

INSTAGRAM EM SALA DE AULA: UM ESTUDO DE CASO NO ENSINO SUPERIOR

INSTAGRAM IN THE CLASSROOM: A CASE STUDY IN HIGHER EDUCATION

Ana Paula Peroni¹

¹ Mestre em Educação Profissional e Tecnológica – IFES, Professora na Faculdade da Região Serrana – FARESE, Santa Maria de Jetibá – ES, e-mail: anapaulaperoni@gmail.com

RESUMO-Diante das transformações que vem ocorrendo no mundo contemporâneo e do avanço tecnológico nos meios de comunicação e informação, a Educação, e em especial o Ensino Superior, tem o desafio de adaptar suas práticas e metodologias para que possa alcançar seus objetivos. Surge a necessidade de apropriação dessas tecnologias e ferramentas que tornam as aulas mais próximas da realidade do aluno, que está conectado com os mais diversos dispositivos tecnológicos, mídias e redes sociais. Dentre as redes sociais, destaca-se o Instagram, amplamente utilizada pelos jovens. Nesse sentido, o objetivo deste artigo é demonstrar por meio de uma prática educativa, a viabilidade da utilização do Instagram para a promoção do conhecimento e aprimoramento de habilidades e competências necessárias para a formação do aluno no Ensino Superior. A atividade foi promovida com alunos dos cursos de Administração e Ciências Contábeis, que produziram e compartilharam conteúdos em um perfil no Instagram. Através da prática educativa realizada neste estudo, pode-se verificar que a aplicação pedagógica de redes sociais, como o Instagram, é plenamente possível, e proporciona a construção colaborativa e o compartilhamento de conhecimento, possibilitando a formação de um futuro profissional habilitado e competente em seu ramo de atuação, além de um cidadão construtor da própria realidade.

PALAVRAS-CHAVE: Instagram. Ensino Superior. Aprendizagem.

ABSTRACT-In view of the transformations that have been taking place in the contemporary world and the technological advances in the means of communication and information, Education, and especially Higher Education, has the challenge of adapting its practices and methodologies to reach its goals.

The need arises for the appropriation of these technologies and tools that bring classes closer to the reality of the student, who is connected to the most diverse technological devices, media and social networks. Among the social networks, Instagram stands out, widely used by young people. In this sense, the purpose of this article is to demonstrate, through an educational practice, the feasibility of using Instagram to promote knowledge and improve skills and competences necessary for the formation for the Higher Education students. The activity was carried with students from the Administration and Accounting courses, who produced and shared content on their Instagram profile. Through the educational practice carried out in this study, it is possible to see that the pedagogical application of social networks, such as Instagram, is fully possible, and provides collaborative construction and knowledge sharing, enabling the formation of a future qualified and competent professional in his field of action, in addition to being a citizen who builds his reality.

KEYWORDS: Instagram. Higher Education. Learning.

1 INTRODUÇÃO

Diante das rápidas transformações que vem ocorrendo no mundo contemporâneo e do avanço tecnológico nos meios de comunicação e informação, a Educação tem o desafio de adaptar suas práticas e metodologias para que possa alcançar seus objetivos.

Nesse cenário, surge a necessidade de se apropriar das tecnologias e buscar ferramentas que possam ser levadas à sala de aula, tornando assim, as aulas mais próximas da realidade do aluno, o qual mantém um contato íntimo e constante com os mais diversos dispositivos tecnológicos e mídias sociais.

Para Costa et al. (2012) além de funcionarem como fontes de motivação, as tecnologias possibilitam a interação com o meio, favorecem a investigação, facilitam a procura de respostas para as interrogações construídas a partir de problemas reais; desta forma, é possível alcançar um aumento do nível de aprendizagem.

Couto e Silva (2017) confirmam que, em tempos híbridos as educações se multiplicam em meio aos fluxos velozes, e estar conectado é acessar, produzir e distribuir saberes a essa nova geração de alunos conectados.

Dentre as redes sociais que vem apresentando um grande crescimento está o Instagram, que assim como outras Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's), se tornou uma ferramenta com conteúdos que podem formar e modificar opiniões. Nesse sentido, o uso do Instagram pode se tornar um caminho possível para o processo de ensino e aprendizagem.

O Instagram fornece ainda alguns elementos que se compatibilizam com o comportamento de uma geração mais jovem de usuários, sendo um grande atrativo para o mercado de negócios, especialmente para empresas que potencializam o marketing de conteúdo visual dos seus produtos e que sejam voltados para esse público jovem.

Tendo em vista esta perspectiva, que aponta a possibilidade do uso do Instagram como um recurso educacional, e considerando-se o fato dessa mídia social ser amplamente utilizada pelos jovens, foi proposta a sua utilização como ferramenta de ensino e aprendizagem para alunos dos cursos de Administração e Ciências Contábeis em uma instituição privada de Ensino Superior, no contexto da disciplina de Comportamento Organizacional.

Assim, o objetivo principal deste artigo é demonstrar por meio de uma prática educativa, a viabilidade da utilização do Instagram para a promoção do conhecimento e aprimoramento de habilidades e competências necessárias para a formação do aluno no Ensino Superior.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O USO DAS TECNOLOGIAS NO ENSINO SUPERIOR

Em um mundo marcado pelo uso intenso de tecnologias digitais e rápidas transformações, discutir os rumos da Educação e da prática docente torna-se um grande desafio, na medida em que é preciso atender as expectativas de alunos que têm acesso à dispositivos móveis, redes sociais, plataformas digitais, serviços de *streaming*, entre outros.

A partir desta realidade, o professor possui duas alternativas, resistir às novas tecnologias 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 de seus alunos.

No que se refere ao Ensino Superior, é fundamental que os professores, bem como as próprias instituições de Ensino Superior compreendam que o processo de ensino e aprendizagem não pode mais se limitar ao ambiente físico das universidades (COELHO, COSTA, BOTTENTUIT, 2020). O papel do professor passa a ser o de curador e *designer* de conteúdo, proporcionando ao aluno um olhar crítico, científico e qualificado das informações disponibilizadas no mundo digital.

Coelho e Bottentuit Junior (2019) destacam ainda que as tecnologias educacionais complementam o processo de ensino e aprendizagem com trocas relevantes, de modo que:

As TIC's em sala de aula devem ser compreendidas como um meio de modernização e intercâmbio de experiências entre alunos e professores onde cada um pode contribuir com o processo cognitivo do outro por meio de trocas relevantes na transmissão e construção do conhecimento. O uso de dispositivos digitais deve ser compreendido como um elemento didático que favoreça o processo de ensino aprendizagem proporcionando ao aluno a obtenção de informações complementares que favoreçam o debate e reflexão. (COELHO; BOTTENTUIT JUNIOR, 2019:21).

Assim, tornam-se necessárias mudanças na prática pedagógica e na forma como as tecnologias são utilizadas no Ensino Superior. Mais do que transmitir um conteúdo, o Ensino Superior deve instigar, estimular e despertar no aluno o interesse pelo aprendizado e pela busca autônoma, e nesse sentido, o professor pode agregar valor às suas aulas e conteúdos, por meio de novos formatos e interações, possibilitando nesse aluno o desenvolvimento de novas habilidades e competências, as quais serão requeridas em sua atuação no mercado de trabalho.

2.2 O INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE ENSINO E APRENDIZAGEM

O aluno do Ensino Superior se apresenta como um aluno hiperconectado e imerso num mundo de tecnologias digitais e mídias sociais; e de acordo com um estudo realizado em 2019 pelo Instituto de Pesquisa Opinion Box (D'ANGELO, 2021), a mídia social mais utilizada pelo jovem brasileiro é o Instagram.

O Instagram é um aplicativo que surgiu no cenário digital no ano de 2010, sendo desenvolvido por Mike Krieger e Kevin Systrom, permitindo a postagem de imagens e vídeos, *reels*, *stories* e *lives*. É possível comentar e curtir as fotos e vídeos postados e fazer uso de *hashtags* (#), promovendo uma maior força do conteúdo postado, suprimindo assim, a expectativa dos usuários que buscam uma forma de comunicação instantânea e objetiva (ALVES, MOTA, TAVARES, 2018).

O Instagram potencializa as possibilidades de aprendizagem por permitir diferentes formatos, conteúdos e abordagens, possibilitando ao usuário adicionar mensagens, especificar a localização, marcar outros usuários, postar comentários nas publicações, realizar jogos, enquetes e criar *gifs*.

As enquetes representam um recurso muito empregado no Instagram, sendo possível promover uma enquete sobre um determinado tema, bastando apenas selecionar o adesivo de enquete no *stories*, e após publicada, o usuário tem acesso aos *feedbacks* a respeito do assunto postado com as informações da votação.

Em geral, os temas propostos nas postagens do Instagram buscam trazer consigo objetividade, o que exige a criatividade do usuário para alcançar seus seguidores. Nesse sentido, o professor também pode estabelecer o uso criativo do Instagram em suas práticas pedagógicas e educativas no intuito de promover o crescimento intelectual dos seus alunos, visando o desenvolvimento crítico e reflexivo.

Os diferenciais do Instagram são interessantes no que se refere à autorregulação da aprendizagem, além disso, tornam o processo de ensino e aprendizagem mais colaborativo, significativo e consonante com a tendência digital da atualidade.

De acordo com Lorenzo (2013), o Instagram pode ser empregado de diferentes formas, podendo por exemplo, funcionar como um portfólio de um projeto para documentar o seu desenvolvimento em determinada disciplina ou ser aplicado como ferramenta de reforço extraclasse, com o desenvolvimento de postagens que objetivem lembrar o que foi visto em sala de aula.

Sendo assim, o Instagram se apresenta como um ambiente de aprendizagem colaborativo e interativo para a produção de conhecimento, por meio da socialização de conteúdos e da produção de processos comunicativos mais dinâmicos e que produzam um maior engajamento de usuários/alunos.

3 MATERIAIS E MÉTODOS

Na perspectiva de se utilizar o Instagram como uma possibilidade de recurso educacional - para a promoção do conhecimento e aprimoramento de habilidades e competências no aluno do Ensino Superior, adotou-se neste estudo uma pesquisa de abordagem qualitativa e descritiva quanto aos seus objetivos.

Segundo Vergara (2000, p.47), a pesquisa descritiva expõe as características de determinada população ou fenômeno, estabelece correlações entre variáveis e define sua natureza.

Quanto aos procedimentos este estudo se caracteriza como um estudo de caso. Para Yin (2005, p. 32), “o estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real”.

A prática educativa descrita no presente artigo foi desenvolvida em uma instituição privada de Ensino Superior do Estado do Espírito Santo - ES, no período de março a junho de 2021. A atividade proposta ocorreu dentro da disciplina de Comportamento Organizacional, a qual foi ofertada conjuntamente aos alunos de Administração e Ciências Contábeis, que cursaram esta disciplina de forma remota, através do *Google Classroom*, com transmissão das aulas via *Google Meet*.

Com a impossibilidade de realizar os encontros presenciais devido às medidas de isolamento social da pandemia COVID-19, fez-se necessário adaptar toda a dinâmica da sala de aula presencial para os ambientes virtuais. Dentro desse contexto, foi proposto aos alunos a criação de um perfil no Instagram, com o objetivo de sedimentar os conteúdos trabalhos na disciplina, promover pesquisas a respeito de temas referentes à Comportamento Organizacional, adquirir habilidades e competências na produção e divulgação de conteúdos digitais, bem como difundir o conhecimento adquirido ao público em geral.

O primeiro passo foi a criação do perfil no Instagram e posteriormente, os alunos se dividiram em equipes. A partir de então, iniciou-se o processo de divulgação do perfil, no intuito de se obter os primeiros seguidores.

A cada semana uma equipe ficava responsável pela publicação dos conteúdos, que tiveram como base os temas desenvolvidos na aula daquela semana. No início de cada aula, era reservado alguns minutos para acessar o perfil e conferir as postagens feitas pela equipe da semana.

Além disso, após a finalização das postagens, cada equipe realizava ainda o “*print*” das telas de suas publicações e as disponibilizava num arquivo compartilhável da turma no *Google Drive*. Isso permitia um maior controle sobre as postagens feitas por cada equipe, e facilitava a atribuição da nota da atividade pela professora da disciplina.

Ao fim do semestre letivo, foi aberto um espaço aos alunos para que os mesmos pudessem discutir os aprendizados obtidos através desta prática educativa, e em especial, a possível aquisição de novas competências e habilidades no uso desta rede social, que é amplamente utilizada no marketing de empresas.

Também foi desenvolvido um texto relatando a experiência dos alunos quanto ao uso do Instagram na disciplina de Comportamento Organizacional, o qual foi publicado no site oficial da instituição de ensino.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

No perfil do Instagram criado pela turma, foram disponibilizadas oitenta e sete postagens com conteúdos referentes à disciplina de Comportamento Organizacional. Essas postagens foram feitas por treze equipes de alunos dos cursos de Administração e Ciências Contábeis.

Havia alunos do 3º período de Administração e Ciências Contábeis, 5º período de Administração e Ciências Contábeis e 7º período de Administração. O fato de várias turmas estarem unidas nesta disciplina, proporcionou um aprendizado ainda mais produtivo e uma excelente troca de experiência entre os alunos.

A aluna “X”, do 7º período de Administração ressaltou a importância de ter esse contato com o Instagram: *“Foi uma experiência muito boa, poder trabalhar em uma rede social que faz parte do nosso cotidiano, sendo criador de conteúdo, conteúdo esse que faz parte da nossa vida pessoal e profissional, aprendendo de uma forma leve, ao criar e ao ver as criações de meus colegas”*.

A disciplina de Comportamento Organizacional tem como propósito estudar e compreender a maneira com que colaboradores e lideranças de diferentes níveis se comportam no ambiente de trabalho, o qual é determinante para o pleno funcionamento e sucesso de uma organização.

Para Robbins et al. (2010), o Comportamento Organizacional é um campo de estudos que investiga o impacto que indivíduos, grupos e estrutura organizacional têm sobre o comportamento das pessoas nas organizações. Esses estudos têm por objetivo utilizar o conhecimento adquirido para a melhoria da eficácia nas organizações, no sentido de prever, explicar, entender e modificar o comportamento do ser humano.

No que se refere a comportamento, observa-se que o Instagram exerce uma grande influência no comportamento de seus seguidores, em especial no público jovem. Conforme Alves, Mota e Tavares (2018), o Instagram absorve uma parcela significativa de interatividade com a geração mais nova de usuários, sendo um grande atrativo para o mercado de negócios, que inclusive, elabora estratégias específicas de marketing voltadas para esse público mais jovem do Instagram.

Acompanhando esse movimento de mudanças sociais, comportamentais e tecnológicas, os processos de ensino e aprendizagem passam a adotar novos

recursos educacionais, muito mais dinâmicos e ágeis, para assim promover o engajamento dos alunos e criar um ambiente favorável a difusão do conhecimento.

O relato da aluna “Y”, do 3º período de Administração ressalta essa ideia: *“Poder usar ferramentas inovadoras como as redes sociais para a divulgação dos conhecimentos adquiridos nas aulas foi uma experiência inovadora e divertida, já que estamos na era tecnológica, incluir estes meios nas aulas ajuda muito a absorção e compreensão de conteúdo”*.

Neste sentido, as redes sociais digitais podem propiciar novas formas de difusão do conhecimento. O próprio perfil do Instagram criado pela turma, teve esse objetivo de difundir o conhecimento a respeito de Comportamento Organizacional para os demais usuários do Instagram. Além disso, o perfil servirá como base de estudos para as próximas turmas que cursarão a disciplina na instituição.

Dentre os objetivos definidos para a utilização do Instagram como ferramenta educacional nesta prática educativa, está o desenvolvimento de habilidades e competências, as quais serão requeridas na atuação profissional desses acadêmicos de Administração e Ciências Contábeis.

Assim, a produção de conteúdos realizada pelos próprios alunos demandou nestes, o desenvolvimento de várias habilidades e competências, seja, na pesquisa dos conteúdos a serem publicados; na definição de como esses conteúdos poderiam ser melhor veiculados (imagem, *stories*, enquete, destaques, entre outros); na elaboração das artes gráficas, utilizando-se até mesmo outros aplicativos e recursos para a produção dos mesmos; na redação do texto associado as imagens e vídeos postados; escolha das melhores *hashtags* e horários de postagem; dentre outras.

Deve-se considerar ainda que o próprio trabalho em equipe proporcionou mesmo que de maneira virtual, em virtude da pandemia COVID-19, - a integração desses alunos, onde todos postavam e todos seguiam o perfil por meio do seu instagram pessoal, criando assim, um ambiente mais participativo e interativo. Além disso, a atividade em equipe, proporcionou a distribuição de atribuições entre os membros da equipe, conforme às habilidades e competências identificadas.

A aluna “W”, do 7º período de Administração identificou essa oportunidade de desenvolvimento de novas habilidades e competências: *“A ideia nos trouxe mais do que somente um trabalho, ela despertou habilidades que nem sabíamos que tínhamos prazer em fazer. A proposta feita pela professora foi algo que despertou a busca por mais conhecimento dentro da disciplina. A cada aula, temas que não estão somente no plano de ensino, mas que estão no dia-a-dia, dentro ou fora do âmbito profissional. Um desafio que aceitamos e que pode mostrar um pouco do que é um trabalho em equipe”*.

5 CONCLUSÃO

A evolução e a modernização dos recursos tecnológicos vêm provocando cada vez mais mudanças sociais e comportamentais na maioria das pessoas. A própria massificação da informação provoca mudanças na forma como nos relacionamos e nos comunicamos, mas principalmente na forma como aprendemos.

O conhecimento que antes se restringia ao ambiente acadêmico, hoje está ao alcance de todos aqueles que possuem os recursos para acessá-lo, e além disso, esses mesmos recursos permitem também produzir conhecimento e promover a sua divulgação.

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's), possibilitam essa interação com outros indivíduos utilizando várias mídias em tempo real, obtendo

acesso aos mais variados assuntos e as redes sociais propiciam a virtualização da realidade dos indivíduos, com destaque para o Instagram que possui atualmente milhares de usuários.

Dentro desse cenário, a Educação, e em especial o Ensino Superior, não pode assumir uma postura indiferente e desconectada, uma vez que o ensino deverá oferecer a esses alunos uma formação condizente com a realidade atual, formando assim, profissionais habilitados e competentes em seus ramos de atuação.

Através da prática pedagógica realizada neste estudo, pode-se verificar que a aplicação pedagógica de redes sociais é plenamente possível, na medida em que proporciona a construção colaborativa e o compartilhamento de conhecimento, trazendo ao aluno o desenvolvimento e aprimoramento de diversas habilidades e competências.

No que se refere a atuação do professor é fundamental que ele compreenda seu papel de mediador, não fornecendo um saber pronto, fechado e depositário, mas um saber aberto, construído e compartilhável, ensinando aos alunos a aprender, a buscar o conhecimento e aplicar o que estão aprendendo. Desta forma, o desafio do Ensino Superior é estar aberto e encarar o desafio das mudanças nesse processo de ensinar e aprender, utilizando as tecnologias como aliadas nesta perspectiva de formar cidadãos atuantes e construtores da realidade.

REFERÊNCIAS

ALVES, A. L.; MOTA, M. F.; TAVARES, T. P. O Instagram no processo de engajamento das práticas educacionais: a dinâmica para a socialização do ensino-aprendizagem. **Revista Científica da FASETE**, Paulo Afonso, Bahia, n. 19. p. 40. Nov. 2018.

COELHO, F.M.T.S; BOTTENTUIT JUNIOR, J. B. O Youtube como instrumento de estímulo ao processo de aprendizagem nas universidades. **Revista Intersaberes**, Uninter, v. 14, n. 31, 2019.

COELHO, F.M. T. S; COSTA, M. J. M; BOTTENTUIT JUNIOR, João Batista. O professor cívico: o Instagram como mídia de apoio à educação no ensino superior. **Revista Intercâmbio**, v. XLV: 52-69, 2020. São Paulo: LAEL/PUCSP.

COSTA, *et al.* **Repensar as TIC na educação**: O professor como agente transformador. Lisboa: Santillana, 2012.

COUTO, E. S; SILVA, R. N. Aprendizagens personalizadas na era das conectividades: ler e escrever em telas. In: **Educação no ciberespaço**: novas configurações, convergências e conexões. PORTO, Cristiane; MOREIRA, J. António. (Org.). Aracaju: EDUNIT, 2017.

D'ANGELO, P. Pesquisa sobre Instagram2019: dados exclusivos sobre o Instagram no Brasil. **Opinion box**, Minas Gerais, 2019. Disponível em: <<https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/>>. Acesso em: 07. Set. 2021.

LORENZO, E.W.C.M. **A utilização das redes sociais na educação**. Rio de Janeiro: Clube dos Autores, 2013.

ROBBINS, S. P.; JUDGE, T. A.; SOBRAL, F. **Comportamento Organizacional**. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

YIN. R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.