

O USO DA *AFFORDANCE* “FAÇA SUA PERGUNTA” NO INSTAGRAM PARA ENSINO DE LÍNGUA INGLESA

Natália Leão Prudente¹

RESUMO: O principal objetivo é delinear as (des)vantagens oferecidas pela rede social *Instagram* como recurso complementar para o ensino de língua inglesa de alunos do ensino médio, além de confirmar se o uso da *affordance* “faça sua pergunta” auxiliou na aprendizagem de vocabulário, verificar a interação entre professor-aluno e aluno-aluno e delimitar como o processo pode ser gamificado para corroborar na participação de mais estudantes. Para isso, a proposta seguiu três passos: criação do perfil e acesso dos usuários, realização das atividades propostas e respostas ao questionário.

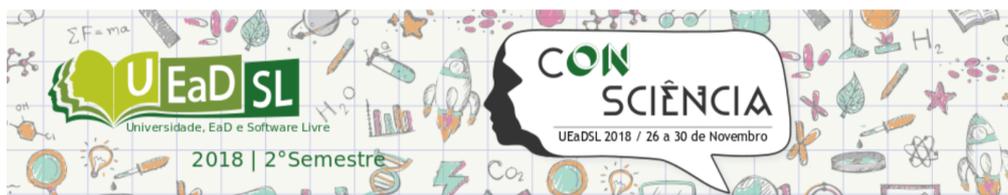
PALAVRAS-CHAVE: *Instagram*, aprendizagem móvel, gamificação, *affordances*.

1 INTRODUÇÃO

De acordo com dados da 27ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas, realizada pela Fundação Getúlio Vargas de São Paulo (FGV-SP), o Brasil possui 168 milhões de smartphones em uso, dos quais 71% são utilizados para acesso à internet, em detrimento de outros dispositivos móveis utilizados para o mesmo fim, como *notebooks* e *tablets*, que representam apenas 29% dos dispositivos móveis usualmente utilizados para conexão *online*. A ampliação do número de celulares e seu avanço tecnológico são motivos que possibilitam a aprendizagem móvel configurar-se como um instrumento educacional, segundo Batista (2012), além da mudança de comportamento de seus usuários que têm acesso ao mundo, literalmente, na palma da mão e das vantagens que os usos de recursos cotidianos do próprio aluno facilitam na eliminação de certas barreiras tecnológicas.

Torna-se importante, portanto, explorar as potencialidades destas ferramentas que permitem a criação de cenários de aprendizagem em ambientes pedagógicos online, cujo intuito é possibilitar uma prática colaborativa entre professores e alunos, e também entre os próprios alunos. Nesse sentido, desenvolvemos uma proposta enfatizando a rede social *Instagram* para o ensino de vocabulário na língua inglesa, possibilitando que alunos do ensino médio refletissem sobre seu próprio convívio com a língua alvo, para isso, utilizou-

¹ Aluna do programa de doutorado em Estudos Linguísticos da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), nataliaprudente0@gmail.com

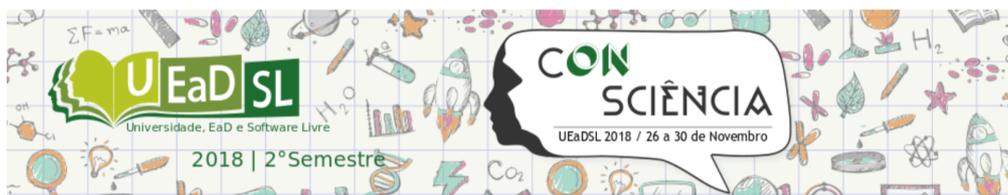


se, na maior parte das atividades, o recurso “*faça sua pergunta*” (*ask your question*), disponibilizado pelo aplicativo a partir de uma atualização em julho de 2018. Enfatizamos ainda o conceito de gamificação na proposição de atividade, já que é a utilização de mecanismos baseados em pensamentos de jogos para engajamento das pessoas com o objetivo de motivar ações, promover aprendizagem e resolver problemas.

A escolha pelo *Instagram* não é aleatória, a rede social foi lançada em 2010 e ganhou popularidade rapidamente, hoje já alcança mais de 1 bilhão de usuários, sendo que 500 milhões estão ativos diariamente no aplicativo compartilhando fotos, vídeos com amigos, familiares ou meros (des)conhecidos. Além disso, 59% dos usuários de internet entre as idades de 18 e 29 anos utilizam o *Instagram*, público com idade aproximada aos alunos participantes desse projeto, o que auxilia na execução das atividades posto que os “jovens utilizando aplicativos móveis com propósitos educacionais se sentem confortáveis em um meio eletrônico, e toda sua atenção é voltada para o conteúdo em detrimento de questões técnicas” (KHALITOVA & GIMALETDINOVA, 2016).

Seguindo os pressupostos de Gibson (1986), Norman (1999) aponta uma distinção entre *affordances* reais ou naturais de uma ferramenta e as *affordances* percebidas pelo usuário, portanto, um objeto pode exercer mais do que sua função principal, por exemplo, uma cadeira pode se tornar uma escada dependendo da necessidade de seu usuário, assim o autor acredita que as *affordances* podem ser aprendidas. Do mesmo modo, podemos utilizar o *Instagram* adaptando o conceito original de rede social, “uma maneira simples de capturar e compartilhar momentos do mundo” (INSTAGRAM, 2018), o aplicativo pode se transformar em um recurso didático valioso devido às inúmeras *affordances* que podem ser adaptadas ao ensino-aprendizagem de conteúdos, por exemplo, a postagem e compartilhamento de imagens/vídeos por meio de *hashtags*, o uso dos adesivos enquetes (*poll*) e “*faça sua pergunta*” (*ask your question*), o compartilhamento de links externos por meio dos *stories* e a possibilidade de deixar um comentário ou marcar alguém em uma postagem.

Pesquisas utilizando o *Instagram* para o ensino de língua estrangeira são escassas, mas primordiais para entendermos o que outros pesquisadores almejam ao utilizar o aplicativo e selecionarmos as melhores atividades para que o(s) objetivo(s) seja(m) alcançado(s). Khalitova & Gimaletdinova (2016) investigaram como a habilidade de *listening* pode ser desenvolvida por meio do *Instagram* (já que não há a opção de pausar o

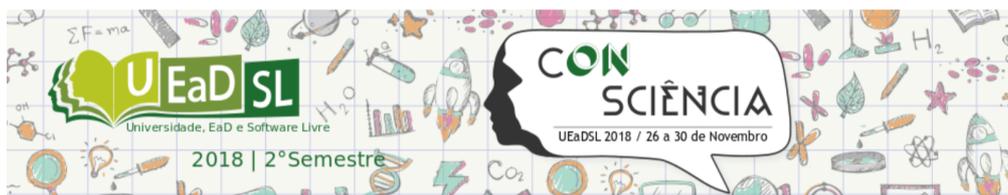


vídeo como em outros aplicativos/plataformas) aplicando três vídeos por semana a alunas russas de um curso avançado de língua inglesa, um teste foi feito antes e depois da experiência e aquelas alunas que tiveram contato com o aplicativo e os vídeos (metade da turma) desenvolveram a competência de *listening* melhor que as outras que apenas tiveram as aulas regulares. Barbosa et al. (2017) também utilizaram o *Instagram* para investigar se a ferramenta pode contribuir para o desenvolvimento de competências discursivas de aprendizes chineses, tanto na modalidade oral, quanto na escrita, a proposta foi utilizar postagens de imagens e vídeos durante uma semana com a mesma *hashtag*, o estudo-piloto foi intitulado *#aveiroenossople* (Aveiro é nosso PLE) e o público alvo foram estudantes chineses de Língua Portuguesa como Língua Estrangeira em Aveiro, Portugal; de modo geral o aspecto cultural da cidade e da língua foi muito utilizado durante as postagens e curiosidades dos alunos eram esclarecidas pelo perfil oficial do projeto ou por outros usuários participantes, em um questionário realizado ao final alguns apontaram a duração do projeto como muito curta e outros sugeriram que se englobasse alunos que aprendem língua portuguesa de outras cidades de Portugal.

2 EXPERIÊNCIAS

Ao observar essas experiências bem sucedidas e como os usuários do *Instagram* têm utilizado o adesivo “faça sua pergunta” adaptando-o para diferentes contextos (relatar a primeira memória que você tem da pessoa; escrever o que mais gosta no outro, intitulado tour da autoestima foi criado a partir das campanhas do setembro amarelo; escolher algo para dizer para a pessoa a partir de uma lista de números; pedir para pessoa fazer uma lista de cinco melhores coisas em uma área) optamos por desenvolver uma proposta de ensino de língua inglesa a partir dessa *affordance*, já que entendemos o ensino de uma língua é uma prática social situada em determinado contexto.

Assim, o principal objetivo da proposta é delinear as vantagens e/ou desvantagens oferecidas pelo *Instagram* como recurso complementar para o ensino de língua inglesa, além de confirmar se o uso da *affordance* “faça sua pergunta” auxiliou na aprendizagem de vocabulário na língua alvo, verificar a interação entre professor-aluno e aluno-aluno e delimitar como o processo pode ser gamificado para corroborar na participação de mais estudantes. Para isso, a proposta seguiu três passos: o professor comunicou a realização da atividade no aplicativo e divulgou o usuário (@englishwithinsta) para que todos os alunos



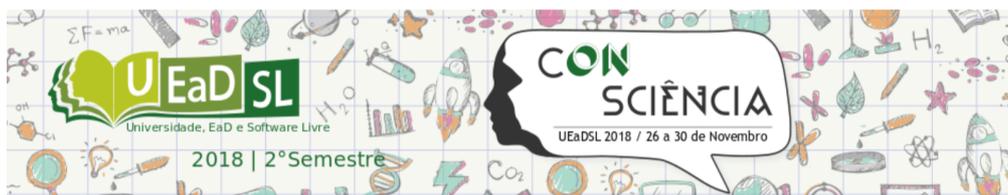
pudessem seguir a conta criada especificamente para o projeto, ao longo de duas semanas letivas os alunos do primeiro e segundo ano que quiseram participar do projeto responderam 9 atividades feitas por meio da *affordance* “faça sua pergunta” que envolviam palavras na língua inglesa e esclareceram dúvidas, ao final responderam um questionário realizado por meio da *affordance* enquete sobre a experiência realizada. Todos os *posts* ficaram em uma aba fixa, a princípio para posterior estudo dos alunos com o esclarecimento de dúvidas, mas ao longo do projeto muitos que perderam uma atividade ou outra que só ficava postada nos *stories* por vinte e quatro horas recorriam aos itens destacados para que pudessem responder tudo; o recurso também foi importante para arquivar todas as participações e respostas ao longo das semanas. Dentre as 9 atividades propostas, duas não puderam ser realizadas na *affordance* “faça sua pergunta” porque excediam o número de palavras permitidas e envolviam o envio de alguma imagem, o que a *affordance* não permite, assim como algumas foram descritas em língua inglesa, outras em língua portuguesa. (Observe o layout das atividades na imagem 1 do anexo).

Segue uma lista das atividades realizadas em ordem cronológica:

1. Por que a língua inglesa é importante em sua vida?
2. Diga-me o que você ama.
3. Defina você utilizando três emojis.
4. Tire uma foto de algo que você possa definir, coloque essa palavra em língua inglesa e a defina.
5. Qual é a sua palavra favorita em inglês? Por quê?
6. Você gosta de *selfies*? Tire uma e diga algo sobre você.
7. Qual é sua música favorita em língua inglesa?
8. O que você pode me ensinar em inglês?
9. Enviem imagens de palavras em inglês que são usadas no Brasil.

Do total de 70 usuários que se tornaram seguidores do perfil, dentre os quais 5 não eram público alvo da atividade e foram direcionados ao perfil pelo sistema de sugestões do *Instagram*, 38% responderam todas as atividades e 80% deixaram de responder apenas uma ou duas, além disso 87% consideraram as atividades fáceis, no entanto 60% utilizou o tradutor em algum momento para entender uma palavra ou expressão.

A instantaneidade do aplicativo mostrou-se como uma vantagem e uma desvantagem, ao mesmo tempo em que era fácil para o usuário visualizar e responder ao que era proposto já que as atividades apareciam no *dashboard* de cada um sendo incorporados ao cotidiano da utilização do aplicativo, as respostas desapareciam após vinte e quatro horas se não fossem salvas e as fotos, enviadas por *direct*, não podiam ser vistas após a segunda visualização (esse problema foi resolvido para o arquivamento por meio



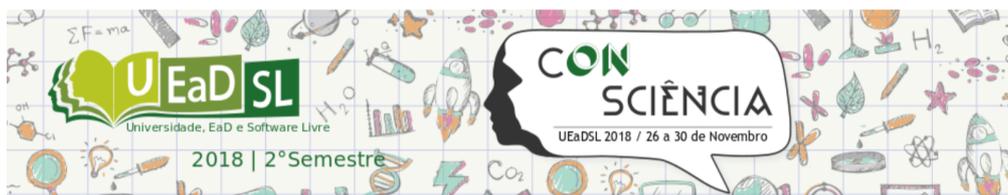
do *print* de todas as imagens enviadas).

Diariamente as respostas mais interessantes eram compartilhadas no mesmo perfil utilizado para as atividades, o que gerava certa manifestação em apoio dos usuários e as dúvidas eram esclarecidas por *direct* (mensagens privadas), assim como algum erro que o aluno apresentou durante o exercício era corrigido em poucas horas. Alguns alunos também utilizaram o *direct* para responder atividades depois das vinte e quatro horas estabelecidas pelo aplicativo porque elas estavam salvas nos destaques e poderiam ser visualizadas. (Observe as respostas às atividades 1,2 e 5 na imagem 2 do anexo).

Percebe-se que muitos alunos optaram por responder em inglês, mas alguns ainda responderam em português, apesar de nada ter sido estabelecido sobre a língua em que as respostas precisavam ser escritas, outros ainda mesclaram as duas línguas para fazer algum trocadilho na resposta, na primeira imagem há ainda um usuário que não entendeu bem o que era para ser feito na primeira vez e precisou responder de novo após solicitar explicações por *direct*. Notamos grande interação por parte de professor-aluno, mas a interação maior aluno-aluno poderia ter sido maior, o único momento em que isso acontecia era quando um mencionava o perfil do outro em alguma resposta, no entanto, mais atividades poderiam ter sido criadas com esse intuito.

No questionário realizado ao final muitos afirmaram ter gostado mais da atividade 7 que perguntava a música preferida em língua inglesa já que estavam habituados a ouvirem músicas na língua alvo, outros ainda mencionaram a atividade 6 que solicitava que os alunos tirassem uma *selfie* e dissessem algo sobre eles (a estrutura inicial de apresentação pessoal ensinada em sala de aula no início do primeiro ano apareceu em muitas postagens), outros já mencionaram a atividade 8, pois se sentiram bem em ensinar algo que tinham aprendido, muitos optaram por estruturas gramaticais, enquanto outros escolheram expressões coloquiais como BFF, LOL, Bae.

Poucos mencionaram a atividade 4 que solicitava a definição de alguma palavra acompanhada de uma imagem, mas percebemos grande engajamento na realização dessa atividade, apenas dois participantes não a concluíram. Semelhante a essa a atividade 9 solicitava apenas exemplos de palavras em língua inglesa amplamente utilizadas no Brasil, mas a maioria dos participantes enviaram fotos que representavam as palavras (as mais citadas foram fitness, hot dog, mouse) e refletiram um pouco sobre aspectos desses estrangeirismos em nossa cultura.



Por fim, uma das perguntas do questionário aplicado ao final foi se o aluno gostaria de ganhar um prêmio pela sua participação e 88% afirmaram que sim, sendo que um dos alunos que apertou o não retificou sua resposta. Pensando no princípio da gamificação, criou-se estratégias para que os quatro tipos de jogadores elencados por Gagnon (2015) fossem contemplados durante a realização das atividades; para o divergente que é competitivo e centrado nos objetivos ao final de cada dia divulgava-se um ranking com a resposta mais interessante e as três pessoas que responderam mais rápido e corretamente, para o assimilador que é distante e limitado, centrado na aprendizagem, compartilhava-se posts esclarecendo dúvidas e acrescentando outros elementos dos conteúdos, para o adaptador e o convergente que gostam de ajudar aos outros propunha-se que as dúvidas fossem respondidas pelos usuários, quem respondesse mais rápido e corretamente ganhava um adesivo de medalha e era mencionado na postagem com a resposta.

3 CONCLUSÃO

Sendo assim, observamos que a *affordance* “faça sua pergunta” utilizada e o aplicativo do *Instagram* de modo geral permitem a criação de um ambiente de autoaprendizagem, aproximação da língua alvo ao cotidiano do usuário e autonomia já que os próprios alunos passam a criar ideias e propor atividades. Além disso, existem diversos perfis no aplicativo que concedem dicas da língua inglesa, mas quase nenhum funciona como complemento da sala de aula para fazer o aluno estar em contato cada vez mais com a língua alvo.

REFERÊNCIAS

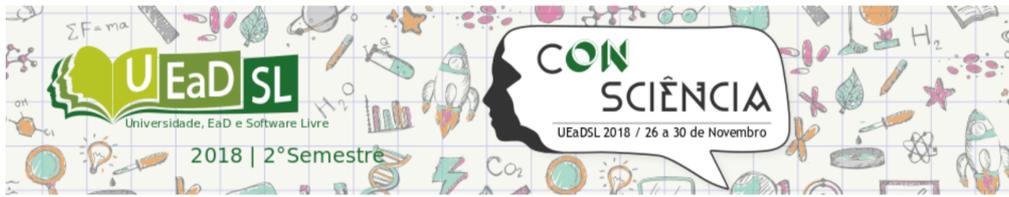
BARBOSA, Cláudia et al. *Utilização do Instagram no ensino e aprendizagem de português língua estrangeira por alunos chineses na Universidade de Aveiro*. In: RELATEC: Revista latinoamericana de tecnologia educativa. Cáceres, 2017, vol. 16, n. 1; p. 21-33

GAGNON, Richard. *Jogar com estilo para ter sentido*. In: Carlos Ferreira et.al. *GAMIFICAÇÃO: como estratégia educativa*. Brasília: Link Comunicação e Design, 2015.

GIBSON, J. J. *The ecological approach to visual perception*. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1986.

KHALITOVA, L., GIMALETDINOVA, G. *Mobile Technologies in Teaching English as a Foreign Language in Higher Education: A Case Study of Using Mobile Application Instagram*, 2016 — Seville, Spain.

NORMAN, D. A. *Affordance, conventions, and design*. *Interactions*, 1999, 6.3, p. 38–43. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1145/301153.301168>>. Acesso em: 05 de junho de 2018.



ANEXOS

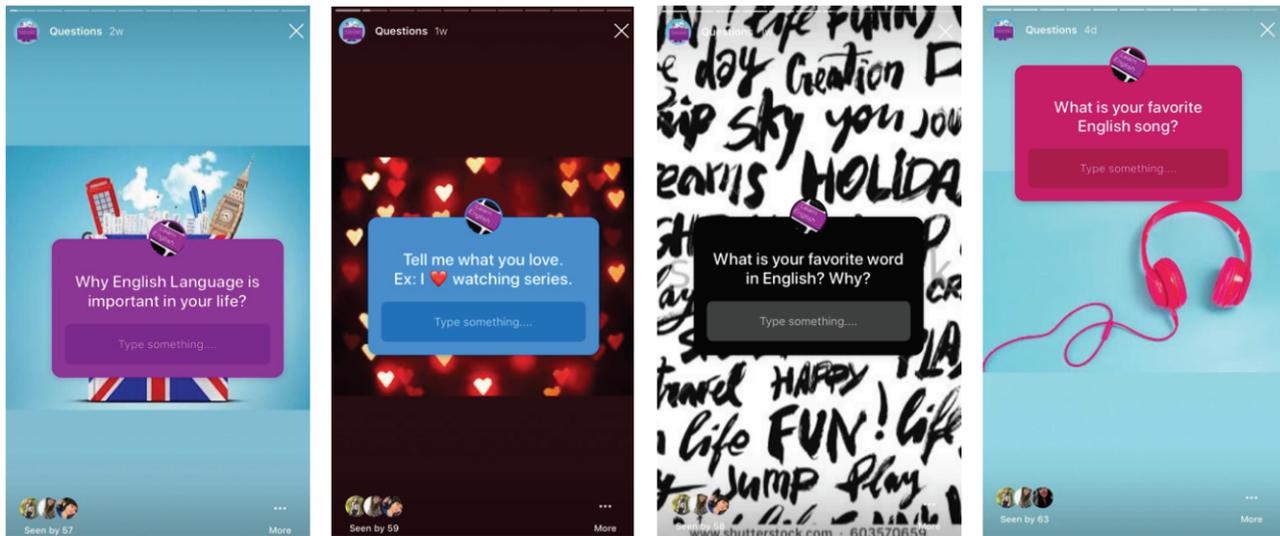


Imagem 1: Layout das atividades realizadas por meio da *affordance* “faça sua pergunta”

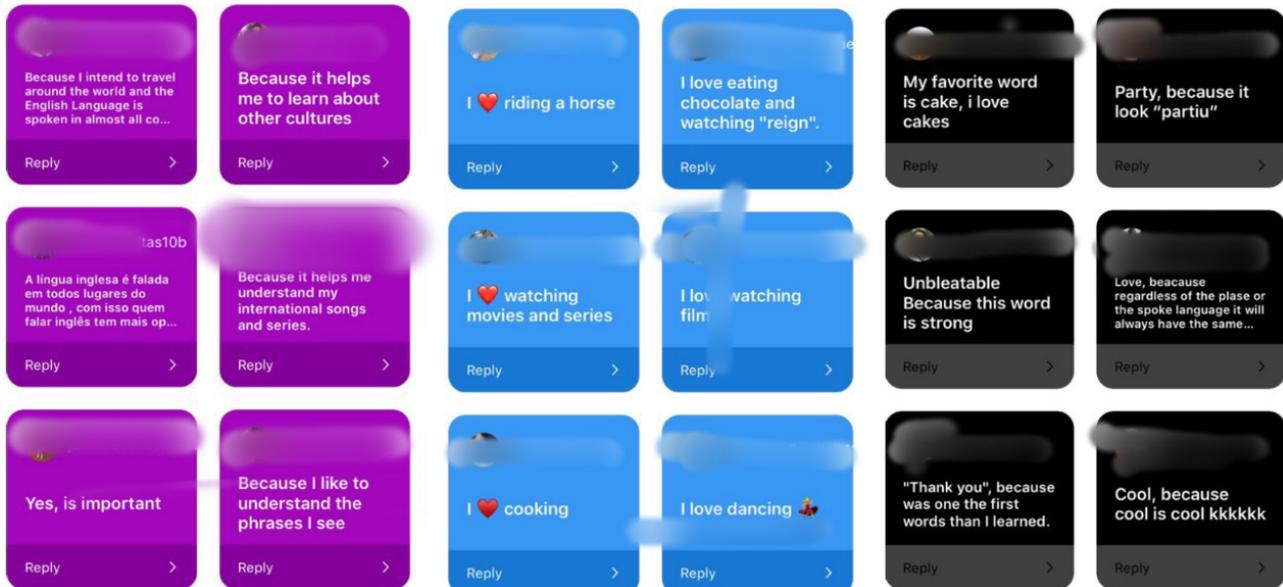


Imagem 2: Respostas às atividades 1, 2 e 5