

Aplicação da Plataforma Digital em Modelos de Educação e Aprendizado da Língua Inglesa

Lucas Salotti Rodrigues dos Santos (Centro Universitário da Fundação Educacional Guaxupé)

lucas_salotti@hotmail.com

Luciana Angelino Gonçalves (Centro Universitário da Fundação Educacional Guaxupé)

luciana.uem@hotmail.com

Resumo:

O *Marketing* Digital tem apresentado uma evolução contínua desde que houve a expansão da *Internet*, que se tornou um canal para a comunicação e promoção e venda de produtos e serviços. Suas ferramentas possuem características jamais vistas antes dessa revolução tecnológica, tais como trabalhar com conteúdos inteiramente digitais; fornecer um serviço mais rápido e remoto; apresentar menor custo-benefício; e criar um relacionamento com o usuário. Desse modo, o crescimento do uso da tecnologia é verificado no ensino da língua inglesa, por desempenhar um papel de facilitador da comunicação entre as pessoas e do acesso à conteúdos relacionados a educação. O objetivo deste estudo é utilizar uma das ferramentas do *Marketing* Digital, a plataforma digital, para disponibilizar um conteúdo que estimule o aprendizado da língua inglesa e possibilite a comunicação entre os usuários. A implantação da plataforma digital envolveu atividades como a elaboração de um material com base no conteúdo pragmático requerido por exames internacionais de proficiência da língua inglesa, como o TOEFL e o IELTS; configuração da plataforma; cadastro de usuários; e avaliação do desempenho dos usuários. O material elaborado para o desenvolvimento do estudo foi disponibilizado na plataforma por um período de seis meses. O processo de avaliação dos usuários aconteceu antes da implantação da plataforma e dois meses depois de os usuários terem acesso à plataforma, e consistiu na aplicação de um teste de nivelamento elaborado pela Universidade de Cambridge, na Inglaterra. Embora não tenham expressado um desenvolvimento considerável, os alunos participantes do estudo apresentaram uma evolução notável em seu conhecimento da língua. O modelo de aprendizado da língua inglesa evidenciou alguns benefícios do uso da plataforma digital na educação, como o aumento da usabilidade e sociabilidade dos usuários, que se caracterizou pelo compartilhamento de conhecimentos e experiências referentes ao aprendizado da língua.

Palavras chave: Plataforma Digital, Língua Inglesa, *Marketing* Digital, Ferramentas, Educação.

Application of the Digital Platform in Models of English Language Education and Learning

Abstract

Digital Marketing has shown a continuous evolution since the expansion of the Internet, which has become a channel for communication and promotion and sale of products and services. Its tools have features never seen before this technological revolution, such as working with fully digital content; providing faster and more remote service; lower cost-benefit ratio; and creating a relationship with the user. In this way, the growth of the use of technology is verified in the teaching of the English language, for playing a role of facilitator of communication between people and access to content related to education. The purpose of this study is to use one of the tools of Digital Marketing, the digital platform, to provide content that stimulates English language learning and enables communication among users.

The implementation of the digital platform involved activities such as the preparation of a material based on the pragmatic content required by international English proficiency exams such as the TOEFL and the IELTS; the platform configuration; users registration; and users' performance evaluation. The material created for the development of the study was available on the platform for a period of six months. The user evaluation process happened before the platform was deployed and two months after the users had access to the platform, and consisted in the application of a leveling test prepared by the University of Cambridge, England. Although they did not express a considerable development, the students participating in the study showed a remarkable evolution in their knowledge of the language. The English language learning model evidenced some benefits of using the digital platform in education, such as the increase in user usability and sociability, which was characterized by the sharing of knowledge and experiences related to language learning.

Key-words: Digital Platform, English Language, Digital Marketing, Tools, Education.

1. Introdução

1.1. O Marketing Digital

O empreendedorismo está sendo inserido em todas as áreas de negócio, inclusive na educação. Além de gerar empregos e movimentar a economia de um país, ele traz uma inovação que gera e agrega valor ao seu público, ou seja, é a ação de transformar uma ideia em um bem ou serviço. O empreendedor se responsabiliza por sanar as dores de seus clientes, ato que consiste em satisfazer e auxiliar o cliente a obter êxito quanto ao bem ou serviço que oferece.

Segundo Lobo e Silva Filho (2017), um estudo realizado pelas universidades americanas de Harvard e Duke constatou que dentre quinhentas empresas de base tecnológica, 37% delas têm seus líderes originários da Engenharia. De acordo com Santos Filho e Gois (2013), os engenheiros possuem características, que são muito importantes para o empreendedorismo, como a habilidade em trabalhar em equipe; iniciativa para tomada de decisões; conhecimento de ferramentas tecnológicas, em geral; e primazia na qualidade e segurança do que faz.

O empreendedorismo, atualmente, possui diversas ferramentas e, uma delas, é o *Marketing Digital*. Para Rocha (2017), o conjunto de ações e informações que podem ser realizadas para promover um bem ou serviço, por meio da comunicação e da tecnologia, através da criação de um vínculo e relacionamento duradouro com o cliente, entregando um conteúdo de confiança e de qualidade. Desta forma, o *marketing digital* é a inversão do *marketing* tradicional, tendo o objetivo de que os clientes procurem o produto, o serviço ou a empresa.

O começo do *marketing digital* foi verificado na mesma época em que houve a eclosão da *internet*, que começou no ano de 1960 e, a partir daí, tem se expandido gradualmente. Segundo Turban e King (2004), a comercialização da *Internet* na década de 90, viabilizou o surgimento de várias aplicações do comércio eletrônico, como o *marketing* direto, leilões *online* e compras eletrônicas. A *internet* se tornou um canal para a promoção e venda de produtos e serviços, devido aos milhões de usuários que a acessam diariamente. Partindo do contexto de utilizá-la como um meio de conquistar novos clientes e aumentar as vendas, o *marketing digital*, conhecido também por *marketing* eletrônico, foi criado e utilizado por empresas que queriam oferecer seus produtos e serviços.

O primeiro experimento de divulgação comercial em massa pela *Internet* ocorreu nos Estados Unidos, em 1994, e foi feita pelo escritório de advocacia Canter e Siegel. De acordo com Pinhal (2000), por ter violado a regra de enviar anúncios ofertando serviços à fóruns de discussão, o experimento ficou mundialmente conhecido pela reação negativa que causou entre os usuários das redes em que a propaganda foi feita. O primeiro fracasso do *marketing digital*, prejudicou

a reputação do escritório de advocacia e deixou os usuários de fóruns de discussão revoltados, devido à violação de regras.

Ainda nos anos 90, conforme o Manifesto de Cluetrain, de Levine (2000), os mercados em rede começaram a se organizar mais rapidamente do que as empresas que tradicionalmente os serviam. Em virtude da *internet*, os mercados se tornaram mais bem informados, inteligentes e exigentes quanto às qualidades que faltam na maioria das organizações empresariais. Sendo assim, começavam a surgir portais como o MSN, *Yahoo* e AOL, que serviam como ferramentas de busca, além de lojas virtuais, como a *Amazon*, e o *e-mail* passou a ser utilizado como ferramenta de comunicação e de *marketing*. Ainda na mesma década, o *Google* foi criado, junto com a ferramenta de *marketing* SEO, utilizada para recolher informações de potenciais clientes através das pesquisas que realizam no *Google*.

Desde então, as pessoas começaram a utilizar cada vez mais a *internet* em seus relacionamentos pessoais e de trabalho, através de aplicativos e ferramentas que possibilitam a interação em diferentes ambientes, de forma remota. Diversos tipos de informação passaram a ser disponibilizados para acesso. A utilização de conteúdos de diferentes tipos de documentos e publicações tradicionais, como livros, jornais, dicionários, enciclopédias, teses entre outros, passaram a ser disponibilizados no formato eletrônico online.

1.2. O Ensino da Língua Inglesa no Brasil

Na primeira metade do século XX, a Escola Nova simbolizou um processo movimento de modernização da educação na Europa e no continente americano, incluindo o Brasil. O escolanovismo se desenvolveu no Brasil por meio de efeitos importantes e transformações econômicas, políticas e sociais. O desencadeamento acelerado da ampliação da cultura cafeeira e da urbanização trouxeram a modernização industrial e econômico para o país, entretanto, emergiram, com eles, significativas desordens nos aspectos políticos e sociais, ocasionando uma transformação relevante no ponto de vista intelectual brasileiro, de acordo com Lustosa Júnior (2012). A educação é a parte essencial e realmente eficaz para a construção de uma sociedade democrática, segundo o escolanovismo, que tem em conta as multiplicidades e respeita a individualidade do indivíduo, que são capazes de raciocinar sobre a sociedade, bem como ser parte dela.

Desta maneira, a educação escolarizada deveria ser apoiada no indivíduo como um cidadão atuante e democrático. Para Dewey (1959), a escola não pode ser uma preparação para a vida, mas sim, a própria vida. Do mesmo modo que a educação tem como direção a experiência da vida e da aprendizagem, tornando a atribuição da escola a de possibilitar uma reconstrução permanente da experiência e da aprendizagem dentro da vida de cada indivíduo.

A educação, segundo Marcondes (2017), tem como princípio a filosofia da experiência, experiências essas que são classificadas em estéticas, educativas e democráticas. Neste conceito, a educação é uma ferramenta que propicia o desenvolvimento do indivíduo, de dentro para fora e, conseqüentemente, o prepara para o futuro. As habilidades desenvolvidas através da educação proporcionam o melhoramento das relações pessoais, o progresso tecnológico, o tratamento da saúde e bem-estar das pessoas, e o desenvolvimento de nações.

Em 1809, ocorreu a inserção da língua inglesa como disciplina obrigatória na grade curricular escolar do sistema brasileiro de educação, com o objetivo de que os indivíduos fossem capazes de se comunicarem de forma oral e escrita. De acordo com Souza e Santos (2011), Dom João VI determinou a implantação do ensino de duas línguas estrangeiras, a inglesa e a francesa, que foram escolhidas de forma estratégica. Naquela época, o Método Clássico, ou Gramática-

tradução, era o único método de ensino de línguas estrangeiras conhecidos.

Neste contexto, nota-se a incoerência entre o ensino da língua inglesa oficialmente oferecido no Brasil e as necessidades dos indivíduos em processo de aprendizado, desde a sua implantação. A educação, no Brasil, vem sofrendo transformações consecutivas, nas quais o ensino de língua inglesa tem sido desprezado ou tratado de maneira indevida. No momento atual, o ensino da língua inglesa no Brasil é ofertado desde instituições privadas de ensino da língua inglesa, passando pelos sistemas de ensino público e privado, até às universidades.

De acordo com Nogueira (2017), os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN) de 1999 não propõem uma metodologia específica para o ensino de línguas, contudo propõem uma aproximação sócio interacional, com foco no desenvolvimento da leitura. Somados a outros fatores, tais como a falta de professores qualificados, que realmente dominem a língua; os materiais didáticos inapropriados; uma metodologia de ensino antiga e inapropriada; turmas com elevado número de aprendizes, o que dificulta o aprendizado.

Conforme um estudo realizado por Schütz (2002), no Brasil, atualmente existem três modelos de ensino da língua inglesa. O primeiro modelo de ensino é o ofertado pelos institutos binacionais, que apresentam um cuidado maior com a qualidade do ensino do que com um foco comercial, através de uma metodologia convencional associada a um plano didático. O segundo modelo de ensino é o de um curso franqueado, que faz demasiado uso de propagandas, e focam no plano didático e livro-texto, seguindo um sistema engessado que ignorando as habilidades pessoais do professor. O terceiro modelo de ensino é o oferecido pelas escolas independentes, formadas por pessoas com competência própria, que direcionam o ensino de acordo com as necessidades de cada indivíduo.

De acordo com Anjos-Santos, Gamero e Gimenez (2014), o sistema de ensino da língua inglesa nas escolas regulares do Brasil possui muitos problemas, tais como um alto número de alunos por sala de aula, recursos didáticos escassos e desapropriados, carga horária reduzida para a disciplina, além de professores com formação insuficiente para trabalhar com os conteúdos mais refinados que existem na gramática da língua. Apesar de ser possível presenciar melhorias pontuais e localizadas em algumas regiões, a necessidade de melhorar o sistema de aprendizado do inglês no país ainda é eminente.

1.3. A Globalização e o Surgimento de Plataformas Digitais

O ambiente educativo da escola deveria ser formado por espaços de intercâmbio de conhecimento e construção de reflexões e práticas transformadoras. Conforme o estudo de Sousa, Miota e Carvalho (2011), os alunos não encontram na escola um espaço em que possam debater suas ideias e compartilhar conhecimento, de forma simultânea. Por não existir uma conexão entre a cultura escolar e a cultura dos jovens, os conceitos e conteúdos aprendidos em sala de aula perdem o sentido para os alunos. Diante do problema da comunicação entre o mundo da escola e o mundo do aluno, se verifica a necessidade de inserir a tecnologia no processo de aprendizagem e no cotidiano escolar, para que possibilite a permutação de perspectivas e posições de mundo que propicie uma aproximação entre estas duas culturas num mundo de aprendizagem e cultura digital.

Na sociedade globalizada, de acordo com Rocha (2010), por motivos econômicos, sociais, de aprendizagem e construção do conhecimento, de comunicação, e do manuseio da tecnologia, a língua inglesa se faz essencial na vida do ser humano. Sendo assim, a língua inglesa já é considerada uma *commodity*, tendo em vista o seu valor comercial, mantido pela indústria de ensino. Em vista desse contexto, diferentes maneiras de se compreender e abordar ideias da

língua inglesa dependem da variedade de formas de compreendê-las e de se entender o mundo.

As plataformas digitais, também conhecidas por *e-learning*, surgiram em meados da década de 60 e acompanharam a evolução dos métodos educacionais. Segundo Teixeira, Bezerra e Leão (2014), o desenvolvimento desses métodos de educação é dividido em três etapas: a primeira é marcada pelo ensino por correspondências manuscritas; a segunda, é caracterizada pela utilização de recursos audiovisuais como o rádio, a televisão, o telefone e o vídeo; e a terceira é conhecida pela comunicação interativa síncrona e assíncrona entre professores e alunos através da *internet*.

Tal qual explica Saettler (2004), o surgimento das posições de tutores e fóruns *online* é referenciada à Plato. Nos anos 70, escolas norte-americanas adquiriram seu primeiro sistema computacional para ser usado como ferramenta de ensino. Em 1982, no estado de New Hampshire, foi criado o primeiro computador portátil, que funcionava como um centro de aprendizado na educação de adultos. Em 1993, William Graziadei, pesquisador e professor da Plattsburg State University of New York, Estados Unidos, foi responsável por idealizar o *Virtual Instructional Classroom Environment in Science in Research, Education, Service and Teaching*, um ambiente de ensino virtual que utilizava ferramentas *online*, como fóruns e *e-mails* (LEARN-SOURCE, 2012).

Desde então, com a expansão desses ambientes *online*, as plataformas digitais de ensino vêm ganhando força e reconhecimento, nos dias de hoje, como ferramenta do sistema educacional, assim como o número de instituições que utilizam esse sistema como método de ensino vem aumentando. Conforme a abordagem de Miranda (2005), a interface das plataformas de desenvolvimento do processo do ensino e da aprendizagem deve apresentar-se ao aluno de uma forma simples, interativa e transparente. A grande vantagem das plataformas online se encontra, não somente em suas tecnologias, porém em práticas de flexibilização do processo de ensino e aprendizagem, contribuindo com novas capacidades para a educação, em geral.

A tecnologia e a língua inglesa têm exercido uma importante função no mundo contemporâneo e têm estado ligadas uma a outra. Segundo Graddol (2006), a interligação entre ambas, é verificada pela necessidade e facilidade de comunicação e interação com outras pessoas. Essa interligação foi utilizada como método no estudo realizado por Anjos-Santos, Gamero e Gimenez (2014), que mostrou que a proposta de contextualizar a teoria com a prática, através de ferramentas da tecnologia, gerou uma ponte entre os conhecimentos formais da língua e o uso significativo da mesma, para os alunos que participaram de um curso online de inglês, com duração de uma semana, financiado pela CAPES.

2. Objetivo

As ferramentas do *marketing* digital foram escolhidas por apresentar um grande potencial de atender aos requisitos do cenário em questão. O *marketing* feito em plataformas digitais, de acordo com Osterwalder e Pigneur (2010), além de não trabalhar com impressão de papel ou veiculação em grandes emissoras, ele é mais rápido e tem menor custo-benefício; cria um relacionamento com o cliente; gera autenticidade à marca; e fideliza os clientes/usuários, tornando o pequeno negócio capaz de concorrer com grandes empresas.

Os resultados deste projeto impactarão positivamente no desenvolvimento profissional e pessoal dos alunos e lhes proporcionará melhores oportunidades, principalmente na profissão que escolherem. Ademais, poderá contribuir para a literatura deste tema, que carece de estudos relacionados ao uso de ferramentas do *Marketing* Digital em ambientes acadêmicos e modelos e negócios voltados para a educação.

Diante do exposto, o objetivo geral deste projeto é implantar uma plataforma digital que disponibilize conteúdo que estimule o aprendizado da língua inglesa e possibilite o contato dos usuários com pessoas de outros países, através do uso dessa ferramenta do *marketing* digital. Os objetivos específicos são:

- a) Discorrer sobre a abordagem do Empreendedorismo junto à atual necessidade de aprimoramento do *Marketing* Digital nos empreendimentos;
- b) Implantar uma plataforma digital para o aprendizado da língua inglesa e disponibilizá-la, de alguma forma, para alunos dos cursos de engenharia de uma Instituição de Ensino Superior do interior de Minas Gerais;
- c) Avaliar a adequação da plataforma ao mínimo produto viável, considerando a opinião de seus usuários quanto ao atendimento de requisitos funcionais e não funcionais e providenciar melhorias.

3. Metodologia

O processo metodológico do projeto consiste, basicamente, em duas etapas. Na primeira etapa, serão levantadas referências bibliográficas para estudo das ferramentas mais adequadas para o modelo de negócio proposto. E a partir da implantação da plataforma, na segunda etapa do projeto, serão feitos um acompanhamento e uma análise dos benefícios provindos dos resultados da implantação do modelo de negócio. Quanto às atividades envolvidas neste projeto, estas podem ser subdivididas em:

- a) Pesquisa Bibliográfica: consiste no estudo de tópicos relacionados à implantação e uso de ferramentas do *marketing* digital no modelo de negócios voltado à Educação;
- b) Aplicação da plataforma: a plataforma será aplicada na Instituição de Ensino Superior, objeto do estudo, e disponibilizada aos seus alunos. As informações, resultantes da aplicação, serão colhidas e, a partir daí usadas como fontes de melhorias para o serviço;
- c) Elaboração de artigo e do relatório final do projeto de iniciação científica: acompanhamento e análise dos resultados do processo de implantação da plataforma.

O estudo envolve dois tipos de pesquisa. A pesquisa quantitativa, que tem o objetivo de selecionar o público-alvo, sendo alunos que efetivamente se beneficiarão do produto, e a pesquisa qualitativa, que será aplicada aos alunos dos cursos de engenharia.

4. Referencial Teórico

A qualificação de escolas e de sistemas de ensino é importante, na medida em que contempla um direito de todo educando de ter acesso à educação de qualidade. Para atender este conceito, é importante rever a questão da qualidade educacional em bases mais abrangentes, de forma a reconhecer que todos têm direito à educação de “boa qualidade”, mesmo aqueles que não possuem condições financeiras para pagar por isso.

Para Chirinéa e Barreiro (2009), a educação ganha um novo significado por meio de um ensino que possa atender às necessidades dos alunos inseridos em um contexto histórico e social complexo e de uma prática educativa planejada e sistematizada durante um longo e contínuo período. Esta prática deve propiciar qualidade ao processo educacional ao criar condições e oportunidades para o desenvolvimento de capacidades, e para que os alunos aprendam conteúdos necessários para enfrentarem e resolverem diferentes modalidades de desafios, assegurando-lhes o direito de aprendizagens significativas imprescindíveis à atuação crítica e transformadora.

A modernização e a competitividade são os fatores que direcionam a fundamentação teórica da autora, uma vez que considera a educação como um processo voltado ao atendimento das necessidades emanadas pelo mercado. Atualmente, é preciso instituir sistemas de avaliação externa da aprendizagem dos alunos; estimular e criar modelos alternativos para a formação docente além de capacitar os professores em efetivo exercício da profissão; qualificar a demanda no sentido de promover uma maior preocupação da sociedade civil e das mídias de forma geral com a qualidade do ensino da língua inglesa no país, e estabelecer diretrizes para integração da escola com outras instâncias como saúde, lazer, esporte e cultura a fim de propiciar aos alunos experiências inovadoras e alternativas para o uso racional do tempo inverso ao período de aulas.

A falta de identidade da língua inglesa, como disciplina regular, e de uma política nacional capaz de articulá-la também é apontada como impedimento para aulas de idiomas mais eficientes. A inexistência de uma política nacional e estadual para o ensino de línguas no Brasil, torna o ensino da língua no país algo desvalorizado quanto a qualificação, treinamento, registro e com salários dos profissionais.

De acordo com uma pesquisa realizada em 2014 para o *British Council*, pelo Instituto de Pesquisa Data Popular, aponta que o nível de conhecimento do idioma é baixo. Entre os fatores destacados para essas limitações, está a falta de estrutura adequada: não há laboratórios de línguas, por haver poucos recursos destinados; turmas com número elevado de alunos; carga horária insuficiente; e a dificuldade de encontrar professores com formação adequada.

A maior motivação para a demanda por cursos de inglês pela nova e crescente classe média é de caráter bastante prático. Busca-se garantir a própria empregabilidade e propiciar a continuidade do crescimento social obtido. Um entendimento dos fatores que podem levar esse grande contingente populacional a procurar, em maior número, o ensino da língua inglesa no país.

5. Discussão dos Resultados

Fundamentado nos benefícios e facilidades provenientes da utilização das ferramentas do *Marketing Digital*, o estudo a seguir utilizou o conceito das plataformas digitais para desempenhar a proposta de um curso intensivo da língua inglesa para alunos de engenharia de uma Instituição de Ensino Superior. O estudo consistiu no desenvolvimento do material didático que será oferecido no curso, na implantação dessa plataforma digital e na avaliação inicial e final dos usuários, para a validação de todo o sistema que está sendo ofertado.

5.1. Elaboração e Aplicação do Material Didático

O material didático foi desenvolvido com embasamento em regras da língua inglesa e conteúdo pragmático exigido em exames internacionais de proficiência no idioma, como o TOEFL e o IELTS. Esses exames são comumente os mais requeridos no mundo todo. Os tópicos foram divididos em dez unidades, de acordo com um sequenciamento didático e nivelado, do básico ao avançado. O material explica cada um dos conceitos da gramática da língua inglesa, além de fornecer exemplos de cada conteúdo para que o aluno tenha um entendimento mais claro do conceito.

As unidades foram disponibilizadas para todos os alunos dos cursos de engenharia, inscritos no projeto de extensão universitária, da Instituição de Ensino Superior, objeto do estudo. Os alunos da amostra pesquisada neste estudo estão matriculados um dos cursos de engenharia, ofertados pela instituição, e estão distribuídos em semestres que vão desde o início até o final do período para a graduação.

A partir do material elaborado, foi idealizado um curso presencial de inglês para engenheiros com duração de duas horas semanais ao longo do ano de 2018. O curso teve início em março de 2018 e, apresentou os seguintes tópicos aos alunos: pronomes pessoais, pronomes possessivos, pronomes demonstrativos, *verb TO BE, Present Continuous, Simple Present, Simple Past, Past Continuous, Past of TO BE*, advérbios, preposições, verbos modais, *Simple Future with Will, Future with BE going to, Present Perfect e Past Perfect*. Cada conteúdo foi retratado em um ambiente industrial onde a engenharia se aplica, para que os alunos pudessem relacionar o aprendizado às situações vivenciadas na prática.



PERSONAL PRONOUNS



Personal Pronouns	
1ª pessoa do singular	I
2ª pessoa do singular	You
3ª pessoa do singular	He
	She
	It
1ª pessoa do plural	We
2ª pessoa do plural	You
3ª pessoa do plural	They

Figura 1 - Conteúdo do material elaborado para os alunos do curso

5.2. Implantação da Plataforma

A implantação da plataforma digital envolveu atividades como a escolha de um aplicativo para exercer a função de um ambiente para a interação dos alunos e o compartilhamento de conteúdo, instalação e configuração do aplicativo escolhido, cadastro dos alunos e liberação de acesso ao espaço online, definição dos procedimentos de uso, e elaboração do material a ser compartilhado.

O aplicativo *Trello* foi escolhido, dentre outros disponíveis, por atender diversos requisitos, tais como, ser de livre utilização, ter acesso via *browser*, permitir a anexação de arquivos, permitir a criação de chats por qualquer usuário, permitir um número ilimitado de usuários, possibilitar a troca de informações por fóruns, permitir o uso de senhas de acesso para cada usuário, permitir a customização da interface gráfica, dar suporte aos usuários, e atualizar suas novas versões automaticamente e gratuitamente.

Após a instalação do aplicativo, foram realizadas as seguintes atividades para a sua configuração: customização da interface gráfica, título e figura de fundo; e a definição de quadros separados por temas relacionados à gramática da língua inglesa. Na sequência, um convite foi enviado aos usuários para que seus cadastros fossem efetuados e o acesso à plataforma fosse permitido. Foram cadastrados os alunos dos cursos de engenharia da IES, na qual o estudo foi aplicado.

A plataforma digital foi ativada no final do mês de agosto do ano de 2018 e, desde então, tem estado aberta para o compartilhamento de informações e experiências entre os seus usuários. Com o ingresso a plataforma liberado, os alunos foram submetidos a uma avaliação inicial, que examinou o nível de conhecimento de cada um deles, antes que tivessem acesso ao material didático lá disponibilizado.

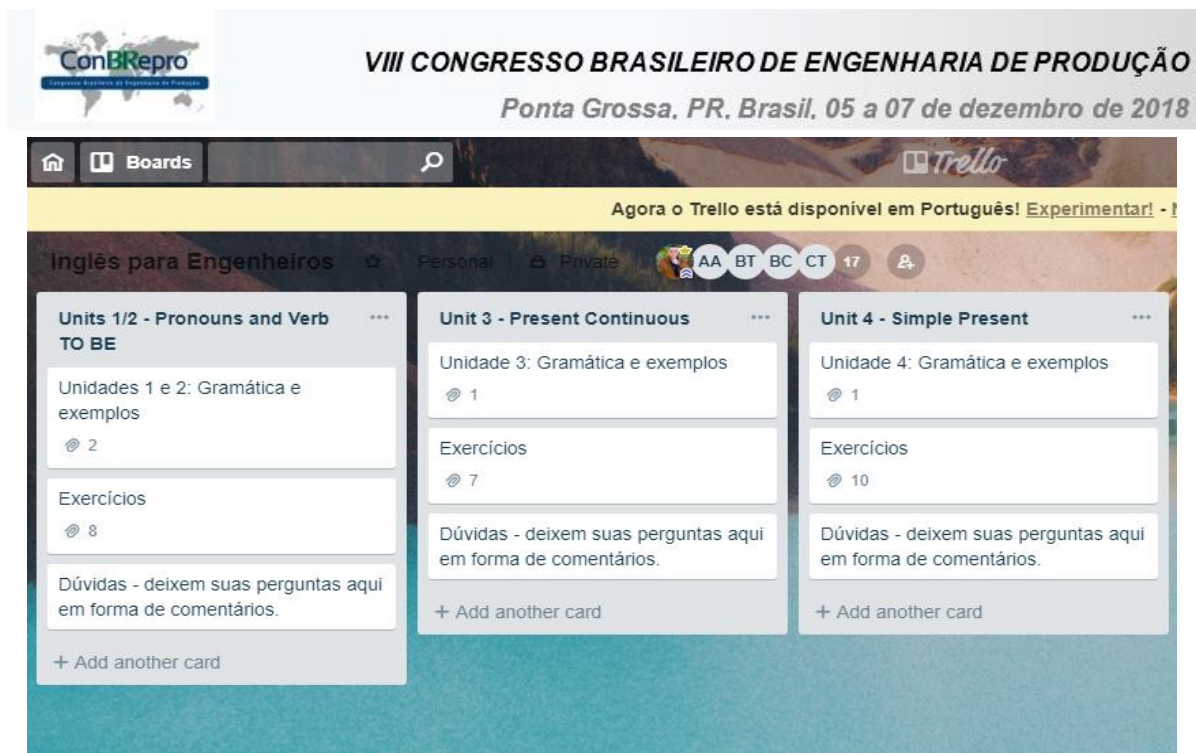


Figura 2 - Interface customizada do aplicativo

5.3. Avaliação de Satisfação dos Alunos

A avaliação da utilização da plataforma digital, através do aplicativo *Trello*, pelos usuários será feita por meio da elaboração e aplicação de um questionário aos alunos dos cursos de engenharias. O questionário será aplicado a todos os envolvidos, assim que esses completarem seis meses de uso do sistema e tiverem experiência do uso suficiente para realizar a avaliação. Essa avaliação objetiva saber o nível de satisfação dos alunos quanto à adequação da plataforma digital ao estudo da língua inglesa. Apoiando-se nos resultados da aplicação do questionário, espera-se identificar possíveis sugestões para a melhoria de procedimentos de uso da plataforma digital. Até o momento da conclusão deste estudo, como os usuários tinham pouca experiência quanto ao uso do sistema, ainda não foi realizada a aplicação do questionário para avaliação da satisfação dos alunos.

01. Você já estudou inglês utilizando alguma plataforma anteriormente? Em caso afirmativo, você considera essa plataforma mais adequada que a plataforma utilizada anteriormente?
02. Você considera a plataforma adequada às necessidades das suas atividades de estudo? () Completamente adequada; () Parcialmente adequada; () Não é adequada.
03. Você considera tal procedimento de estudo adequado às suas atividades? () Completamente adequado; () Parcialmente adequado; () Não é adequado.
04. Quais características da plataforma, você sugere que sejam melhoradas? Como?
05. Como você considera o nível de dificuldade de uso? () Fácil; () Normal; () Difícil.
06. Você já procurou ajuda sobre o uso da plataforma? Como?
07. Quais aspectos você julga que a plataforma deixa a desejar? () Interface gráfica; () Visualização das Informações; () Conteúdo; () Segurança; () Suporte ao usuário; Outros: _____
08. Você está satisfeito com a plataforma ou sugere a adoção de outro sistema para estudar a língua inglesa? Qual sistema?
09. Atribua uma nota entre 0 e 10 ao nível de adequação da plataforma à sua rotina de estudo: _____

Figura 3 - Questionário para avaliação da plataforma pelos usuários

5.4. Avaliação do Desenvolvimento dos Alunos

A avaliação do desenvolvimento dos alunos ingressados no curso de inglês para engenheiros e com acesso à plataforma, em relação ao seu conhecimento de regras e diferentes tópicos da língua inglesa, se deu em dois momentos: antes da implantação da plataforma, que ocorreu no mês de agosto de 2018, e dois meses depois de os usuários terem acesso à plataforma, que ocorreu no mês de outubro de 2018. Tal avaliação foi possível através da aplicação de um teste de nivelamento, chamado *Enligh Unlimited Placement Test*, que foi elaborado em 2010 pela Universidade de Cambridge, na Inglaterra.

O teste é, originalmente, composto por 120 questões, que estão distribuídas desde o nível básico até o nível avançado. Para o presente estudo, o teste foi adaptado para um total de 40 questões que abordavam todo o conteúdo apresentado no curso de inglês para engenheiros, bem como no material didático disponibilizado na plataforma digital. Embora não tenham expressado um desenvolvimento considerável, os alunos participantes do estudo apresentaram uma evolução notável em seu conhecimento da língua, o que pode ser observado no cálculo das médias inicial e final dos mesmos.

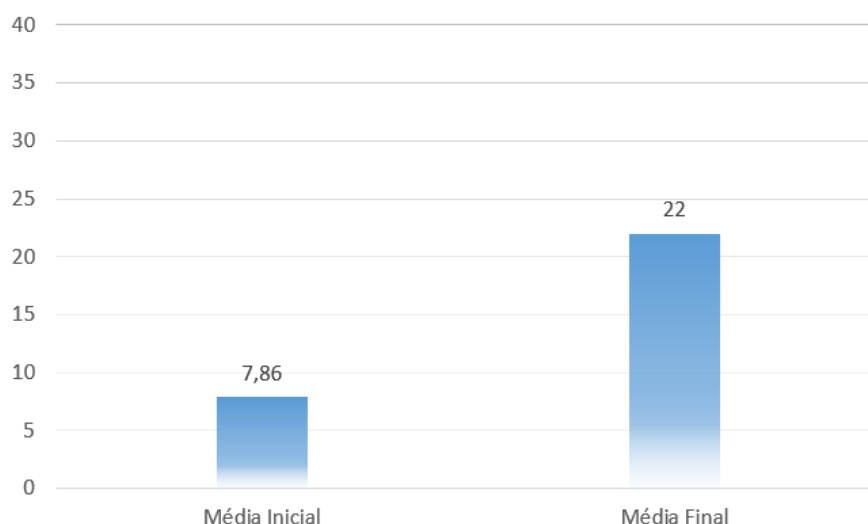


Figura 4 - Cálculo das médias inicial e final de desempenho dos alunos na avaliação

O resultado acima demonstra uma melhora de mais de 25% do rendimento dos alunos, em relação ao conhecimento dos tópicos do idioma, depois que os mesmos tiveram acesso à plataforma digital. Ao final do período da pesquisa, os mesmos obtiveram uma média final um pouco acima maior que 50%, o que valida a utilização dessa ferramenta do *Marketing Digital* no aprendizado da língua. Para uma melhor observação dos resultados, sete alunos da amostra foram selecionados de forma aleatória, e suas notas inicial e final foram comparadas na figura 5.

Para a análise do resultado individual de cada aluno, é necessário considerar diversos fatores que podem interferir nesta pontuação, tais como a quantidade de tempo que o aluno dedica ao estudo do idioma; a frequência com que o aluno realiza atividades referentes aos tópicos estudados; a frequência do aluno nas aulas presenciais do curso ofertado, como parte do estudo; seu empenho de tentar se comunicar com os outros usuários e compartilhar informações, dúvidas e experiências referentes à língua; entre outros.

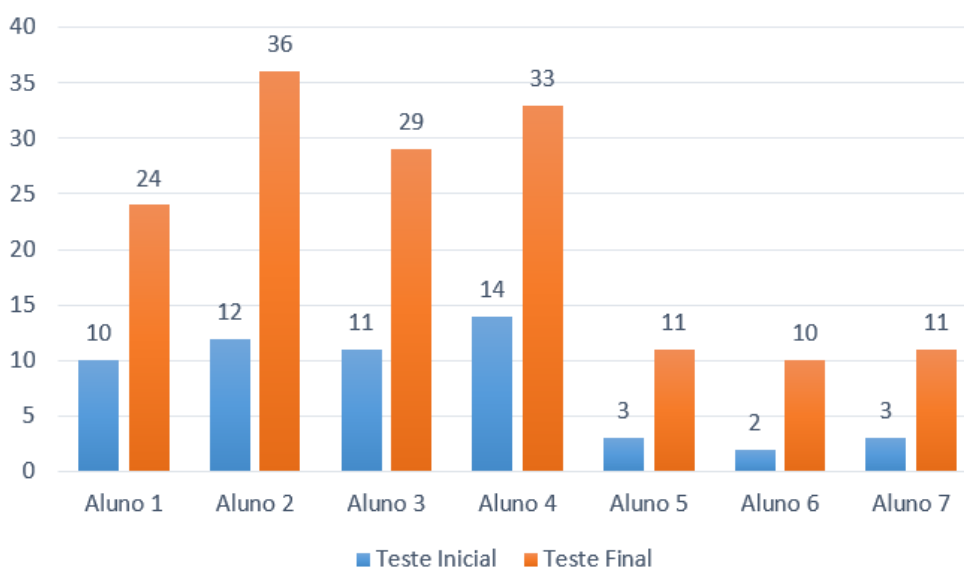


Figura 5 - Notas inicial e final de alunos selecionados aleatoriamente na amostra

6. Conclusão

Este estudo apresentou um processo de implantação de uma plataforma digital para apoiar modelos de educação e aprendizado da língua inglesa, e foi disponibilizado para alunos dos cursos de engenharia de uma Instituição de Ensino Superior do interior de Minas Gerais. A escolha do aplicativo *Trello* foi baseada em um conjunto de requisitos que atendessem às necessidades dos alunos e que proporcionasse um ambiente remoto, gratuito e prático para o estudo de regras e tópicos do idioma.

Apesar de que ainda não tenha sido possível avaliar o nível de satisfação dos usuários em relação à plataforma digital, como ferramenta de estudo, o modelo de aprendizado da língua inglesa evidenciou alguns benefícios do uso da plataforma digital na educação, como o aumento da usabilidade e sociabilidade dos usuários, que se caracterizou pelo compartilhamento de conhecimentos e experiências referentes ao aprendizado da língua. A maior dificuldade encontrada durante o processo de implantação desta ferramenta do *Marketing Digital* foi a de convencer todos os usuários a acessarem o sistema periodicamente, de forma a garantir a validação da pesquisa.

Por intermédio dos resultados apresentados neste estudo, foi possível desenvolver um conjunto de atividades sequenciadas de forma lógica para conduzir o processo de implantação de uma plataforma digital em um ambiente acadêmico, que pode ser replicado por pessoas que pretendem implantá-la como uma ferramenta para modelos de aprendizagem da língua inglesa.

Referências

- ANJOS-SANTOS, L. M.; GAMERO, R.; GIMENEZ, T. N. *Letramentos digitais, interdisciplinaridade e aprendizagem de língua inglesa por alunos do Ensino Médio*. Trabalho de Linguagem Aplicada, Campinas, n° 53.1: 79-102, jan./jun, 2014.
- BRITISH COUNCIL. *Instituto de Pesquisa Data Popular: Demandas de Aprendizagem de Inglês no Brasil*. Teaching English: São Paulo, 1ª Ed., 2014.
- CHIRINÉA, A. M.; BARREIRO, I. M. F. *Qualidade da educação: eficiência, eficácia e produtividade escolar*. Universidade Estadual Paulista - UNESP. Marília, São Paulo, 2009.

- DEWEY, J.** *Democracia e Educação: uma introdução à filosofia da educação*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1959.
- GRADDOL, D.** *English next*. **British Council**, 2006.
- LEARN-SOURCE.** *History of e-learning*. Disponível em <<http://www.learn-source.com/history-of-elearning.html>>. Acesso em 13 de maio, 2018.
- LEVINE, R.; SEARLS, D.; WEINBERGER, D.; LOCKE, C.** *The Cluetrain Manifesto: The End of Business as Usual*. Perseus Books Cambridge, MA, USA, 2000.
- LOBO, R. L.; SILVA FILHO.** *Os Engenheiros, a Inovação e o Empreendedorismo*. Estadão, 2017. Disponível em: <<http://educacao.estadao.com.br/blogs/roberto-lobo/os-engenheiros-a-inovacao-e-o-empresendedorismo/>>. Acesso em 13 de outubro de 2017.
- LUSTOSA JÚNIOR, J. V.** *Ao Povo e ao Governo: O Ideário Educacional Do Manifesto Dos Pioneiros Da Escola Nova No Brasil*. Universidade Federal do Piauí. Teresina, Piauí, 2012.
- MARCONDES, O. M.** *Dewey: estética social e educação democrática*. Universidade de São Paulo - Faculdade de Educação. São Paulo, 2017.
- MIRANDA, L.** *Educação online: interação e estilos de aprendizagem de alunos do ensino superior numa plataforma web*. Braga: Universidade do Minho. Tese de doutoramento em Educação (Área do Conhecimento de Tecnologia Educativa), 2005.
- NOGUEIRA, M. C. B.** *Ouvindo a voz do (pré) adolescente brasileiro da geração digital sobre o livro didático de inglês desenvolvido no Brasil*. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, PUC-Rio. Rio de Janeiro, fevereiro de 2017.
- OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y.** *Business model generation*. Handbook for visionaries, game changers, and challengers. Hoboken, New Jersey: Wiley, 1st Ed., 2010.
- PINHO, J. B.** *Publicidade e vendas na Internet: técnicas e estratégias*. São Paulo: Summus Editorial, 2000
- ROCHA, C. H.** *Propostas para o Inglês no Ensino Fundamental I Público: Plurilinguismo, Transculturalidade e Multiletramentos*. Universidade de Campinas - Instituto de Estudos da Linguagem. Campinas, São Paulo, 2010.
- ROCHA, E.** *Como usar a Internet para alavancar suas vendas ou começar um 100% digital do zero*. 2017. Disponível em: <http://www.ericorocha.com.br/sdm_downloads/como-usar-a-internet-para-alavancar-suas-vendas-ou-criar-um-negocio-digital-100-do-zero/>. Acesso em 13 de outubro de 2017.
- SAETTLER, P.** *The evolution of american educational technology*. Greenwich: IAP, 2004.
- SANTOS FILHO; GOIS, F.** *Empreendedorismo e Engenharia: uma Investigação das Principais Características Empreendedoras do Engenheiro Baiano Atual*. Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2003. 120f.
- SCHÜTZ, R.** *A evolução do aprendizado de línguas ao longo de um século*. English Made in Brazil, 2002. Disponível em: <<http://www.sk.com.br/sk-apren.html>>. Acesso em 06 de maio de 2018.
- SOUSA, R. P.; MIOTA, F. M. C. S. C.; CARVALHO, A. B. G.** *Tecnologias digitais na educação [online]*. Campina Grande: EDUEPB, 2011. 276 p. ISBN 978-85-7879-124-7. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.
- SOUZA E SANTOS, E. S.** *O Ensino da Língua Inglesa no Brasil*. BABEL: Revista Eletrônica de Línguas e Literaturas Estrangeiras, n.01, dezembro de 2011.
- TEIXEIRA, M. M; BEZERRA, Y. M. S; LEÃO, M. B.** *A educação programada em plataformas de aprendizagem: contextualização sociohistórica e a prática didático pedagógica*. Ano X, n. 08 - Agosto/2014 - NAMID/UFPB - <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica>
- TURBAN, E.; KING, D.** *Comércio eletrônico: estratégia e gestão*. São Paulo: Prentice Hall, 2004.
- WALKER, J.** *Launch: An Internet Millionaire's Secret Formula to Sell Almost Anything Online, Build a Business*. London, Great Britain by Simon & Schuster UK Ltd: 1st Ed., 2014.