

A USO DO INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE ENSINO: UM ESTUDO DE CASO

Simone Matos dos Santos Teixeira (1); Paula Jucá de Sousa Santos (2); Fransérgio Bucar Afonso Pereira f(3)

¹Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologias, e-mail: simonematos@ifto.edu.br

²Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologias, e-mail: paulajuca@ifto.edu.br

³Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologias, e-mail: fransergio@ifto.edu.br

Resumo: Este trabalho é parte de uma pesquisa em andamento sobre a aplicabilidade das diferentes tecnologias em sala de aula, visando agregar valor ao processo de ensino-aprendizagem. Um estudo de caso qualitativo que busca explorar a aprendizagem dos alunos através da utilização da mídia social Instagram dentro da disciplina de marketing e português. Percebe-se que houve uma aprendizagem sólida através do envolvimento dos alunos na busca do conhecimento, participando como sujeito ativo da sua própria aprendizagem, pois houve comprometimento dos alunos com o processo. Estes aprenderam a utilizar o Instagram para promover ações de marketing e desenvolver a escrita.

Palavras-chave: aprendizagem, instagram, tecnologia

INTRODUÇÃO

O cenário educacional tem sofrido consideráveis transformações após o surgimento das diversas tecnologias. Este fato fez com que os professores buscassem se apropriar do uso das tecnologias para prender a atenção do aluno, pois essa geração de jovens se mantém “conectada” em tempo integral. Em meio aos acontecimentos o professor sentiu a necessidade de imergir no mundo das tecnologias para buscar ferramentas que ele pudesse trazer para a sala de aula e com isso tornar as aulas mais próximas da realidade do aluno. A educação não pode permanecer inerente aos fenômenos sociais a sua volta porque estes fenômenos estão mudando a forma como as pessoas se comunicam. As tecnologias de informação e comunicação, principalmente os softwares colaborativos ancorados por meio da internet, fazem parte do cotidiano dos jovens (PATRICIO; GONÇALVES, 2010).

O acesso aos equipamentos tecnológicos como computador em sala de aula, data show, caixa de som, televisor, entre outros, ainda não pode ser acessível a todas as escolas devido a falta de recursos para a compra ou manutenção desses equipamentos. Porém as mídias sociais estão presentes em todas as salas de aula, pelo uso de aparelhos celulares ou notebook, independente se o

professor está em uma escola pública ou privada ele terá que conviver com alunos acessando redes sociais o tempo todo. Isso ocorre porque o aluno vivencia uma realidade diferente da do professor na mesma posição, a “Era da tecnologia”. Neste caso o docente possui duas alternativas, repugnar as mídias sociais ou utilizá-las a seu favor, como parte do seu planejamento de aula e como uma ferramenta de ensino que auxiliará o processo de ensino aprendizagem dos alunos. Libâneo (1998), descreve que pedagogicamente as tecnologias de comunicação e informação podem estar expressas de três formas: como um simples conteúdo escolar, parte das várias disciplinas do currículo; como competências e atitudes profissionais; e como meios tecnológicos de comunicação humana voltados para o ato de ensinar a pensar, ensinar a aprender a aprender, implicando, os mais diferenciados efeitos didáticos.

METODOLOGIA

Este trabalho faz parte de um projeto de pesquisa que se propõe a aplicar as diversas tecnologias em sala de aula, visando a disseminação do conhecimento, bem como demonstrar a aplicabilidade da tecnologia no processo de ensino aprendizagem.

O aplicativo “Instagram” foi a ferramenta utilizada para este estudo. Trata-se de uma rede social de compartilhamento de fotos e vídeos curtos, onde o usuário pode reproduzir os mais variados conteúdos. No caso deste estudo o docente utilizou a ferramenta no curso Tecnólogo em alimentos como o objetivo de ensinar os principais conceitos de marketing e a sua aplicabilidade na vida real através do aplicativo.

Trata-se de uma pesquisa qualitativa realizada em uma turma de sexto período do curso Tecnólogo em Alimentos, que visava explorar a percepção dos alunos quanto a utilização da rede social Instagram para o ensino de marketing. Na pesquisa qualitativa pretende-se buscar a informação interpretativa sobre a realidade que está sendo estudada. Para Demo (2001, p.148) “A pesquisa qualitativa impõe-se sempre que se trate de temas que se interessem mais pela intensidade do que pela extensão dos fenômenos, como é o caso de participação, comunicação, aprendizagem e felicidade”. Sendo assim, configurou-se em um estudo de caso exploratório.

O projeto seguiu as seguintes etapas:

1º etapa: A professora expôs em sala de aula o conteúdo sobre marketing e divulgação de produto.

2º etapa: Foram formadas quatro duplas, cada dupla criou uma conta no aplicativo Instagram.

3º etapa: Cada dupla postava uma foto por dia, com uma legenda para a divulgação do produto que a dupla estava comercializando.

4º etapa: A professora de português acompanhava e avaliava as publicações dos alunos, buscando a interdisciplinaridade.

5º etapa: A dupla apresentou os resultados e o número de seguidores que conseguiram atingir com a rede social.

6º etapa: Discussão acerca do aprendizado: aspectos positivos e negativos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

As tecnologias necessitam se tornar aliadas ao processo de ensino aprendizagem para que o conteúdo ministrado em sala esteja o mais próximo possível da realidade do aluno. Corroborando Cunha (1998, p.83) ao relatar que “uma das principais queixas dos estudantes refere-se ao fato de que os cursos, não preparam para a realidade dos problemas que irão enfrentar depois de formados”. Os professores necessitam reciclar os seus métodos de ensino para que não se tornem obsoletos. É importante destacar que o professor tem o papel de mediador do conhecimento, e para que este conhecimento possa ser construído, é necessário que o aluno esteja em um ambiente onde ele se sinta desafiado e motivado a buscar a reflexão e a construção de ideias, para que neste processo o aluno descubra uma nova forma de aprendizagem. Para Mercado (2005) a internet possibilita ao aluno explorar situações sociais, pois lhe permite a interação em um mundo de informações reais.

O projeto proporcionou aos alunos uma experiência fora do tradicional método expositivo, onde o professor expõe o conteúdo e o aluno se torna somente o sujeito passivo do processo de aprendizagem. Neste projeto o aluno se tornou o foco e o articulador na busca do seu próprio conhecimento e para isso utilizou como ferramenta a rede social Instagram, onde pode explorar as particularidades do marketing, além de desenvolver a escrita, formulando e reformulando suas idéias. Neste contexto a aprendizagem se deu através do diálogo do indivíduo com o mundo através do uso de tecnologia e visando a efetiva aprendizagem do aluno.

Desde o princípio a turma se mostrou motivada e entusiasmada com a abordagem utilizada, por se tratar de inovação e o fato da ferramenta já ser conhecida entre os alunos. Houveram pontos positivos como a aprendizagem sólida e concreta que foi construída pelos alunos com o seu empenho e dedicação.

Alguns alunos apresentaram dificuldade inicialmente de se expressar, devido a utilizar a rede social somente como sujeito passivo. Torná-lo ativo transformou a maneira como o aluno passou a enxergar a aplicabilidade da rede social em seu cotidiano ou no mercado de trabalho e abriu para ele um leque de oportunidades ainda não exploradas. Também foi abordada a produção de textos na disciplina de português que favoreceu a reflexão de como estes alunos estão se expressando nas

redes, e assim, provocando mudança de comportamento, uma vez que os alunos estão próximos a sair para o mercado de trabalho e buscam um posicionamento mais formal.

CONCLUSÕES

É fato que a inclusão digital faz parte do nosso cotidiano e que está presente nas salas de aulas. Diversos autores têm disseminado a importância da utilização de tecnologias na educação, assim como alguns professores têm buscado a sua utilização em sala de aula.

Ainda existe resistência ou despreparo por parte dos professores, porém há também professores engajados em buscar alternativas que incluam o uso de tecnologias para melhorar o processo de ensino aprendizagem do aluno e torná-lo de acordo a realidade que este vivencia em seu dia-a-dia, seja em casa ou no trabalho.

A mídia social Instagram atendeu ao seu propósito que era o ensino do marketing e do português, bem como, provocou a percepção dos alunos perante seu comportamento nas redes sociais, por exemplo a maneira como escrevem ou expõem algum fato ou foto, uma vez que eles estão prestes a sair para o mercado de trabalho e o mercado muitas vezes busca informações sobre os candidatos nas redes sociais.

Os professores estão descobrindo nas tecnologias um mundo ainda a ser explorado e trazido para as salas de aulas. Os estudos acerca do tema são de grande importância e podem trazer contribuições importantes para o cenário educacional, melhorando a qualidade do ensino e auxiliando no desenvolvimento do país e da população.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

CUNHA, Maria Isabel da. **O professor universitário na transição de paradigmas**. 1ª ed. Araraquara: JM Editora, 1998.

DEMO, Pedro. **Pesquisa e informação qualitativa: Aportes metodológicos**. Campinas, SP: Papyrus, 2001.

LIBÂNEO, J. C. **As mudanças na sociedade, a reconfiguração da profissão de professor e a emergência de novos temas na Didática**. Anais II do IX ENDIPE, v. 1/1. Águas de Lindóia. São Paulo, 1998.

MERCADO, L. P. L (Org). **Vivências com aprendizagem na Internet**. Maceió. EDUFAL:2005. Acesso em Agosto de 2017. Disponível em:

<https://books.google.com.br/books?id=c21XfbzgzSwC&printsec=frontcover&hl=ptBR#v=onepage&q&f=false>

PATRICIO, M. R. V., GONÇALVES, V. M. B. **Utilização Educativa do Facebook no Ensino Superior.** I Conference Learning and Teaching in Higher Education: Universidade de Évora [versão electrónica]. 2010. Acesso em Agosto de 2017. Disponível em: <http://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/2879/4/7104.pdf>