



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA**  
**CAMPUS I- CAMPINA GRANDE/PB**  
**CENTRO DE EDUCAÇÃO-CEDUC**  
**DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO**  
**CURSO DE LICENCIATURA EM LETRAS/ESPAÑHOL**

**KAYO CÉSAR SILVEIRA FERREIRA**

**UTILIZAÇÃO DO *INSTAGRAM* COMO PLATAFORMA DE APRENDIZAGEM DA  
LÍNGUA ESPANHOLA NO AMBIENTE CORPORATIVO**

**CAMPINA GRANDE**

**2023**

**KAYO CÉSAR SILVEIRA FERREIRA**

**UTILIZAÇÃO DO *INSTAGRAM* COMO PLATAFORMA DE APRENDIZAGEM DA  
LÍNGUA ESPANHOLA NO AMBIENTE CORPORATIVO**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)  
apresentado a/ao Coordenação /Departamento  
do Curso de Licenciatura em Letras/Espanhol  
da Universidade Estadual da Paraíba, como  
requisito parcial à obtenção do título de  
graduado em Letras- Habilitação em Língua  
Espanhola

**Orientador:** Prof. Me. Alessandro Giordano

**CAMPINA GRANDE**

**2023**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

F383u Ferreira, Kayo Cesar Silveira.

Utilização do Instagram como plataforma de aprendizagem da língua espanhola no ambiente corporativo [manuscrito] / Kayo Cesar Silveira Ferreira. - 2023.

18 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras Espanhol) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Educação, 2023.

"Orientação : Prof. Me. Alessandro Giordano, Coordenação do Curso de Letras Espanhol - CEDUC. "

1. Ferramentas de aprendizagem. 2. Espanhol corporativo.  
3. Instagram. I. Título

21. ed. CDD 460

**KAYO CÉSAR SILVEIRA FERREIRA**

**UTILIZAÇÃO DO *INSTAGRAM* COMO PLATAFORMA DE APRENDIZAGEM DA  
LÍNGUA ESPANHOLA NO AMBIENTE CORPORATIVO**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)  
apresentado a/ao Coordenação /Departamento  
do Curso de Licenciatura em Letras/Espanhol  
da Universidade Estadual da Paraíba, como  
requisito parcial à obtenção do título de  
graduado em Letras- Habilitação em Língua  
Espanhola

**Área de concentração:** Ensino de espanhol

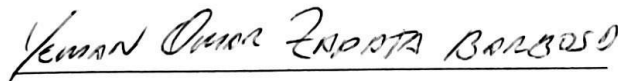
Aprovada em: 30/06/2023.

**BANCA EXAMINADORA**



Prof. Me. Alessandro Giordano

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Me. Yeman Omar Zapata Barbosa

Instituto Federal de Pernambuco (IFPE - Sertão)



Prof. Esp. Kaio César Pinheiro da Silva

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Primeiramente à Deus por ter me dado sabedoria para chegar até aqui, aos meus Pais, professores que tanto me apoiaram, amigos que sempre estiveram ao meu lado me dando forças, me encorajando para este momento, e companheiros de trabalho, dedico com todo meu amor e carinho.

"Ensinar não é transferir conhecimento, mas criar as possibilidades para a sua própria produção ou a sua construção." (Paulo Freire)

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>7</b>
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>8</b>
<b>2.2 Redes sociais e interatividade: <i>Instagram</i>.....</b>	<b>10</b>
<b>2.3 Espanhol para fins específicos: Língua de negócios .....</b>	<b>12</b>
<b>3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>14</b>
<b>4. ANÁLISE DE DADOS.....</b>	<b>15</b>
<b>4.1 O valor atual do espanhol .....</b>	<b>15</b>
<b>4.2 O contato com o espanhol .....</b>	<b>16</b>
<b>4.3 O <i>Instagram</i> como componente didático e extradidático.....</b>	<b>17</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>18</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>18</b>
<b>ANEXO A: ROTEIRO DE QUESTIONÁRIO (adaptado de FLORES, 2012 e JUNIOR, 2017).....</b>	<b>22</b>

## UTILIZAÇÃO DO *INSTAGRAM* COMO PLATAFORMA DE APRENDIZAGEM DA LÍNGUA ESPANHOLA NO AMBIENTE CORPORATIVO

### USO DE *INSTAGRAM* COMO PLATAFORMA DE APRENDIZAJE DEL IDIOMA ESPAÑOL EN EL ENTORNO CORPORATIVO

Kayo César Silveira Ferreira

#### RESUMO

O Espanhol é um dos idiomas mais falados do mundo, sendo a quarta língua em uma contagem global de falantes. Nos últimos anos, o Instagram tornou-se uma das plataformas mais populares, com mais de 1 bilhão de usuários ativos mensais em todo o mundo tendo o seu uso como ferramenta educacional também crescido significativamente, especialmente no aprendizado de idiomas. Como as gerações atuais estão completamente inseridas no contexto digital novas formas de interação da sociedade e dos indivíduos e assim observa-se cada vez mais o uso de tecnologias para se aprender, tendo assim uma necessidade de se buscar os melhores recursos para tornar tal ação efetiva, levando também em conta fatores como a flexibilidade do tempo e do espaço. Nesse contexto, este trabalho tem como objetivo geral analisar a utilização do Instagram como plataforma de aprendizagem da língua espanhola. Especificamente tem-se como objetivos: verificar os meios em que ocorre a aprendizagem na rede social Instagram; entender quais são os conteúdos mais relevantes para os alunos e compreender como as interações na rede social Instagram contribuem na aprendizagem da língua espanhola no contexto corporativo. A pesquisa é classificada quanto aos objetivos como descritiva, pelo delineamento como um estudo de caso, com técnica de análise de dados qualitativa. Teve como procedimento a utilização de um questionário com perguntas abertas com base nos modelos de Flores (2012) e Junior (2017) estruturado na ferramenta Google Forms e enviado dois gerentes de operações de uma empresa de contact center situada na cidade de Campina Grande, estado da Paraíba. Os pesquisados responderam quinze perguntas dentro dos seguintes blocos: (1) O valor atual do espanhol; (2) O contato com o espanhol; (3) O Instagram como componente didático e extradidático. Pelas respostas dadas, concluiu-se que Instagram com os recursos stories e os reels são de grande importância, junto a outros recursos como filmes, séries e músicas, para o aprendizado de recursos de comunicação e compreensão oral, como a de pronúncias e a de falas cotidianas para que possam ser utilizadas no ambiente corporativo para que os pesquisados possam interagir com os clientes externos falantes do espanhol. Além disso, tais recursos serão importantes e de fácil acesso para que os gerentes possam desenvolver a aprendizagem contínua da língua espanhola. Em conclusão, o Instagram pode fornecer um ambiente autêntico, motivador e divertido para o aprendizado da língua e ajudar a melhorar a compreensão auditiva e a comunicação oral ao trazer um conteúdo enriquecedor para o desenvolvimento de pronúncias e falas cotidianas para serem utilizadas com os falantes da língua espanhola inseridos em ambiente corporativo.

**Palavras-chave:** Aprendizagem; Espanhol Corporativo; Instagram.

#### RESUMEN

El español es uno de los idiomas más hablados en el mundo, siendo el cuarto idioma en un conteo global de hablantes. En los últimos años, Instagram se ha convertido en una de las



plataformas más populares, con más de 1.000 millones de usuarios activos mensuales en todo el mundo y su uso como herramienta educativa también ha crecido significativamente, especialmente en el aprendizaje de idiomas. A medida que las generaciones actuales se insertan completamente en el contexto digital, se observan cada vez más nuevas formas de interacción de la sociedad y de los individuos, y con ello el uso de las tecnologías para aprender, teniendo así la necesidad de buscar los mejores recursos para hacer efectiva tal acción, teniendo en cuenta factores como la flexibilidad de tiempo y espacio. En este contexto, este trabajo tiene como objetivo general analizar el uso de Instagram como plataforma para el aprendizaje del idioma español. En concreto, los objetivos son: comprobar el medio en el que se produce el aprendizaje en la red social Instagram; comprender cuáles son los contenidos más relevantes para los estudiantes y comprender cómo las interacciones en la red social Instagram contribuyen al aprendizaje del idioma español en el contexto corporativo. La investigación se clasifica de acuerdo a sus objetivos como descriptiva, al diseñarla como un estudio de caso, con una técnica cualitativa de análisis de datos. El procedimiento consistió en utilizar un cuestionario con preguntas abiertas basado en los modelos de Flores (2012) y Junior (2017) estructurado en la herramienta Google Forms y enviado a dos gerentes de operaciones de una empresa de contact center ubicada en la ciudad de Campina Grande, estado de Paraíba. Los encuestados respondieron quince preguntas dentro de los siguientes bloques: (1) El valor actual del español; (2) contacto con el español; (3) Instagram como componente didáctico y extradidáctico. De las respuestas dadas se concluyó que Instagram con los recursos stories y reels son de gran importancia, junto a otros recursos como películas, series y música, para el aprendizaje de los recursos de comunicación y comprensión oral, como la pronunciación y los discursos cotidianos para que se puede utilizar en el entorno corporativo para que los encuestados puedan interactuar con clientes externos de habla hispana. Además, dichos recursos serán importantes y de fácil acceso para que los directivos puedan desarrollar un aprendizaje continuo del idioma español. En conclusión, Instagram puede brindar un entorno auténtico, motivador y divertido para el aprendizaje de idiomas y ayudar a mejorar la comprensión auditiva y la comunicación oral al brindar contenido enriquecedor para desarrollar pronunciaciones y discursos cotidianos para ser utilizados con hablantes de español insertados en un entorno corporativo.

**Palabras clave:** Aprendizaje; Español Corporativo; Instagram.

## 1. INTRODUÇÃO

O Espanhol é um dos idiomas mais falados do mundo, com cerca de 595 milhões de falantes nativos espalhados pelo globo, sendo a segunda língua materna do mundo em número de falantes e a quarta língua em uma contagem global de falantes contabilizando nativos, proficientes e alunos de espanhol, segundo o Instituto Cervantes (2022). Com sua origem no latim falado, é o idioma oficial de vinte e um países, também possuindo falantes na África e mesmo em certas partes da Ásia e do Pacífico. Além disso, o idioma é ainda uma das línguas oficiais das Nações Unidas, sendo o quarto mais utilizado da União Europeia.

Nos dias atuais não há mais limite para o acesso às tecnologias, já que qualquer pessoa através da internet tem acesso a um número ilimitado de informações e de conhecimentos. Nos últimos anos, as redes sociais se tornaram uma das maiores e mais poderosas ferramentas de comunicação do mundo. O Instagram, em particular, tornou-se uma das plataformas mais populares, com mais de 1 bilhão de usuários ativos mensais em todo o mundo tendo o seu uso como ferramenta educacional crescido significativamente, especialmente no aprendizado de idiomas.

As gerações atuais estão completamente inseridas no contexto digital. As tecnologias, por sua vez vêm revolucionando a realidade que nos cerca introduzindo novos padrões de comportamento, de consumo, de interação entre os indivíduos e novas formas de aprendizagens. Dessa maneira, observa-se cada vez mais o uso de tecnologias para aprender, tendo assim uma necessidade de conhecer novos recursos e ferramentas com potencial para uma educação mais significativa, levando também em conta fatores como a flexibilidade do tempo e do espaço.

Nesse sentido, muitas ponderações voltam-se aos fatores norteadores para a utilização de recursos tecnológicos em atividades de ensino e é a partir delas que se torna possível traçar um cenário da educação na contemporaneidade. Dito isto, este trabalho tem como objetivo geral analisar a utilização do Instagram como plataforma de aprendizagem da língua espanhola. Especificamente tem-se como objetivos: verificar os meios em que ocorre a aprendizagem na rede social Instagram; entender quais são os conteúdos mais relevantes para os alunos e compreender como as interações na rede social Instagram contribuem na aprendizagem da língua espanhola no contexto corporativo.

Aprender o Espanhol Corporativo pode ser uma habilidade valiosa para quem trabalha em negócios mundo empresarial por está em constante evolução, pois “Os falantes de espanhol no mundo têm um poder de compra combinado de cerca de 9% do PIB mundial” (CERVANTES, 2022). Neste sentido, os profissionais possuem uma grande oportunidade de desenvolverem uma forma mais efetiva de comunicação com clientes, colegas de trabalho e parceiros de negócios e assim desenvolverem novas perspectivas de crescimento e de negócios.

Além disso, a utilização do Instagram como plataforma de aprendizagem da língua espanhola tem se mostrado eficiente e promissora, oferecendo uma série de ferramentas para que os usuários possam aprender de forma interativa, visual e acessível. Além disso, a facilidade de uso e a ampla oferta de conteúdo relacionado ao aprendizado de espanhol tornam o Instagram uma opção interessante para aqueles que desejam aprender um novo idioma.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Espanhol como língua estrangeira e as TDIC**

A aprendizagem de uma língua estrangeira possibilita oportunidades de conhecimento e vantagens no mercado de trabalho. Lacerda (2021) elenca como vantagens: a melhoria da comunicação permitindo que pessoas de nacionalidades diferentes possam trabalhar juntas, se desenvolva e cresçam como sujeitos ativos; a possibilidade de conhecer novas culturas, a melhora do desempenho acadêmico, podendo transpor leituras em língua materna e assim, encontrar informações necessárias para o trabalho ou estudos. Portanto, aprender um idioma permite entender os indivíduos de uma mesma comunidade para que a comunicação entre diferentes culturas seja estabelecida de forma adequada.

Nesse sentido, o ensino de língua estrangeira está inserido no sistema educacional. Para Almeida Filho (2010), o aprendizado de uma língua diferente da nossa deve ser construído por meio de um conjunto de conhecimentos necessários para desenvolver uma determinada prática educativa, possibilitando, através de métodos e abordagens comunicativos, a formação de um aluno com consciência crítica e reflexiva para poder se desenvolver e se comunicar. Já na abordagem do ensino de espanhol como língua estrangeira (ELE), Oliveira (2018) especifica que o aprendizado do idioma envolve um conjunto de disposições, conhecimentos, crenças e pressupostos, juntamente com princípios de linguagem e suas formas de transmissão como competências e habilidades fundamentais para o desenvolvimento da aprendizagem.

Além das vantagens elencadas acima por Lacerda (2021), o autor também considera o aprendizado de uma língua estrangeira como “um fator importante para que qualquer pessoa inserida no meio social possa ter acesso ao mundo tecnológico, cultural, atual e globalizado” (p. 9). Com isso, a comunicação é facilitada em escala mundial também dando oportunidades aos sujeitos novas formas de superar desafios.

Com o surgimento da internet, dos espaços virtuais e a ampliação do uso das tecnologias, tornou-se mais acessível buscar, distribuir e assimilar conhecimento. É com “o conjunto de conhecimentos e princípios científicos que se aplicam ao planejamento, à construção e à utilização de um equipamento de um determinado tipo de atividade” (KENSKI, 2012, p. 24), ou seja, esse contexto digital vem impondo novas formas de comportamento, de interações sociais, de formatos de cultura e de aprendizagens, principalmente, através das Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDIC).

Dessa forma, as TICs representam hoje ferramentas com capacidade de conciliar a aprendizagem com a mobilidade. Nesse sentido, Miranda (2014) define o termo como:

O termo Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's) refere-se à conjugação do tecnológico computacional ou informática com a tecnologia das telecomunicações e tem na Internet e mais particularmente na *World Wide Web* (WWW) a sua mais forte expressão. Quando estas tecnologias são usadas para fins educativos, nomeadamente para apoiar e melhorar a aprendizagem dos alunos e desenvolver ambientes de aprendizagem, podemos considerar as TIC como um subdomínio da Tecnologia Educativa (MIRANDA, 2014, p. 03).

Portanto, as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) se mostram como uma grande rede de conexões globais e dinâmicas que possibilitam transformações sociais por meio de interações mais assertivas através da internet para poder atingir um objetivo comum. Com elas, “adquire-se novos conhecimentos de forma dinâmica e atraente, que passam a influenciar o cotidiano das pessoas criando uma nova cultura tecnológica” (BERWANDER; SABADIN, 2014, p. 17), permitindo, ainda segundo os autores, compreender a informação como matéria-prima que pode ser acessada, gerenciada e usada, conforme as necessidades, nas mais diversas áreas.

Como o mundo da tecnologia vive em constante evolução, desenvolveu-se as Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDIC) “que estão entre elas os *podcasts*, vídeo aulas, *e-books*, videoconferência e portfólio” (LACERDA, 2021 p. 11) e com elas conectadas a internet são possibilitadas novas experiências de aprendizagem, de comunicação e de superação de desafios. Dessa forma, a busca por aprendizagens que permitam a utilização desses recursos aumenta, pois também possibilita oportunidades de aprendizado através da flexibilização do tempo e do espaço, seja este último físico ou virtual.

Consequentemente, a educação deve se habituar as transformações e as mudanças dentro do mundo da tecnologia. Especialmente no ensino de uma língua estrangeira moderna, esses fenômenos, possibilitam agregar conteúdo de forma interativa por meio de diversos uso da linguagem (LACERDA, 2021). Dessa forma, se estabelece a importância de se ensinar uma língua estrangeira sempre partindo de uma necessidade constante de busca pelos melhores recursos para que isso ocorra de forma mais assertiva.

Especificamente para os métodos para o ensino de espanhol como língua estrangeira, é possível observar que muitos jovens dedicam boa parte de seu tempo em contato com as TDIC como forma de aprendizado através de recursos como traduções para sua língua materna, séries televisivas, vídeos na internet e redes sociais e tudo isso trocando informações com usuários de outros países, por intermédio das ferramentas disponíveis com as novas tecnologias, funcionando assim como grandes recursos que combinam aprendizagem com mobilidade

(SANTANA e ABRANCHES, 2018). Dessa maneira, as possibilidades de aprendizagem são muitas e variam conforme as múltiplas possibilidades de navegação permitindo assim alcançar determinados objetivos de aprendizagem por caminhos escolhidos pelo próprio aprendiz. Dentro desta acessibilidade, destaca-se as das redes sociais que possuem ferramentas que permitem um uso nos mais diversos contextos de aprendizagem para a construção do conhecimento. Dudeney, Hockly e Pegrum (2016) apud de Carrionde et al. (2021) afirmam que estas habilidades fazem parte do letramento digital em rede, conceituado como a “habilidade de organizar redes online profissionais e sociais para filtrar e obter informação; se comunicar e informar outros, construir colaboração e apoio”, o que propicia uma maior autonomia por parte dos usuários das redes.

Tais facilidades de acesso já podem ser comprovadas em recentes levantamentos como a Pesquisa Brasileira de Mídia (2022) levantada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. Ela trouxe estudos sobre os hábitos de consumo das mídias pela população brasileira ressaltando que dos quase 27 milhões de jovens de 9 a 17 anos, 92% deles eram usuários de internet no país em 2022 e que 92% desse acesso é feito pelo celular, além de que 83% desses usuários possuem contas em redes sociais. O Comitê Gestor da Internet complementa tais informações ao apontar que 35% deles possuem contas no TikTok, sendo uma das redes sociais mais acessadas hoje junto com o Instagram com o mesmo índice. No próximo tópico veremos mais sobre o Instagram e seus meios de interatividade.

## **2.2 Redes sociais e interatividade: *Instagram***

O ser humano aprendeu a sobreviver através da organização em grupos. Seja por fatores como afinidades, objetivos em comum e/ou sobrevivência, os indivíduos sempre buscaram cooperar uns com os outros de modo a se formar uma rede. Conforme Rocha (2005), a palavra rede traz uma ideia de interligação individual ou coletiva dos seres em que a sua inserção possibilita a sobrevivência no mundo, já que funcionam como condições de sobrevivência em determinados espaços e simultâneos tempos.

Trazendo este conceito para os ambientes virtuais, Castells (1999) afirma que o formato de sociedade em rede nesse período da Era da Informação altera profundamente a cultura, os fluxos de informações e as formas como são produzidas. Dessa maneira, afirma-se que o preceito de colaboração entre os seres continua, pois, os seres ainda se reúnem por afinidades e objetivos em comum, porém as conexões entre os indivíduos se expandiram de forma a romper barreiras geográficas e idiomáticas com pessoas conhecidas ou não e com isso as redes sociais passaram do ambiente físico para o ambiente virtual.

Nesse sentido, estar em redes sociais atualmente é estar inserido dentro do ambiente digital de uma forma bastante atuante. Rocha (2005) afirma que "estar em rede significa ser capaz de fazer uso da capacidade de ser sujeito (ativo e responsável), sugerir mudanças, administrar complexidades e incentivar a articulação, o fortalecimento e, se necessário, a (re) construção contínua das redes" (ROCHA, 2005, p. 3), reforçando assim a ideia da relação entre sujeitos, sejam eles pessoas, instituições ou como um grupo.

No entanto, o termo redes sociais também remete aos sites que hospedam este tipo de conteúdo. Nesta distinção, Recuero (2009) traz que eles atuam como suporte para as interações constituintes das redes sociais, sem serem necessariamente redes sociais em si. Portanto, tais serviços disponíveis na internet permitem aos seus usuários terem oportunidades de interagirem e compartilharem opiniões através de diversos tipos de textos, com diversos conteúdos e de diversas linguagens.

Sobre estes tipos de texto eles são considerados multimodais por envolverem diversas linguagens, mídias e tecnologias conjugando sons, gestos e imagens com ou sem movimento com circulação nos meios virtuais, mas sendo também inseridos nos meios impressos (ROJO,

2012; FERRAZ, 2018). Com isso, entende-se que os tipos de textos presentes nos ambientes virtuais são contemporâneos e não só excedem o texto verbal escrito como começa a ressignificá-lo.

Deste modo, as redes sociais acabam assumindo diversas funções no ambiente virtual. Lacerda et al. (2021) descreve:

(...) as redes sociais são fonte de informação, conhecimento e meio de compartilhamento, seja por meio de páginas de notícias, eventos, perfis pessoais ou de grupos. Elas oferecem um espaço de construção do eu enquanto sujeito na sociedade, sua estrutura é própria e moldada de acordo com a personalidade do usuário, ele escolhe o que irá consumir e com o que/quem irá se relacionar e, assim, estar também mais próximos daqueles que aceitam ou inserem em suas páginas. (LACERDA et. al., 2021 p. 64).

Dessa forma, o usuário das redes sociais possui o senso crítico de escolher aquilo que deseja ver considerando assim o que lhe pareça mais relevante, de maneira a proporcionar uma comunicação entre todos conforme interesses e trocas de opinião. Tais quantidades de recursos disponíveis a serem escolhidos em ambiente virtual mostram que até o final de 2022, segundo Volpato (2023), os brasileiros eram o segundo país com maior tempo conectado às redes sociais com média de 3 horas e 46 horas atrás apenas dos nigerianos.

Nesse sentido com a missão “Aproximando você das pessoas e coisas que você ama” (META, 2023), em outubro de 2010, surgiu o *Instagram*, criada pelo brasileiro Mike Crieger e seu sócio Kevin Syustron, sendo uma das primeiras com acesso exclusivo pelo celular. Em abril de 2012, o Instagram foi vendido para o *Facebook*, hoje chamado de Meta, se tornando nos dias atuais a 4ª maior rede social do mundo com mais de dois bilhões de usuários e a terceira maior do Brasil com 113,5 milhões de usuários (VOLPATO, 2023).

Hoje como empresa do grupo Meta, o Instagram possui os seguintes princípios:

Dê voz às pessoas: As pessoas merecem ser ouvidas e ter voz - mesmo quando isso significa defender o direito das pessoas de quem discordamos.  
 Crie conexão e comunidade: Nossos serviços ajudam as pessoas a se conectarem e, quando estão no seu melhor, aproximam as pessoas.  
 Servir a todos: Trabalhamos para tornar a tecnologia acessível a todos, e nosso modelo de negócios são os anúncios para que nossos serviços sejam gratuitos.  
 Mantenha as pessoas seguras e proteja a privacidade: Temos a responsabilidade de promover o melhor que as pessoas podem fazer juntas, mantendo as pessoas seguras e evitando danos.  
 Promover Oportunidade Econômica: Nossas ferramentas nivelam o campo de atuação para que as empresas cresçam, criem empregos e fortaleçam a economia. (META, 2023)

Inicialmente com a finalidade de compartilhar fotos e vídeos, atualmente é possível realizar a aplicação de filtros nestes conteúdos, bem como compartilhá-los em outras redes sociais, não só do grupo Meta como o Facebook, o Messenger e o Whatsapp, como também no Twitter, no Tumblr e no Flickr. Além dessas funções, a rede social permite “capturar ou carregar fotos (a partir da biblioteca de fotos do celular ou diretamente pela câmera), fazer edição das imagens e publicá-las no seu perfil. Além disso, também é possível postar fotos e vídeos temporários” (TECHTUDO, 2023). Dentre os recursos disponíveis na rede social, destacam-se como os de maior relevância os *Reels* e os *Stories*.

De acordo com a Central de Ajuda da própria rede social, na aba “*Reels*”, ficam guardados os vídeos curtos, gravados na hora ou editados com material da galeria, na câmera

traseira e/ou na frontal do dispositivo conectado com, no máximo 90 segundos, podendo ser utilizados filtros, inserção de textos, além de corte e colagem com ou sem legendas. Eles podem ser vistos e compartilhados de acordo com as configurações do tipo de conta, em que nas contas públicas qualquer pessoa no Instagram pode ver, compartilhar como *reels* ou *stories* e utilizá-lo como material para outro *reels* e nas contas privadas apenas seus seguidores aprovados podem realizar as funções aqui citadas.

Já o recurso “*Stories*” é o espaço por meio do qual o usuário pode compartilhar fotos e vídeos que desaparecem do perfil, da parte superior do *feed*, no próprio *feed* ao lado das mensagens que compartilha e na caixa de entrada do *direct* e das mensagens após 24 horas, exceto que sejam adicionados ao seu perfil como destaques ou compartilhado com *reels*. Nele, também é possível fazer *lives* em que o usuário dá início a uma transmissão de uma hora. Nela, seus seguidores receberão uma notificação de que um perfil que segue está on-line e durante a transmissão o usuário podendo convidar até três pessoas para dividir a tela e que os seguidores dessas pessoas também receberão um aviso de que elas estão ao vivo.

Desse modo, para o aprendizado de língua espanhola se consegue produzir inúmeros vídeos curtos que podem variar de a introdução a algum tema, passando pela indicação de filmes ou séries até por um convite para a leitura de determinados livros etc. Com isso, tais recursos contribuem para tornar os futuros profissionais com formação intelectual e pensamento crítico dentro no mundo dos negócios feitos em língua espanhola. No próximo tópico, veremos a importância de se compreender e aprender o espanhol como língua de negócios.

### **2.3 Espanhol para fins específicos: Língua de negócios**

Os aspectos financeiros e econômicos contribuem para que uma língua se expanda de modo a se tornar meio de comunicação de nível internacional. Tal cenário para García Delgado (2010) ocorre em função, não só do aumento dos nativos como também daqueles que começam a utilizá-la para alguma finalidade específica. Nessas situações é possível observar as motivações que ajudam a surgirem as comunidades linguísticas.

Dentro deste cenário, a língua espanhola vem sendo utilizada como parte de um projeto de expansão econômica, pois, o idioma espanhol é a língua oficial de 21 países, a segunda língua materna do mundo em número de falantes, mais de 496 milhões de pessoas têm o espanhol como língua materna (6,3% da população mundial) e a quarta língua em uma contagem global de falantes (proficiência nativa + proficiência limitada + alunos de espanhol), depois do inglês, chinês mandarim e espanhol (INSTITUTO CERVANTES, 2022). Com isso, os governantes e os empresários desses países buscam influenciar a expansão da língua como uma oportunidade gerada pelas aberturas ao mercado exterior.

Nesse sentido, o aprendizado da língua espanhola se mostra com uma grande oportunidade de crescimento no Brasil em decorrência de alguns fatores. O primeiro deles é a integração política, econômica e social com os seus países vizinhos, boa parte deles com falantes do espanhol culminando com o surgimento do Mercado Comum para a América do Sul criado em 26 de março de 1991, com o Tratado de Assunção e atualmente é composto por Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai, tendo a Venezuela seu processo de adesão suspenso, a Bolívia em processo de adesão e Chile, Colômbia, Equador, Guiana, Peru e Suriname como países associados.

Como bloco econômico, o MERCOSUL possui como objetivo principal “propiciar um espaço comum para gerar oportunidades comerciais e de investimentos através da integração competitiva das economias dos países participantes no mercado internacional” (MERCOSUL, 2023). Nas palavras da própria instituição:

As potencialidades do MERCOSUL nas mais diversas áreas são imensas visto que em seu território de quase 15 milhões de km<sup>2</sup> conta com grande variedade de riquezas e tesouros naturais que possui a humanidade: água, biodiversidade, recursos energéticos e terras férteis. Todavia, sua maior riqueza reside em sua gente, pois graças a uma população de mais de 295 milhões de pessoas, possui um patrimônio invalorável de diversidade cultural, étnica, linguística e religiosa que convive harmoniosamente (MERCOSUL, 2023).

Dessa maneira, este bloco econômico se mostra não somente como uma forma eficiente de gerir eficientemente recursos produtivos da América do Sul como também potencializa as negociações para aumentar a entrada de investimentos estrangeiros como uma forma de gerar competitividade em escala global.

Um segundo fator que potencializa a expansão da língua espanhol é por meio do ensino. No Brasil, o idioma foi incluído nas avaliações para ingressar nas universidades como nos vestibulares e no ENEM, em decorrência da sua inclusão como disciplina nas grades curriculares para as etapas dos ensinos fundamental e médio. Com respaldo na Lei Nacional de Diretrizes Básicas da Educação (LDB) N° 9.394/96, o estado da Paraíba sancionou Lei n° 11.191, de 29 de agosto de 2018 tornando obrigatória a oferta do Ensino da Língua Espanhola nas escolas públicas. Através dela, a Proposta Curricular do Ensino Médio da Paraíba (PCEM/PB) traz como objetivos:

a) Engajar-se em práticas sociais orais (fala e escuta) e escrita (leitura e produção) na língua espanhola de alguns gêneros específicos; (b) conhecer e respeitar outras culturas, valores e formas de ver, pensar, perceber e agir no mundo; (c) Respeito pelos referentes da língua que a comunidades linguísticas espanhola e hispano-americanas consideram cultos. (PARAÍBA, 2006 apud PCEM/PB 2020).

Assim como os demais documentos norteadores do ensino de nosso país, o PCEM/PB recomenda que o trabalho com a língua espanhola, envolva a construção de sentido e a reflexão sobre assuntos do cotidiano estudantil, de modo a permitir uma formação com pensamento crítico. Além disso, pode-se perceber que há como diretriz a ideia trazida por Candeas (2007) de que “estimular o ensino do espanhol nas escolas permite, a um só tempo, estreitar laços culturais e promover um reencontro com as raízes ibéricas do Brasil.” (CANDEAS, 2007, p.1), permitindo assim possibilidades de entendimento dos povos falantes do espanhol.

Por último, tem-se os aspectos socioculturais e políticos. Oliveira (2018) considera relevante tal implantação no ensino em razão da representação que o idioma tem, “uma vez que o Brasil, país em ascensão econômica encontra-se isolado linguisticamente, por ser o único no continente americano a ter o português como língua oficial, o que dificulta o mantimento das relações comerciais” (OLIVEIRA, 2018 p.12). Com isso, reforça-se o entendimento de que a língua espanhola passa a ser vista cada vez mais como um precioso recurso de valor crescente no mercado internacional.

Nesse sentido, as instituições públicas e privadas estão envolvidas nesse projeto de ampliação da língua espanhola. Flores (2012) afirma que fatores como a internacionalização de empresas da Espanha, da Argentina, do México, do Chile e da Colômbia em conjunto com a ascensão do idioma como segunda língua na Europa, Estados Unidos e no Brasil, fazem com que:

Observamos certo estímulo a um cenário que cada vez mais ganha destaque entre linguistas e catedráticos em economia espanhóis. Se por um lado há instituições que se dedicam à expansão do espanhol como língua de comunicação internacional (Real Academia Espanhola, Instituto Cervantes, Fundación Comillas, entre outras), por

outro, há uma forte tendência à defesa da língua como a ‘língua única’ ou ‘língua comum’ de 21 países, em busca de seu fortalecimento internacional, e não mais uma língua ‘pura’ (FLORES, 2012, p. 23).

Deste modo, fica mais evidente que a expansão do espanhol como língua de negócios ocorre devido aos fatores político-econômicos e sociais, de modo que a produção de conhecimento ocorra de forma consistente e relevante mediante a aprovação e/ou revisão de instituições de grande renome internacional. Sendo assim, o espanhol vai assumindo uma posição importante como conhecimento específico, em que segundo Herrera e García (2021), é algo consistente que reestrutura não só a representação e a linguagem, como também vai favorecendo perfis profissionais, agregando valores e desenhando perfis de liderança. No entanto, tais circunstâncias apontam para uma busca de uma língua única ou franca, conceito este que cabe maiores reflexões.

Entendida como utilizada para comunicação entre falantes de diferentes línguas maternas ou como língua estabelecida para comunicação internacional para oportunizar a interação com outras culturas (PCEM/PB, 2021; FLORES, 2012). Tal conceito envolve diversos interesses, mas que consiste para Flores (2012) em batalhas em prol de ascensão e reconhecimento profissional de grupos poderosos que buscam conquistar e dominar mercados globais financeiros.

A autora também aponta algumas limitações do espanhol como língua franca de negócios que apesar do momento de ascensão que o idioma vive no mundo internacional, entende que “ainda se trata de um panorama que corresponde mais a um projeto de difusão de uma língua aspirante a ‘língua de comunicação internacional/hipercentral/língua franca’” (FLORES, 2012 p.34), movidos em grande parte por interesses econômicos para propiciar melhores oportunidades de negócios.

Uma outra limitação apontada pela autora é em relação entre o que é ensinado e o que é necessário no ambiente de negócios. Para Flores (2012) os executivos utilizam a língua espanhola como ferramenta diária para lidar com situações complexas e tomadas de decisão, porém o ensino de língua para ambientes corporativos não possui materiais e metodologias desenvolvidas especificamente ensinadas para lidar com tais situações.

Além disso, a autora acrescenta que o entendimento de que uma língua idealizada como um produto intangível pode ser prejudicada por não considerar os falantes. Bagno (2011) apud Flores (2012, p. 35) aponta que “se leve em conta que quem possui rejeita, elimina ou abandona o que quer que seja são os falantes, os seres humanos que falam as línguas para com elas construir sua interação social e sua identidade particular”. Com isso, se os aprendizes inseridos em ambientes de negócios não considerarem a comunicação entre as partes inseridas em ambiente organizacional, a utilização como língua de negócios fica inviável.

Portanto, a expansão da língua espanhola depende dos falantes em conjunto com fatores sociais, políticos e econômicos para que a utilização ocorra, seja no cotidiano, nos negócios e/ou nas comunicações com tecnologias facilitadas pelo uso da internet. Dessa forma, os itens a seguir trarão como o Instagram pode ser uma plataforma valiosa para o aprendizado da língua espanhola de maneira consciente.

### **3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Para analisar a utilização do Instagram como plataforma de aprendizagem da língua espanhola dentro do ambiente corporativo, a pesquisa foi definida quanto a objetivos, a delineamento, a método de coleta de dados e a análise de dados.



Quanto aos objetivos, a pesquisa é considerada como descritiva, pois “os fenômenos do mundo físico e humano são estudados, mas não são manipulados pelo pesquisador” (ANDRADE, 2009, p. 114). Nela são realizadas observações, análises, classificações e interpretações para compreender a relação da rede social trabalhada com a aprendizagem da língua espanhola.

Pelo delineamento, considera-se a pesquisa como um estudo de caso por ter feito uma análise com profundidade dos fatos para poder obter com mais detalhes conhecimentos sobre o objeto de estudo da pesquisa. Quanto à técnica de análise de dados da pesquisa, é considerada qualitativa por dar maior ênfase a compreensão do problema através da compreensão e descrição do fenômeno estudado (GERHARDT e SILVEIRA, 2009).

Como procedimento de pesquisa, optou-se pelo gênero questionário com perguntas abertas. Segundo Marconi e Lakatos (2011) o questionário é uma série ordenada de perguntas a serem respondidas por escrito, sem a presença do pesquisador, em que através de perguntas abertas as respostas podem ocorrer de forma mais livres. Nesse sentido, tal procedimento foi utilizado para melhor compreender através de elementos mais descritivos os aspectos qualitativos do objeto pesquisado.

Os questionários foram aplicados com dois gerentes de operações de uma empresa de *contact center* situada na cidade de Campina Grande, estado da Paraíba. A empresa possui 31 anos de fundação, com dezessete unidades distribuídas em onze cidades e em sete estados brasileiros buscando otimizar processos e propor melhorias ao seu público interno e os clientes finais. Os sujeitos da pesquisa foram escolhidos por estarem em contexto de trabalho com demandas voltadas a clientes usuários do espanhol.

Para o registro desses dados, o questionário foi estruturado na ferramenta *Google Forms* e enviado para os gerentes escolhidos que deram o retorno com as respostas. Utilizou-se como base nos modelos desenhados por Flores (2012) e Junior (2017) criando assim um questionário aberto contendo quinze perguntas dentro dos seguintes blocos: (1) O valor atual do espanhol; (2) O contato com o espanhol; (3) O Instagram como componente didático e extradidático. Os resultados serão apresentados no tópico a seguir.

## 4. ANÁLISE DE DADOS

Os resultados da presente pesquisa foram obtidos através das respostas dos indivíduos pesquisados que atuam em ambiente corporativo. Apesar de os respondentes não se estenderam em boa parte de suas respostas dadas, as informações coletadas foram pertinentes, demonstrando grandes avanços no espanhol corporativo em comparação com algumas pesquisas aqui citadas. As respostas dadas a seguir vão seguir os blocos, conforme dito nos procedimentos metodológicos.

### 4.1 O valor atual do espanhol

O primeiro bloco do questionário buscou avaliar o valor e a importância que os pesquisados dão à língua espanhola no ambiente corporativo. Este bloco foi constituído cinco perguntas. Na primeira delas foi: *Você estuda ou já estudou espanhol em sua empresa?* procurou-se saber se os estudos da língua são recentes ou se haviam alguma base prévia anterior e ambos os gerentes responderam que atualmente estudam espanhol. Já a segunda pergunta: *Por que aprender espanhol atualmente no Brasil?* as respostas dadas foram: *Necessidade profissional* e *Para ampliar meus conhecimentos e usar corporativamente*. Nelas, percebe-se que, assim como na pesquisa realizada por Flores (2012), o que foi respondido levou em

consideração o ambiente profissional, porém sem realizar grandes detalhamentos sobre tal importância. Apesar disso, as afirmações presentes nestas perguntas já indicam a importância de aprender a língua espanhola em razão da expansão das empresas cujos países a possuem como idioma oficial.

A terceira pergunta trouxe o questionamento: *Sua empresa lida com países hispanófonos? Quais?*. As respostas dadas foram afirmativas e os países citados foram a Colômbia e o Peru. Já na pergunta seguinte: *Qual a importância da aprendizagem da língua espanhola atualmente para um profissional do mundo corporativo, independente de trabalhar ou não em uma empresa de origem hispanófona?* tiveram como respostas dos gerentes *Se adequar as necessidades de mercado* e *Creio que o profissional bilíngue abre um leque muito maior no mercado de trabalho possibilitando maior assertividade em sua trajetória corporativa*. As questões de ascensão profissional também foram citadas nas respostas dadas a questão 5 *Para você, qual é a relevância da aprendizagem da língua espanhola atualmente?* tendo como respostas: *Aperfeiçoamento profissional, melhorar currículo e ser mais qualificado ao mercado de trabalho* e *O aprendizado da língua possibilita que o profissional alcance voos maiores em sua trajetória*.

De modo geral, as respostas dadas no primeiro bloco avaliado, notou-se uma percepção geral de que é importante ter o domínio da língua espanhola para se ter melhorias de currículo e de oportunidades, mostrando que, assim como os entrevistados de Flores (2012), os atuais pesquisados buscam aprender o espanhol para melhorar as atividades presentes e os currículos, além de possibilitar desenvolvimento pessoal para futuras oportunidades. No próximo tópico veremos as respostas dadas em relação ao contato com a língua espanhola.

## 4.2 O contato com o espanhol

Este bloco buscou verificar as relações de aprendizado com os falantes de língua espanhola, através das questões seis, sete e oito. Na primeira delas *Sendo o espanhol idioma oficial de vários países, inclusive alguns dos quais a sua empresa mantém ou poderá manter, no futuro, relações, como você lida, ou lidaria, com as diferenças culturais e linguísticas do idioma em seu cotidiano? (Acréscitar: É difícil estabelecer uma boa relação quando se tem que lidar com essas diversidades?)* as respostas mostraram que os gerentes apresentaram dificuldades, inicialmente por causa das diferenças culturais, mas que conseguiram se adaptar por perceberem muitas semelhanças em relação a elementos como cultura, costumes, clima.

Já a segunda pergunta do bloco, a sétima do questionário, trouxe o seguinte: *Quais seriam os componentes que você escolheria como mais relevantes para aprender espanhol? (Sugestões caso o entrevistado não consiga responder: o estudo dos costumes, cultura, política, história, entre outros fatores relacionados com o país/ países da língua alvo)*. Ambos trouxeram dois fatores, sendo a cultura como elemento comum aos pesquisados. Já os outros elementos trazidos foram a política para o um dos entrevistados e a história para o outro como componentes mais relevantes.

A oitava pergunta do questionário *Que tipo de materiais didáticos você gosta de usar para sua aprendizagem da língua espanhola? Quanto ao nível de aprendizagem você deseja alcançar? (Sugestões, caso o entrevistado não consiga responder: um curso completo, ou seja, básico, intermediário e avançado?)* procurou saber os recursos e os níveis que desejam alcançar de aprendizado. Como materiais citados para aprendizado as respostas trazidas foram filmes, séries, músicas, revistas, jornais on-line. Já em relação ao nível de aprendizado ambos responderam desejar alcançar o nível avançado.

Ao comparar os recursos citados com os trazidos na pesquisa de Flores (2012) como “TV, DVD, leitor de CD, ou seja, aparelhos que permitiriam o acesso mais rápido e atualizado à vida sociocultural” (p. 74) percebe-se como ocorreu um rápido avanço para o aprendizado de

língua estrangeira, pois a massificação das telecomunicações e o avanço da internet permitiram um fácil acesso a recursos culturais como filmes, músicas e séries através dos meios digitais. Com isso, demonstra-se uma maior facilidade de acesso a textos que circulam no mundo social oriundos de outra língua, em especial do espanhol.

Dito isto, será visto no último bloco a relação do Instagram e os seus recursos como aprendizado da língua espanhola.

### 4.3 O Instagram como componente didático e extradidático

O último bloco de perguntas do questionário foi constituído de sete perguntas e nele buscou-se perceber os meios e as contribuições que a rede social Instagram traz para o aprendizado da língua espanhola.

A nona questão, a primeira deste bloco, trouxe a pergunta *Qual a sua opinião sobre uso do Instagram como rede social para aprendizagem do espanhol?* Nela as respostas obtidas se mostraram diferentes, porém complementares sendo elas: *Como muito boa. Existem vários perfis que ensinam o espanhol de maneira rápida, clara e didática* e *“É uma ferramenta extremamente importante o uso da ferramenta.* Com isso, já se nota que o Instagram é importante para o aprendizado, pois nele se pode seguir contas com publicações de conteúdo relacionado ao idioma, como contas de professores, escolas de idiomas e de influenciadores que falam espanhol, por exemplo. Além disso, o usuário pode utilizar a ferramenta de busca do Instagram para encontrar conteúdo relevante, como hashtags relacionadas ao aprendizado de espanhol.

A pergunta seguinte buscou ser mais específica em relação aos recursos utilizados para a pesquisa. Nela, questionou-se *Qual a sua opinião sobre uso dos stories e os reels para o aprendizado na língua espanhola?* Tendo como respostas similares que os stories e reels são ferramentas fáceis que geram rápido aprendizado, com rápida absorção decorrente da presença de muitas páginas que ensinam de forma rápida, clara e didática elementos como vocabulário, pronúncia e cultura através de atividades e exercícios interativos.

Respostas positivas também foram dadas a questão onze *Você se sentiu motivado a aprender espanhol usando os recursos do Instagram para o aprendizado na língua espanhola? Por quê?*, trazendo justificativas como *Conteúdo de fácil absorção* e que *São ferramentas rápidas e simples, trazendo aprendizado fácil* reforçando assim a contribuição positiva para o aprendizado. Tais reforços ocorreram através de quantificações percentuais altas de 70 a 80% para o uso do *Instagram*, dos *reels* e dos *stories* para aprendizado da língua espanhola para as perguntas doze (*Se você fosse medir em porcentagem, que valor você daria ao uso do Instagram para o aprendizado na língua espanhola?*) e treze (*Se você fosse medir em porcentagem que valor você daria ao uso dos stories e os reels para o aprendizado na língua espanhola?*).

A questão catorze, a penúltima do bloco e do questionário, perguntou se *Os recursos do Instagram lhe ajudaram a desenvolver qual tipo de competência? (Compreensão oral, produção oral, compreensão escrita ou produção escrita?)* e nela as respostas foram positivas e mais completas que as dadas em outras questões. Os entrevistados afirmaram que os conteúdos ajudaram na pronúncia, nas falas cotidianas e na produção e compreensão oral da língua, mostrando assim que a utilização do Instagram já está inserida no hábito dos entrevistados de alguma forma sendo utilizadas para a familiarização com o idioma para poder atingir o desejado nível avançado de língua espanhola.

É interessante destacar ênfase na oralidade e na comunicação dada nas respostas pelos gerentes, pois elas se diferenciam das que aparecem no trabalho de Flores (2012) em que os entrevistados atribuíram uma importância bem maior para o aprendizado das estruturas gramaticais ao invés das funções comunicativas. Nesse sentido, pode-se inferir que tais recursos poderão ser de extrema importância para manter o interesse em manter o aprendizado pelo

espanhol para que os pesquisados possam se manterem atualizados, conforme as respostas dadas a última questão *Após o aluno ter alcançado o nível desejado para o bom resultado na comunicação com os países hispanófonos com os quais ele lida, você acha importante fazer uma manutenção do idioma? Por quê?*

Portanto, pelas respostas dadas a rede social Instagram com os recursos *stories* e os *reels* são de grande importância, junto aos citados filmes, séries e músicas, para o aprendizado de recursos de comunicação e compreensão oral, como a de pronúncias e a de falas cotidianas para que possam ser utilizadas no ambiente corporativo para que os pesquisados possam interagir com os clientes externos colombianos e peruanos, conforme os índices apresentados nas respostas. Além disso, tais recursos serão importantes e de fácil acesso para que os gerentes possam desenvolver a aprendizagem contínua da língua espanhola.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo analisar a utilização do Instagram como plataforma de aprendizagem da língua espanhola, bem como verificar os meios de aprendizagem, os conteúdos mais relevantes e as suas contribuições na aprendizagem da língua espanhola para fins corporativos.

Muitas mudanças ocorreram no *Instagram* desde o seu surgimento criando alterações que mudaram os padrões de consumo dos seguidores da plataforma bem como a forma de compartilhamento das experiências pessoais. Nesse sentido, esta rede social se tornou uma plataforma cada vez mais popular para o aprendizado de idiomas, incluindo o espanhol, e é provável que continue sendo uma ferramenta valiosa para estudantes e professores no futuro.

É importante ressaltar que o uso do Instagram não deve substituir aulas presenciais ou outras formas de aprendizado, mas sim complementá-las. Além disso, ela não deve ser a única plataforma de aprendizado utilizada podendo ser combinada com outros recursos de aprendizado, como livros, aulas, exercícios e conversação com falantes nativos. Além disso, é importante que os alunos o usem de maneira consciente e crítica, escolhendo contas que forneçam conteúdo de qualidade e evitando conteúdo inadequado ou impreciso.

Em conclusão, o *Instagram* pode ser uma plataforma útil e eficaz para ajudar no aprendizado do espanhol. Através do uso de imagens, vídeos e texto no idioma, o Instagram pode, através de recursos como *reels* e *stories*, fornecer um ambiente autêntico para o aprendizado da língua e ajudar a melhorar a compreensão auditiva e a comunicação oral ao trazer um conteúdo enriquecedor para o desenvolvimento de pronúncias e falas cotidianas para serem utilizadas com os falantes da língua espanhola inseridos em ambiente corporativo. Além disso, as redes sociais podem ser uma forma motivadora e divertida de aprender a língua.

Este trabalho buscou contribuir para a investigação da área, procurando servir como subsídio e modelo para investigação, seja em outros temas, seja com aplicação mais ampla em outras áreas temáticas, com abordagens mais específicas dentro da área. Sugere-se para futuras pesquisas a investigação com empresas de outros segmentos, assim análises de conteúdos postados e as recepções na rede social *Instagram* por meio dos comentários e compartilhamentos.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA FILHO, J. C. P. de. **Dimensões comunicativas no ensino de línguas**. 6ª ed. Campinas. Pontes, 2010.

ANDRADE, M. M. de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**: elaboração de trabalhos na graduação. 9.ed. São Paulo: Atlas,2009.

BEDIN, M. C. **Espanhol para fins específicos no ensino superior tecnológico e formação docente**: articulações, rumos e possibilidades. 2017. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

BERWANGER, A. M. L.; SABADI, M. N. **Facebook como ferramenta midiática no ensino da língua inglesa**. Cadernos PDE. Os desafios da escola pública paranaense na perspectiva do professor PDE. Paraná, 2014.

CASTELLS, M.. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra,1999.

CGI.BR. **TIC Kids Online Brasil – 2022 Crianças e adolescentes**. Disponível em: <https://cetic.br/pt/pesquisa/kids-online/indicadores/>

DE CARRICONDE, L. et al. **Os Recursos de vídeos disponíveis no Facebook, Instagram e TikTok para o ensino de língua espanhola**. Revista Primeira Escrita, v. 8, n. 1, p. 61-76, 2021.

FERRAZ, D. Multiletramentos: epistemologias, ontologias ou pedagogias? Ou tudo isso ao mesmo tempo? In: GUALBERTO, Clarice Lage; PIMENTA, Sônia Maria de Oliveira; SANTOS, Zaira Bomfante. (org.). **Multimodalidade e ensino**: múltiplas perspectivas. São Paulo: Pimenta Cultural, 2018. p. 62-87.

FLORES, R. C. S. **O Espanhol em ambiente corporativo**: reflexões sobre o ensino para fins específicos. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Estudos da Linguagem) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2012.

GARCÍA DELGADO, J. L. Valor económico del español: una investigación en curso In: GÓMEZ DE ENTRERRÍA, J.; RODRÍGUEZ DEL BOSQUE, I. (Eds.). **El español, lengua de comunicación en las organizaciones empresariales**. Navarra: Aranzadi, 2010, p.21-31.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. (organizadoras). **Métodos de Pesquisa**. 1ª Ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

HERRERA, E. C.; GARCIA, W.. **Espanhol na formação tecnológica profissional**: Desafios no mercado de trabalho. Revista CBTecLE, v. 1, n. 2, p. 023-033, 2021.

INSTAGRAM. **Central de Ajuda**. 2023. Disponível em: [https://help.instagram.com/1660923094227526/?helpref=hc\\_fnav&locale=pt\\_BR](https://help.instagram.com/1660923094227526/?helpref=hc_fnav&locale=pt_BR)

INSTITUTO CERVANTES (Espanha). **Instituto Cervantes. El español**: una lengua viva. Informe 2022. Disponível em: [https://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario\\_22/informes\\_ic/p01.htm](https://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_22/informes_ic/p01.htm).

JÚNIOR, F. C. S. **Percepções de alunos sobre o uso do WhatsApp em um curso de espanhol para fins específicos para guias de turismo**. Tese de Doutorado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, Brasil, 2017.

KENSKI, V. M. **Educação e tecnologias**: O novo ritmo da educação. 8. ed. Campinas, SP: Papirus, 2012.

LACERDA, M.G. de. **O uso do aplicativo Duolingo no ensino da Língua Inglesa: Uma experiência com alunos de escola pública na cidade de Cuité-PB.** Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização). Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba, Cabedelo, 2021.

MARCONI, M. de A. e LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos.** 7. ed. 6.reimpr. São Paulo: Atlas, 2011.

MERCOSUL. **Em poucas palavras.** Disponível em: <https://www.mercosur.int/pt-br/quem-somos/em-poucas-palavras/>, acesso em 22 de maio de 2022.

META. **Informações, cultura e princípios da empresa.** Disponível em: <https://about.meta.com/br/company-info/>, acesso em 19 de maio de 2023.

MIRANDA, Guilhermina Lobato. **Limites e possibilidades das TIC na educação.** Sísifo, n. 3, p. 41-50/EN 39-48, 2014.

NANTES, E. A. Sheuer et al. **Ensino e Tecnologia: Uma Proposta de Exploração do Duolingo, Via Plano de trabalho docente, para o ensino de línguas.** Revista Conhecimento Online, v. 2, p. 76-101, 2018.

OLIVEIRA, A. da S. **O uso do Facebook como instrumento de ensino e aprendizagem de língua estrangeira.** Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Estadual da Paraíba, Monteiro, 2018.

OLIVEIRA, M. E. T. **O uso da tecnologia no ensino de língua espanhola.** Monografia (Especialização). Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2016.

PARAÍBA. Proposta Curricular do Estado da Paraíba: Educação Infantil e Ensino Fundamental. João Pessoa: Secretaria de Estado da Educação da Paraíba, 2021.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROCHA, C. M. F. As redes em saúde: entre limites e possibilidades. In: **PAN-AMERICANA DA SAÚDE** (Org.) Fórum nacional de redes em saúde. Belo Horizonte: OPAS/OMS, 2005. p. 37-58.

ROJO, R. Gêneros discursivos do Círculo de Bakhtin e multiletramentos. In: ROJO, Roxane. (org.). **Escol@ conectada: os multiletramentos e as TICs.** São Paulo: Parábola, 2013. p. 13-36.

SANTANA, R da S.; ABRANCHES, S. P. **Duolingo: A utilização da plataforma como ferramenta Didática para o processo de Ensino e Aprendizagem em Línguas Estrangeiras.** III CONEDU, p. 1-11, 2016.

SILVA, P. M. **A Chamada telefônica no ensino-aprendizagem do Espanhol para fins específicos no Curso de Comércio Exterior.** 2009. 141 f. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada) – Universidade de Taubaté, Taubaté, 2009.

TECHTUDO. **Download do Instagram: saiba entrar na rede social de fotos e vídeos,** disponível em: <https://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/instagram/>, acesso em 21 de maio de 2023.

VOLPATO, B. **Ranking:** as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2023, com insights, ferramentas e materiais. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/> ,acesso em 19 de maio de 2023.

## ANEXOS

**ANEXO A: ROTEIRO DE QUESTIONÁRIO (adaptado de FLORES, 2012 e JUNIOR, 2017)**

EMPRESA	
ÁREA DE ATUAÇÃO /CARGO	

1. Você estuda ou já estudou espanhol em sua empresa?
2. Por que aprender espanhol atualmente no Brasil?
3. Sua empresa lida com países hispanófonos? Quais?
4. Qual a importância da aprendizagem da língua espanhola atualmente para um profissional do mundo corporativo, independente de trabalhar ou não em uma empresa de origem hispanófono?
5. Para você, qual é a relevância da aprendizagem da língua espanhola atualmente?
6. Sendo o espanhol idioma oficial de vários países, inclusive alguns dos quais a sua empresa mantém ou poderá manter, no futuro, relações, como você lida, ou lidaria, com as diferenças culturais e linguísticas do idioma em seu cotidiano? (*Acréscitar: É difícil estabelecer uma boa relação quando se tem que lidar com essas diversidades?*)
7. Quais seriam os componentes que você escolheria como mais relevantes para aprender espanhol? (Sugestões caso o entrevistado não consiga responder: o estudo dos costumes, cultura, política, história, entre outros fatores relacionados com o país/ países da língua alvo)
8. Que tipo de materiais didáticos você gosta de usar para sua aprendizagem da língua espanhola? Quanto ao nível de aprendizagem você deseja alcançar? (*Sugestões, caso o entrevistado não consiga responder: um curso completo, ou seja, básico, intermediário e avançado?*)
9. Qual a sua opinião sobre uso do *Instagram* como rede social para aprendizagem do espanhol?
10. Qual a sua opinião sobre uso dos *stories* e os *reels* para o aprendizado na língua espanhola?
11. Você se sentiu motivado a aprender espanhol usando os recursos do *Instagram* para o aprendizado na língua espanhola? Por quê?



12. Se você fosse medir em porcentagem, que valor você daria ao uso do *Instagram* para o aprendizado na língua espanhola?
13. Se você fosse medir em porcentagem que valor você daria ao uso dos *stories* e os *reels* para o aprendizado na língua espanhola?
14. Os recursos do *Instagram* lhe ajudaram a desenvolver qual tipo de competência? (Compreensão oral, produção oral, compreensão escrita ou produção escrita?)
15. Após o aluno ter alcançado o nível desejado para o bom resultado na comunicação com os países hispanófonos com os quais ele lida, você acha importante fazer uma manutenção do idioma? Por quê?