

## **O INSTAGRAM NO PROCESSO DE ENGAJAMENTO DAS PRÁTICAS EDUCACIONAIS: A dinâmica para a socialização do ensino-aprendizagem.**

**André Luiz Alves**

Doutorando em Educação - Linha Educação e Comunicação, na Universidade Tiradentes (PPED/UNIT-Bolsista FAPITEC/SE). Mestre em Educação (PPED/UNIT-Bolsista PROCAPS). Graduado em Comunicação Social: Publicidade e Propaganda – UNIT. Pesquisador do Grupo de Pesquisa Educação, Tecnologia da Informação e Ciberultura (GETIC/UNIT/CNPq). E-mail: andrealves@hotmail.com

**Marlton Fontes Mota**

Mestre em Educação pela Universidade Tiradentes – PPED/UNIT. Graduado em Direito - UNIT. Especialista em Direito Processual Civil - UNYAHNA. Professor do Curso de Direito - UNIT. E-mail: marltonmota@hotmail.com

**Thiago Passos Tavares**

Aluno especial do Mestrado em Educação da Universidade Tiradentes - PPED/UNIT. Graduado em Direito - UNIT. Especialista em Direito Público - UNESA. E-mail: admpublico@hotmail.com

### **RESUMO**

As tecnologias digitais têm provocado um exercício de ajustamento da cultura educacional formal às possibilidades de novas práticas de ensino-aprendizagem, que são desenvolvidas num processo de interatividade e de comunicação colaborativa, fertilizando novas práticas de leitura e letramento. O artigo, nesse contexto, aborda sobre o uso de aplicativos e *sites* de redes sociais digitais, e em especial, da utilização do *Instagram* no âmbito educacional, com base nas funcionalidades do *app* e dos seus recursos técnicos que empreendem relações mais dinâmicas e ágeis entre os seus usuários, com foco na comunicação e autoria visual. Com base numa pesquisa qualitativa, de cunho analítico e descritivo para a investigação da realidade, procurou-se evidenciar os atributos do *Instagram* como um difusor de novas formas de encontros colaborativos na rede para a Educação. Os resultados apontam que diante de um número considerável de funcionalidades e recursos, o *Instagram* permite o fluxo intenso de experiências, onde prepondera a comunicação e autoria visual, num feixe de características que podem propiciar a cocriação de práticas pedagógicas e educativas que motivarão novas publicações em sequência, ampliando o engajamento do usuário/aluno e dos demais seguidores.

**Palavras-chave:** Interatividade. Cultura Digital. Rede. Conectividade.

### **ABSTRACT**

The digital technologies have provoked an adjustment of the formal education culture according to the new possibilities of new teaching and learning practices that are developed through a process of interactivity and collaborative communication, fertilizing new practices of reading and literacy. In this context, this paper approaches the use of apps and social networks, especially Instagram, in the educational space, based on these app functionalities and on its technical

resources, which allow more dynamic and agile relationships among its users, focusing on the visual communication. Based on a qualitative research, with an analytical and descriptive approach, we aimed to evidence the attributes of Instagram as a source of new online forms of collaborative encounters for education. The results point that, in face of a considerable number of functionalities and resources, Instagram allows an intense flow of experiences, in which prevails the visual communication, with a set of characteristics that may make possible the co-creation of pedagogical and educational practices that will encourage new published works about this subject. Thus, it will amplify the engagement of the users/students and other followers.

**Keywords:** Interactivity. Digital culture. Networks. Connectivity.

## 1 INTRODUÇÃO

Acompanhando a crescente imersão nos aplicativos e *sites* de redes sociais digitais que vêm reinventando os processos comunicacionais, propiciando a fertilização de novas práticas de leitura e de (re)definição da forma de difundir o conhecimento, o *app Instagram* se insurge nesse espaço virtual, numa perspectiva de se tornar o difusor de novas formas de encontros colaborativos na rede, por se apresentar como uma rede social *online* focada na comunicação e autoria visual.

O aplicativo surgiu no cenário do Ciberespaço no ano de 2010 e vem ganhando seguidores numa proporção gigantesca, pois, além de ser gratuito, possibilita a postagem de imagem, aplicando efeitos sobre ela antes de compartilhar com o público, e graças ao seu apelo visual, ele proporciona todas as vantagens informativas que uma imagem é capaz de produzir.

O Ciberespaço é um ambiente complexo, e a cultura política cresce nesse caldo efervescente, gerando novos processos e produtos. A nova potência da emissão, da conexão e da reconfiguração, os três princípios maiores da Cibercultura estão fazendo com que possamos pensar de maneira mais colaborativa, plural e aberta. Sempre que podemos emitir livremente e nos conectar a outros, cria-se uma potência política, social e cultural: a potência da reconfiguração e da transformação. A cultura contemporânea, do digital e das redes telemáticas, está criando formas múltiplas e multimodais e planetárias de recombinações. (LEMOS; LEVY, 2010, p. 27).

No *Instagram* é possível comentar e curtir (*like*) cada foto postada pela rede de seguidores do usuário, e fazer uso de *hashtags* (#), funcionalidades estas que no ano de 2015 atraíram 400 milhões de usuários para essa nova plataforma digital contando sempre com a força das imagens para transmitir mensagens mais dinâmicas e ágeis, suprimindo a expectativa da grande maioria dos seus usuários que buscam uma forma de comunicação instantânea, objetiva e direta.

André Luiz Alves | Marlton Fontes Mota | Thiago Pontes Tavares

O “*Insta*”, como é popularmente chamado, foi comprado pelo *Facebook* (de Mark Zuckerberg), por US\$ 1 bilhão, no ano de 2012, e como política da empresa adquirente foi mantida a atuação independente do *Instagram* dentro da empresa *Facebook*, não vinculando a existência de conta no “*Face*” para a abertura de registro no *Instagram*.

Nesta perspectiva, o *Facebook* tem provocado mudanças substantivas na arquitetura de outros *sites*, *blogs* e redes sociais, que buscam se adequar a sua estrutura para compartilhamentos de conteúdos e interfaces. E não só. *Smartphones*, *tablets* e computadores também já são produzidos com *hardwares* e aplicativos capazes de enquadrar ao seu design e especificações técnicas. Recentemente o *Facebook* adquiriu duas outras grandes redes de relacionamento, o *WhatsApp* e o *Instagram*. (PEIXOTO, 2014, p. 229).

Seguindo-se a esteira dos aplicativos e *sites* de redes sociais digitais que lhe antecederam o *Instagram* se propõe a compatibilizar perfis de usuários que dinamize o tempo dedicado às redes sociais *online*, e trate os temas propostos nas postagens com objetividade, o que exige a criatividade do usuário para municiar-se de seguidores em número suficiente para garantir a maior divulgação dos seus “*posts*”.

A rede social *Facebook* foi criada como espaço de encontro virtual que possibilita ao usuário publicar, partilhar e interagir num ambiente informal que apresenta um design atrativo de fácil usabilidade. Esta rede social é utilizada por milhares de pessoas por todo mundo que a utilizam como um grande catálogo de informações e entretenimento. (MATOS; FERREIRA, 2014, p. 387).

Embora trace um perfil mais segmentado de comportamentos, como veremos no decorrer deste texto, o *Instagram* tem sido utilizado como uma nova prática de letramento que é própria da cultura digital em ascensão, e que de acordo com Porto e colaboradores (2017), as tecnologias de escrita desempenham esse papel de organização e reorganização dos processos comunicativos e educativos.

Portanto, a proposta deste artigo é a de vislumbrar sobre a viabilidade na utilização do *Instagram* para a promoção de diversas práticas educacionais, haja vista a sua tendência à produção de uma cultura de entretenimento onde a criatividade se alia ao propósito de engajar seguidores, sob o formato de vídeos e fotos, sem o compromisso explicativo e conceitual de um processo de escrita.

Seguindo a proposta elementar e sequenciada dos demais aplicativos e *sites* de redes sociais digitais que lhe antecederam, o “*Insta*” também propõe formalizar um movimento de interatividade entre o objeto e o sujeito no Ciberespaço, alternando e fundindo o leitor e emissor

André Luiz Alves | Marlton Fontes Mota | Thiago Pontes Tavares

que passam a exercer o protagonismo repartido e intensificado no *Instagram*, criando, inclusive, novas “portas” de entrada ao mundo da informação com o uso das *hashtags* (#).

Questiona-se o fato de que o *Instagram*, em relação ao *Facebook* (2004) e o *WhatsApp*<sup>1</sup> (2009), estaria mais “engajador” e convidativo, pois, tem o público mais jovem como maioria do seu total de usuários, sendo este um grande diferencial para as estratégias de marketing das empresas.

A história de criação do *Facebook* é atualmente bastante conhecida, para que em muito contribuiu a sua abordagem no cinema em 2010 com o filme *A rede social* (*The social network*) de David Fincher, onde se conta o essencial da história verídica da criação desta rede social inicialmente designada *Thefacebook*. (AMANTE, 2014, p. 29).

Registra-se que no mês de abril de 2017, o aplicativo alcançou a marca de mais de 700 milhões de usuários ativos no mundo e para o início do ano de 2018 confirmou a marca de mais de 800 milhões de usuários. E esse crescimento se deve, especialmente, à ampliação das funcionalidades e recursos disponibilizados no aplicativo, tais como vídeos, *direct*, *stories*, ficheiros de localização, dentre outros.

Pesquisadores nas diversas áreas do ensino-aprendizagem, compreendem que o maior engajamento no *Instagram* em relação a outros aplicativos e *sites* de redes sociais digitais, e em especial ao *Facebook*, é decorrente da definição aplicada para o perfil de cada usuário, e no caso do “*Face*”, o conteúdo postado pelo usuário é entregue de imediato a um percentual mínimo da rede de amigos do usuário, havendo um processo de crescente interação daquela postagem a cada visualização e curtidas realizadas pelos integrantes da rede, que possibilitam a sua expansão. No *Instagram*, por sua vez, a imagem postada é difundida com grande eficiência em virtude de sua base receptora ser muito superior à do *Facebook*, confirmando-se um maior engajamento pelos seguidores do usuário no “*Insta*”.

Com o advento da internet e da Web 2.0 o *Facebook* possibilitou aos usuários utilizar vários recursos comunicacionais, como: ver notícias, enviar mensagens *in box*, registrar e participar de eventos, criar, convidar e participar de um grupo fechado sobre uma determinada temática, postar fotos e *links*, compartilhar arquivos, vídeos, chamada por vídeo, criar e abaixar aplicativos, realizar discussões, entre outras possibilidades. (MATOS; FERREIRA, p. 387-388).

<sup>1</sup> O *WhatsApp* é um dispositivo de interação social virtual que também vem sendo utilizado como forma de aprendizagem em diversos âmbitos da nossa sociedade e por diversas pessoas, inclusive pessoas surdas que utilizam tal dispositivo, visando realizar interação social [...]. (LOBATO, 2017, p. 69).

André Luiz Alves | Marlton Fontes Mota | Thiago Pontes Tavares

Enfim, o *Instagram* foi criado para ser ágil e atender o célere modo de vida dos internautas, e a informação postada pelo usuário é submetida a um movimento de (re)transformação de sentidos a cada engajamento dos seus seguidores, que a cada “*like*” e comentário produzem novas tendências (incluindo *hashtags*, *emojis* etc.) para o mesmo formato original da mensagem.

O *Instagram*, carinhosamente apelidado de “*Insta*”, vem ganhando força no Ciberespaço. Este absorve uma parcela significativa de interatividade com a geração mais nova de usuários, sendo grande atrativo para o mercado de negócios. Em especial, para aquelas empresas que potencializam o marketing de conteúdo visual dos seus produtos – e que sejam especialmente vocacionados para o público jovem.

Esse campo vasto e atrativo que é o Ciberespaço invoca a necessidade de potencializar uma nova arquitetura de desterritorialização, e que de acordo com Levy (2015) traz maneiras de perceber, sentir e trabalhar, e é um ambiente que é nômade urbanístico, pontes e calçadas líquidas do espaço do saber. No ciberespaço, as pessoas se relacionam, trocam informações e recursos, mas também constituem redes de laços interpessoais que proporcionam sociabilidade, apoio, integração e identidade social. (LAPA; GIRARDELLO, 2017, p. 29). Nesse contexto, é perceptível a aplicação educacional do *Instagram*, mesmo sob a conotação de que se trata de um *app* que produz e conduz informações ao dinamismo da mensagem visual, mas, que é publicada sem a finalidade de vê-la em compartilhamento público (não existindo essa função no aplicativo), mas sendo suficiente a sua visualização e curtida para consolidar o engajamento desejado.

Nas palavras de Lemos (2014), ao comentar sobre os usos do “*Face*” e do *Twitter*, há a afirmação de que os citados aplicativos e *sites* de redes sociais digitais poderiam servir para organizar mobilizações políticas e não somente para mostrar banalidades do cotidiano, e desse pensamento é possível perceber que nesse nosso mundo mutante, educar a nova geração, diante ao processo de transformação que a sociedade tem vivenciado em altíssima velocidade, requer a implementação de recursos educacionais em plataformas dinâmicas, ágeis e que despertem o lado visual da informação, possibilitando o seu consumo imediato e repetido.

Este estudo é enfático ao demonstrar a potencial aplicação do *Instagram* como ambiente de aprendizagem colaborativa e interativa para a produção de conhecimento, por meio da

André Luiz Alves | Marlton Fontes Mota | Thiago Pontes Tavares

socialização de conteúdos e da produção de processos comunicativos mais dinâmicos e que produzam um maior engajamento da nova, e da não tão nova, geração de usuários, compatibilizando interesses mais empreendedores, o agendamento de publicações, a possibilidade de fazer enquetes sobre determinado assunto, e a utilização das demais funcionalidades e recursos que o *Instagram* proporciona, a exemplo do “saiba mais” no *stories*, dentre outros.

E essas autorias imagéticas produzidas no “*Insta*” poderão atuar de forma adequada – quando utilizadas com intencionalidade pedagógica – mediante os fluxos interacionais e comunicativos dos processos de ensino-aprendizagem, possibilitando o uso desse conteúdo focado no visual que é permitido pelo aplicativo, para tornar relevante e mais dinâmica as postagens e práticas educativas; com o objetivo de atender aos perfis dos destinatários das mensagens.

A divulgação de informações postadas no processo de mediação pedagógica de conteúdos perante o *Instagram*, ao serem acessadas pelo aluno/usuário, ficarão relacionadas ao seu perfil e provocarão o engajamento de outros usuários (seguidores), criando um ambiente favorável para o desenvolvimento de um perfil crítico-reflexivo desse aluno, sendo este um dos pontos demarcados no objetivo central do presente artigo, que pretende da mesma forma, apresentar as funcionalidades, recursos e facilidades propostas pelo *app*.

Por intermédio da pesquisa bibliográfica sobre a Cibercultura e seus artefatos tecnológicos (aplicativos e *sites* de redes sociais digitais), ressaltando a percepção sobre o aplicativo *Instagram*, buscou-se demonstrar as possibilidades pedagógicas no uso do “*Insta*” nos processos de ensino-aprendizagem.

[...] O “cyber” é também o resultado da convergência, cada vez mais, intrínseca entre cultura e técnica, um espaço como um lugar “animado”, de práticas e movimento, um cruzamento de sujeitos, informações em movimento, em transito, um lugar de fluxos e encontros, um fenômeno marcante nas transformações socioeconômicas desde o final do século passado. (LINHARES; CHAGAS, 2017, p.21).

Aplicando-se o método de pesquisa qualitativa, de cunho analítico e descritivo para a investigação da realidade, por meio das experiências narradas nos *Blogs* dos especialistas no uso das funcionalidades e recursos do aplicativo. O estudo se desenvolveu em dois eixos, contendo no primeiro deles, a informação sobre as características, funcionalidades e efetiva

André Luiz Alves | Marlton Fontes Mota | Thiago Pontes Tavares

compreensão sobre os recursos inerentes ao *app Instagram*, e no segundo eixo, abordou-se a respeito da conectividade e engajamento no “*Insta*”, sob o aspecto efêmero e fragmentado proposto pelo aplicativo, e que se compatibiliza com o processo de hipermobilidade assumida pela nova geração de estudantes, que vivenciam o tempo presente, sob o acesso às informações escritas mais curtas e objetivas.

## 2 É “INSTA” QUE FALA, NÉ?

O *Instagram* é um aplicativo de redes sociais digitais cujas principais características são justamente a sua leveza funcional e interface simplificada e amigável. Desde o seu desenvolvimento por Mike Krieger e Kevin Systrom no ano de 2010, segundo dados do *Google Play* (2018), o *app* já foi instalado em mais de 1.000.000.000 (um bilhão) de dispositivos móveis em todo o planeta somente em usuários com sistema *Android*. Na visão de Systrom e Krieger (2013) o *Instagram* é: “[...] um reflexo da nossa comunidade de culturas, idades e crenças diversificadas. Nós passamos muito tempo pensando sobre os diferentes pontos de vista para criar um ambiente aberto e seguro para todos”.

Desse modo, o acesso à comunidade depende da instalação do aplicativo, que somente é permitida em dispositivos móveis e, são compatíveis com os sistemas operacionais *iOS* da *Apple*, *Android* da *Google* e *Windows Mobile* da *Microsoft*. Em seu termo de uso exige-se como principal requisito para cadastro nesta rede social digital, que usuário tenha no mínimo 13 anos de idade completos. Além disso, é vedado expressamente no termo de uso a exposição de nudez, exaltação ao terrorismo, crime organizado ou grupos de ódio no *Instagram*.

Um sistema operacional é um programa que atua como intermediário entre o usuário e o *hardware* de um computador. O propósito de um sistema operacional é propiciar um ambiente no qual o usuário possa executar outros programas de forma conveniente, por esconder detalhes internos de funcionamento e eficiência, por procurar gerenciar de forma justa os recursos do sistema. (SILBERSCHATZ; GALVIN; GAGNE, 2004, p. 22).

Depois de cadastrado o aparelho móvel na rede social digital é possível o acesso de modo limitado também em formato *web* com navegadores como *Firefox*, *Opera*, *Microsoft Edge*, *Safari*, *Google Chrome* etc. Muito embora sua principal função só execute em dispositivos móveis, qual seja o compartilhamento de imagens e vídeos, que comporta também a

André Luiz Alves | Marlton Fontes Mota | Thiago Pontes Tavares

possibilidade de interação via *chat* entre usuários cadastrados, proporcionando a atratividade de pessoas do mundo inteiro.

No tocante ao compartilhamento de imagens no *Instagram* existem alguns requisitos técnicos relevantes a serem observados, que se mostram descritos nas políticas de uso do aplicativo, que são: largura mínima da imagem deve conter 500 *pixels*; a tolerância em relação a proporção é de 1%; a proporção mínima da imagem deve ser de 4:5; comprimento máximo do texto é de 2200 caracteres; número máximo de *hashtags* no texto é de 30; e número máximo de imagens em carrossel é 10.

Com versão atualizada em 01 maio de 2018 é possível compartilhar momentos na linha do tempo do aplicativo com a postagem e redimensionamento de fotos e vídeos. Além disso, seus utilizadores podem contar com uma infinidade de filtros (*Clarendon, Gingham, Moon, Lark, Reyes, Juno, Slumber, Crema, Ludwig, Aden, Perpetua, Amaro, Mayfair, Rise, Hudson, Valencia, X-Pro II, Sierra, Willow, Lo-Fi, Inkwell, Hefe e Nashville*) que possibilitam ajustar a aparência das imagens de acordo com filtro desejado.

No que concerne ao compartilhamento de vídeos no *Instagram*, segundo Karola (2017) é necessário que se cumpra alguns requisitos, quais sejam: resolução mínima de 600 x 315 *pixels* (1,91: 1 em formato paisagem) / 600 x 600 *pixels* (1: 1 em formato quadrado) / 600 x 750 *pixels* (4: 5 em formato vertical); comprimento máximo de 60 segundos; tamanho máximo de 4 GB; codificação de vídeo suportado: H.264 ou VP8; codificação de áudio suportado: AAC ou VP8; taxa de quadros: 30fps no máximo; taxa de *bits*: não há limite para o arquivo de taxa de *bits* se você estiver usando a codificação de duas passagens, desde que o arquivo não exceda 1 GB.

Caso contrário, 8 *megabits* por segundo para 1080p e 4 *megabits* por segundo para 720p; proporção de vídeo: Paisagem (1,91: 1), Quadrado (1: 1), Vertical (4: 5); Texto do comprimento da legenda: 2.200 caracteres no máximo; proporção da imagem em miniatura: deve corresponder à proporção do seu vídeo.



André Luiz Alves | Marlton Fontes Mota | Thiago Pontes Tavares

Não obstante, assim como o aplicativo *Snapchat*<sup>2</sup>, o "*Insta*" detém ainda a função "*stories*" ou em português "histórias" com a qual é possível transmitir fotos ou vídeos curtos modo compartilhado que desaparecem depois de 24 horas. É possível realizar gravações de vídeo com áudio ou textos, com boa qualidade dependendo da velocidade da conexão com a internet, mostrando-se como um recurso poderoso e versátil na rede mundial de computadores.

Ademais, como já foi mencionado na seção introdutória, no ano de 2012, o *Instagram* firmou parceria com o *Facebook*, que até então dominava o território das redes sociais digitais vislumbrando melhorias no sistema a fim de aprofundar a qualidade e interatividade e experiência dos seus membros na rede. Atualmente, é possível que o usuário escolha se a imagem ou vídeo postado no *Instagram* seja também compartilhado em outros aplicativos e sites redes sociais digitais, como o *Facebook*, *Twitter* e *Tumblr*.

Portanto, a versatilidade do *Instagram*, aliada à modernidade dos seus algoritmos o credencia para instrumentalizar novas práticas pedagógicas, e essa perspectiva será observada na seção seguinte.

### 3 CONECTIVIDADE E ENGAJAMENTO NUM INSTA(NTE)

O maior engajamento das publicações realizadas por meio do *Instagram* é otimizado, segundo os seus criadores, quando o usuário passa a utilizar de algumas estratégias que o aplicativo dispõe, a exemplo do agendamento de postagens, os "*stories*" e quando escreve legendas nos *posts* que agucem a curiosidade de quem os vê. Outras propriedades, igualmente intrigantes, estão no sistema lógico do *Instagram* que funcionam como uma sequência de etapas para a resolução de um problema ou para destacar a importância de uma determinada página pesquisada, e estes seriam denominados de algoritmos.

Segundo De Pierro (2018), a disseminação dos algoritmos na computação propiciou o impulso à inteligência artificial, e afirma ainda que aqueles se encontram em toda parte influenciando atividades cotidianas, e cita como exemplo o algoritmo do *Facebook*, que seleciona a

---

<sup>2</sup> O *Snapchat* é um aplicativo que exalta a velocidade vertiginosa da internet, a efemeridade da duração das trocas de informações que acontecem nela e a espontaneidade de postagens que ocorrem no fluxo dos acontecimentos cotidianos. (COUTO, 2016, p.30).

André Luiz Alves | Marlton Fontes Mota | Thiago Pontes Tavares

informação que aparecerá no *feed* de notícias do usuário, a partir do conjunto de postagens produzidas por ele ou pelo seu grupo de amigos-seguidores.

No algoritmo do *Instagram*, alguns aspectos diferenciadores se destacam, a exemplo da mudança na apresentação do *feed* de notícias que não mais obedece a uma ordem cronológica, permitindo que as postagens incorporem o fato presente, imediato, e efetivando o processo de engajamento de outros seguidores que irão identificar, por intermédio das curtidas e visualizações, a qualidade e a importância do conteúdo postado.

Essa mudança proposta pelo *Instagram* proporcionou um maior uso do “*Stories*”, que corresponde a ideia de uma interação mais recente, reitere-se, e para o engajamento é preciso se “engajar”, explica Thiel (2018), pois, ao responder os comentários da postagem o usuário/emissor interage com o seguidor/leitor, aumentando a visibilidade dos seus “*posts*”.

Trazendo a proposta de engajamento no *Instagram* para a educação se faz necessário observar a sugestão de Thiel (2018) sobre as postagens com grande quantidade de textos, segundo a autora, o texto muito grande se torna enfadonho e desinteressante para a leitura, e isso deve ser levado em conta na aplicação do “*Insta*” no processo de ensino-aprendizagem, principalmente para atrair a atenção dos usuários e dos seus seguidores.

Diante de um aluno “multitarefa” e “multitela” que absorve os sinais da educação formal, informal e não-formal num processo híbrido de interação social agregado às tecnologias digitais, o processo de ensino-aprendizagem em sala de aula, na contemporaneidade, tem exigido um maior esforço, preparo e dinamismo do professor para que possa atrair o máximo de atenção e concentração do seu aluno ao conteúdo trabalhado.

Considerado por muitos como sendo um aplicativo de comunicação focada em imagens e com conteúdo dinâmico e ágil, o *Instagram* pode ser potencialmente utilizado para a realização de experimentos com fito pedagógico, cabendo ao educador buscar a sua adaptação necessária a esse artefato cultural e tecnológico. E conforme preconizado por Dias e Couto (2011), não há outra saída, senão a adaptação, quanto se trata do processo de ressignificação da concepção do ensino-aprendizagem com os aplicativos e *sites* de redes sociais digitais, pois, uma transformação social, de um modo ou de outro, sempre afeta a todos, sistematicamente.

André Luiz Alves | Marlton Fontes Mota | Thiago Pontes Tavares

---

Os *softwares* aplicativos podem ser identificados como aqueles que estão mais próximos do usuário comum, como os navegadores, editores de texto, jogos, etc. Já os softwares utilitários são aqueles que fazem a intermediação entre os aplicativos e o núcleo do sistema operacional, possuindo funções mais específicas e geralmente mais restritas, como ligadores, depuradores, compiladores etc. (COUTINHO, 2010, p. 37).

O fato de vivenciarmos uma era em que as tecnologias digitais de informação e comunicação produzem alterações comportamentais, principalmente no aspecto comunicacional, que influenciaram a expectativa do estudante em relação ao ensino escolar, provocando a discussão e reflexão a respeito da importância da formação acadêmica praticada pelas escolas hoje. Um exemplo que caracteriza a postura mais imediatista da nova geração de aprendentes pode ser evidenciado na prática corriqueira da busca pela emancipação de jovens com 16 anos de idade, para permitir-lhes que prestem o concurso vestibular, sem completar o Ensino Médio, garantindo o ingresso “precoce” nas Instituições de Ensino Superior.

Esse modo avexado de viver, que é reflexo da inerente inquietação humana, vem sendo intensificado pelas novas gerações e é compartilhado e cumpliciado pelos aplicativos e *sites* de redes sociais digitais. Nesse contexto, o *Instagram* se convencia dessa efemeridade e lógica fragmentadora de perceber os sinais da vida, ao assumir o posto de maior rede social digital do mundo para o compartilhamento de fotos, e comungando do pensamento de Harvey (2003) sobre o tema, é possível concluir que “a estética triunfou sobre a ética como foco de preocupação intelectual e social, as imagens dominaram as narrativas”.

Há uma grande evidência nas projeções futuras das tecnologias digitais, a respeito do processo de adaptação das instituições educacionais, dos atos de currículos e do seu corpo docente, mas isso não pode significar alienação cultural. Portanto, o professor pode estabelecer o uso criativo do *Instagram* em suas práticas pedagógicas e educativas para o crescimento intelectual dos seus alunos, visando o desenvolvimento crítico e reflexivo; mesmo tendo que se adequar a aplicação de mensagens que preponderem à comunicabilidade e autoria visual.

As mudanças introduzidas pelas tecnologias digitais (TD) podem contribuir para o enriquecimento progressivo dos ambientes e contextos de aprendizagem, convidando o professor a ampliar e reformular suas práticas pedagógicas, para que os alunos possam escolher novos caminhos, visto que a produção do conhecimento está associada à ideia de construção conjunta (OLIVEIRA, 2017, p. 221).

Propostas de aplicação das funcionalidades e recursos do *Instagram* podem ser formatadas para criar tendências na pesquisa científica ou na simples busca de maiores informações didáticas,

André Luiz Alves | Marlton Fontes Mota | Thiago Pontes Tavares

---

utilizando, por exemplo, as *hashtags* (#) no *Instagram* que funcionam de forma simples. Pois, ao inserir um determinado tema, o sistema do aplicativo conduz o usuário para um sem-número de postagens relacionadas ao tema sugerido. Tornando-se um facilitador para a inserção de novos caminhos da pesquisa proposta, e que vai instigar a curiosidade progressiva do aluno/leitor que tenderá a continuar a busca de elementos que esclareçam o objeto central da atividade.

Por sua vez, o uso do recurso “*Boomerang*” permite ao usuário produzir vídeos de curta duração que, conforme visto na pesquisa, podem incentivar a manifestação do grupo de seguidores no processo comunicacional interativo, sendo um elemento provocativo dessa interação. Obviamente, por permitir poucos segundos de interatividade com a postagem e produção de vídeos curtos, o recurso “*Boomerang*” pode se tornar um elemento de divulgação criativa da atividade preestabelecida.

A versatilidade do *Instagram* permite ao usuário intercambiar experiências formativas que podem ser aplicadas ao processo de ensino e de aprendizagem, aliando a expectativa de interatividade ao engajamento de seguidores, numa troca instantânea de informações e de ampliação no critério de importância do assunto discutido. Implicando destacar que, por produzir respostas imediatas às publicações, o “*Insta*” facilita a compreensão do processo de construção de conceitos, criando espaços a partir do embate de ações.

O “*Insta*” desenvolveu-se às expectativas dos seus usuários, e propiciou a convergência de ações educacionais propícias à compreensão mais efetiva dos potenciais oferecidos pelo referido aplicativo a construção de conteúdos que alinhem a motivação e o envolvimento do aluno ao aprendizado, dentro da perspectiva de: personalização e autonomia desse aluno.

Outro exemplo para a aplicação do *Instagram* na dinâmica educacional está na utilização da “Bio” (Biografia) no perfil do usuário, com a inserção de *link* que pode direcionar os seguidores do usuário para uma outra fonte de pesquisa acadêmica que seja relevante para a prática pedagógica e educativa trabalhada, a exemplo de: *Blog*, *Facebook*, *sites* especializados, dentre outros (Ver Figura 1).

**Figura 1:** Print da Bio do autor no *Instagram*.



Fonte: Captura de Tela por Marlton Mota (2018).

A perspectiva criativa na utilização do *Instagram* permitirá um maior envolvimento e engajamento do aluno-usuário e dos demais integrantes do seu grupo de seguidores.

Nos mesmos moldes, a utilização das chamadas “*lives*”, com a transmissão de vídeos ao vivo que aproximam o usuário dos seus seguidores, alinhando a perspectiva traçada por Couto e Silva (2017) para a ampliação da sala de aula, mesclando-a constantemente para se hibridizar, misturando-se a outras formas de ensinamento, afirmando-se sobre a necessária personalização nas aprendizagens com a construção de conteúdos a partir de ações diferenciadas e que provoquem a motivação dos sujeitos envolvidos.

Por se tratar de um *app* que promove a interatividade dinâmica do usuário com o seu público de seguidores, a perspectiva da sua utilização no processo de ensino-aprendizagem deve pontuar a mesma preocupação do professor em alinhar o objetivo proposto à coleta de informações pelos seus alunos, lembrando sempre que a proposta é a de promover uma ambientação pedagógica que promova o senso crítico-reflexivo do aluno, mas, que associe isto ao desejo de conhecimento “*fast-food*” do leitor.

A formatação de um perfil didático no *Instagram* pode e deve ser compartilhado em sala de aula, criando, inclusive, uma representação para a própria turma no aplicativo e com o acesso

André Luiz Alves | Marlton Fontes Mota | Thiago Pontes Tavares

permitido para todos do grupo, num procedimento similar àquele previsto para o *Blog*. A ideia é praticar a integração, o agrupamento, onde todos postam e todos seguem o perfil por meio dos seus “*Instas*” pessoais, criando e fomentando o processo de engajamento para uma postura autônoma e participativa. Além de instaurar um rodízio de alunos que ficarão com a responsabilidade de gerir, documentar e postar conteúdos trabalhados em sala de aula. A produção de conteúdos é realizada pelos próprios aprendentes, criando uma maior expectativa de concentração do aluno, num viés de colaboração e de fomento ao pensamento crítico e reflexivo.

**Figura 2:** *Print* de enquete desenvolvida no *Instagram*.



Fonte: Captura de Tela por Marlton Mota (2018).

Outro recurso muito utilizado no *Instagram* é a feitura de enquetes sobre determinado tema (Ver Figura 2), que inclusive pode ser sobre um assunto atual e de relevância social, político etc. É um procedimento simples, bastando apenas usar a funcionalidade “*Stories*”, e selecionar o adesivo de enquete, e após publicado o usuário terá acesso aos *feedbacks* a respeito do assunto postado; inclusive com o acesso à totalização do resultado e com a informação da votação individualizada por seguidor.

Couto e Silva (2017) confirmam que, em tempos híbridos as educações se multiplicam em meio aos fluxos velozes, e estar conectado é acessar, produzir e distribuir saberes, num processo de mutação que cria comportamentos leitores e escritores inéditos. Nesse ponto, o ensino

André Luiz Alves | Marlton Fontes Mota | Thiago Pontes Tavares

---

colaborativo também deve buscar a compreensão de que os ambientes *online* não precisam adotar a rigidez dos formatos das salas de aula. Um exemplo prático é o aplicativo *Instagram* que é uma rede social digital que possibilita o desenvolvimento de práticas pedagógicas e educativas. Em contrapartida exige do usuário-mediador a percepção de que as narrativas consequentes dessa interação comunicacional devem ser estabelecidas no formato predito pelo *app*, ou seja, com dinamismo, agilidade e instantaneidade, no tempo presente.

Tem sido um grande desafio para o processo de ensino-aprendizagem educar uma geração que não compreende e não tem paciência para perceber a importância de uma análise crítica e reflexiva, principalmente se essa abordagem decorrer da necessidade de um aprofundamento da temática proposta, e que demande um tempo a mais para alcançar o objetivo delineado. Partindo-se dessa nova realidade, a chamada geração Z, nascida na década de 1990, traz consigo a percepção sobre conectividade e o imediatismo para a solução de problemas.

Para Couto e Silva (2017) é cada vez mais urgente compreender que os processos que tratam sobre o ensino e a aprendizagem principiêm a partir de uma consciência de rede, frutos de conexões para além da rigidez espacial da escola. Lucena e Jesus (2017) admitem que para que ocorra o rompimento dos modelos convencionais de ensino é fundamental que as instituições educativas estejam em sintonia com os comportamentos da nova geração de alunos que se encontram imersos na Cibercultura.

O *Instagram* fornece elementos técnicos suficientes, conforme visto neste estudo, que se compatibilizam com a proposta comportamental dessa nova geração, que protagoniza o desenvolvimento de um novo, ágil e dinâmico processo comunicacional. O “*Insta*” favorece a criatividade do professor para utiliza-lo nas suas demandas educacionais, cabendo ao docente a busca pela habitualidade com o uso do aplicativo, para conhecer os seus potenciais contributivos e poder desenvolver práticas pedagógicas e educativas que se enquadram na perspectiva crítico-reflexiva do aluno, numa troca comunicacional mais dinâmica e propensa ao maior engajamento desse sujeito.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Ciberespaço vem sendo “povoado” por inúmeros dispositivos que instrumentalizam experiências sociais, formadas a partir de criações de teias de interatividade híbrida, que potencializam a autonomia dos seus atores, inovando o compartilhamento de informações num processo comunicacional inédito na história da humanidade.

Com o surgimento dos aplicativos e *sites* de redes sociais digitais e a sua popularização combinante, os processos culturais decorrentes passaram a desempenhar funções de organização social que cria, em ato sucessivo, o leitor-emissor e o emissor-leitor em atos comuns de leitura e de produção autoral.

A popularização e a intensificação do uso e acesso destes artefatos culturais e tecnológicos, as suas propostas de desterritorialização e de relativismo cultural que influencia a educação formal, haja vista, a acessibilidade ampla e a virtualização das estratégias de aprendizagem, impulsionou a preocupação das instituições educativas para o “bom” uso dessas redes. E em especial, evidenciou sobre a necessária motivação para o uso dos aplicativos e *sites* de redes sociais digitais como dispositivos de aprendizagem acadêmica, que já se ressentia da “competição” qualitativa nas práticas pedagógicas e educativas quando impulsionadas pela utilização da tecnologia digital.

Enfim, o artigo pontuou por enfatizar sobre o uso do *Instagram* nesse processo de aplicação didática e acadêmica para a colaboração compartilhada, conferindo a sua potencialidade em empreender dinamismo e agilidade na transmissão de informações e conhecimentos, que, pelo perfil traçado na concepção do aplicativo, possibilita acompanhar a velocidade e o imediatismo das gerações insurgentes, em especial.

Diante de um número considerável de funcionalidades e recursos, o *Instagram* permite o fluxo intenso de experiências, onde prepondera a comunicação e autoria visual, num feixe de características que podem propiciar a cocriação de práticas pedagógicas e educativas que motivarão novas publicações em sequência, ampliando o engajamento do usuário/aluno e dos demais seguidores.



André Luiz Alves | Marlton Fontes Mota | Thiago Pontes Tavares

Mesmo diante de tamanhas funcionalidades e recursos, o desafio de trabalhar com aplicativos e *sites* de redes sociais digitais na Educação, para Oliveira (2017), deve nos remeter a reflexões sobre as possibilidades destas produzirem significados nos processos de ensino e de aprendizagem, dentro e fora da escola.

Repensar as práticas educativas no uso de aplicativos e *sites* de redes sociais digitais tem sido o grande mote da preocupação dos pesquisadores da Cibercultura. E de forma ousada é possível conceber que o desenvolvimento dessas mesmas práticas, em condições favoráveis à compreensão e engajamento do aluno, somente ocorrerá quando esse mesmo aluno for emancipado pelo professor nas suas relações pedagógicas para a construção e sociabilização dos saberes. A proposta das tecnologias digitais, e em especial, dos aplicativos e *sites* de redes sociais digitais, é a de promover o professor e o aluno para serem autores/atores do seu próprio discurso, autônomos, protagonistas, participativos e interativos.

## REFERÊNCIAS

AMANTE, Lúcia. Facebook e novas sociabilidades. Contributos da investigação. In: **Facebook e educação: publicar, curtir, compartilhar**. PORTO, Cristiane; SANTOS, Edméa. (Org.). Campina Grande: EDUEPB, 2014.

COMO USAR AS REDES SOCIAIS. **O Instagram é melhor que o Facebook**. 2017. Disponível em: <<http://www.comousarredessociais.com.br/redes-sociais/o-instagram-e-melhor-facebook/>>. Acesso em: 22 maio 2018.

COUTINHO, Bruno Cardoso. **Sistemas operacionais: Curso Técnico em Informática**. Colatina: CEAD / IFES, 2010.

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

COUTO, Edvaldo; PORTO, Cristiane; SANTOS, Edméa. (Org.). **App-Learning: experiências de pesquisa e formação**. Salvador: EDUFBA, 2016.

DE PIERRO, Bruno. **O mundo mediado por algoritmos: sistemas lógicos que sustentam os programas de computador têm impacto crescente no cotidiano**. Pesquisa Fapesp. Abril de 2018. Disponível em: <<http://revistapesquisa.fapesp.br/2018/04/19/o-mundo-mediado-por-algoritmos/>>. Acesso em: 23 maio 2018.

André Luiz Alves | Marlton Fontes Mota | Thiago Pontes Tavares

DIAS, Cristiane; COUTO, Olívia Ferreira. **As redes sociais na divulgação e formação do sujeito do conhecimento:** Compartilhamento e produção através da circulação de ideias. *Linguagem em (Dis)curso*. Tubarão, SC. V. 11, N. 3, p. 631-648, 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ld/v11n3/a09v11n3.pdf>>. Acesso em: 25 maio 2018.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna**. 12. ed. São Paulo: Loyola, 2003.  
KAROLA, Karlson. **Instagram ad specs and size in 2018** – the always up-to-date guide. *Aggregate*. 04 de Setembro de 2017. Disponível em: <<https://aggregateblog.com/instagram-ad-specs-and-size/>>. Acesso em: 01 maio 2018.

LAPA, Andrea; GIRARDELLO, Gilka. Gestão em rede na primavera secundarista. In: **WhatsApp e educação:** entre mensagens, imagens e sons. PORTO, Cristiane; OLIVEIRA, Kaio Eduardo de Jesus; CHAGAS, Alexandre Meneses. (Org.). Salvador: EDUFBA, 2017.

LE MOS, André. Mídia, tecnologia e educação: atores, redes, objetos e espaço. In: **Mídia e educação:** espaços e (co)relações de conhecimentos. LINHARES, Ronaldo; PORTO, Cristiane; FREIRE, Valéria. (Org.). Aracaju: EDUNIT, 2014.

LE MOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet:** na direção a uma ciberdemocracia. São Paulo: Paulus, 2010.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva:** por uma antropologia do ciberespaço. Tradução: Luiz Paulo Rouanet. 10. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2015.

LUCENA, Simone; JESUS, Weverton Santos de. Formação inicial de professores química para uma educação para com as tecnologias digitais. In: **Educação no ciberespaço:** novas configurações, convergências e conexões. PORTO, Cristiane; MOREIRA, J. Antônio. (Org.). Aracaju: EDUNIT, 2017.

LINHARES, Ronaldo; CHAGAS, Alexandre Meneses. Aprendizagens no ciberespaço: por uma pedagogia da comunicação em uma educação mestiça. In: **Educação no ciberespaço:** novas configurações, convergências e conexões. PORTO, Cristiane; MOREIRA, J. Antônio. (Org.). Aracaju: EDUNIT, 2017.

MATOS, Elizete Lúcia Moreira; FERREIRA, Jacques de Lima. A utilização da rede social Facebook no processo de ensino e aprendizagem na universidade. In: **Facebook e educação:** publicar, curtir, compartilhar. PORTO, Cristiane; SANTOS, Edméa. (Org.). Campina Grande: EDUEPB, 2014.

OLIVEIRA, Carloney Alves de. Entre processos formativos e imperativos: o whatsapp como espaço significativo na orientação e formação. In: **WhatsApp e educação:** entre mensagens, imagens e sons. PORTO, Cristiane; OLIVEIRA, Kaio Eduardo de Jesus; CHAGAS, Alexandre de Meneses. (Org.). Salvador: EDUFBA, 2017.

PEIXOTO, Zeca. O Facebook além da rede social. O usuário como consumidor-mercadoria. In: **Facebook e educação:** publicar, curtir, compartilhar. PORTO, Cristiane; SANTOS, Edméa. (Org.). Campina Grande: EDUEPB, 2014.

PORTO, Cristiane; OLIVEIRA, Kaio Eduardo de Jesus; ALVES, André Luiz. Expansão e reconfigurações das práticas de leitura e escrita por meio do WhatsApp. In: **WhatsApp e**

André Luiz Alves | Marlton Fontes Mota | Thiago Pontes Tavares

---

**educação:** entre mensagens, imagens e sons. PORTO, Cristiane; OLIVEIRA, Kaio Eduardo de Jesus; CHAGAS, Alexandre de Meneses. (Org.). Salvador: EDUFBA, 2017.

SILBERSCHATZ, A. & GAGNE, G. & GALVIN, P. B. **Fundamentos de Sistemas Operacionais**. Tradução: Adriana Cashin Rieche. Rio de Janeiro: LTC, 2004.

SYSTROM, Kevin; KRIEGER, Mike. **Instagram:** Política de privacidade. 19 de janeiro de 2013. Disponível em: <<https://help.instagram.com/155833707900388>> Acesso em: 09 maio 2018.

SYSTROM, Kevin; KRIEGER, Mike. **Instagram:** Diretrizes da comunidade. 19 de janeiro de 2013. Disponível em: <<https://help.instagram.com/477434105621119/>> Acesso em: 09 maio 2018.

THIEL, Cristiane Rocha. **As Mudanças no Algoritmo do Instagram em 2018**. Disponível em: <<https://cristianethiel.com.br/2018/02/27/as-mudancas-no-algoritmo-do-instagram-em-2018/>>. Acesso em: 23 maio 2018.