

**UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO  
MESTRADO PROFISSIONAL**

**Luana Grigoleti Rocha**

**O USO DO INSTAGRAM COMO RECURSO PEDAGÓGICO EM SITUAÇÕES DE  
ENSINO E DE APRENDIZAGEM**

**São Caetano do Sul - SP  
2023**

**LUANA GRIGOLETI ROCHA**

**O USO DO INSTAGRAM COMO RECURSO PEDAGÓGICO EM  
SITUAÇÕES DE ENSINO E DE APRENDIZAGEM**

**Trabalho Final de Curso apresentado ao  
Programa de Pós-Graduação em Educação –  
Mestrado Profissional - da Universidade  
Municipal de São Caetano do Sul como  
requisito parcial para a obtenção do título de  
Mestre em Educação.**

**Área de concentração: Formação de  
Professores e Gestores**

**Orientadora: Profa. Dra. Ana Silvia Moço Aparício**

**São Caetano do Sul - SP  
2023**

## FICHA CATALOGRÁFICA

ROCHA, Luana Grigoleti.

O uso do Instagram como recurso pedagógico em situações de ensino e de aprendizagem. Luana Grigoleti Rocha – São Caetano do Sul: USCS, 2023. 76 fls.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ana Sílvia Moço Aparício

Dissertação (mestrado) – USCS, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Programa de Pós-Graduação em Educação Mestrado Profissional, 2023.

1. Instagram. 2. Formação de professores. 3. Redes sociais. 4. Ensino e aprendizagem. 5. Tecnologias e educação.

**Reitor da Universidade Municipal de São Caetano do Sul  
Prof. Dr. Leandro Campi Prearo**

**Pró-reitora de Pós-graduação e Pesquisa  
Profa. Dra. Maria do Carmo Romeiro**

**Gestão do Programa de Pós-graduação em Educação  
Profa. Dra. Ana Sílvia Moço Aparício**

Trabalho Final de Curso defendido e aprovado em 24/04/2023 pela Banca Examinadora constituída pelas professoras:

Profa. Dra. Ana Sílvia Moço Aparício

Profa. Dra. Maria de Fátima Ramos de Andrade (USCS)

Profa. Dra. Adriana Barroso de Azevedo (Universidade Metodista de São Paulo)

*Ao meu amado filho, aos meus pais,  
inspirações da vida, e ao meu parceiro da vida.*

## **AGRADECIMENTOS**

A meu filho, Samuel, razão da minha vida, combustível para que eu siga em frente, estímulo diário para sempre continuar — você é minha força.

Ao meu marido, André, parceiro dos desafios diários, ensinando-me a caminhar com calma e leveza.

Aos meus pais, que sempre se dedicaram para que eu pudesse crescer em estudos.

Ao meu irmão, Bruno, que sempre carinhosamente estimula a meu crescimento.

À querida professora doutora Ana, agradeço o olhar atencioso, o acolhimento, o respeito, e incentivo e estímulo à pesquisa, conduzindo o trabalho com enorme sensibilidade e carinho.

Ao meu amigo, Marcelo, que me encorajou a ingressar no mestrado.

A todos que contribuíram direta ou indiretamente para que eu conseguisse realizar o curso, muito obrigada!

“Se a educação sozinha não transforma a  
sociedade, sem ela tampouco a sociedade muda”

*Paulo Freire*

## RESUMO

Os avanços referentes à utilização das tecnologias digitais têm proporcionado experimentações e novas formas de comunicação, considerando os sujeitos aprendizes como nativos digitais, estes que dominam redes sociais (como o Instagram) e se dedicam à elaboração e visualização de publicações de textos e vídeos curtos, práticas que despertam o interesse dos alunos. Nesse contexto, considerando o uso do Instagram por esta pesquisadora, professora do ensino técnico de Administração, com o objetivo de proporcionar aos alunos engajamento e interação com o conteúdo, frente às dificuldades no período de isolamento social durante a pandemia da COVID-19, verificaram-se possibilidades de ensino e de aprendizagem na utilização dessa ferramenta. Tendo em vista compreender melhor essas possibilidades, o objetivo geral da pesquisa é identificar e analisar estratégias de uso do Instagram como recurso pedagógico do professor em situações de ensino e de aprendizagem. O estudo, de natureza qualitativa, utilizou o método exploratório, apresentando, inicialmente, uma revisão sistemática de literatura, consultando as principais bases de dados de teses, dissertações e artigos, a respeito da temática do trabalho. Além disso, foram considerados para a análise os dados gerados no perfil do Instagram da professora-pesquisadora, buscando identificar os conteúdos e suas características de publicação, bem como analisar estratégias utilizadas na utilização do Instagram como ferramenta de ensino e de aprendizagem. Os resultados evidenciam que o Instagram permite interações e possibilidades de utilização no processo de ensino-aprendizagem, sobretudo em ferramentas como *stories*, permitindo problematizar questões; ou como a ferramenta *reels*, com possibilidade de microvídeos com a utilização *nano* e *microlearning*; e também *lives*, aprofundando o relacionamento e proporcionando reflexões para os alunos. Como produto educacional, foi desenvolvido um curso *on-line* com a apresentação e orientação aos professores para utilização das principais ferramentas do Instagram como recurso pedagógico em sua prática docente junto aos alunos.

**Palavras-chave:** Instagram. Formação de professores. Redes sociais. Ensino e aprendizagem. Tecnologias e educação.

## ABSTRACT

The advances related to the use of digital technologies have provided experimentation and new forms of communication, considering the learning subjects as digital natives, those who dominate social networks (such as Instagram) and are dedicated to the elaboration and visualization of publications of texts and short videos, practices that arouse the interest of students. In this context, considering the use of Instagram by this researcher, a professor of technical Business Administration, with the objective of providing students with engagement and interaction with the content, in view of the difficulties in the period of social isolation during the COVID-19 pandemic, they verified There are teaching and learning possibilities in the use of this tool. With a view to better understanding these possibilities, the general objective of the research is to identify and analyze strategies for using Instagram as a pedagogical resource for teachers in teaching and learning situations. The study, of a qualitative nature, used the exploratory method, presenting, initially, a systematic literature review, consulting the main databases of theses, dissertations and articles, regarding the theme of the work. In addition, data generated in the teacher-researcher's Instagram profile were considered for analysis, seeking to identify the contents and their translation characteristics, as well as to analyze the strategies used in the use of Instagram as a teaching and learning tool. The results show that Instagram comfortably allows for possibilities of use in the teaching-learning process, especially in tools such as stories, allowing problematizing issues; or as the reels tool, with the possibility of microvideos using nano and microlearning; and also lives, deepening the relationship and providing affection to the students. As an educational product, an online course was developed with the presentation and guidance for teachers to use the main Instagram tools as a pedagogical resource in their teaching practice with students.

**Keywords:** Instagram. Teacher training. Social media. Teaching and learning. Technologies and education.

## LISTAS DE FIGURAS

Figura 1 – Exemplo de perfil de usuário no Instagram .....	47
Figura 2 – Primeiras publicações com conteúdo para o microempreendedor.....	59
Figura 3 – Cidade de origem dos seguidores no Instagram em 2023.....	60
Figura 4 – Faixa etária dos seguidores do Instagram em 2023.....	61
Figura 5 – Gênero dos seguidores do Instagram em 2023 .....	61
Figura 6 – Primeira publicação utilizando estratégias profissionais no perfil a partir de 19 de maio de 2020.....	65
Figura 7 – Vídeo divertido com conteúdo e comentários .....	67
Figura 8 – <i>Stories</i> com enquete .....	69
Figura 9 – <i>Stories</i> com caixa de perguntas .....	70
Figura 10 – <i>Stories</i> sobre a vida pessoal: aniversário do filho .....	71
Figura 11 – <i>Live</i> de tema “ <i>Marketing</i> pessoal nas redes sociais” .....	73

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Artigos identificados por termos de pesquisa .....	50
Tabela 2 – Antes x depois das estratégias do perfil .....	58

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Artigos selecionados .....	51
---------------------------------------	----

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

AVA	Ambientes virtuais de aprendizagem
BNCC	Base Nacional Comum Curricular
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
ERIC	Education Resources Information Center
EC	Ética da computação
IDEB	Índice de Desenvolvimento da Educação Básica
INEP	Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira
TD	Tecnologias digitais
TIC	Tecnologias da informação e comunicação
TDIC	Tecnologias digitais de informação e comunicação

# SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>27</b>
<b>2 EDUCAÇÃO E TECNOLOGIAS: EM FOCO, AS LITERACIAS DIGITAIS</b>	<b>34</b>
2.1 Cultura digital: experiências da Escola do Futuro, BNCC e multiletramentos	34
2.2 As redes sociais e a educação digital	41
2.3 Observando limites e a crítica necessária às redes sociais	44
2.4 Explorando o Instagram	46
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA</b>	<b>49</b>
3.1 Revisão sistemática da literatura	49
3.2 A percepção do problema da pesquisa e o processo de geração dos dados	54
3.2.1 Caracterização do contexto da pesquisa: o Instagram da professora-pesquisadora .....	57
3.2.2 Caracterização dos seguidores.....	59
<b>4 CONTEÚDOS E ESTRATÉGIAS MOBILIZADOS NO INSTAGRAM DA PROFESSORA: EM FOCO, O ENSINO E A APRENDIZAGEM</b>	<b>63</b>
4.1 Conteúdos	63
4.2 Estratégias utilizadas pela professora na utilização do Instagram	64
4.2.1 <i>Feed</i> estático .....	64
4.2.2 <i>Reels</i> .....	66
4.2.3 <i>Stories</i> .....	68
4.2.4 <i>Lives</i> .....	72
<b>5 PRODUTO</b>	<b>75</b>
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>77</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>80</b>



## 1 INTRODUÇÃO

A escolha do tema desta pesquisa perpassa por vivências desta pesquisadora em sua atuação e experiência profissional como docente. A criação do perfil da autora no Instagram foi realizada em 2013, com uma utilização de cunho pessoal para compartilhar momentos descontraídos e significativos com amigos e familiares. Em 2018, quando alunos do curso de Administração de Empresas, do Ensino Técnico de Nível Médio, no qual a pesquisadora atua como docente, passaram a citar publicamente menções de elogio às aulas, utilizando a ferramenta *stories* do Instagram — fenômeno comum nas redes sociais. Esse foi o início da utilização desta rede social no relacionamento com os estudantes e acesso aos perfis dos alunos.

Nesse período foi realizada uma netnografia não estruturada, conhecendo melhor o tipo de linguagem, compartilhamento, cultura digital e vivências registradas pelos alunos, que se intensificou a partir de maio de 2020, logo após o início do isolamento social devido à pandemia da COVID-19. Com isso, a autora passou a ser mais ativa nas redes, produzindo conteúdos com maior constância, na intenção de divulgar seu trabalho e manter contato com seus alunos, aumentando a frequência de postagens, antes mensais, para uma frequência semanal, intensificando em certo período para diária.

Utilizando o Instagram para compartilhar mapas mentais de conteúdo, microvídeos com rápidas explicações e parte do dia a dia como docente, foi sendo fortalecido o contato por esse aplicativo e a visibilidade dos alunos de seus compartilhamentos públicos, fenômeno recebido positivamente pela instituição onde a autora atua.

Em maio de 2020, o perfil pessoal da autora contava com 780 seguidores. Atualmente, alcança 5.135 seguidores. Considerando que, nesse mesmo período, as instituições privadas (como a que a pesquisadora atua) tiveram dificuldades para manter seus alunos de forma remota, essa estratégia foi utilizada contra o abandono escolar, e a instituição permitiu oficinas para incentivar a utilização do Instagram por outros professores.

Outras possibilidades para a professora (esta pesquisadora) surgiram por meio dessa presença no Instagram, tais como a monetização de conteúdos, como ferramentas digitais, venda de cursos *on-line*, três oficinas realizadas para ensino da

ferramenta *story* a alunos da pós-graduação em Metodologias Ativas, da Universidade Federal do Pernambuco, Câmpus Petrolina, para docentes do Senac São Paulo, e para uma turma exclusiva do Instagram.

Neste contexto, não somente pensando na visibilidade da escola, supõe-se que se faz emergente a apropriação da ferramenta Instagram a fim de democratizar o conhecimento, possibilitando a capitalização de conteúdo pelos professores — desta forma, o professor empreendedor encontra a possibilidade de viabilizar conteúdos educativos.

Segundo Monteiro (2020), muitos professores ainda resistem ao uso das tecnologias. Porém, alguns tornam-se empreendedores educacionais, utilizando as plataformas para venda de cursos, disponibilizando *blogs* como material de apoio aos estudos, e fóruns que possibilitem discussão de temas através das redes sociais.

Nos últimos anos, tem sido expressivo o crescimento do uso da internet no Brasil. Os avanços tecnológicos permitiram a chegada, inicialmente, da rede 3G, uma tecnologia marcante para os celulares, possibilitando um número maior de usuários. Em 2013, chegou ao Brasil a rede 4G, favorecendo ainda mais a utilização da internet via *smartphones*. Temos um número crescente de celulares no mundo (e no país), e isso é um avanço tecnológico que proporciona novas opções para se comunicar e se relacionar.

Considerando a interação privada do espaço, intensificada com a suspensão de atividades presenciais durante o isolamento ocasionado pela pandemia da COVID-19, as redes sociais potencializaram sua utilização, e o acesso à internet proporcionou a continuidade do trabalho, o desenvolvimento de aulas e a participação em atividades de interação e informação.

Campos (2009), destaca que “os celulares convergem fetiches tecnológicos com conexões midiáticas. Eles concentram os acervos de conteúdo com o ponto de ligação entre o indivíduo e o social” (CAMPOS, 2009, p. 14).

Na sociedade contemporânea, com a disponibilidade de marcas e tecnologias avançadas, o celular é objeto de desejo para os jovens. Nesse contexto foi feita a 33.<sup>a</sup> edição da pesquisa sobre o uso de tecnologias da informação (TI) nas empresas, do Centro de Tecnologia de Informação Aplicada da FGV/AESP. Segundo essa pesquisa, o Brasil possui 447 milhões de dispositivos digitais (computador, *notebook*, *tablet* e *smartphone*) em uso no Brasil – praticamente dois por habitante (corporativo e doméstico). Vendem-se três celulares para cada televisão no Brasil e, em breve,

haverá um computador por habitante no país. Em junho de 2022 são 205 milhões ou 96% *per capita*. A venda anual de computadores em 2021 foi de 14 milhões, 27% maior do que em 2020. Em 2022, cresceu 10%. São sinais de uma transformação digital acelerada.

Conforme a 143.<sup>a</sup> Pesquisa CNT/MDA, efetuada em 137 municípios das cinco regiões do Brasil, a maior finalidade do uso de *smartphones* pelos brasileiros é o acesso às redes sociais. Logo, esse crescimento na utilização dos celulares representa, também, o crescimento do acesso às redes sociais, que fazem parte da vida de muitas pessoas. Ocorreu, ainda, um crescimento de acesso a aplicativos como o Instagram, WhatsApp e Facebook, devido a dificuldades e impedimentos enfrentados pela situação de isolamento (CNT, 2019). A Kantar (empresa especializada em pesquisas de mercado) verificou que a utilização das redes sociais Facebook, WhatsApp e Instagram aumentou 40% no Brasil em 2020 (KANTAR IBOPE MEDIA, 2020).

Atualmente, conforme o relatório We Are Social, da Hot Suite 2022, são 4,6 bilhões de usuários no mundo, sendo que os brasileiros passam, em média, 10 horas por dia *on-line*, com uma média de 2 horas e 27 minutos em redes sociais, onde 45% dos usuários buscam informações, sendo que esse dado sobe para 51,3% na faixa etária de 16 a 24 anos. Nota-se, ainda, segundo essa pesquisa, que essa faixa etária utiliza-se de diversas redes sociais.

O Instagram é uma plataforma gratuita e, conforme a pesquisa TIC Kids Online Brasil, em 2021 possuía, aproximadamente, 1,21 bilhão de usuários ativos. No Brasil tem pelo menos 119,6 milhões de usuários ativos, seguido da Turquia com aproximadamente 53,6 milhões de usuários ativos. A proporção de usuários de internet de 9 a 17 anos com perfil no Instagram teve um crescimento de 45%, em 2018, para 62% em 2021 (CETIC, 2022).

Diante da impossibilidade da interação presencial, empresas tiveram que modificar sua publicidade e propaganda para despertar o desejo de consumo em possíveis clientes. A pandemia acelerou o processo de transformação digital das empresas no Brasil (FGV/AESP, 2022).

Considerando esse cenário de amplo acesso aos *smartphones* e redes sociais, empresas começaram a investir em *marketing* digital, definido como estratégias de *marketing* que investigam o comportamento do consumidor para influenciar o seu desejo de compra na internet — um conjunto de ações para incentivar o indivíduo a

tomar a decisão pela compra. Muitas empresas também surgiram com essa possibilidade do digital.

Neste sentido, o desenvolvimento das redes sociais para os negócios ganha mais força, tornando-se necessárias até para pequenas empresas, e cresce o surgimento de empresas atuantes nas novas possibilidades tecnológicas. Nesse contexto, é possível observar um agente que ganha destaque — o influenciador digital, aquele que utiliza suas redes sociais divulgando a seus seguidores assuntos do dia a dia, entre eles, hábitos de consumo, visto que eles possuem um público engajado e utilizam dessa interação para, então, monetizar suas publicações, despertando o interesse de empresas de diversos segmentos.

Referente às redes sociais, uma pesquisa conduzida pela PUC-RS em 2020 revela que o WhatsApp é a rede social mais utilizada pelos entrevistados de 18 a 25 anos, seguido pelo Instagram. Considerando o resultado com o recorte de gênero, se observou na pesquisa que o Instagram ocupa o primeiro lugar para as mulheres. Quanto aos influenciadores digitais, 88% dos entrevistados se consideram influenciados (PUC, 2020).

Na pesquisa, observa-se que, se uma empresa com negócio presencial quiser atingir o público dessa idade (18 a 25 anos, classificado como geração Z, os nascidos entre a segunda metade dos anos 1990 até o início do ano 2010), é necessário considerar a linguagem usada nas redes sociais (PUC, 2020).

Utilizando estratégias para permanência dos alunos, escolas também buscaram ferramentas e novas formas de interação digital, encontrando nas redes sociais uma possibilidade de interação com seus alunos e divulgação.

Com a velocidade de informação surgem novos aplicativos concorrentes, como o *app* mais baixado na App Store atualmente, o TikTok, mídia social de origem chinesa que permite criar vídeos de até três minutos, tendo como objetivo proporcionar alegria e criatividade para os usuários. Uma pesquisa da Octolab e da MindMiners a respeito do TikTok indica que canais e perfis em redes sociais são, atualmente, as fontes de informação sobre finanças para 54% dos usuários do aplicativo (RESEARCH & INSIGHTS TIKTOK BRASIL, 2022). Aplicativo muito popular entre os jovens, o TikTok foi lançado em 2016 pela *startup* chinesa ByteDance, chegando ao Brasil em 2019. Como aplicativo mais baixado da atualidade, já soma mais de 800 milhões de usuários, dos quais, 66% têm menos de 30 anos, com idade predominantemente entre 15 e 25 anos.

O TikTok é a principal plataforma de vídeos curtos onde o realismo é celebrado e as tendências nascem. Um lugar onde marcas de todos os tamanhos e setores podem ser vistas, aumentar seus seguidores, promover conexões globais e alcançar grandes resultados (TIKTOK, 2023, n.p.).

Após a pandemia da COVID-19, foram desenvolvidas novas habilidades pelos professores nos processos de ensino e de aprendizagem, o que permitiu a utilização do TikTok em situações didáticas significativas (SANTOS; CARVALHO, 2020). É possível observar-se, então, algumas ações para incluir as redes sociais no contexto educacional. Uma pesquisa TIC Educação de 2020 aponta que 57% das escolas públicas têm páginas nas redes sociais. Nas particulares, esse número aumenta para 93%, sendo o Instagram a rede mais utilizada (CETIC, 2021).

Diante dessa realidade, no contexto tecnológico em que os alunos estão inseridos é importante observar ações pedagógicas que considerem as redes sociais, analisando suas possíveis contribuições.

Tendo isso em vista, a pergunta de pesquisa é: como utilizar o Instagram de professores enquanto recurso pedagógico em situações de ensino-aprendizagem?

O objetivo geral do trabalho é identificar e analisar estratégias de uso do Instagram como recurso pedagógico de professores em situações de ensino e de aprendizagem.

Em termos de objetivos específicos, buscou-se:

- a) Identificar os conteúdos (e suas características) publicados no Instagram por uma professora de ensino técnico.
- b) Identificar e analisar estratégias utilizadas pela professora na utilização do Instagram como ferramenta de ensino e de aprendizagem.
- c) Elaborar um material didático para formação de professores e para o uso do Instagram em situações de ensino e de aprendizagem.

Para tal, esta pesquisa, de natureza qualitativa, utilizou o método exploratório. De acordo com Gil (2008) pesquisas exploratórias são desenvolvidas para promover uma visão geral sobre determinado fato. Esse tipo de pesquisa é feito, principalmente, quando o tema definido é pouco explorado, o que dificulta o desenvolvimento das hipóteses precisas. Desta forma, é necessário definir e explanar, utilizando, para isso, a revisão da literatura e outros procedimentos.

Sendo assim, para tratar do tema – o uso do Instagram como recurso pedagógico em situações de ensino e de aprendizagem – esta pesquisa estruturou-se em seis seções, incluindo esta Introdução como seção 1.

Na seção 2, intitulada “Educação e tecnologias: em foco, as literacias digitais”, foi apresentado o conceito das literacias digitais e discorreu-se sobre a utilização das redes sociais, explorando o descompasso existente entre alunos nativos digitais e professores imigrantes digitais, e também a necessidade de professores mediadores, considerando os resultados negativos no processo de ensino-aprendizagem no Brasil. A subseção 2.1 fala sobre a cultura digital, as experiências da Escola do Futuro - USP, a BNCC e os multiletramentos, considerando como ponto de partida a proposta da cultura digital como requisito na competência geral 5 em contraponto à não utilização das tecnologias da informação e comunicação (TIC) e redes sociais no contexto escolar, a despeito da veemente necessidade de se adotar uma pedagogia dos multiletramentos, conforme defende Roxane Rojo (2012). Na subseção 2.2 o foco são os pontos de encontro entre as redes sociais e a educação digital, perpassando marcos significativos para a utilização das redes sociais e o contexto do Instagram, como o surgimento da internet, a criação do Facebook, óculos de realidade virtual e Metaverso, considerando a imaginação utilizada no ciberespaço com múltiplas possibilidades de interação na criação de um “eu” digital (SCHLEMMER, 2014) e a necessidade da fluência técnico-didático-pedagógica do professor relacionadas aos processos de ensinar e de aprender com o uso de tecnologias digitais (TD), além da interatividade como aproximação, conforme abordada por Romero Tori (2010). Segue-se a subseção 2.3 observando limites e a crítica necessária às redes sociais, ressaltando consequências negativas e reflexões sobre problemas considerando fenômenos, como as *fake News*; e também sobre a importância da ética da informação abordada por Floridi (2013) e da formação crítica dos estudantes. Conceitos como *infosfera* e *on-life* são tratados na subseção, 2.4, que também se detém em explorar o Instagram, apresentando a ferramenta e os vocabulários característico desta rede.

A seção 3 apresenta os procedimentos metodológicos da pesquisa, considerando que, para entendimento e familiaridade com o assunto, Gil (2008) aponta a utilização de uma pesquisa exploratória; dando sequência à subseção 3.1, apresenta-se a revisão sistemática de literatura para estimular a compreensão do tema da pesquisa exploratória, conforme recomendada por Gil (2008). A revisão foi

elaborada com os termos professores e Instagram nas principais bases educacionais, apurando a prática do Instagram sendo utilizado por professores em contextos educacionais. Na subseção 3.2 falou-se sobre a percepção do problema da pesquisa e o processo de geração dos dados, apresentando o contexto da professora, esta autora, na compreensão da problemática envolvendo professores na utilização do Instagram, e a forma como foram desenvolvido os dados para a pesquisa. Em 3.2.1 apresentaram-se os dados que caracterizam as mudanças no perfil do Instagram, de um perfil inicialmente pessoal para uma profissionalização de perfil da professora com objetivos educacionais. A subseção 3.2.2 caracteriza os seguidores do perfil analisado.

A seção 4 se aprofunda nos conteúdos e estratégias mobilizados no Instagram da professora. Na subseção 4.1, foram apresentados os conteúdos e abordagens publicados no perfil desta professora, seguindo a subseção 4.2 com análise e resultados da pesquisa, revelando dados significativos gerados neste perfil, com suas evidências de ações e estratégias da utilização do Instagram no processo de ensino e aprendizagem, subdividindo as principais ferramentas do Instagram utilizadas estrategicamente, sendo que cada uma dessas ferramentas nomearam subseções: 4.2.1 *Feed* estático; 4.2.2 *Reels*; 4.2.3 *Stories*; 4.2.4 *Lives*.

Definiu-se o produto desta pesquisa sendo um curso *on-line* para capacitar professores na utilização do Instagram, sendo apresentado na seção 5; e finalizando com a seção 6, que decorre com as considerações finais.

## **2 EDUCAÇÃO E TECNOLOGIAS: EM FOCO, AS LITERACIAS DIGITAIS**

Busca-se, com esta seção, apresentar o Instagram, evidenciando possibilidades na utilização desta rede como instrumento de ensino e aprendizagem por professores, elucidando funcionalidades e seu posicionamento enquanto rede social, discorrendo a relevância desta utilização sob a ótica do conceito de literacias digitais, perpassando os conceitos de nativos e imigrantes digitais, e considerando, também, as ameaças na utilização das redes sociais por alunos e professores.

### **2.1 Cultura digital: experiências da Escola do Futuro, BNCC e multiletramentos**

O referencial teórico desta pesquisa está ancorado em abordagens de autores que discutem e pesquisam habilidades e competências necessárias para professores e estudantes, considerando a sociedade em rede e as perspectivas das novas literacias digitais e dos chamados nativos digitais, além dos aspectos que envolvem as redes sociais na atualidade.

Castells (2003) considera que, com o surgimento da internet e das interações sociais por ela permitidas, o definidor da era da informação não se trata apenas do objeto tecnológico, mas do sistema de comunicação existente, com suas possibilidades interligando o real e o virtual, com um influenciando o outro, considerando a tecnologia e a sociedade.

Nesse sentido, visando olhar para a educação através da introdução das TDIC (tecnologias digitais de informação e comunicação) e multimídias nos processos de ensino-aprendizagem, é necessário observar as tecnologias voltadas para situações de aprendizagem tanto na escola como fora dela. Junqueira e Passarelli (2011) reforçam que:

[...] a “sociedade em rede” (CASTELLS, 1999) e as ações e comportamentos dos “atores em rede” (LATOUR, 2008), haja vista a inegável importância sociocultural adquirida por tais fenômenos na contemporaneidade. Afinal, a web, enquanto espaço interativo aberto e colaborativo, colocou-se, desde a sua origem, como ambiente prenhe de novas oportunidades para a permanente produção de conhecimento, para a comunicação em rede e para a horizontalização das relações sociais de poder (JUNQUEIRA; PASSARELLI, 2011, p. 63).

O acesso ao digital nesta sociedade interligada pelas redes proporciona novas possibilidades no desenvolvimento de habilidades e competências, como a geração de conteúdos e a utilização de tecnologias, além de democratizar a informação, graças à facilidade de acesso que a grande oferta de canais proporciona.

O conceito das literacias digitais obteve diferentes significados até chegar ao que representa hoje. Paul Gilster o descreveu como “a capacidade de compreender e usar a informação em vários formatos a partir de amplas fontes quando apresentada via computadores como a extensão da própria alfabetização” (GILSTER, 1997, p. 230).

Botelho e Passarelli (2013) utilizam a expressão *literacy*, cuja tradução para o português indica o conceito de literacias emergentes de atores em rede. Ressalte-se que a UNESCO tem esse conceito reconhecido como direito fundamental e o considera uma competência necessária para os professores, devendo ser considerada nas políticas públicas para a educação.

Para reconhecer as características e o papel das escolas e dos professores na integração, acesso e uso das tecnologias, a seguir são selecionadas algumas abordagens, iniciando pela do Observatório da Cultura Digital, criado em 2007, um núcleo da Escola do Futuro — USP. Os pesquisadores desse observatório têm como objetos de estudo a literacia informacional e a produção individual/coletiva de conhecimento em ambiente *web*.

Nesse sentido, o Observatório da Cultura Digital, em parceria com a Fundação Telefônica e o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE), apresentou em 2012 pontos relevantes da pesquisa “Gerações Interativas Brasil — Crianças e Jovens diante das Telas”, coordenada pela Dra. Brasilina Passarelli. O documento analisa como crianças e jovens acessam a internet, TV, celular e *videogame*.

A pesquisa aponta a melhoria da acessibilidade devido ao uso de computadores pessoais, e a presença da mobilidade devido à utilização dos *smartphones*. Também se nota a presença de *lan houses* para quem não possui computador em casa (indivíduos pertencentes às classes C, D e E). Independente da classe social, os jovens estão na internet e, dos adolescentes e jovens brasileiros pesquisados, de ambos os sexos, 82,2% declararam que costumam utilizar redes sociais (PASSARELLI; JUNQUEIRA, 2012).

Em 2014, o mesmo Observatório da Cultura Digital apresentou uma pesquisa intitulada “Juventude Conectada”, focada no comportamento do jovem. Adentrando a

pesquisa na etapa quantitativa, foram analisados 1.440 jovens de 16 a 24 anos, das cinco regiões do país, tendo como objeto conhecer a facilidade dos jovens no domínio da internet e de suas novas possibilidades, dividindo eixos temáticos como: comportamento, educação e aprendizagem, ativismo e empreendedorismo (PASSARELLI, 2014).

Por fim, a pesquisa trouxe importantes contribuições na análise do comportamento do jovem na sociedade em rede. Nesse sentido, ela indica que as atividades realizadas na internet que mais atraem a juventude conectada brasileira são aquelas ligadas à comunicação interpessoal; que o jovem confia e reconhece a importância da internet no apoio ao empreendedorismo; que considera as redes sociais para busca e pesquisa; e que acredita que elas colaboram na melhora do relacionamento entre colegas na escola (PASSARELLI, 2014).

Também merece destaque a descoberta de que os jovens pesquisados consideram que a internet ajuda a aproximar professores e alunos (além de aproximar os próprios alunos entre si), atuando como catalisadora das redes sociais presenciais (PASSARELLI, 2014, p. 209).

A pesquisa indica que, para 49% dos jovens, a internet aproxima as pessoas, inclusive nas relações entre docentes e discentes nas redes sociais. Além disso, para eles, as redes sociais não são apenas para transmissão de conteúdo, mas também favorecem relacionamentos (PASSARELLI, 2014).

Desta maneira, as redes sociais revelam-se como ferramenta de relacionamento e afetividade. Do ponto de vista dos alunos, o relacionamento pelas redes sociais pode ser considerado uma estratégia para a afetividade entre professor e aluno, sendo que a afetividade é considerada imprescindível para Wallon (DANTAS, 1992) no desenvolvimento do aprendizado. As formas de comunicação mudaram e, neste cenário, os jovens se comunicam e se relacionam pelas redes.

Conforme Passarelli (2010) pontua, notam-se duas “ondas” na sociedade em rede. A primeira trata da necessidade de inclusão digital. Já a segunda revela a presença dos chamados nativos digitais. “São jovens nascidos entre 1980 e 1994 que, imersos na cultura das novas mídias, as consideram como parte integral de seu cotidiano e as utilizam de maneira diferencial se comparada às gerações anteriores, bem como seus professores” (PASSARELLI; JUNQUEIRA; ANGELUCI, 2014, p. 162).

Os jovens nativos digitais pesquisam de diversas formas na internet, utilizam as redes sociais no seu dia a dia, tanto para pesquisa quanto para se relacionar. Em contrapartida, o comportamento do professor é de imigrante digital, aquele que precisa aprender e interagir com as tecnologias, sendo essa uma diferença geracional.

Passarelli, Junqueira e Angeluci (2014) ressaltam que nem todos os alunos devem ser considerados nativos digitais, visto que, devido a fatores sociais e econômicos, no Brasil ainda existem muitos alunos sem acesso.

Favero (2016), referente a entrevista de aproximadamente 200 professores universitários do Brasil e da Itália, aponta que 81% consideram essencial o uso das redes sociais no ensino-aprendizagem, e 68% acreditam na construção de comunidades de aprendizagem nos ambientes oferecidos pelas mídias sociais.

É indispensável e indiscutível que, no cenário educacional pós-moderno, a inclusão das TIC, tecnologias de informação, inclusão, interação, imersão e de comunicação, conectividade, colaboração, criatividade, compartilhamento, construção e pensamento crítico esteja prevista nos modelos pedagógicos. O foco da questão é como isso deve ser feito, proporcionando o protagonismo do aluno e tendo o professor como orientador (lembrando que ele é um imigrante digital em um processo de adaptação a essas tecnologias), avaliando como escola e professores darão conta das necessidades de formação para lidar com as literacias e com a informação.

O Fórum Econômico Mundial divulgou seu relatório sobre empregos e habilidades para o futuro em 2020. Intitulado "*The future of Jobs*", o documento salienta que muitas vagas de emprego desaparecerão devido à tecnologia e à automação. Destaca-se que, nas habilidades do profissional do futuro, o comportamento de saber lidar com a tecnologia será crucial, e isso já tem sido fator de preocupação por empresas na atualidade (FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL, 2020).

Favero (2016) ressalta que deve ocorrer uma dedicação na busca por "alternativas que possibilitem uma adequação a essas mudanças e que, acima de tudo, reflita-se sobre o papel da educação, ou melhor, sobre seu significado: cuidar, construir, libertar" (FAVERO, 2016, p. 36). É possível considerar que as redes sociais, especificamente o Instagram, proporcionem ações que despertem o interesse dos alunos nesse ambiente já utilizado.

Conforme Passarelli, Junqueira e Angeluci (2014), no que se refere aos nativos digitais a utilização das literacias digitais não se trata apenas de habilidades motoras, mas de:

[...] considerar um conjunto bastante ampliado de competências e saberes relacionados à capacidade de discernimento crítico frente às fontes e às próprias informações obtidas na internet, à construção do pensamento reflexivo e denso, à compreensão dos valores éticos e cidadãos no relacionamento social e à segurança e proteção da individualidade e da privacidade nas redes sociais (PASSARELLI; JUNQUEIRA; ANGELUCI, 2014, p. 47).

Iniciativas como a formação inicial de professores não têm sido suficientes para o preparo de profissionais capazes de realizar a mediação da utilização das TIC e redes sociais em constante desenvolvimento, porém, Passarelli (2002) salienta que literacias e mediação são conceitos indissociáveis, portanto, como sujeitos mediadores, professores precisam contar com a abordagem dessas mediações em suas formações.

Levando em conta a apropriação e uso das TDIC no contexto de formação docente, em 2011, a Escola do Futuro – USP, em parceria com a Secretaria de Educação de São Bernardo do Campo, apresentou a experiência do projeto Entremeios. O projeto se propôs:

[...] a atuar na formação dos profissionais de educação da rede municipal com o acompanhamento dos trabalhos e a capacitação dos professores de apoio que atuam nos laboratórios de informática das escolas. Entre as metas estabelecidas com a Secretaria de Educação (SE) do município, a Escola do Futuro propôs a criação e uso de um Ambiente Virtual Colaborativo integrado a um aplicativo de Learning Management System (LMS) para gestão de uma comunidade online formada a partir da participação dos educadores (PASSARELLI; JUNQUEIRA, 2011, p. 63).

O trabalho teve por objetivo compreender a apropriação das TIC considerando o professor como ator fundamental para realizar a mediação em sala de aula, favorecendo um ambiente que permita o protagonismo do aluno.

Conclui-se no projeto Entremeios que é preciso ampliar as literacias digitais de todos os gestores que atuam na escola, observando a postura destes atores e permitindo, assim, que os alunos que são nativos digitais também ensinem aos professores.

Tendo isso em vista, ressalta-se a importância da Base Nacional Comum Curricular (BNCC), a qual “[...] constitui-se enquanto um documento normativo que seleciona e organiza os conhecimentos a serem ensinados ao longo dos níveis e modalidades da Educação básica no Brasil” (BRASIL, 2018, p. 7). É um documento normativo que serve como referência para todas as etapas da educação básica no Brasil. Estabelece, também, competências e habilidades necessárias para estes estudantes.

O conjunto de aprendizagens essenciais e indispensáveis referido no texto retrata a “Declaração Mundial sobre Educação para Todos: Satisfação das Necessidades Básicas de Aprendizagem”, decorrente da Conferência Mundial da Educação para Todos, realizada na Tailândia em 1990. Legalizado em 2018, esse conjunto de aprendizagens dispõe uma divisão em:

- Competências gerais que os alunos devem desenvolver ao longo de todas as etapas da educação básica.
- Competências específicas de cada área do conhecimento e dos componentes curriculares.
- Direitos de aprendizagem ou habilidades relativas a diversos objetos de conhecimento (conteúdos, conceitos e processos) que os alunos devem desenvolver em cada etapa da educação básica — da educação infantil ao ensino médio.

Assim, a BNCC presume que a escola gere nos alunos o empoderamento das linguagens das tecnologias digitais, evidenciando o letramento digital, além de reconhecer, entre as dez competências gerais, a cultura digital como uma das competências a serem exploradas junto aos estudantes com o uso crítico das tecnologias digitais.

Na descrição da competência geral número 5, cultura digital, da BNCC:

Compreender, utilizar e criar tecnologias digitais de informação e comunicação de forma crítica, significativa, reflexiva e ética nas diversas práticas sociais (incluindo as escolares) para se comunicar, acessar e disseminar informações, produzir conhecimentos, resolver problemas e exercer protagonismo e autoria na vida pessoal e coletiva (BRASIL, 2018, p. 11).

Portanto, é necessário planejar ações que permitam essa produção, tendo em vista o desenvolvimento desta competência por meio de atividades que permitam a

compreensão dessas tecnologias e considerem sempre o contexto dos alunos em suas práticas sociais. Desta forma, o Instagram, como se observa, já utilizado em outros contextos. Logo, a sugestão de sua utilização nas práticas escolares proporcionando saberes e protagonismo aos alunos explora um potencial digital que se baseia em saberes prévios dos estudantes. Os alunos já utilizam a rede, porém, é necessário a utilização de forma crítica, reflexiva e ética, como sugere a BNCC.

A BNCC também destaca o conceito de multiletramentos, argumentando que, perante a diversidade de tecnologias, se faz necessário entender as mudanças das linguagens no século XXI, as quais, através das mídias, integram todas as linguagens — da linguagem estática (como na fotografia e pintura) às imagens em movimento. Não se considera, portanto, apenas o texto escrito, mas toda a diversidade, como fotos, vídeos, imagens em movimento. Observa-se que estes recursos podem se tornar auxílios e facilitadores na aprendizagem de um determinado conteúdo, como, por exemplo, um vídeo sobre o sistema solar para alunos que estão no desenvolvimento desse conteúdo. Convém lembrar que, como nativos digitais, os alunos podem se apropriar de diversos conteúdos até mesmo sem a intervenção do professor.

Roxane Rojo (2012) explana essas possibilidades, como as novas habilidades de desenvolvimento de leitura e escrita. Para ela, o processo de produção textual não é mais exclusivamente linguístico, considera som, imagem, movimento. Além disso, é possível realizar produções colaborativamente, não centralizadas no professor. A autora utiliza o termo *multiliteracies*, publicado pelo New London Group em 1996, no qual se discutiu os propósitos da educação de forma geral e os novos letramentos emergentes utilizados na atualidade. O New London Group elaborou um documento conhecido como “Manifesto Programático”, que sugeria incorporar na prática escolar a diversidade de mídias, linguagens e culturas introduzidas pelas novas TIC.

O conceito de multiletramentos, então, sugere mais do que noções de letramento e de letramentos múltiplos, pois, mais do que experimentar diversas formas de ensino, a ideia é que a escola forme cidadãos críticos e informados sobre a multiplicidade de culturas e de formas de comunicação. Por consequência disso, é preciso ter habilidades para áudio, vídeo, aplicativos, tratamento de imagem, edição e diagramação, entre outras habilidades e competências. Trata-se de uma mudança histórica dos textos e discursos, que exige uma mudança das práticas em sala de aula e mudanças das mídias, impactando várias áreas de conhecimento e facilitando

algumas delas, como a produção didática e a utilização de artefatos digitais, infográficos e imagem 3D.

Os professores precisam saber lidar com esses novos escritos, considerando várias modalidades. Para lidar com o multiletramento, exige-se do professor uma postura inovadora e pronta para lidar com essas linguagens, conseguindo discernir o funcionamento da imagem estática, da linguagem dinâmica, da música e do áudio.

## **2.2 As redes sociais e a educação digital**

As redes sociais facilitam o relacionamento de grupo entre sujeitos e suas conexões. Para Levy (2001), representam o frenético fluxo de informações com a necessidade de exteriorizar seu desejo pela interconexão, representada como um “reagrupamento da sociedade” estabelecido pela evolução tecnológica, consequência da interpretação deste espaço. Para ele, o “ciberespaço”, em meio a um universo de diversos sentidos, reflete um novo formato de disseminação de conhecimento, onde a apropriação destas redes reproduz novas formas de construção de espaços sociais.

Por volta dos anos 2000, a internet teve um maior alcance. Em 2002 inicia o Fotolog, que permitia publicar fotos e receber comentários, adicionando em sua rede os amigos. Cada rede tem um perfil, com suas regras e identidade, definindo sua forma de interação. Assim sendo, nessa sociedade ágil e líquida proposta por Bauman (2014), nascem novas redes sociais: em 2004 surgem Flickr, Orkut e Facebook, esta última tornou-se uma das maiores redes sociais da atualidade.

Inicialmente criada por Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz e Chris Hughes visando criar uma rede de contatos para acadêmicos da Universidade de Harvard, a participação na rede foi aberta para estudantes de outras universidades, até ser aberta ao público como ocorre hoje. Na sua trajetória, o Facebook comprou diversas empresas que se destacavam no meio digital, como Instagram, WhatsApp, óculos VR (responsável pelos óculos de realidade virtual Rift), e tornou-se uma das empresas mais valiosas do mundo, avaliada atualmente em 1 trilhão de dólares.

Entretanto, o Facebook é alvo de denúncias quanto a obtenção de lucros valendo-se da privacidade, segurança e saúde mental dos seus usuários. Evidências indicaram que o Facebook tem um papel preponderante na distribuição de *fake news*, e em 2016 ocorreu um escândalo envolvendo uma assessoria política (Cambridge Analytcs), que utilizou dados de usuários do Facebook sem autorização para

influenciar a opinião de eleitores em vários países. Após a divulgação do uso desses dados em uma investigação, o Facebook se desculpou e disse que a Cambridge Analytics coletou os dados indevidamente.

Ainda sobre segurança das informações, em 2021, Frances Haugen, ex-gerente de produtos da empresa, em entrevista publicada pela CNN, disse que o Facebook tem conhecimento de discursos de ódio, porém, tenta esconder. Em meio a notícias que impactam o Facebook, ocorre a mudança do nome da marca em 2021 — a empresa altera seu nome para Meta e se autodenomina “uma empresa de tecnologia social”, uma maneira de ter ligada a empresa ao Metaverso.

O Metaverso é uma tecnologia desenvolvida por meio de mundos digitais virtuais, onde diferentes ambientes para convivência são representados em 3D, possibilitando o início do “mundo paralelo”.

[...] um mundo virtual, no sentido amplo, é um universo de possíveis, calculáveis a partir de um modelo digital. Ao interagir com o mundo virtual, os usuários o exploram e o atualizam simultaneamente. Quando as interações podem enriquecer ou modificar o modelo, o mundo virtual torna-se um vetor de inteligência e criação coletiva (LEVY, 1999, p. 75).

O Metaverso produz um pensar usual ao ser humano e, portanto, facilitado e intuitivo no utilizar. Desta forma, a interação é aumentada em relação aos já conhecidos ambientes virtuais de aprendizagem (AVA), representada pelo “eu” digital, que os indivíduos têm materializado – conforme Levy (1999), um corpo “tecnologizado”, imerso via telepresença. O avatar possibilita o seu eu imaginado pela interação de ações, como comunicar-se, correr, pular, representar sentimentos de forma gráfica, entre outras. Considerando a relevância do Metaverso, publicado pelo Jornal da USP (2021) o professor Paulo Santiago alerta que todas as áreas, particularmente a dos jogos, serão afetadas pela tecnologia disposta no Metaverso.

Conforme Backes e Schlemmer (2014), é preciso desenvolver a fluência técnico-didático-pedagógica do professor associada aos processos de ensinar e de aprender com o uso de tecnologias digitais (TD), entre elas, o Metaverso, permitindo sua emancipação digital, democratizando os saberes e incentivando o protagonismo do aluno.

A emancipação digital é compreendida por proporcionar uma vida mais adequada ao bem comum. Para compreendê-la, faz-se necessário possibilitar uma educação digital emancipadora e cidadã.

Por “Educação Digital Emancipatória e Cidadã” entendemos um nível tal de apropriação, de fluência tecnológica digital, que propicie ao sujeito ser um cidadão desse tempo, conferindo-lhe um empoderamento que possibilita exercer a autonomia social e a autoria criativa, num espaço dialógico, cooperativo, perpassado pelo respeito mútuo e pela solidariedade interna. Isso implica em criar espaços onde o outro é reconhecido como legítimo outro na interação e, portanto, alguém com quem é possível estabelecer uma relação na qual, em diferentes momentos, ambos são co-ensinantes e co-aprendentes, num processo de mediação e intermediação pedagógica múltipla<sup>10</sup> e relacional. O que permite libertar os sujeitos das relações de opressão, num espaço onde por meio de um viver e conviver digital virtual todos se transformam mutuamente nas interações que conduzem ao diálogo autêntico (SCHLEMMER, 2010, p. 10).

Ou seja, a educação digital emancipatória potencializa a percepção do que ocorre no digital, possibilitando a participação de debates que permitem a conscientização e a colaboração no processo educativo, e também o pertencimento a esse mundo digitalizado a partir de seu entendimento, do considerar-se agente atuante com pensamento crítico, do conhecer e do estar presente.

Romero Tori (2010) ressalta como a tecnologia, imaginação e interatividade podem influir na percepção de distância dos alunos em situações de aprendizagem com o professor, e também como podem ser utilizadas como fator motivacional diante do desafio do distanciamento entre professores e alunos. Cabe ressaltar que esse distanciamento pode ocorrer, inclusive, no ensino presencial: pela influência de fatores psicológicos, o aluno percebe-se distante, mesmo quando seu contato ocorre em uma situação de presencialidade. A interatividade pode alterar essa sensação das mais variadas maneiras. Um alerta cabe quanto ao uso de certos recursos, como, por exemplo, os equipamentos imersivos que aumentam o campo de visão dos ambientes virtuais utilizados no Metaverso, como capacetes de realidade virtual. Eles podem ter efeitos importantes na motivação do aluno, mas precisam ser utilizados com cuidado, para não ocorrer uma saturação.

A utilização de tecnologias como o Metaverso pelos professores é presumivelmente promissora na realidade de vida dos alunos, assim como atualmente já são as redes sociais Facebook e Instagram, que proporcionam contribuições relevantes da perspectiva emancipatória (SCHLEMMER, 2010). Na proposta de permitir a apropriação destas redes pelos professores e gerar reflexão de alternativas adequadas ao ensino e aprendizagem que reflitam o que Paulo Freire preconizou

sobre conhecer a realidade de vida dos alunos como dever que a prática educativa impõe.

Estes movimentos e evoluções das redes sociais como o Metaverso, uma vez experimentados também pelos docentes, permitem a mediação na educação, que leva a uma relação de reciprocidade entre o indivíduo e as possibilidades do conhecer e aprender. Desta forma, o professor que media também aprende, como Paulo Freire aborda na carta aos professores:

O aprendizado do ensinante ao ensinar se verifica à medida em que o ensinante, humilde, aberto, se ache permanentemente disponível a repensar o pensado, rever-se em suas posições; em que procura envolver-se com a curiosidade dos alunos e dos diferentes caminhos e veredas, que ela os faz percorrer (FREIRE, 2001, p. 259).

Tendo o professor a possibilidade de se envolver e entender as realidades vivenciadas pelos alunos, hoje tão presentes nas veredas das redes sociais, no momento em que o professor se apropria, surge um potencial de aproximação que possibilita novas formas de interação.

### **2.3 Observando limites e a crítica necessária às redes sociais**

Outro assunto em discussão, mas não menos importante, é o alcance das *fake news* que “viralizam”, e os usuários, por vezes até nativos digitais, podem não verificar as fontes de determinada informação, desde uma montagem malfeita até o compartilhamento de fatos que não são verdade.

Diferenciar as linguagens do real e do falso requer uma capacidade de interpretação dessas novas linguagens, e de pesquisar as informações e sua veracidade. Para isso, faz-se necessária a existência de professores formados para lidarem com a ética da informação e para possibilitar a formação crítica dos estudantes, de modo que estes consigam criar sentidos numa sociedade em constante transformação. Portanto, faz-se necessária uma nova ética, indicada por Luciano Floridi (2013).

A necessidade da ética no ambiente e na era da informação promoveu o surgimento de uma esfera que contempla a biosfera e a supera, denominada infosfera, sendo a internet seu elemento principal. A infosfera é a convergência do que acontece

no virtual e analógico. Devido a sua complexidade, é um ambiente que ainda não foi contemplado pela ética da computação (EC).

Floridi (2013) propõe a análise referente à privacidade e liberdade de expressão, verificando os atos de *fake news* como uma prática desinformativa cada vez mais comum na infosfera. Diante de tal contexto, o autor pontua a necessidade de uma “reconceitualização da nossa ontologia em termos de informação” (FLORIDI, 2013, p. 28, tradução nossa), e defende que a “ética da informação deveria conseguir clarear e resolver os desafios éticos que estão surgindo na infosfera” (FLORIDI, 2013, p. 42, tradução nossa). O autor ainda afirma que “a vida na infosfera, ou *on-life*, está mudando os padrões do comportamento moral de muitas maneiras, com importante repercussão para o desenvolvimento do discurso ético” (FLORIDI, 2013, p. 189, tradução nossa). Também é necessário ponderar sobre o conceito de responsabilidade coletiva, e aqui é válido resgatar o conceito de compromisso moral (NASCIMENTO *et al.*, 2020, p. 3).

Seres digitais podem possuir novas identidades, e o que se faz no virtual impacta na realidade, como excluir ou bloquear um amigo nas redes sociais. A identidade virtual surge quando, no contato com o mundo digital, são criados perfis idealizados e avatares. O mundo digital reverbera sobre o mundo real — o amigo excluído pode ficar chateado e aquela conexão no mundo real também deixar de existir. Mesmo ignorando o mundo digital, ele afeta diretamente a sociedade como um todo.

Considerando a identidade virtual em relação ao conceito da presença ativa, Floridi (2013) também observa a vigência da telepresença, na qual é possível estar presente no mundo virtual sem que seja necessário interagir ativamente. Por exemplo: um professor que tenha criado um perfil no Instagram, porém não é um usuário ativo, tendo apenas uma postagem — ainda assim seu perfil já está acessível para marcações na rede. Considerando esse perfil *off-line*, os outros usuários já observam a falta de interação dele, mas podem enviar mensagens, marcar o usuário em fotos, vídeos, ou mesmo deturpar o perfil. Este tipo de interação assimétrica não se faz telepresente, porém, o perfil inativo pode ser trazido ao espaço do observador que continua *on-line*, numa espécie de telepresença regressiva.

Assim, um perfil virtual *off-line*, mesmo passivo, pode ser considerado uma extensão das impressões que os alunos fazem daquele professor no mundo digital, podendo ser acessado por outro agente virtual e servir como fonte de interação.

No contexto da educação, Floridi (2013), sustenta que alunos e professores, alteram a forma como se relacionam no mundo considerado *on-life*, modificando suas percepções e como socializam. Por consequência, também modificam os processos de ensino e de aprendizagem e entendimento desta nova realidade, impulsionando o professor para um novo espaço, onde ele necessita aprender nesse território e encontrar novas formas para se comunicar.

## 2.4 Explorando o Instagram

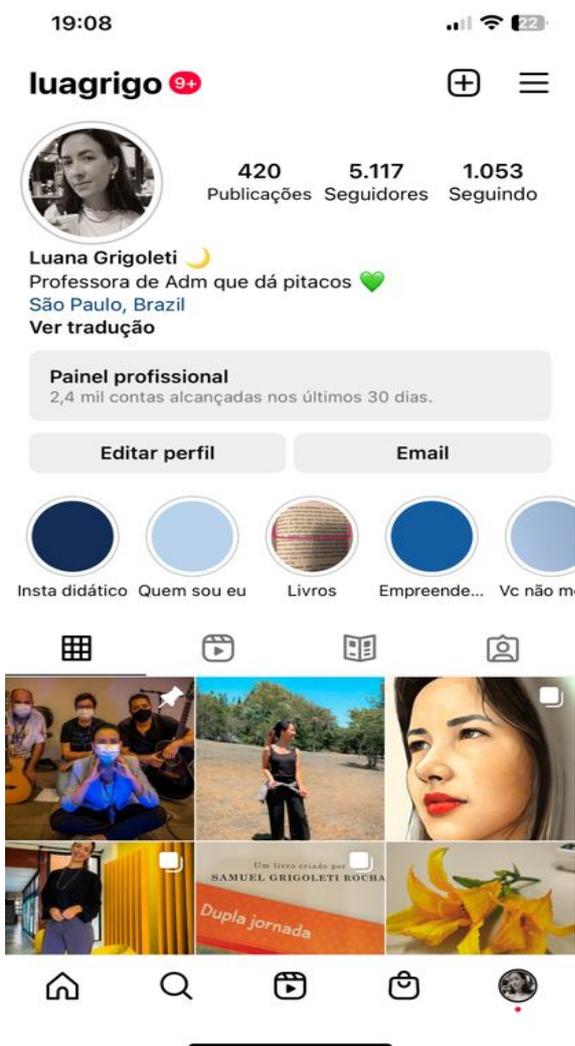
O Instagram é uma rede social gratuita de compartilhamento de imagens e vídeos, permitindo, também, o compartilhamento em outras plataformas, como o Twitter e o Facebook.

Idealizada por Kevin Systrom e Mike Krieger em 2010, logo nos primeiros três meses se destacou com um milhão de usuários, mesmo inicialmente estando disponível apenas para o sistema iOS (só se disponibilizou ao sistema Android em abril de 2012, mesmo mês em que foi comprada pelo Facebook por US\$ 1 bilhão).

Com o intuito de acompanhar o que outras contas publicam, é preciso criar uma conta na rede e escolher a opção “seguir”. Em vista disto, denomina-se seguidor, possibilitando interações para quem publica e para quem acompanha determinada conta. Na plataforma, as publicações se denominam postagens (ou *posts*). Ressalta-se também a ação de “curtir”, retratada pelo desenho de um coração. Segundo Perissé, G. (2013, n. p.), “curtir é uma forma de aprovar, elogiar, admirar. Os amigos que nos curtem curtirão nossos textos.” Além disso, outra forma interação oferecida é a possibilidade de comentar nas postagens. O comentário pode expressar a opinião sobre determinada publicação, o que pode propiciar um debate. Sobre isso, afirma Perissé (2013, n. p.) que “nessa dinâmica comunicacional, temos os três cês: curtir, comentar e compartilhar. Curtir é elogiar. Comentar é interagir. Compartilhar é levar além.”

Além disso, o aplicativo oferece uma seção na conta, chamada “Bio”, sendo possível inserir 150 caracteres em uma breve apresentação, como também localização, e-mail, telefone para contato e *site*. A figura 1 a seguir apresenta um exemplo de perfil de usuário no Instagram.

Figura 1 – Exemplo de perfil de usuário no Instagram



Fonte: Instagram @luagrigo (2021)/Autora (2022).

Uma característica comum a todas as redes sociais é passar por constantes atualizações, tanto de usabilidade quanto de disponibilidade de novas ferramentas. Com o Instagram não foi diferente — desde que foi criado, o aplicativo passou por diversas atualizações e adições de novas ferramentas.

Uma ferramenta de especial destaque é o Instagram *stories*, disponibilizado em 2016 após uma polêmica cópia do Snapchat, considerando que, em 2013, o Snapchat negou a proposta de compra por U\$ 3 bilhões de dólares pelo, até então, Facebook, responsável pelo Instagram, conforme reportagem do The Wall Street Journal, veiculada no Brasil em portais como o G1. A ferramenta *stories* torna-se um sucesso no Instagram, com a possibilidade de publicação de fotos e vídeos que desaparecem após 24 horas, exatamente como o recurso disponível no Snapchat.

Em 2016 ocorreu mais uma alteração, segundo a qual a vivência do usuário passou a ser organizada pelos algoritmos que estudam seus hábitos. O próprio Instagram informa que:

Na verdade, utilizamos vários algoritmos, classificadores e processos, cada um com um propósito. Queremos que você aproveite ao máximo o seu tempo no Instagram e acreditamos que usar tecnologia para personalizar a sua experiência é a melhor maneira de alcançar esse objetivo (INSTAGRAM, 2021, n.p.).

Desta maneira, os conteúdos que eram disponibilizados por ordem cronológica passaram a serem selecionados pelos algoritmos. Por consequência, publicações de perfis comerciais que não possuem interação precisaram começar a promover seus conteúdos de forma paga na plataforma. Para que seus conteúdos tivessem um melhor alcance, foram disponibilizadas para estes perfis comerciais diversas ferramentas que fornecem informações a partir de dados comportamentais e demográficos dos usuários, bem como a visualização de quais foram os conteúdos, dias da semana e horários que obtiveram melhor engajamento. Com estes dados, é possível direcionar uma proposta comercial mais assertiva para um público determinado.

Em 2020, o Instagram também recorreu ao lançamento da ferramenta *reels*, como uma resposta ao avanço do TikTok, porém, mais uma vez tornou-se alvo de críticas de cópia. Conforme revisão do The Wall Street Journal, publicada na revista Tec Mundo (2022), no Instagram, os usuários da ferramenta *reels* totalizam 17,6 milhões de horas diárias, contra 197,8 milhões no TikTok.

A potencialidade de uso das redes sociais no processo de ensino e aprendizagem já tem sido discutida, e diante dessas reflexões sobre as diversas possibilidades de articulação e uso das tecnologias no contexto educacional, o objetivo deste trabalho é apresentar e discutir sobre a utilização do Instagram. A seguir, serão apresentados os procedimentos metodológicos utilizados para a condução do estudo.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA

Nesta seção serão apresentados os procedimentos metodológicos desta pesquisa, caracterizada como exploratória de natureza qualitativa. De acordo com Gil (2009), a pesquisa qualitativa compreende uma relação entre o mundo real e os dados da pesquisa, ou seja, existe uma associação entre o mundo objetivo e a subjetividade do elemento da pesquisa que não pode ser representada de uma forma numérica.

A técnica de análise de dados aplicados no Instagram analisado foi a interpretação de dados. Nesse contexto, Gil (2009) considera para a análise ir além da leitura dos dados para, assim, integrá-los ao universo dos fundamentos teóricos da pesquisa e dos conhecimentos já acumulados em torno da problemática abordada. Para isso, considerou-se a revisão sistemática de literatura e a observação dos materiais desenvolvidos e coletados, elaborada pela análise do Instagram desta pesquisadora, observando o conteúdo e as estratégias de utilização à luz dos referenciais teóricos levantados, com vistas a apontar possibilidades de uso dessa ferramenta e de seus recursos pelo professor.

#### 3.1 Revisão sistemática da literatura

Um dos desafios desta pesquisa consistiu em compreender a utilização do Instagram por professores considerando a complexidade dessa questão no dia a dia. Para isso, fez-se necessário explorar essa utilização prática e teoricamente, vislumbrando melhorias para esse processo.

Considerando o método de pesquisa exploratória que orienta este trabalho, foi primeiramente realizada uma revisão sistemática da literatura consultando as seguintes bases de conhecimento, dada a relevância destas nas áreas de educação e tecnologia: CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), ERIC (Education Resources Information Center) e Google Acadêmico.

Os termos de busca selecionados foram extraídos de uma pesquisa bibliográfica preliminar e exploratória, e geraram a seguinte expressão booleana: “professores Instagram” e “*teachers* Instagram”.

Textos completos que não mencionassem o contexto educacional não foram incluídos na revisão. Além disso, foram considerados apenas artigos revisados por

pares e publicados entre 2018 e 2022 em periódicos e revistas. Artigos que apareceram duplicados em diferentes bases de dados foram desconsiderados na contagem das bases maiores, e contados nas bases de dados menores.

Por fim, foi feita uma revisão dos títulos e resumos dos artigos que atenderam aos critérios de seleção mencionados anteriormente. Os artigos não relacionados diretamente ao uso das redes sociais em ambientes de aprendizagem foram excluídos.

Os artigos que atenderam aos critérios de inclusão completos foram codificados para a realização da análise dos dados. Uma forma de categorização foi criada com base na pesquisa bibliográfica preliminar e exploratória, visando extrair informações sistemáticas de todos os artigos selecionados em categorias específicas que ajudem a destacar as dimensões das evidências pesquisadas nos cenários de utilização do Instagram em ambientes educacionais e de aprendizagem.

Parte das categorias é mais metodológica, e outra parte é relacionada à utilização de Instagram por professores. O total das categorias é o seguinte: 1. Objetivo do artigo; 2. Conteúdo da aprendizagem; 3. País de origem da pesquisa; 4. Metodologia de pesquisa utilizada; 5. Tamanho da amostra, gênero e faixa etária do público; 6. Redes sociais.

A tabela 1 mostra o número de artigos identificados por meio de termos de busca em cada uma das bases de dados.

**Tabela 1 – Artigos identificados por termos de pesquisa**

<i>Data base</i>	Quantidade identificada em busca	Artigos revisados	Últimos cinco anos	Selecionados após leitura de títulos e resumos
Capes	460	93	135	2
Google Acadêmico	26.200	106	87	2
Eric	36	28	25	9
Total	26.696	327	247	12

Fonte: Autora (2022).

Como mostra a tabela, os termos de busca identificaram muitos artigos (26.696) com menção ao Instagram em contexto de aprendizagem durante o período atribuído.

Durante o processo de revisão por títulos e resumos, foram selecionados 12 artigos, e 10 deles foram encontrados na base de dados ERIC, tornando-se o repositório mais popular para as consultas investigadas.

Quanto aos objetivos dos artigos selecionados, cinco deles analisam, investigam, exploram, entendem e compreendem variáveis relacionadas ao uso do Instagram em contexto de aprendizagem na perspectiva do aprendizado do aluno.

Foram sete trabalhos relacionados à forma que o professor utiliza as redes sociais, tendo o Instagram dentro do seu percurso. Os objetivos principais desses trabalhos foi verificar a utilização e compreensão do professor nesta utilização e, para isso, utilizaram contextos de aprendizagem na análise.

Além disso, foi encontrado um trabalho teórico que descreve como as principais universidades de Uganda estão integrando as mídias sociais nos processos de ensino e aprendizagem, considerando o Instagram nas suas abordagens.

**Quadro 1 – Artigos selecionados**

País	Objetivo do artigo	Autores e ano	Links dos artigos
Brasil	Utilização dos professores	V. Reis, G. M. Lunardi e Mendes, 2018	<a href="https://capes-primo.ezl.periodicos.capes.gov.br/primo-explore/fulldisplay?docid=TN_cdi_doaj_primary_oai_doaj_org_article_8c70833fb89248679d7e8b31966846cf&amp;context=PC&amp;vid=CAPES_V3&amp;lang=pt_BR&amp;search_scope=default_scope&amp;adaptor=primo_central_multiple_fe&amp;tab=default_tab&amp;query=any%2Ccontains%2Cinstagram%20professores%2CAND&amp;facet=tlevel%2Cinclude%2Cpeer_reviewed&amp;facet=topic%2Cinclude%2CEducation&amp;mode=advanced&amp;pfilter=creationdate%2Cexact%2C5-YEAR%2CAND&amp;offset=0">https://capes-primo.ezl.periodicos.capes.gov.br/primo-explore/fulldisplay?docid=TN_cdi_doaj_primary_oai_doaj_org_article_8c70833fb89248679d7e8b31966846cf&amp;context=PC&amp;vid=CAPES_V3&amp;lang=pt_BR&amp;search_scope=default_scope&amp;adaptor=primo_central_multiple_fe&amp;tab=default_tab&amp;query=any%2Ccontains%2Cinstagram%20professores%2CAND&amp;facet=tlevel%2Cinclude%2Cpeer_reviewed&amp;facet=topic%2Cinclude%2CEducation&amp;mode=advanced&amp;pfilter=creationdate%2Cexact%2C5-YEAR%2CAND&amp;offset=0</a>
Brasil	Aprendizado do aluno	Erikson de Carvalho Martins e Gilberto Lacerda Santos, 2018	<a href="https://capes-primo.ezl.periodicos.capes.gov.br/primo-explore/fulldisplay?docid=TN_cdi_doaj_primary_oai_doaj_org_article_adf240e0c7854ceaa9ed5eaa144e22e3&amp;context=PC&amp;vid=CAPES_">https://capes-primo.ezl.periodicos.capes.gov.br/primo-explore/fulldisplay?docid=TN_cdi_doaj_primary_oai_doaj_org_article_adf240e0c7854ceaa9ed5eaa144e22e3&amp;context=PC&amp;vid=CAPES_</a>

			V3&lang=pt_BR&search_scope=default_scope&adaptor=primo_central_multiple_fe&tab=default_tab&query=any%2Ccontains%2Cinstagram%20professores%2CAND&facet=tlevel%2Cinclude%2Cpeer_reviewed&facet=topic%2Cinclude%2CEducation&mode=advanced&filter=creationdate%2Cexact%2C5-YEAR%2CAND&offset=0
Estados Unidos	Utilização dos professores	Monica Billen, 2020	<a href="https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&amp;pr=on&amp;ft=on&amp;ff1=dySince_2018&amp;id=EJ1280225">https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&amp;pr=on&amp;ft=on&amp;ff1=dySince_2018&amp;id=EJ1280225</a>
Indonésia	Aprendizado do aluno	Priyatno Ardi, 2020	<a href="https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&amp;pr=on&amp;ft=on&amp;ff1=dySince_2018&amp;id=EJ1264231">https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&amp;pr=on&amp;ft=on&amp;ff1=dySince_2018&amp;id=EJ1264231</a>
Indonésia	Aprendizado do aluno	Fátima Mulya Sari, 2021	<a href="https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&amp;pr=on&amp;ft=on&amp;ff1=dySince_2018&amp;id=EJ1244402">https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&amp;pr=on&amp;ft=on&amp;ff1=dySince_2018&amp;id=EJ1244402</a>
Indonésia	Utilização dos professores	Ubaedillah e Pratiwi, 2018	<a href="https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&amp;pr=on&amp;ft=on&amp;ff1=dySince_2018&amp;id=EJ1297546">https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&amp;pr=on&amp;ft=on&amp;ff1=dySince_2018&amp;id=EJ1297546</a>
Turquia	Utilização dos professores	Mehmet Ramazanoğlu, 2021	<a href="https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&amp;pr=on&amp;ft=on&amp;ff1=dySince_2018&amp;id=EJ1315661">https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&amp;pr=on&amp;ft=on&amp;ff1=dySince_2018&amp;id=EJ1315661</a>
Turquia	Utilização dos professores	Metin Özcan, 2018	<a href="https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&amp;pr=on&amp;ft=on&amp;ff1=dySince_2018&amp;id=EJ1192726">https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&amp;pr=on&amp;ft=on&amp;ff1=dySince_2018&amp;id=EJ1192726</a>
Turquia	Utilização dos professores	Halük Ünsal, 2018	<a href="https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&amp;pr=on&amp;ft=on&amp;ff1=dySince_2018&amp;pg=2&amp;id=EJ1177411">https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&amp;pr=on&amp;ft=on&amp;ff1=dySince_2018&amp;pg=2&amp;id=EJ1177411</a>
Turquia	Utilização dos professores	Yaviz Bolat, 2018	<a href="https://eric.ed.gov/?q=%27INSTAGRAM%22+TEACHER&amp;pr=on&amp;ft=on&amp;ff1=dySince_2018&amp;pg=2&amp;id=EJ1265678">https://eric.ed.gov/?q=%27INSTAGRAM%22+TEACHER&amp;pr=on&amp;ft=on&amp;ff1=dySince_2018&amp;pg=2&amp;id=EJ1265678</a>
Turquia	Aprendizado do aluno	Ali Dincer, 2020	<a href="https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&amp;pr=on&amp;ft=on&amp;ff1=dySince_2018&amp;pg=2&amp;id=EJ1210288">https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&amp;pr=on&amp;ft=on&amp;ff1=dySince_2018&amp;pg=2&amp;id=EJ1210288</a>
Turquia	Aprendizado do aluno	Can Meşe, 2019	<a href="https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&amp;pr=on&amp;ft=on&amp;ff1=dySince_2018&amp;pg=2&amp;id=EJ1235081">https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&amp;pr=on&amp;ft=on&amp;ff1=dySince_2018&amp;pg=2&amp;id=EJ1235081</a>

Uganda	Utilização pelas universidades	Drake Patrick Mirembe, 2019	<a href="https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&amp;hl=en&amp;user=LdiiTqUAAAAJ&amp;citation_for_view=LdiiTqUAAAAJ:KIAtU1dfN6UC">https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&amp;hl=en&amp;user=LdiiTqUAAAAJ&amp;citation_for_view=LdiiTqUAAAAJ:KIAtU1dfN6UC</a>
--------	--------------------------------	-----------------------------	---

Fonte: Autora (2022).

Entre os conteúdos de aprendizagem que foram objeto das aplicações que a pesquisa localizou estão disciplinas de ensino básico, fundamental e médio, tais como matemática, geografia, física e língua portuguesa. Também foram localizadas disciplinas como estudo de teologia e inglês como língua estrangeira (na Turquia), inglês para negócios (na Indonésia), gestão e negócios, e computação e informação (na Universidade de Uganda).

Cinco destes artigos investigam a utilização das redes sociais pela perspectiva do professor como sujeito. Outros sete consideram a perspectiva do aprendizado do aluno com as redes sociais, e um artigo se debruça sobre a forma que a instituição de ensino (no caso uma universidade) utiliza as redes sociais.

Dos 12 artigos analisados, dois são do Brasil, cinco da Turquia, três da Indonésia, um dos Estados Unidos e outro de Uganda.

No Brasil, dois estudos de 2018 se propõem a compreender como jovens professores incorporam e usam as tecnologias digitais em sala de aula.

Três estudos da Indonésia investigam e exploram as percepções e engajamento na utilização do Instagram referente ao aprendizado dos alunos. O engajamento relaciona-se ao grau de envolvimento dos indivíduos com as redes sociais. Destes, um explora como os professores utilizam o Instagram para ensinar inglês.

Os artigos da Turquia abordavam temas diversos, do entendimento de como os alunos utilizam a tecnologia do Instagram para seus aprendizados ao uso do Instagram por futuros professores.

Em Uganda, um estudo de 2019 verificou como as principais universidades do país estão integrando as redes sociais para seu ensino e processos de aprendizado.

Dos estudos analisados, os dois artigos produzidos no Brasil foram de abordagem qualitativa, totalizando nove nessa abordagem.

Os tamanhos de amostras dos estudos variaram entre 12 e 549 indivíduos. Apenas cinco estudos indicaram distribuição de gênero, dos quais três relatam

predomínio de participantes mulheres, e dois com maioria de participantes homens. Nenhum dos estudos apresenta análise da diferença de resultados por gênero.

Em relação à faixa etária dos públicos, um trabalho foi dirigido a turmas de aprendizes de idiomas (17 a 32 anos); e um ao público universitário (18 a 32 anos). Os demais não indicam idade do público, embora três pesquisas indiquem estudantes de idiomas em instituições universitárias, alunos de inglês para negócios e professores em formação.

Quatro estudos têm como referência o Instagram como principal rede social a ser pesquisada. Os demais consideraram outras redes sociais, dentre elas Facebook, Google+, LinkedIn, WhatsApp, YouTube, TikTok, We Chat e Twitter.

Considerando os achados, percebe-se que a Indonésia lidera a quantidade de pesquisas sobre redes sociais e sua utilização em sala de aula. Sugere-se que, neste país, a utilização das redes sociais seja excedente quando comparada aos outros, e a utilização por professores já seja uma realidade encontrada no ensino de jovens.

Sobre os sujeitos das pesquisas mencionadas, são proporcionais em número entre alunos e professores. Os achados evidenciam ganhos para os dois sujeitos — professores e alunos desenvolvem habilidades na utilização do Instagram como objeto de auxílio pedagógico.

No que se refere à diversidade de redes sociais acessíveis, percebe-se que a utilização do Instagram faz paralelo à utilização de outras redes — os sujeitos que utilizam o Instagram também utilizam outras redes sociais. Em razão disso, não se identificou pesquisas que tratem a exploração da utilização prática de professores exclusivamente no Instagram dentro dos critérios já apresentados.

### **3.2 A percepção do problema da pesquisa e o processo de geração dos dados**

Analisando o comportamento de professores do ensino técnico em Administração (nível médio), e considerando o desenvolvimento tecnológico que vivenciam os alunos, sobretudo no que tange às redes sociais, especificamente o Instagram (conforme já apresentado como a rede de maior engajamento pelos jovens dessa faixa etária), esta pesquisadora percebe, em sua vivência, que muitos professores não têm acompanhado este desenvolvimento e não utilizam o Instagram com todas as suas possibilidades.

Na conscientização do problema encontra-se o contexto desta pesquisadora na vivência com seus alunos do curso técnico de nível médio. Observou-se um número significativo de estudantes conectados ao Instagram. A princípio, estes alunos apresentaram o questionamento: “Professora, qual é a sua conta do Instagram?”, tornando-se uma indagação cada vez mais frequente. O motivo da indagação referia-se à necessidade dos alunos em efetuar marcações da conta da professora, reforçando o quanto uma aula foi significativa para eles, comunicando a seu público, denominado pela rede como seguidores, a representação de diversos significados.

A partir desse simples questionamento, muitos alunos podem se tornar seguidores de seus professores nas redes sociais ou não, caso, na ocasião do questionamento, o professor refute não ter uma conta na rede Instagram.

Mediante o exposto, a pesquisadora/professora, inspirada por outras contas de professores que já utilizavam o Instagram para apresentar seu trabalho docente com objetivo de venda de cursos on-line, deu outro significado à utilização de sua própria conta na rede social Instagram, dando início à busca por formações em Instagram com abordagem de *marketing* digital, visando compreender as diversas formas de divulgação dessa rede.

Por meio das estratégias aprendidas nessas formações, iniciou a postagem de conteúdo na linguagem mercadológica, considerando os alunos como seu público-alvo, observando uma perspectiva indicada como ideal nas formações de *marketing* digital, como abordar conteúdos supostamente relevantes para os alunos, efetuar ações de *marketing* de relacionamento e pautas do dia a dia — tudo isso com a intenção de divulgar seu trabalho como professora. Com efeito, o feedback dos alunos ocorreu de maneira muito positiva, além do reconhecimento por pares e por sua liderança na instituição de ensino onde atua como docente.

Referente à interação dos alunos, considera-se que os vínculos foram fortalecidos. Foi notável a indicação do perfil da professora em atuação no Instagram para outros colegas de seus círculos sociais por marcações, possibilitando o crescimento do alcance da conta, definido como a estimativa do número de contas que visualizam aquele perfil no Instagram. O aumento dessa métrica é um dos grandes objetivos do mercado que ambiciona a utilização dessa rede social para venda de produtos ou serviços.

Acrescenta-se à experiência da pesquisadora que o Instagram também favoreceu a compreensão dos contextos pessoais vivenciados por seus alunos.

Exercendo a função de expectadora nos perfis dos estudantes, a professora também se torna seguidora dos alunos, possibilitando o conhecimento dos dilemas vivenciados cotidianamente por eles através de suas publicações. Tais informações, observadas através da visualização das contas dos alunos e assistindo seus *stories*, propiciaram insights para utilização de exemplos na abordagem dos conteúdos de aula com temáticas da realidade experimentada por eles. Também foram propostas atividades aos alunos nas quais eles divulgariam seus projetos de ideias de negócio da disciplina de Empreendedorismo em uma conta criada no Instagram para esse fim.

Alguns professores, inspirados pela visibilidade dada ao perfil desta pesquisadora, relataram suas intenções de utilizar a rede, todavia, afirmavam não dominar as ferramentas necessárias para tal, inclusive com relatos de desconhecimento de botões e funções básicas desta rede social em sua usabilidade prática, como um dos principais recursos utilizados pelos alunos no relacionamento com os professores — a marcação. Ao marcar o professor, imediatamente ele é informado pela rede sobre a publicação à qual está atrelado (e que está divulgando seu perfil para a base de seguidores de quem efetuou a marcação, uma vez que é apresentado um botão diretamente ao perfil citado). Pois bem, esses professores, quando marcados pelos alunos, revelaram não conseguir interagir novamente, repostando, devido ao desconhecimento da usabilidade dessa rede.

Também foi apresentado pelos pares o desconhecimento da diferenciação entre postar no feed e fazer *repost* de *stories*. Um relato específico demonstrou que um colega docente não conseguiu assistir a uma *live* (interação ao vivo) de um aluno sobre um tema considerado relevante pelo professor (este criou a conta especificamente motivado a assisti-la, mas não encontrou a função “assistir *live*” no aplicativo da rede).

Nesse sentido, observou-se que alguns professores não entendem a linguagem utilizada nessa rede e suas usabilidades, como quando postar no feed estático ou postar *stories* (interação que fica gravada por 24 horas), como fazer caixinhas de perguntas e respondê-las, enfim, muitas dúvidas referentes às interações do Instagram e sua linguagem mercadológica.

Faz-se necessário considerar a condição dos alunos como nativos digitais, e dos professores como imigrantes digitais, para compreender seu desconhecimento de funções consideradas básicas pelos estudantes, e o não envolvimento ou inexistência da presença dos professores no Instagram.

Os dados desta pesquisa foram obtidos, então, através da análise do perfil de Instagram @luagrigo, esta professora pesquisadora, considerando suas publicações, as curtidas e comentários nas publicações, assim como o número de seguidores.

### **3.2.1 Caracterização do contexto da pesquisa: o Instagram da professora-pesquisadora**

O perfil @luagrigo foi criado em 25 de janeiro de 2013, inicialmente com a intenção de compartilhar fotos de momentos pessoais e de lazer, com postagens de fotos da família, refletindo, eventualmente, algumas postagens com alunos, porém nesse primeiro momento circunstanciais na vida pessoal de professora.

Somente em 24 de junho de 2016 ocorreu a primeira postagem compartilhada com alguns alunos, sendo uma foto de formatura. Essa data marca a inclusão de alunos neste perfil, até então com seguidores predominantemente entre amigos e familiares, sendo, inclusive, um perfil privado, ou seja, ao qual apenas pessoas autorizadas tinham acesso para visualizar as publicações. Até este momento, o perfil era formado por 350 seguidores, entre eles professores colegas de trabalho, e apenas os alunos formandos exibidos nesta foto.

Até 16 de maio de 2020, o perfil continha 134 publicações diversificadas no *feed* estático, sendo 20 fotos no contexto escolar: 14 fotos com alunos em eventos, como apresentação de projetos de conclusão de curso, quatro fotos referentes a saídas com alunos em passeios escolares (como visitas a museus e centros culturais), uma foto que se tratava de um cartão de agradecimento confeccionado para a professora em uma formatura, e um vídeo postado em 27 de abril de 2020 no contexto da pandemia, elaborado pela coordenação da instituição na qual a professora-pesquisadora atua.

Esse perfil, ainda assim, era considerado pela professora exclusivamente pessoal, visto não existir intenção de utilização profissional. As fotos mencionadas no contexto escolar até então eram apenas fotos do dia a dia. Portanto, para análise nesta pesquisa, o período que vai da data de criação do perfil até a última publicação com foco pessoal (em 16 de maio de 2020) é considerado anterior à implantação das estratégias da professora na utilização deste Instagram com foco para a divulgação do trabalho docente. Essa fase totaliza 134 publicações.

Com a mudança dos objetivos deste perfil frente os desafios da pandemia da COVID-19 e do isolamento social, o que antes era uma ferramenta de contexto pessoal, reverberando alguns poucos momentos de publicações com alunos na sua prática docente, teve seu propósito alterado para a utilização profissional, intensificando a intenção pedagógica.

Diante disso, a primeira ação foi alterar o perfil para modo público, ou seja, qualquer usuário, mesmo sem autorização da proprietária da conta, passa a ter acesso para visualizar as publicações e seguir.

A primeira postagem de conteúdo direcionado com estratégia aos alunos, com o título “7 dicas para entrar no mercado de trabalho em tempos de pandemia”, ocorreu em 19 de maio de 2020. Essa data é considerada, então, o início do período de estratégia docente do perfil.

**Tabela 2 – Antes x depois das estratégias do perfil**

<b>Perfil @luagrigo</b>	<b>Criação da conta até o último post como perfil pessoal</b>	<b>Período do perfil profissional de professora</b>
	25/01/2013 até o último post apenas pessoal, em 16/05/2020	19/05/2020 até 08/12/2022
Média de publicações	136	227
Seguidores	780	5.135

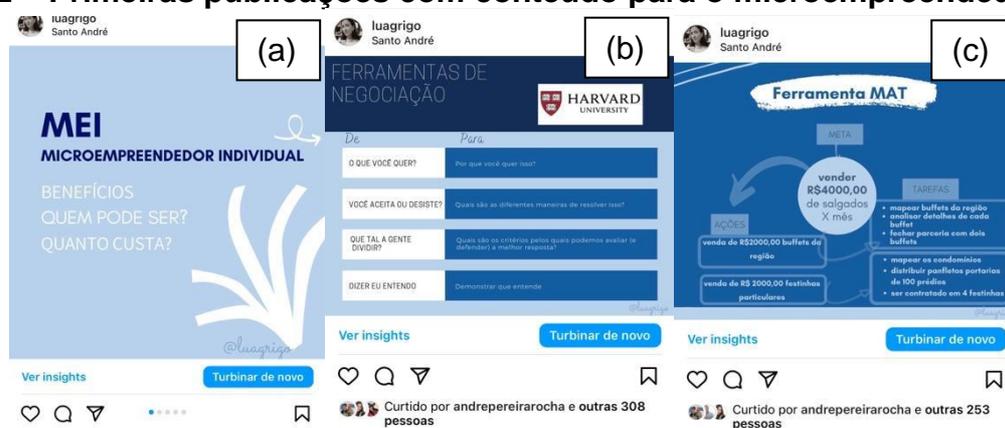
Fonte: Autora (2023).

Até então, o perfil possuía uma média de 34 curtidas por postagem. A foto mais curtida do perfil do primeiro período (anterior a 16 de maio de 2020) possui 127 curtidas — é uma foto pessoal de família em viagem. Já uma postagem feita pela professora aos alunos em 19 de maio de 2020 destacou-se com 426 curtidas. O perfil contava, neste momento, com 780 seguidores.

Iniciou-se, então, outras postagens voltadas a dicas de entrevista de emprego e conteúdos voltados ao planejamento estratégico para microempreendedores. Desde então, foram efetuadas 226 postagens no *feed* estático, demonstrando o aumento de quantidade de publicações pela docente como parte da sua estratégia.

Foram mantidas as postagens anteriores a maio de 2020, de momentos cotidianos da professora-pesquisadora, com objetivo de manter características de um perfil social e estabelecer laços sociais, da mesma forma como momentos pessoais também foram publicados ainda no perfil após a mudança de objetivo de seu uso, como, por exemplo, uma foto de uma mesa com café. Conforme Maffesoli (2000) pontua, a sociedade se desenvolve recorrendo para comportamentos como afeto e emoção, considerados fundamentais na formação das agregações por meio das comunidades, que se constituem, atualmente, também através das redes sociais.

**Figura 2 – Primeiras publicações com conteúdo para o microempreendedor**



Fonte: Instagram @luagrigo (2020)/Autora (2022).

A figura 2 ilustra as iniciativas de publicações de conteúdo deste perfil com objetivo do ensino e aprendizagem, considerando a temática do curso técnico de Administração de Empresas. As imagens foram produzidas pelo Canva, com breve explicações na legenda. A primeira publicação (a) traz informações ao microempreendedor para a regularização da empresa; a segunda (b) é um conteúdo voltado para a comunicação, com técnicas de negociação; e a terceira (c) um plano de negócio simplificado voltado ao microempreendedor, nomeado MAT.

### 3.2.2 Caracterização dos seguidores

Seguidamente, apresentam-se os resultados gerados pelo Instagram pesquisado relativo à cidade de origem atual dos seguidores. Como demonstrado na figura 3, o maior número de seguidores provém da cidade de Santo André (10,8%), onde está localizada a escola na qual a professora-pesquisadora atua.

**Figura 3 – Cidade de origem dos seguidores no Instagram em 2023**

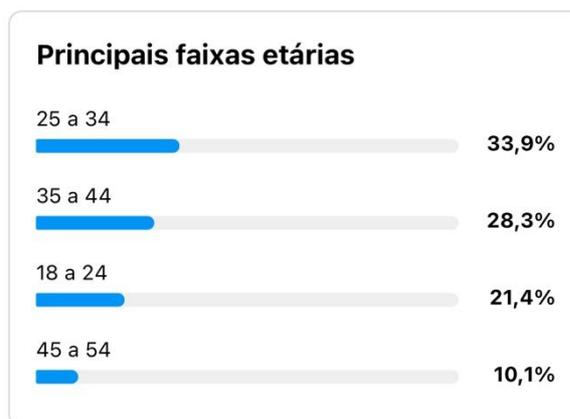
Fonte: Autora (2023).

A divulgação do perfil é efetuada pelos próprios alunos, através do compartilhamento de conteúdo e marcação, principalmente pela ferramenta *stories*. A escola onde a professora-pesquisadora atua (Senac/ Santo André) também utiliza uma conta no Instagram (@senac.santoandre, com 6.737 seguidores) e faz divulgações do perfil da professora, tanto compartilhando conteúdo quanto com a participação da professora em *lives*, modalidade de ferramenta que proporciona uma reunião com pessoas interessadas e/ou conhecedoras de determinado assunto, objetivando criar interações. O Instagram também possui recursos que permitem comentários no decorrer na *live* (ao-vivo).

Na figura 4 apresenta-se a faixa etária dos seguidores do perfil da professora, esta pesquisadora, @luagrigo. As maiores porcentagens de seguidores têm idades entre 25 e 34 anos (33,9%), e entre 35 e 44 anos (28,3%). Nessas faixas etárias encontram-se alunos do ensino técnico em Administração com perfil microempreendedor informal, e também os alunos que atuam no comércio com atendimento ao público e almejam um cargo administrativo (lembrando que, no perfil,

alguns conteúdos são compostos de dicas para entrevistas de emprego). Também deve-se considerar estudo realizado anteriormente pelo Opinion Box (2021), segundo o qual 46% dos usuários do Instagram estão na faixa etária de 30 a 49 anos.

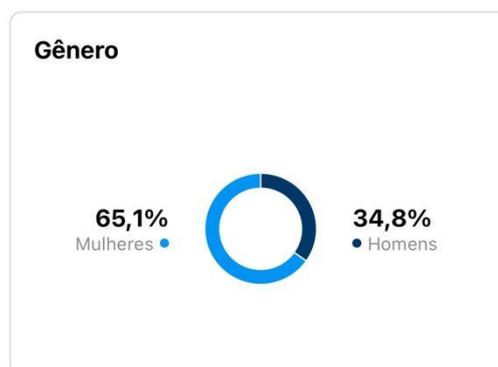
**Figura 4 – Faixa etária dos seguidores do Instagram em 2023**



Fonte: Autora (2023).

A figura 5 apresenta a porcentagem relativa ao gênero dos seguidores. Ela demonstra que, neste perfil, a maioria dos seguidores são do gênero feminino (65,1%).

**Figura 5 – Gênero dos seguidores do Instagram em 2023**



Fonte: Autora (2023).

Referente à predominância do público feminino, deve-se considerar que as mulheres são maioria nos cursos profissionais da Educação Básica. Dados do Censo Escolar 2018, do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), mostram a predominância de alunas em todas as faixas etárias, com

exceção dos alunos com mais de 60 anos. A maior diferença observada entre os sexos está na faixa de 40 a 49 anos, em que 60,7% das matrículas são de mulheres.

Concebe-se que as mulheres buscam mais acesso ao ensino técnico, visto que as turmas do ensino técnico em Administração são predominantemente formadas por mulheres. Desta forma, também são maioria na rede e nas interações. Além disso, considera-se ocorrerem algumas postagens da vida pessoal desta professora, em sua rotina pessoal e cuidados como mãe.

Na revisão sistemática já apresentada, dos cinco estudos que indicaram distribuição de gênero, três relatam predomínio de participantes mulheres. Em vista disso, compreende-se a massiva presença de professoras e alunas nesta rede.

## 4 CONTEÚDOS E ESTRATÉGIAS MOBILIZADOS NO INSTAGRAM DA PROFESSORA: EM FOCO, O ENSINO E A APRENDIZAGEM

Com o objetivo de identificar e analisar conteúdos disponibilizados pela professora e as estratégias da utilização desta conta do Instagram com foco na utilização da prática docente, primeiramente verificaram-se os conteúdos e a interação com a conta desta professora-pesquisadora, explorando as estratégias mobilizadas nos recursos *feed* estático, *reels*, *story* e *lives*. Foram consideradas as interações dos alunos com os conteúdos, denominado engajamento. Para isso, foram utilizados critérios como número de comentários, número de curtidas e número de seguidores, relacionando-os às estratégias utilizadas no perfil.

### 4.1 Conteúdos

Os conteúdos referentes às postagens possuem paridade entre dicas de empreendedorismo e busca por emprego. Tais temas foram abordados no perfil em formato de vídeos, mapas mentais, *banner*, indicação de livros e filmes dentro destas temáticas, além das postagens com frases motivacionais, considerando características desta rede. Por vezes se considerou a narrativa do humor e *lifestyle*, comum à rede, onde os usuários compartilham momentos do seu dia a dia produzindo.

Na abordagem de empreendedorismo, os temas exploram dicas para o pequeno empreendedor ou para quem aspira começar a empreender. São exemplos de temas publicados neste perfil: MEI, benefícios, quem pode ser, quanto custa, o que é alvará de funcionamento, a importância de um CNPJ, atitudes que levam a falências, entre outros.

Os conteúdos que obtiveram maior engajamento encontram-se na temática de recursos humanos voltados para a empregabilidade, como, por exemplo: o que não falar em uma entrevista de emprego, dicas para enviar currículo por *e-mail*, dicas para o currículo ser encontrado facilmente, o que pesquisar antes de uma entrevista de emprego. Destaca-se com maior número de curtidas (426) o conteúdo “7 dicas para entrar no mercado de trabalho”, publicado em 19 de maio de 2020, seguido pelo conteúdo da mesma temática, porém com uma abordagem humorada (meme), sobre envio de currículos para busca de emprego, com 391 curtidas.

Considerando que, para Rojo (2009), o letramento deve considerar a linguagem em diversos contextos sociais, até aqueles que são desvalorizados e marginalizados, proporcionar o conteúdo utilizando a linguagem da rede de forma humorada (meme) é considerar o multiletramento. Permitir ao aluno distinguir o propósito linguístico do conteúdo neste contexto específico do Instagram como rede social proporciona a utilização do letramento multissemiótico além do âmbito da escrita ao distinguir o conteúdo e explorar os recursos utilizados.

Para os professores, a necessária atualização às mudanças da sociedade e ao advento do ciberespaço gera a autonomia que se adquire na utilização de lugares de conhecimento que permitam a aquisição e a transferência de informações em atividades comuns que integram os indivíduos as redes sociais (LEVY, 2009). Assim, conhecendo tal transformação, as escolas precisam adentrar esse novo espaço em busca de tornar os estudantes conhecedores das múltiplas realidades. Desta forma, utilizar a linguagem da rede (meme) proporciona ao aluno a integração do conteúdo dentro da linguagem desta rede social.

## **4.2 Estratégias utilizadas pela professora na utilização do Instagram**

Para verificar as estratégias utilizadas no Instagram desta professora-pesquisadora, um dos objetivos desta pesquisa, foram identificadas as publicações feitas no Instagram @luagrigo considerando o contexto educacional. Desta forma, pode-se gerar contribuições para a utilização desta tecnologia por professores como ferramenta de ensino e aprendizagem. Na análise, verificaram-se as principais estratégias utilizadas neste perfil nos recursos: *feed* estático, *reels*, *stories* e *lives*.

### **4.2.1 Feed estático**

Esta professora-pesquisadora potencializou a utilização de recursos e aumentou a frequência de publicações de conteúdos no *feed* estático do Instagram utilizando artes elaboradas pelo Canva, uma ferramenta gratuita de *design*. Utilizando *layouts* pré-prontos, é necessário apenas editar o texto desejado. Tais artes foram publicadas no Instagram no contexto do curso técnico em Administração de Empresas.

Também foi iniciada a utilização da ferramenta *stories*, um recurso interativo cujo objetivo é a conexão com o público, sendo que as postagens têm duração de 24 horas. Após a inclusão destas publicações e a utilização diária do Instagram *stories*, observou-se um aumento gradativo no engajamento e no número de seguidores.

A divulgação do perfil foi feita pelo compartilhamento entre os próprios alunos e nas aulas remotas realizadas pelo aplicativo Teams, pois ele foi utilizado para ministrar aulas ao vivo de forma síncrona de março de 2020 até dezembro de 2021 pela instituição onde a professora-pesquisadora atua. Considerando que no período citado as turmas foram iniciadas remotamente, a interação com estes alunos era conduzida totalmente digitalmente, seja pelo Teams durante as aulas, seja pelo Instagram em suas interações.

Considerou-se o período posterior à postagem de 19 de maio de 2020, reproduzida na figura 6, como o período de utilização estratégica até os dias atuais.

**Figura 6 – Primeira publicação utilizando estratégias profissionais no perfil a partir de 19 de maio de 2020**



Fonte: Instagram @luagrigo (2020)/Autora (2022).

No *feed* estático verificou-se como característica da rede e cultura desta mídia a diversificação de conteúdo. Assim, considerou-se, também, o pessoal, utilizando a estratégia de diversificação na publicação dos conteúdos explorados, variando os *posts* com conteúdos de empreendedorismo, *marketing*, recursos humanos, fotos de formatura, e alguns momentos de vida pessoal, como viagens. Outra estratégia utilizada foi explorar assuntos em alta no momento, divulgados na rede e em outras mídias. À medida que se diversificou os conteúdos, notou-se, também, um aumento de engajamento.

O aumento na média de engajamento foi verificado a partir dos três critérios estabelecidos: número de seguidores, número de curtidas e número de comentários. O número da média de curtidas teve um acréscimo de 32 para 95 curtidas; os comentários tiveram um aumento de 1 para 12 comentários após a data considerada; e número de seguidores passou de 780 para 5.135.

Para fazer uma boa escolha e bom uso das tecnologias para os alunos, Tori (2015) aponta que é preciso conhecer a cultura da mídia, assim como foi executado antes da escolha da estratégia, para, assim, utilizá-la como consequência de um processo de design educacional, não como ponto de partida. Nesse contexto, o autor reforça que se deve aproveitar e utilizar a criatividade e as características dos jovens, que podem ser criativos e motivados, para proporcionar aprendizado divertido em vez de desmotivante. Por vezes, ao considerar os alunos desmotivados, como professores muitas vezes fazem, é preciso analisar as práticas atuais. Tori (2015) ressalta que jovens demonstram sua capacidade criativa e de inovação criando empresas inovadoras, como as que estão surgindo, que obrigam empresas tradicionais a inovarem. Desta forma é importante considerar publicações levando em conta as características desta rede social para se comunicar com os jovens, especialmente se o objetivo é desencadear um processo de ensino e aprendizagem.

Conforme apontado por Martins e Santos (2018), referente à comunicação produzida por ferramentas de mídias sociais, torna-se imprescindível que os efeitos da linguagem possam ser considerados e assumam uma grande importância. A linguagem é o vínculo social nas sociedades mais desenvolvidas e não assume, como na perspectiva tradicional, apenas as funções de comunicação e informação.

#### **4.2.2 Reels**

A ferramenta *reels* foi criada como resposta ao sucesso e crescimento da rede TikTok. Desta forma, se assemelha muito ao concorrente chinês. Permite o formato de vídeos curtos, de até 90 segundos, e sugere-se que sejam gravados na vertical, permitindo o acréscimo de áudio, imagens, textos e efeitos visuais. Os *reels* podem ser visualizados nos *stories*, no *feed* e em uma aba específica para o formato. Com objetivo de diversão e entretenimento, sugere-se uma linguagem descontraída. O recurso permite postar clipes produzidos com ferramentas de filtros de realidade aumentada, áudio e texto.

**Figura 7 – Vídeo divertido com conteúdo e comentários**



Fonte: Instagram @luagrigo (2021)/Autora (2022).

Na figura 7, vê-se um vídeo na ferramenta *reels* com conteúdo de Administração de Empresas, elaborado com recursos de animação e texto. A primeira parte demonstra a professora interagindo de forma descontraída com a música tendência do momento na rede (a), e a segunda apresenta os comentários nas interações (b).

O vídeo curto pode contribuir para desenvolver o nano e o *microlearning*, os quais compreendem a aprendizagem de conteúdos apresentados via recursos de curta duração, como áudios e vídeos. O perfil desta professora-pesquisadora possui 59 vídeos em formato *reels*, 47 deles produzidos após 19 de maio de 2020, data que

marca o início dos conteúdos voltados aos alunos. Diversos destes conteúdos, por vezes, utilizam a narrativa humorística na abordagem dos conteúdos.

A estratégia adotada nos *reels*, após estudar o perfil da cultura utilizada na ferramenta, foi utilizar músicas tendências do momento com uma abordagem humorada do conteúdo. Também foram utilizadas outras músicas que, através da pesquisa de suas letras, demonstraram frases que poderiam ser utilizadas para abordar o conteúdo. Tendo em vista a cultura de diversão e entretenimento da ferramenta, sugere-se uma linguagem descontraída neste ambiente.

De acordo com Passarelli, Junqueira e Angeluci (2014), as plataformas culturais contemporâneas sustentam a emergência de novas lógicas, novas semânticas e literacias, buscando o interesse dos alunos nativos e o desenvolvimento de práticas e conteúdos educativos que provoquem tais alunos. Assim, a ferramenta *reels* apresenta inúmeras possibilidades e pode contribuir muito com o desenvolvimento dos processos educacionais, lembrando que os alunos podem aprender não só nas escolas, mas em outros espaços, desenvolvendo-se através do entretenimento.

#### **4.2.3 Stories**

A ferramenta *stories* possibilita compartilhar situações do dia a dia, disponível nos formatos de *slideshow*, vídeos, fotos, além de ser possível utilizar textos, desenhos e *stickers* interativos para personalizá-los. A publicação fica salva por 24 horas, tendo como premissa o consumo diário na rede, visto que desaparece após esse período. Gerando a busca e curiosidade, o seguidor pode entender que irá perder alguma informação caso não acesse diariamente a plataforma. Por isso, esse recurso se apresenta com grande potencial para gerar conexão com os alunos, fornecendo possibilidades significativas com seus recursos, como enquete e caixinha de perguntas, que favorecem as avaliações diagnósticas e interação.

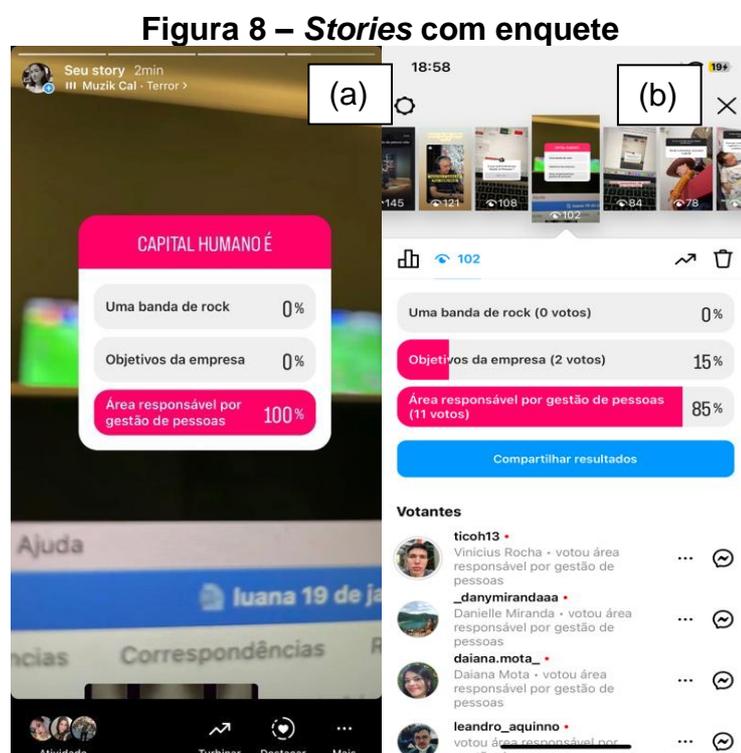
Esta ferramenta no perfil analisado foi utilizada inicialmente em 19/05/2020, tendo se tornado a principal ferramenta de estratégia para conexão com os alunos de forma diária. Algumas aplicações dos *stories* por esta professora-pesquisadora também foram utilizadas como método diagnóstico e de divulgação de conteúdos.

Essa ferramenta é costumeiramente utilizada pelos usuários evidenciando a vida privada, o cotidiano, a intimidade e a rotina. Assim sendo, além das publicações

de conteúdos, eventualmente ocorrem publicações sobre ocasiões da rotina da professora, mantendo as características da ferramenta.

Considerando as características do recurso *stories* no que tange à eliminação do conteúdo após 24 horas, cabe ressaltar que é possível deixar um *storie* salvo para acesso posterior, deixando-o como destaque no perfil. Além disso, é possível categorizar pastas que permitem organizar os conteúdos dos *stories* nos destaques, com uma capa nomeada, sendo possível determinar a organização por temáticas. No perfil analisado, os temas que nomeiam as pastas de destaques são: “Quem sou eu”, “Empreendedorismo”, “Livros”, “Meus alunos”, “Empregos”, “Não empreenda” e “Mentalidade”. Correspondem a vídeos e textos publicados com reflexões nas temáticas já apresentadas.

A ferramenta *stories* oferece diversos recursos para edição de vídeo ou texto, como música, figurinhas e Gifs. No perfil deste estudo, nota-se a utilização da figurinha enquete, permitindo ofertar alternativas de respostas dos seguidores sobre o conteúdo e, simultaneamente, analisar o percentual das respostas em tempo real, conforme ilustrado na figura 8.

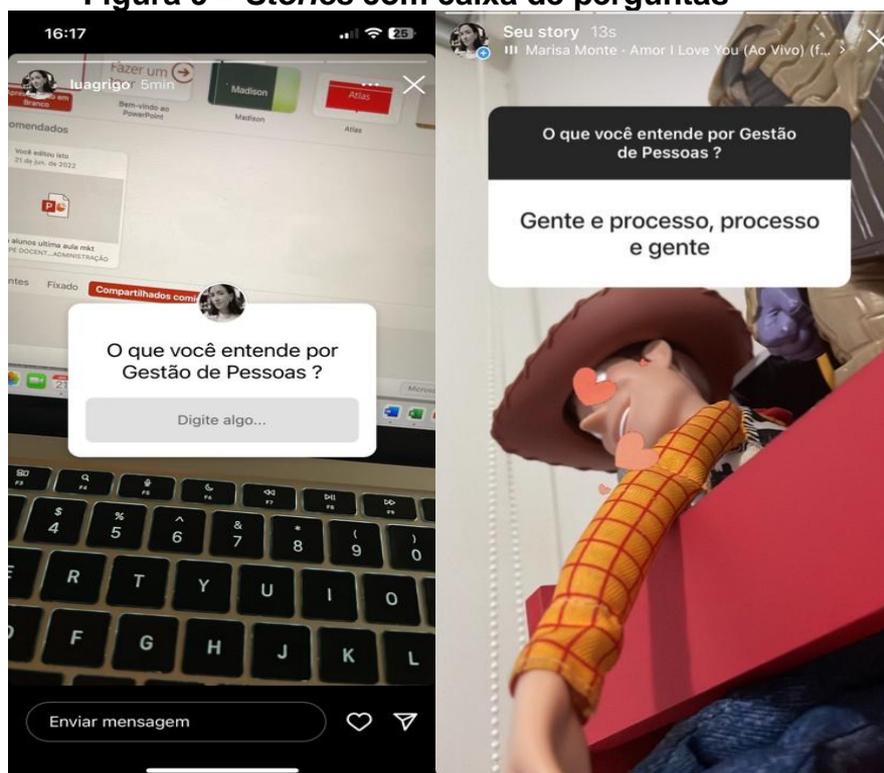


Fonte: Instagram @luagrigo (2021)/Autora (2022).

Conforme a imagem demonstra em (a), a enquete fica visível nos *stories*, e as respostas ficam visíveis apenas para o responsável pela conta (b). Somente o responsável pela conta, neste caso, a professora-pesquisadora, tem acesso aos alunos respondentes e ao percentual de cada resposta. Porém, o aluno visualiza, como em um jogo, se a opção escolhida como resposta está correta.

Outro recurso explorado nos *stories* deste perfil cotidianamente é a caixa de perguntas, gerando questões problematizadoras, o que permitiu receber respostas dos seguidores. Aqui também, a identificação da autoria das respostas fica acessível apenas ao autor da pergunta. As respostas podem ser postadas em novos *stories* pelo responsável da conta, sem identificação de autoria do respondente, gerando novas discussões.

**Figura 9 – Stories com caixa de perguntas**



Fonte: Instagram @luagrigo (2021)/Autora (2022).

A figura 9 mostra a caixa de perguntas (a), que pode ser respondida com foto, texto ou vídeo (b). A ferramenta proporciona engajamento com os alunos, e nos *stories* anteriores o assunto pode ser introduzido, gerando o debate e reflexões.

Dessa maneira, na ferramenta *stories* foram utilizados os recursos da enquete e caixa de perguntas, visando mobilizar engajamentos dos alunos. Backes e

Schlemmer (2014) destacam que a gamificação constitui-se em usar a lógica do *game* e estratégias para engajar os alunos na resolução de problemas, e que o processo de aprendizagem acontece na interação que permite a configuração de um espaço de convivência.

Além disso, na ferramenta *stories*, considerou-se conteúdo pessoal do dia a dia da professora. Para Castells (2012), as redes sociais representam relações afetivas que podem ser tanto pessoais como profissionais. Desta forma, é necessário que se estabeleça interações entre seus membros, compartilhamento de conteúdo de suas preferências e interesses comuns, e nesse caso, o substrato utilizado foram recortes da vida pessoal, sendo positivo o retorno que permite ao professor o vínculo com o aluno através da percepção e do pertencimento, demonstrado na figura 10.

**Figura 10 – Stories sobre a vida pessoal: aniversário do filho**



Fonte: Instagram @luagrigo (2023)/Autora (2023).

Também nesse contexto, Wallon (1979) considera duas funções básicas na constituição da personalidade: a afetividade e a inteligência. O autor considera que a afetividade facilita o processo de aprendizagem, ou seja, a afetividade com o professor

nesta rede, através da humanização da sua vida pessoal, pode gerar interesse nos alunos, facilitando o processo de ensino e aprendizagem, assim como para Freire (1996) a humanização era prioridade, considerando a relação entre professor e aluno.

Lido com gente e não com coisas. E porque lido com gente, não posso, por mais que, inclusive, me dê prazer, entregar-me à reflexão teórica e crítica em torno da própria prática docente e discente, recusar a minha atenção dedicada e amorosa a problemática mais pessoal deste ou daquele aluno ou aluna (FREIRE, 1996 p. 53).

Abordar um pouco da vida pessoal nos *stories* é permitir o aluno em suas relações pessoais, e na abordagem de Freire (1996) isso é esperado, considerando o afeto como propulsor da aprendizagem. Quando o professor se humaniza, o aluno pode ser afetado, facilitando o desenvolvimento para seu aprendizado.

#### 4.2.4 Lives

A *live* refere-se à transmissão ininterrupta feita em tempo real à gravação. É um recurso que permite convidar até três pessoas para interagirem com sua imagem e som, como que em uma ligação de vídeo, porém, sendo transmitida para todos os seguidores que tiverem interesse.

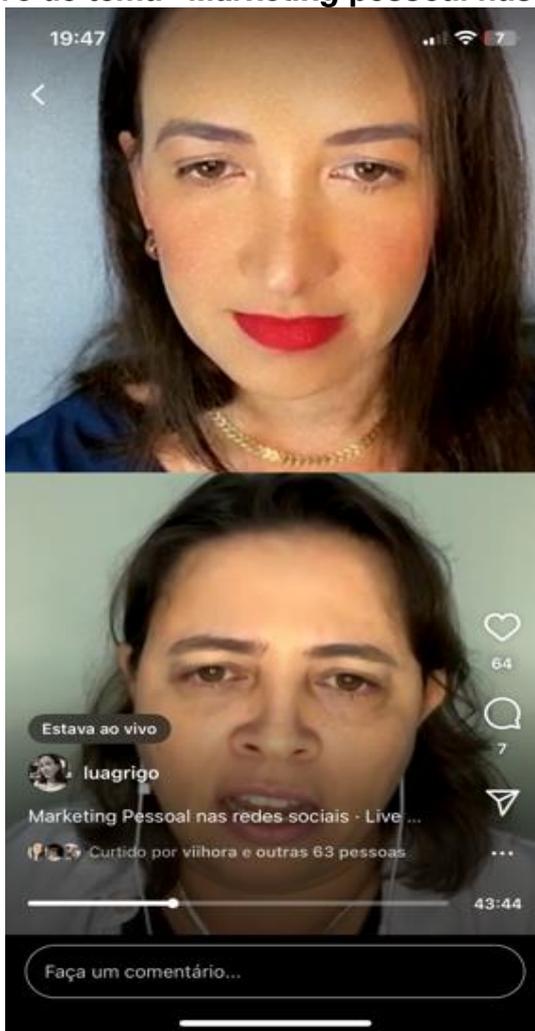
Em 27 de outubro de 2020, o Instagram anunciou em sua conta no Twitter, rede social semelhante a um *microblog*, a alteração do tempo de duração da transmissão das *lives*, que antes era de até 60 minutos, para até quatro horas.

Para utilização deste importante recurso no perfil desta pesquisa, utilizou-se uma divulgação prévia, visando alavancar a audiência para a data agendada da transmissão ao vivo. Para isso, utilizaram-se os *stories* da professora-pesquisadora e dos professores convidados, contando com o *sticker* de contagem regressiva para o dia, mês, e horário da *live*. Assim, ao visualizarem os *stories*, os alunos tinham a opção de ativar o recurso, recebendo um lembrete da *live* no dia e horário previstos para sua realização. Além deste recurso, também foram utilizados os grupos dos alunos no WhatsApp (criados pela instituição de ensino) para a divulgação com, no mínimo, uma semana de antecedência do evento. Ademais, no dia agendado, foram postados vídeos nos *stories* como lembrete, incentivando a participação dos alunos.

O perfil da professora participou de 16 *lives*, que ficaram disponíveis para seus seguidores assistirem de forma simultânea. Sob responsabilidade de seu próprio perfil, a professora-pesquisadora apresentou individualmente 5 *lives* com temáticas

sobre recrutamento e seleção; dicas para encontrar o primeiro emprego; currículo ideal; entrevista de emprego; dinâmicas e testes comportamentais. Duas *lives* ocorreram com as temáticas empreendedorismo e comportamento do empreendedor e planejamento. Estas *lives* tiveram em média 30 minutos de duração, com média de 20 alunos assistindo, interagindo e comentando.

**Figura 11 – Live de tema “Marketing pessoal nas redes sociais”**



Fonte: Instagram @luagrigo (2021)/Autora (2022).

Dois professores foram convidados para participar das *lives* sobre os temas de *marketing* pessoal e *bullying*, e uma aluna para o tema de jovem protagonista. A professora-pesquisadora também foi convidada para participar de *lives* temáticas de outros perfis, resultando em duas *lives* em perfis de alunas que possuem microempresas, participando nestas ocasiões com a temática empreendedorismo. Também participou das quatro *lives* em três perfis de professoras que, inclusive,

nunca tiveram contato presencial com a pesquisadora, e estavam em suas respectivas casas em Brasília, Ceará, Espírito Santo e Pernambuco. Tais convites partiram destas professoras, que também atuam no Instagram interagindo com seus alunos, possibilitando um diálogo sobre a prática dos professores com regionalidades e contextos diversos. Observou-se, nas *lives* realizadas em dupla, como convidada ou anfitriã, que o público foi superior ao das *lives* individuais, sendo, em média, de 40 pessoas. O período de duração de tais *lives* também foi superior, sendo, em média, de 50 minutos. Buscou-se sempre a utilização da internet banda larga no lugar de dados móveis.

A estratégia de promover proximidade entre os participantes, além da oportunidade de se aprofundar em um determinado conteúdo, permite a interação para compartilhar dúvidas ao vivo, pelo recurso comentar e enviar perguntas. Notou-se que os alunos interagiram com os comentários em todas as *lives*, utilizando a linguagem informal, com reações com os botões de coração, o que propiciou um ambiente descontraído, possibilitando a impressão de estar junto, mesmo sendo virtualmente. Também foi considerada uma estratégia de humanização o acompanhamento das interações de perguntas e comentários, tendo a professora respondendo aos questionamentos e sempre se dirigindo pelos nomes dos alunos.

As *lives* do Instagram proporcionam conhecimento e estabelecimento de relações sociais. De acordo com Lévi (1996) o virtual não se opõe ao real, mas ao atual. O desenvolvimento de um ambiente de convivência virtual entre professor e aluno se transforma como ambiente em que estão inseridos os dois. Nas *lives* transmitidas, há uma nova dimensão da transmissão do conhecimento e de interação.

Enfim, Schlemmer, Felice e Serra (2020) afirmam que a digitalização do mundo e a conexão generalizada permitem a elaboração de redes que interagem, nas quais a aprendizagem dialoga num processo de educação *on-life*, hiperconectada, em que real e virtual se misturam, provocando instituições, professores e estudantes a repensar a educação.

## 5 PRODUTO

Para resolver um problema específico de professores imigrantes digitais que não se apropriaram das redes sociais e lecionam para alunos nativos digitais conectados na rede Instagram, uma proposta estratégica identificada pela literatura é a intervenção de utilização do Instagram por professores.

Considerando o Instagram uma rede social com grande potencialidade, porém, como toda rede social, sujeito a ser efêmero e transitório, entende-se que sua apropriação para utilização criativa por professores no contexto educacional torna-se complexa pela não familiarização com sua usabilidade.

Desta forma, esse trabalho oferece como produto de pesquisa um curso *on-line* de formação de Instagram para professores, com aulas gravadas de forma prática, explorando a utilização das ferramentas básicas e possibilidades de uso desta rede social: *stories* (publicações disponíveis por 24 horas), vídeos (*reels*) e *lives* (vídeos ao vivo). O foco deste curso é a parte ferramental do Instagram, exibindo telas e sua usabilidade, para demonstrar o passo a passo de cada ação, permitindo a usuários que não tenham familiaridade com tal ferramenta o empoderamento pelo conhecimento da totalidade da rede social e de suas possibilidades de utilização.

O conteúdo programático do curso está estruturado em:

- Módulo I: Panorama geral da conta

Objetivo: contextualizar a operacionalização do Instagram e suas principais ferramentas

- Módulo II: Criando sua conta no Instagram

Objetivo: ensino de como criar a conta na Instagram

- Módulo III: Privacidade da conta/conta pública

Objetivo: explorar vantagens e desvantagens da conta pública e da privacidade da conta.

- Módulo IV: Conta comercial

Objetivo: diferenciar benefícios da conta pessoal e da conta comercial, demonstrar como alterar uma conta pessoal para comercial.

- Módulo V: *Direct* – mensagens privadas

Objetivo: apresentar a ferramenta de troca de mensagens privadas entre os usuários.

- Módulo VI: Bio – informações principais da sua página

Objetivo: instruir como produzir uma bio que seja significativa para o aluno.

- Módulo VII: *Feed* – a sua página

Objetivo: explicar o funcionamento de como publicar no *feed* e organizá-lo.

- Módulo VIII: *Reels*

Objetivo: mostrar como publicar *reels*, desde a edição e efeitos até transições para elaboração.

- Módulo IX: *Stories*

Objetivo: esclarecer como publicar *stories* e a utilização de todas suas ferramentas, como figurinhas, caixa de perguntas e enquete.

- Módulo X: *Lives*

Objetivo: ensinar como criar *lives*, convites e convidados.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Faz-se necessário iniciar tais considerações retomando a pergunta de pesquisa: como utilizar o Instagram de professores enquanto recurso pedagógico em situações de ensino-aprendizagem?

A partir desse questionamento, procedeu-se uma revisão de literatura dos últimos cinco anos para compreender a utilização do Instagram por professores, considerando a complexidade dessa questão no dia a dia e frente à necessidade de isolamento/distanciamento social exigida acentuadamente nos últimos anos.

Dos sujeitos envolvidos nos processos de ensino e de aprendizagem à adoção de novas posturas e metodologias, entende-se a utilização de novas tecnologias e a mudança significativa no desenvolvimento das atividades docentes como uma alteração da concepção do professor enquanto detentor de todos os saberes. Nessa nova relação pedagógica, na qual os alunos são nativos digitais, e os professores imigrantes, não é só o professor que possui os conteúdos e as informações. Retomando a lógica de Freire (1996), pode-se vislumbrar uma nova relação do professor enquanto mediador dos conhecimentos – ele é aquele que ensina, mas também aquele que aprende. Enquanto isso, os alunos, nativos digitais, estão posicionados em suas redes sociais e já consideram estes espaços para informações, conhecimentos e relacionamentos pessoais.

Verificou-se que existe possibilidade de conexão com os alunos através do Instagram, produzindo estímulos e reflexões que permitam a apropriação desta rede social para além do entretenimento e comunicação, possibilitando em seu uso a adoção de propostas didáticas significativas e o desenvolvimento de literacia digital.

Considerando a relevância da BNCC no que tange em específico à competência número 5, com foco na cultura digital, é desejada a utilização de recursos tecnológicos com bom senso e criticidade. Além do mais, entende-se que o Instagram permite o auxílio para aprendizagem, com potencial para facilitar a aproximação entre alunos e professores, reforçando o conceito de multiletramento, explanando as exigências de mudança das práticas em sala de aula, impactando várias áreas de conhecimento e facilitando algumas delas, como a produção didática e a utilização de artefatos digitais, além de afetar positivamente o vínculo com o aluno.

Este trabalho, de cunho qualitativo e exploratório, baseou-se em análise da conta do Instagram @luagrigo. Observando os dados apresentados, identificou-se a utilização de características e estratégias utilizando o Instagram por uma professora de ensino técnico, que se demonstraram adequadas para o processo ensino-aprendizagem. Salientam-se as estratégias destacadas neste perfil:

- *Feed* estático, via publicações fixas, possibilita a divulgação dos conteúdos nos formatos de mapas mentais, infográficos e *banners* com breves explicações na legenda. Mostrou-se um recurso proveitoso para divulgação científica, considerando como estratégia a diversificação de conteúdos.
- *Reels*, vídeos curtos que exploram o nano e *microlearning*. Ferramenta que demonstrou potencial para estimular os alunos a acompanhar o conteúdo, devido à abordagem descontraída deste formato. A estratégia dessa ferramenta constitui-se da utilização de músicas tendências do momento, utilizando uma abordagem humorada do conteúdo, desenvolvendo-se através do entretenimento.
- *Stories* foi um recurso que se mostrou útil ao mobilizar engajamento dos alunos, permitindo a interação através das respostas às enquetes e caixas de pergunta. Essa ferramenta também possibilitou estratégias de humanização, com o objetivo de aumentar o vínculo com os alunos por meio de publicações sobre a vida pessoal da professora-pesquisadora, na tentativa de produzir presencialidade e manter a característica da rede.
- Por fim, a ferramenta *live* permitiu a explanação de conteúdos além da interação com os comentários do *chat*, no formato de aulas ao vivo, propiciando um ambiente com notável proximidade entre os participantes, além da possibilidade de trazer especialistas em determinados temas. Tal recurso desenvolveu-se com a estratégia da proximidade entre os participantes e o aprofundamento de conteúdos.

No contexto dos processos de aprendizagem, verificou-se que as estratégias utilizadas para promover ensino e aprendizagem foram positivas, refletindo-se no engajamento dos alunos. Contudo, tais estratégias devem ser vistas como suporte, não a finalidade em si.

O Instagram pode contribuir significativamente para o contexto educacional (embora deva ser associado a outras estratégias de ensino e aprendizagem), pois ele preenche necessidades importantes dos alunos, os quais são, em sua maioria, nativos

digitais. Para isso, deve-se considerar a importância da formação de professores e o papel do Estado enquanto promotor de acesso à internet com qualidade e baixo custo para fins educacionais.

Também é importante considerar o acréscimo de trabalho para os professores, sendo necessário tempo de planejamento e execução para essa nova demanda, dando importância à saúde mental do professor, que precisa diferenciar sua vida pessoal da profissional (este, possivelmente, é um impasse da era atual para todos os usuários da rede).

Por fim, a pesquisa verificou haver oportunidades de empoderamento na divulgação do trabalho docente via redes sociais, inclusive da perspectiva empreendedora, atraindo até mesmo opções de outras fontes de ganho ao professor.

Os resultados deste trabalho abrem possibilidades para outras pesquisas como, por exemplo, foco na autoria digital, no empreendedorismo educacional, ampliando, assim, o alcance para outros contextos de educação formal e não formal.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, N. **A influência das redes sociais e aplicações na vida dos jovens.** Disponível em: <https://iasaude.pt/index.php/informacao-documentacao/recortes-de-imprensa/919-a-influencia-das-redes-sociais-e-aplicacoes-na-vida-dos-jovens>. Acesso em: 06 mai. 2022.

ANGELUCI, A. C. B. *et al.* Design Science Research como método para pesquisas em TIC na educação. *In: Anais do Congresso Internacional de Educação e Tecnologias | Encontro de Pesquisadores em Educação a Distância 2020*, São Carlos, 2020. Disponível em: <https://cietenped.ufscar.br/submissao/index.php/2020/article/view/1023>. Acesso em: 06 mai. 2022.

ARDI, P. Promoting learner autonomy through schoology m-learning platform in an eap class at an indonesian university. **Teaching English with Technology**, v. 17, n. 2, p. 55-76, 2020.

BACKES ; SCHLEMMER (2014). O processo de aprendizagem em metaverso: formação para emancipação digital. **Desenvolve: Revista de Gestão do Unilasalle**, Canoas, v. 3, n. 1, 2014.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2014.

BARBOSA, A. M. D. **Estudo de caso em uma escola da rede privada de Nerópolis - GO. PUC GOIÁS**. 2022. Disponível em: <https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/bitstream/123456789/3879/1/Estudo%20de%20caso%20em%20uma%20escola%20da%20rede%20privada%20de%20NeropolisGO.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2023.

BRASIL. **Base Nacional Comum Curricular (BNCC): educação é a base**. Brasília: Ministério da Educação, 2018.

BILLEN, M. #learningtoreflect: Preservice Teachers' Reflections on Instagram Billen. **Educational Renaissance**, v. 9, p. 1-14, 2020.

BOLAT, Y. **A Research on the Use of Social Media Networks by Teacher Candidates**. 2018. Disponível em: [https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&pr=on&ft=on&ff1=dySince\\_2018&pg=2&id=EJ1210288](https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&pr=on&ft=on&ff1=dySince_2018&pg=2&id=EJ1210288). Acesso em: 18 mar. 2023.

CAMPOS, E. Comunicação Móvel no Contexto Brasileiro. *In*: LEMOS, A.; JOSGRILBERG, F. (orgs.). **Comunicação e mobilidade**. Salvador: EDUFBA, 2009.

CARTER, D. TikTok é a terceira maior rede social mundial atrás do Instagram e Facebook. **E-marketer**. Disponível em: <https://www.emarketer.com/newsroom/index.php/tiktok-is-the-third-largest-worldwide-social-network-behind-instagramndfaceacebook/#:~:text=The%20social%20networking%20app%20surpassed,an%20additional%2040.8%25%20in%202021>. Acesso em: 06 mai. 2022.

CASTELLS, M. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2003.

CETIC. **Pesquisa TIC Educação**. 2021. Disponível em: <https://cetic.br/pt/pesquisa/educacao/indicadores/>. Acesso em: 06 mai. 2022.

CETIC. **Pesquisa TIC Kids Online Brasil**. 2022. Disponível em: <https://cetic.br/pt/pesquisa/kids-online/indicadores/>. Acesso em: 06 mai. 2022.

CNT, Confederação Nacional dos Transportes. **Confira os resultados da 143ª Pesquisa CNT/MDA**. Disponível em: <https://www.cnt.org.br/agencia-cnt/confira-resultados-pesquisa-cnt-mda>. Acesso em: 06 fev. 2023.

DANTAS, H. A afetividade e a construção do sujeito na psicogenética de Wallon. *In*: LA TAILLE, Y. **Piaget, Vygotsky, Wallon: teorias psicogenéticas em discussão**. São Paulo: Summus, 1992.

DAVID, F. F. *et al.* Uma proposta de uso do Instagram em metodologia aplicável em disciplinas do Ensino Médio. **Research, Society and Development**, Itajubá, v. 8, n. 4, p. 1-17, 2019.

DINCER, A. **Understanding the Characteristics of English Language Learners' Out-of-Class Language Learning through Digital Practices**. 2020. Disponível em: [https://eric.ed.gov/?q=%27INSTAGRAM%22+TEACHER&pr=on&ft=on&ff1=dtySince\\_2018&pg=2&id=EJ1265678](https://eric.ed.gov/?q=%27INSTAGRAM%22+TEACHER&pr=on&ft=on&ff1=dtySince_2018&pg=2&id=EJ1265678). Acesso em: 18 mar. 2023.

DRESCH, A.; LACERDA, D. P.; ANTUNES JUNIOR, J. A. V. **Design Science research**: método de pesquisa para avanço da ciência e tecnologia. Porto Alegre: Bookman, 2015.

FAVERO, R. V. M. **A cultura dos usos das redes na academia**: um olhar de professores universitários, brasileiros e italianos sobre o uso das mídias sociais na docência. 2016. 210 f. Tese (Doutorado) - Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre/RS, 2016.

FELICE, M. D.; SERRA, I. M. R. S.; SCHELEMMER, E. Educação OnLIFE: a dimensão e ecológica das arquiteturas digitais da aprendizagem. **Educação em Revista**. DOSSIÊ - Cultura digital e educação. 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/er/a/9mMf8kMd5kZntDYFV965v3n/?lang=pt&format=html>. Acesso em: 06 mar. 2023.

FGV/AESP. Pesquisa anual do uso de TI. 2022. Disponível em: <https://eaesp.fgv.br/producao-intelectual/pesquisa-anual-uso-ti>. Acesso em: 10 jan. 2023.

FLORIDI, L. **A Ética da Informação**. Oxford: Oxford University Press, 2013.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL. **O Futuro dos Empregos 2020**. Davos: Fórum Econômico mundial, 2020.

FREIRE, P. (2001). Carta de Paulo Freire aos professores . **Estudos Avançados**, v. 15, n. 42, p. 259-268. Recuperado de <https://www.revistas.usp.br/eav/article/view/9805>. Acesso em 18 mar. 2023.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GILSTER, P. **Digital Literacy**. Nova Iorque: John Wiley, 1997.

INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **Mulheres são maioria na educação profissional e nos cursos de graduação**. 2018. Disponível em: <<https://www.gov.br/inep/pt-br/assuntos/noticias/censo-escolar/mulheres-sao-maioria-na-educacao-profissional-e-nos-cursos-de-graduacao>>. Acesso em: 10 jan. 2023.

INSTAGRAM. **Explicando melhor o funcionamento do Instagram**. 2021. Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/shedding-more-light-on-how-instagram-works>. Acesso em: 10 jan. 2023.

KANTAR IBOPE MEDIA. **Inside vídeo – a (re)descoberta**. Disponível em: [https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2021/03/Inside-Video\\_A-Redescoberta.pdf](https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2021/03/Inside-Video_A-Redescoberta.pdf). Acesso em: 18 mar. 2023.

KELLY, S. M. K. “Quase ninguém fora do Facebook sabe o que acontece”, diz ex-funcionária. **CNN**. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/quase-ninguem-fora-do-facebook-sabe-o-que-acontece-diz-ex-funcionaria/>. Acesso em: 06 mai. 2022.

KOTLER, P. **Administração de Marketing**: Análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 1996.

LATOURETTE, B. **Jamais fomos modernos**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.

LEVY, P. **A conexão planetária**: o mercado, o ciberespaço, a consciência. São Paulo: Editora 34, 2001.

LEVY, P. Cibercultura: fragmentos. **Interface**: Comunicação, Saúde, Educação, v. 6, n. 1, p. 147-150, 1999.

LEVY, P. **O que é virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

LIMA, M. B.; GRANDE, P. B. Diferentes formas de ser mulher na hipermídia. *In*: ROJO, R. (org.). **Escola Conectada**: Os multiletramentos e as TICs. São Paulo: Parábola Editorial, 2013.

MAFFESOLI, M. **Le Temps des tribos**: Le déclin de l'individualisme dans les sociétés de masse. Paris: La Table Ronde, 2000.

MARTINS, E. C.; SANTOS, G. L. O desenvolvimento da capacidade de argumentação em mídias sociais digitais: o uso pedagógico do whatsapp. **Educação Temática Digital**, v. 20, n. 1, p. 137-152, 2018.

MAYNARD, A. S. Postar, curtir e aprender: o uso do Instagram no Ensino de História. *In*: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da

Comunicação XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus, AM – 4 a 7/9/2013. **Anais...** Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0181-1.pdf>>. Acesso em: 06 mai. 2022.

MENEZES, K. S. V. *et al.* A matriz SWOT como instrumento de gestão estratégica de uma instituição pública de ensino superior. **Revista S&G**, 2020. Disponível em: <https://www.revistasg.uff.br/sg/article/view/1763/1622>. Acesso em: 10 jan. 2023

MEŞE, C. **The Use of Social Networks among University Students**. 2019. Disponível em: [https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&pr=on&ft=on&ff1=dySince\\_2018&pg=2&id=EJ1177411](https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&pr=on&ft=on&ff1=dySince_2018&pg=2&id=EJ1177411). Acesso em: 18 mar. 2023.

MIREMBE, D. P. **Leveraging Social Media in Higher Education: A Case of Universities in Uganda**. 2019. Disponível em: [https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&pr=on&ft=on&ff1=dySince\\_2018&pg=2&id=EJ1235081](https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&pr=on&ft=on&ff1=dySince_2018&pg=2&id=EJ1235081). Acesso em: 18 mar. 2023.

MONTEIRO, J. C. S. Dá um like, se inscreve no canal e compartilha o vídeo: a atuação de professores como booktubers no YouTube. **Humanidades & Inovação**, v. 7, p. 276-285, 2020.

NASCIMENTO, A. P. S. *et al.* **Ética da informação e fake news no âmbito da desinformação**. 2019. Disponível em: <<https://conferencias.ufsc.br/index.php/enancib/2019/paper/viewPDFInterstitial/1153/758>>. Acesso em: 06 mai. 2022.

OLIVEIRA, P.; MOURA, P. **Manual interativo de utilização do Instagram como ferramenta pedagógica**. Rio Pomba: Instituto Federal Sudeste de Minas Gerais, 2020.

OPINION BOX. **Pesquisa Instagram no Brasil 3ª Edição** - Dados inéditos sobre o comportamento dos usuários da rede social com maior engajamento entre os usuários no mundo. 2021. Disponível em: <https://materiais.opinionbox.com/pesquisa-instagram>. Acesso em: 18 mar. 2023.

ÖZCAN, M. Turkish EFL Teachers' Perspectives on Web 2.0 Applications: Benefits and Potential Challenges. **Shanlax International Journal of Education**, v. 9, n. 2, p. 132-138, 2018.

PASSARELLI, B. Construindo Comunidades Virtuais de Aprendizagem: Tô Ligado - O Jornal Interativo da Sua Escola. **Informática Pública**, Belo Horizonte, v. 4, n. 2, 1999.

PASSARELLI, B. **Teoria e prática na educação linguística continuada**. 2002. Tese (Doutorado em Língua Portuguesa) – Programa de Estudos Pós-Graduados em Língua Portuguesa, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2002.

PASSARELLI, B. Literacias emergentes nas redes sociais: estado da arte e pesquisa qualitativa no observatório da cultura digital. *In*: PASSARELLI, B.; AZEVEDO, J. (org.). **Atores em Rede**: Olhares Luso-Brasileiros. São Paulo: Editora Senac, 2010.

PASSARELLI, B. **Juventude conectada**. São Paulo: Fundação Telefônica, 2014.

PASSARELLI, B.; BOTELHO, R. F. Literacias emergentes e educação: relato de uma experiência com a integração das TIC em escolas públicas de uma cidade da grande São Paulo. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 36, Manaus, 2013. **Anais...** Manaus: Intercom, 2013. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0181-1.pdf>. Acesso em: 18 mar. 2023.

PASSARELLI, B.; FRANCISCO, R. B. **Literacias emergentes e Educação**: relato de uma experiência com a integração das TIC em escolas públicas de uma cidade da grande São Paulo. *In*: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus, AM – 4 a 7/9/2013 2013. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0181-1.pdf>. Acesso em: 06 mai. 2022.

PASSARELLI, B.; JUNQUEIRA, A. H. A. Escola do Futuro (USP) na construção da cibercultur@ no Brasil: interfaces, impactos, reflexões. **Logos**: Comunicação e Universidade, Rio de Janeiro, v. 34, n. 1, p. 62-75, 2011.

PASSARELLI, B.; JUNQUEIRA, A. H. **Gerações Interativas Brasil** - Crianças e Adolescentes Diante das Telas. São Paulo: Escola do Futuro/USP, 2012.

PASSARELLI, B.; JUNQUEIRA, A. H. A.; ANGELUCI, A. C. B. Os nativos digitais no Brasil e seus comportamentos diante das telas. **Matrizes**, v. 8, n. 1, p. 159-178, jun. 2014.

PERISSÉ, G. Curtir, comentar e Compartilhar. **Revista Educação**, 2013. Disponível em: <https://revistaeducacao.com.br/2013/08/02/curtir-comentar-e-compartilhar/#:~:text=O%20curtir%20%C3%A9%20uma%20forma,nos%20curtem%20curtir%C3%A3o%20nossos%20textos>. Acesso em: 15 jan. 2023.

PUC -RS PESQUISA. **3% dos jovens acreditam que a convergência entre virtual e físico é positiva**. 2020. Disponível em: <https://www.pucrs.br/blog/73-dos-jovens-acreditam-que-a%E2%80%AFconvergencia%E2%80%AFentre-virtual-e-fisico-e-positiva%E2%80%AF%E2%80%AF/>. Acesso em: 06 mai. 2022.

PISA BRASIL. Relatório Brasil no Pisa 2018. 2020. Disponível em: [https://download.inep.gov.br/publicacoes/institucionais/avaliacoes\\_e\\_exames\\_da\\_educacao\\_basica/relatorio\\_brasil\\_no\\_pisa\\_2018.pdf](https://download.inep.gov.br/publicacoes/institucionais/avaliacoes_e_exames_da_educacao_basica/relatorio_brasil_no_pisa_2018.pdf). Acesso em: 10 jan. 2023

RAMAZANOĞLU, M. An Investigation of Pre-Service Teachers' Motives for Using Instagram. **International Journal of Curriculum and Instruction**, v. 13, n. 1, p. 437-449, 2021.

REIS, V.; MENDES, G. M. L. De iniciantes a vanguardistas: o uso de tecnologias digitais por jovens professores. **Holos**, Natal, v. 1, n. 1, p. 297-316, 2018.

RESEARCH & INSIGHTS TIKTOK BRASIL. **Pesquisa sobre Relação com Dinheiro conduzida pela Octolab e MindMiners**. Brasil, 2022. Disponível em: <https://www.tiktok.com/business/pt-BR/blog/mergulhe-na-nova-era-da-educacao-financeira-e-das-financas-no-tiktok>. Acesso em: 18 mar. 2023.

ROJO, R.; MOURA, E. **Multiletramentos na escola**. São Paulo: Parábola, 2012.

SANTIAGO, P. R. P. Metaverso pode revolucionar mundo dos esportes e da ciência. **Jornal da USP**, São Paulo, 2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/?p=477847>. Acesso em: 06 mai. 2022.

SANTOS, K. E. O.; CARVALHO, A. B. G. Mídias sociais e educação em tempos de pandemia: O TikTok como suporte aos processos de ensino e aprendizagem. **Em Teia** - Revista de Educação Matemática e Tecnológica Iberoamericana, v. 11, n. 2, 2020.

SARI, F. M. Undergraduate Students' Perceptions Toward Blended Learning through Instagram in English for Business Class. **International Journal of Language Education**, v. 3, n. 1, p. 64-73, 2021.

SCHLEMMER, E. Formação de professores na modalidade on-line: experiências e reflexões sobre a criação de espaços de convivência digitais virtuais. **Em Aberto**, Brasília, v. 23, n. 84, nov. 2010.

SOCIAL BAKERS. **Relatório de tendências de mídia social da Socialbakers**: quarto trimestre de 2019. São Paulo: Social Bakers, 2019.

TEC MUNDO. **TikTok**: Reels do Instagram está muito longe de superar rival. Set./2022. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/247557-tiktok-reels-instagram-superar-rival.htm>. Acesso em: 10 jan. 2023.

TORI, R. **Educação sem distância**: as tecnologias interativas na redução de distâncias em ensino e aprendizagem. São Paulo: Editora Senac, 2010.

TORI, R. Tecnologia e metodologia para uma educação sem distância. **Em Rede** – revista de educação a distância, v. 2, n. 2, 2015. Disponível em: <https://www.aunirede.org.br/revista/index.php/emrede/article/view/64/82>. Acesso em: 06 fev. 2023.

UBAEDILLAH *et al.* An Exploratory Study of English Teachers: The Use of Social Media for Teaching English on Distance Learning. **Indonesian Journal of English Language Teaching and Applied Linguistics**, v. 5, n. 2, p. 361-372, 2018

ÜNSAL, H. **The Use of Social Media by Prospective Teachers and Their Practice Aims of Web Technologies in Turkey**. 2018 Disponível em: [https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&pr=on&ft=on&ff1=dySince\\_2018&id=EJ1192726](https://eric.ed.gov/?q=%22instagram%22+and+%22teacher%22&pr=on&ft=on&ff1=dySince_2018&id=EJ1192726). Acesso em: 18 mar. 2023.

WALLON, H. **Psicologia e educação da criança**. Lisboa: Editorial Veja, 1979.

WE ARE SOCIAL. **Relatório Especial Digital 2021**: seu guia definitivo para o mundo digital em evolução. Londres: We are social, 2021.

YANASE, M. H. **Gestão de Marketing & Comunicação**: avanços e aplicações. São Paulo: Saraiva, 2013.