30 de abril de 2020.

BRASIL: Ministério de Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações. Agência Nacional de Telecomunicações. Brasília, 2020. Disponível em: <https://www.anatel.gov.br/paineis/aceessos/telefoniamovei> Acesso em 16/05/2020.

CLEMENT, J. Statista, Plataforma Online de Estatísticas e Infográficos. *Leading countries based on Instagram audience size as of April 2020*. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/> Acesso em 14 de maio 05 de 2020

MORAES, M. L. M., SOUZA, S. A., Línguas estrangeiras e as mídias sociais: uma relação possível. *Revista Desempenho*, n. 24, v.1, 2015. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/rd/article/view/9416> Acesso no dia 23/06/2020.

MORÁN, J. *Mudando a educação com metodologias ativas*. Coleção Mídias Contemporâneas. *Convergências Midiáticas, Educação e Cidadania: aproximações jovens*, v2, p. 15-33, 2015.

PRATES, Deborah. *Acessibilidade atitudinal*. Rio de Janeiro: Gramma, 2015.

ROSA, F. R, SOUZA, G. A. *Aprendizagem móvel no Brasil: gestão e implementação das políticas atuais e perspectivas futuras*. São Paulo: Zinnerama, 2015.

SILVA, C. M. R. et al. Instagram e educação: a aprendizagem significativa de língua estrangeira em contextos não-formais de ensino. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE INFORMÁTICA NA EDUCAÇÃO, 7., 29 out.-01 nov. 2018, Fortaleza (CE). Anais. Fortaleza (CE): SBC, 2018. p. 906-915.

SILVA, V. Convergências e divergências adaptativas nas práticas de ensino e aprendizagem mediadas por smartphone. *Polifonia*, Cuiabá-MT, v. 24. N. 35/1, p. 95-112, jan-jun. 2017. Disponível em: <http://www.periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/>

UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization). *O Futuro da aprendizagem móvel: implicações para planejadores e gestores de políticas*. Brasília: UNESCO, 2014.

UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization). *Policy guidelines for mobile learning*. Paris: UNESCO, 2013. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000219641>. Acesso em: 25 de junho de 2020.