

USO DO INSTAGRAM COMO RECURSO DIDÁTICO E TECNOLÓGICO NO ENSINO SUPERIOR

Jéssica de Almeida Vasconcelos Brigido

Universidade Federal do Pará

jessica.vasgo@gmail.com

José Miguel Martins Veloso

Universidade Federal do Pará

veloso@ufpa.br

RESUMO

O presente trabalho tem o objetivo de apresentar experiências de uso do Instagram como recurso didático e tecnológico no Ensino Superior, resultados do levantamento bibliográfico de um projeto de pesquisa em desenvolvimento no âmbito do Mestrado Profissional do Programa de Pós-Graduação Criatividade e Inovação em Metodologias de Ensino Superior. Foram encontrados 15 trabalhos desenvolvidos no Brasil e exterior entre dissertações, artigos em periódicos e em anais de eventos publicados entre 2013 e 2017. As experiências utilizam o Instagram explorando as funcionalidades do aplicativo para estimular a participação dos alunos em atividades pedagógicas.

Palavras-chave: Instagram; Ensino-aprendizagem; Mídias sociais; Tecnologias de Informação e Comunicação.

INTRODUÇÃO

A Pesquisa Brasileira de Mídia (BRASIL, 2016) aponta que depois da televisão, a internet é o meio de comunicação mais utilizado pela população entrevistada na faixa etária entre 18 e 34 anos. Nos dados obtidos pela pesquisa, o celular ultrapassou o computador, sendo o principal aparelho de acesso à internet. Na edição de 2015, a pesquisa verificou que 92% dos usuários de internet utilizavam mídias sociais (BRASIL, 2015).

O aumento do acesso à internet contribuiu para a evolução da tecnologia móvel. Os dispositivos tecnológicos estão incorporados como uma segunda natureza à vida humana (SANTAELLA, 2013) e o telefone celular¹ tornou-se a TIC interativa mais utilizada (UNESCO, 2014).

Nesse cenário de mobilidade e convergência emergiram as mídias sociais, redes de comunicação, entretenimento, compartilhamento e interação social. Recuero (2011) entende as mídias sociais como um conjunto de tecnologias mais rápidas e participativas que geram apropriações sociais.

Uma mídia social que cresceu exponencialmente desde sua criação é o Instagram. Segundo a Pesquisa CONECTAÍ Express, trata-se da terceira mídia social mais utilizada em nosso país (IBOPE, 2017). O aplicativo alcançou 800 milhões de usuários em sua comunidade global (INSTAGRAM, 2017), sendo 57 milhões de perfis só no Brasil (STATISTA, 2018).

¹ Segundo Jenkins (2009, p. 42), "Nossos telefones celulares não são apenas aparelhos de telecomunicações; eles também nos permitem jogar, baixar informações da Internet, tirar e enviar fotografias ou mensagens de texto. Cada vez mais, estão nos permitindo assistir a trailers de filmes, baixar capítulos de romances serializados ou comparecer a concertos e shows musicais em lugares remotos".

Diante de nossas observações empíricas, que indicam o uso do Instagram para fins educativos, e dos dados apresentados sobre a quantidade de usuários do aplicativo, nos perguntamos: como os professores do Ensino Superior podem utilizar a popularidade desta mídia para engajar seus alunos em seus processos de aprendizagem? Também nos questionamos sobre sua utilização em atividades de ensino no contexto da educação brasileira e em outros países. O presente trabalho pretende apresentar o levantamento bibliográfico realizado para um projeto de pesquisa em desenvolvimento no âmbito do Mestrado Profissional do Programa de Pós-Graduação Criatividade e Inovação em Metodologias de Ensino Superior, destacando as pesquisas encontradas que relatam experiências de uso do Instagram no Ensino Superior.

OBJETIVO

Realizar levantamento bibliográfico em ferramentas de busca e bases de dados acadêmicas, em português e inglês, buscando identificar os estudos relacionados a conhecimentos já produzidos por outros pesquisadores sobre o uso do Instagram em atividades de ensino-aprendizagem no Ensino Superior.

METODOLOGIA

Como metodologia adotamos o ciclo de pesquisa de Minayo (2009), dividido em três partes: fase exploratória; trabalho de campo e análise dos dados. Na fase exploratória realizamos o levantamento bibliográfico apresentado no presente trabalho. Buscamos² teses, dissertações, artigos e trabalhos em anais de eventos referentes a experiências, estudos de caso e pesquisas com o uso do Instagram no Ensino Superior em atividades de ensino-aprendizagem.

O levantamento bibliográfico foi realizado no Catálogo de Teses e Dissertações da Capes e no Google Scholar a partir de seus títulos ou resumos. Nas buscas de resultados no idioma português³ selecionamos um trabalho do Brasil (VIANA et al.) e um de Portugal (BARBOSA et al.). Nas pesquisas por produções em inglês⁴ selecionamos 13 trabalhos provenientes dos Estados Unidos (SALOMON, 2013; AL-ABAHRI et al., 2015; GAUTHIER et al., 2016; KORICH, 2016), Indonésia (HANDAYANI, 2016 e 2017; PURNAMA, 2017), Irlanda do Norte (KELLY, 2015), Rússia (KHALITOVA, 2016), Inglaterra (BURNS et al., 2016), Emirados Árabes (HOPKINS, 2017) e Malásia (AKHIAR et al., 2017; MANSOR et al., 2017). Ao fim do levantamento, somando publicações em português e em inglês, encontramos 15 trabalhos entre dissertações, artigos em periódicos e anais de eventos publicados entre 2013 e 2017.

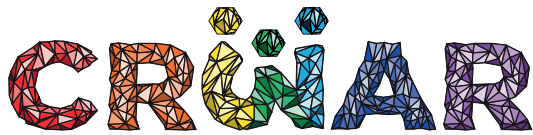
RESULTADOS PARCIAIS

Dentre os 15 trabalhos encontrados, destacamos menções aos termos interação, participação, colaboração e engajamento como objetivos e possibilidades de uso do Instagram no Ensino Superior apontados nas publicações. A partir das funcionalidades e recursos do aplicativo utilizados nas experiências encontradas, dividimos os trabalhos em quatro categorias: "Fotografia, leitura e escrita" (BARBOSA et al., 2017; HANDAYANI, 2016; KHALITOVA, 2016; AKHIAR; MYDIN; KASUMA, 2017; HOPKINS, 2017; KELLY, 2015), "Fotografia" (SALOMON, 2013; GAUTHIER et al., 2016; VIANA et al., 2016;

² O período de busca foi delimitado entre 2010 - ano de criação do aplicativo - e 2017.

³ Utilizando os termos "Instagram"+"Educação" surgiram 5.710 resultados, destes os 500 primeiros foram analisados.

⁴ Utilizamos os mesmos critérios de seleção (título ou resumo) e a combinação de palavras-chave "Instagram" + "classroom" + "education" + "educational".



AL-BAHRANI; PATEL, 2017; HANDAYANI, 2017), "Vídeos, leitura e escrita" (MANSOR; RAHIM, 2017), "Fotografia e memes" (BURNS et al., 2016), "Memes" (PURNAMA, 2017) e "Desenhos de estruturas" (KORICH, 2016).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Brasil é o segundo país do mundo que mais utiliza a mídia social Instagram (STATISTA, 2018), no entanto apesar dos benefícios destacados verificamos em nossa pesquisa bibliográfica poucas publicações em português relativas a experiências com o aplicativo em atividades relacionadas ao ensino-aprendizagem, principalmente no âmbito do Ensino Superior.

Acreditamos que o Instagram pode ser uma mídia social em ascensão para estudo, representa um espaço possível a ser explorado dentro e fora da sala de aula, podendo atuar como um meio de engajar os estudantes em atividades pedagógicas. Desse modo consideramos pertinente potencializar o uso da mídia social Instagram no Ensino Superior, bem como contribuir para o debate acadêmico sobre o tema.

Este levantamento bibliográfico irá contribuir para as próximas etapas do projeto de mestrado que busca propor diretrizes de uso do Instagram em atividades de ensino-aprendizagem para o Ensino Superior.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Claudia et al. Utilização do Instagram no ensino e aprendizagem de português língua estrangeira por alunos chineses na Universidade de Aveiro. **Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa**, Cáceres – Espanha, v. 16, n. 1, jun. 2017. Disponível em: <<https://relatec.unex.es/article/view/2936>>. Acesso em 29 jan. 2018.

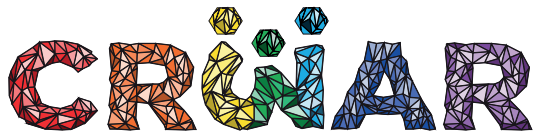
BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contatos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em 19 fev. 2018.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Disponível em: <<http://pesquisademidia.gov.br/#/Geral/details-917>>. Acesso em 19 fev. 2018.

GAUTHIER et al. Delivery of educational content via Instagram. **Medical Education**, Plymouth – Reino Unido, v. 50, p. 575–576, mai. 2016. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/medu.13009/abstract>>. Acesso em 06 mar. 2017.

HANDAYANI, Fitri. Instagram as a Teaching Tool? Really?. **Proceedings of ISELT FBS Universitas Negeri Padang**, Sumatra Ocidental – Indonésia, v. 4 n.1, p. 1134-1136, mai. 2016. Disponível em: <<http://ejournal.unp.ac.id/index.php/selt/article/view/6942/5476>>. Acesso em 22 mar. 2018.

IBOPE INTELIGÊNCIA. **WhatsApp é o app de rede social mais usado pelos internautas brasileiros**. Disponível em <<http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/whatsapp-e-o-app-de-rede-social-mais-usado-pelos-internautas-brasileiros/>>. Acesso em 9 abr. 2018.



INSTAGRAM. **Instagram's 2017 year in review.** Disponível em: <<https://instagram-press.com/blog/2017/11/29/instagrams-2017-year-in-review/>>. Acesso em 27 mar. 2018.

JATMIKO, Puguh. Raising Student Engagement through 'Instagram'. **Proceeding of International Conference on Teacher Training and Education (ICTTE) FKIP UNS 2015**, Java Central – Indonésia, v. 1, n. 1, jan. 2016. Disponível em: <<http://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/ictte/article/view/7643/5484>>. Acesso em 08 mar. 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. O desafio da pesquisa social. In: _____. (org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade.** 28ª Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet.** 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

SANTAELLA, Lucia. Intersubjetividade nas redes digitais: repercussões na educação. In: PRIMO, Alex (Org.). **Interações em Rede.** Porto Alegre: Sulina, 2013.

STATISTA. **Leading countries based on number of Instagram users as of January 2018 (in millions).** Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>>. Acesso em 29 mar. 2018.

UNESCO. **Diretrizes de políticas para aprendizagem móvel.** 2014. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002277/227770por.pdf>>. Acesso em 05 jan. 2018.