

**UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PELOTAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS  
MESTRADO EM LETRAS**

**DAIANE WINTER**

***O USO DO VÍDEO COMO INSTRUMENTO DE MOTIVAÇÃO NA AULA DE  
LÍNGUA ESTRANGEIRA***

**Pelotas/RS  
2013**

**DAIANE WINTER**

***O USO DO VÍDEO COMO INSTRUMENTO DE MOTIVAÇÃO NA AULA DE  
LÍNGUA ESTRANGEIRA***

Dissertação apresentada à Universidade Católica de Pelotas, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Letras, para obtenção do título de Mestre em Letras.

**Orientador:** Prof. Dr. Vilson J. Leffa

**Pelotas/RS  
2013**

**UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PELOTAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS  
MESTRADO EM LETRAS**

***O USO DO VÍDEO COMO INSTRUMENTO DE MOTIVAÇÃO NA AULA DE  
LÍNGUA ESTRANGEIRA***

Dissertação apresentada à Universidade Católica de Pelotas, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Letras, para obtenção do título de Mestre em Letras.

Mestranda: Daiane Winter

Pelotas, \_\_\_\_\_ de 2013.

Banca Examinadora:

---

Prof. Dr. Vilson J. Leffa – Orientador  
Universidade Católica de Pelotas

---

Prof.

---

Prof.

Pelotas  
2013

## **AGRADECIMENTOS**

Aos meus pais por tudo que eles fizeram por mim até hoje.

À coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Católica de Pelotas, Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Carmen Lúcia Barreto Matzenauer, pelo seu incentivo e dedicação.

Aos meus alunos que participaram deste estudo.

À diretora da escola *British House*, Jussara Lopes, por ter colaborado para a realização desta pesquisa.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Vilson Leffa, pelo apoio do início ao fim da minha dissertação.

A todos os professores do PPGL, especialmente a Adail, Adriana, Andréa, Aracy, Eliane e Márcia, que foram os meus professores ao longo destes dois anos.

Ao meu namorado, pela paciência.

Aos meus colegas, pelo companheirismo.

A Deus, por ter me dado coragem de acreditar em mim.

## RESUMO

O objetivo desse trabalho é analisar o vídeo como um instrumento de motivação na aula de língua estrangeira, considerando a importância da motivação na aprendizagem de línguas. A hipótese é de que o vídeo intensifica a motivação dos alunos na aula de língua estrangeira. A pesquisa é de natureza qualitativa e a fundamentação teórica está baseada, principalmente, no modelo ARCS de John Keller e nas formas de multiletramento do *The New London Group*. Os objetivos específicos do trabalho são: (1) avaliar como os alunos relacionam a imagem, o som e o texto verbal por meio da criação de seus próprios vídeos; (2) identificar maneiras de ensinar a língua estrangeira em que o aluno seja, além de receptor, também produtor de seu discurso; (3) explicitar formas de trabalhar a tecnologia na sala de aula. Para coletar os dados, a metodologia usada constou de dois momentos: no primeiro, os alunos assistiram a um vídeo publicitário no site do *YouTube*; no segundo momento, produziram seus próprios vídeos. A análise dos dados revelou que o uso do vídeo intensifica a motivação dos alunos na aprendizagem de línguas estrangeiras e que os alunos são capazes de produzir textos multimodais, embora essa habilidade seja pouco trabalhada no contexto educacional.

**Palavras-chave:** vídeo; motivação; línguas estrangeiras; multiletramento.

## **ABSTRACT**

The aim of this study is to analyze video as an instrument of motivation in the English class, considering that motivation is very important in foreign language learning. The hypothesis is that video enhances students' motivation in the classroom. The research is qualitative and the theoretical frame work is based on the John Keller's ARCS model and on the concepts of multiliteracy of *The New London Group*. The specific objectives of this study are: (1) to evaluate how the students relate image, sound and verbal text in the production of their own videos; (2) to identify ways to teach foreign language in which the student is both the receptor as well as the producer of his/her discourse; 3) to exemplify how to work with technology in the classroom. In order to collect the data, the following methodology was used: in the first moment, the students watched a video from the *YouTube* site; and in the second moment, they produced their own video. The data analysis showed that the use of video enhances students' motivation in foreign language learning and that the students are able to create multimodal texts, even if that ability has been poorly used in the educational context.

**Key-words:** video; motivation; foreign languages; multiliteracy.

## SUMÁRIO

Introdução .....	1
1. A motivação na aula de língua estrangeira.....	3
1.1 O modelo motivacional ARCS .....	5
1.1.1 Atenção .....	8
1.1.2 Relevância .....	8
1.1.3 Confiança .....	10
1.1.4 Satisfação .....	11
1.2 Como usar o modelo ARCS? .....	12
1.2.1 Definir.....	12
1.2.2 Desenhar.....	12
1.2.3 Desenvolver .....	13
1.2.4 Avaliar .....	13
1.3 A formação de indivíduos multiletrados .....	14
1.4 O vídeo como uma ferramenta de aprendizagem.....	20
2. Metodologia.....	22
2.1 Sujeitos e local da pesquisa .....	22
2.2 Instrumentos da pesquisa .....	23
2.2.1 Questionário.....	23
2.2.2 O vídeo do <i>YouTube</i> .....	24
2.2.3 Folha de atividades sobre o vídeo do <i>YouTube</i> .....	24
2.2.4 Entrevista com os sujeitos.....	24
2.3 Procedimentos da pesquisa .....	25
2.3.1 Aplicação do questionário.....	25
2.3.2 Atividades sobre o vídeo do <i>YouTube</i> .....	25
2.3.3 Criação dos vídeos.....	25
2.3.4 Entrevista .....	26
3. Análise e discussão dos dados .....	26
3.1 A motivação dos alunos para aprender inglês .....	26
3.2 O vídeo como fator de motivação .....	32
3.3 O aluno como expectador e produtor de vídeos .....	34
Conclusão .....	49
Referências Bibliográficas .....	52
Apêndice 1 - Atividades sobre o vídeo do <i>YouTube</i> .....	55

Apêndice 2 – Entrevista com o grupo .....	60
Apêndice 3 – Questionário sobre motivação .....	61
Apêndice 4 – Solicitação de autorização para pesquisa .....	71
Apêndice 5 – Termo de consentimento livre e esclarecido .....	72
Declaração para pesquisas envolvendo crianças e adolescentes .....	73
Apêndice 6 – Transcrição dos dados da entrevista .....	74
Anexo 1 - Letra da música Oompa Loompa .....	77
Anexo 2 – Vídeo do <i>YouTube</i> : chocolate <i>Hershey's</i> .....	79
Anexo 3 - Vídeo dos alunos sobre guloseimas.....	81
Anexo 4 – Vídeo dos alunos sobre <i>memes</i> .....	84

## INTRODUÇÃO

O processo de ensino e aprendizagem nas escolas vem sofrendo mudanças significativas. Até algum tempo atrás, ler e escrever eram consideradas as únicas formas de letramento, e o professor, a principal fonte do conhecimento. Atualmente, nós temos os chamados multiletramentos, ou seja, os textos são multimodais porque envolvem diversas modalidades de comunicação, como: fala, gesto, imagem, som, texto verbal etc. O professor deixa de ser o detentor do conhecimento e a internet mostra-se uma grande ferramenta de acesso à informação.

As tecnologias de informação vêm evoluindo cada vez mais nos últimos anos. Temos hoje disponíveis no mercado telefones celulares que fazem ligações, enviam mensagens, permitem acesso à internet e disponibilizam câmera para fazer vídeos e fotografias. Isso significa que tanto o acesso à informação quanto a sua propagação tornaram-se mais fáceis e rápidos. Mas como toda essa evolução das tecnologias de informação interfere no contexto educacional?

Na verdade, com tantos outros meios disponíveis de acesso à informação, o professor precisa empenhar-se ainda mais para atrair a atenção de seus alunos. Trazer a tecnologia para dentro da sala de aula pode ser uma boa estratégia para motivá-los, já que ela é tão importante e necessária no cotidiano.

A informatização faz-se presente em nossa vida cotidiana tanto no interior de nossos lares, como na vida pública – supermercados, bancos, hospitais, escolas e meios de locomoção em geral. Assim, é crucial que o professor de línguas auxilie na formação e desenvolvimento do letramento digital de seus alunos, pois este é hoje, certamente, um fator decisivo de exclusão – ou inclusão – social (CARNIN; MACAGNAN; KURTZ, 2008, p.472).

Nesse sentido, o presente trabalho<sup>1</sup> tem como objetivo geral analisar como o uso do vídeo interfere na motivação na aula de língua estrangeira, e, como objetivos específicos: (1) avaliar como os alunos relacionam a imagem, o som e o texto por meio da criação de seus próprios vídeos; (2) identificar maneiras de ensinar a língua estrangeira nas quais o aluno seja, além de receptor, também produtor de seu discurso; (3) explicitar formas de trabalhar a tecnologia na sala de aula. A hipótese

---

<sup>1</sup> Aprovado pelo Comitê de Ética em 21/06/2012.

dessa pesquisa é a de que o vídeo na sala de aula intensifica a motivação para a aprendizagem de língua estrangeira.

A fundamentação teórica para esse trabalho está baseada principalmente no modelo de motivação ARCS de John Keller, bem como nas formas de multiletramentos do *The New London Group*. O trabalho está organizado em uma introdução, três capítulos e uma conclusão. A seguir, descrevo as principais seções de cada capítulo.

Capítulo 1 – fundamentação teórica. Este capítulo está dividido em quatro grandes seções: (1) O modelo motivacional ARCS; (2) Como usar o modelo ARCS; (3) A formação de indivíduos multiletrados; (4) O vídeo como uma ferramenta de aprendizagem.

Seção 1 – Esta seção visa discutir a importância da motivação na aprendizagem do inglês como língua estrangeira e apresentar o modelo motivacional ARCS de John Keller.

Seção 2 – Esta seção visa identificar como o modelo ARCS pode ser aplicado na sala de aula.

Seção 3 - Esta seção trata do impacto da evolução dos meios de comunicação na educação. São discutidas questões acerca dos multiletramentos, baseando-se principalmente no *The New London Group*, que é um grupo composto por dez educadores oriundos de diferentes países.

Seção 4 - Esta seção, além de relatar alguns benefícios do trabalho com vídeo na aula de língua estrangeira, procura identificar se ele vai ao encontro dos quatro componentes do modelo de motivação ARCS de John Keller.

Capítulo 2 – Metodologia: Neste capítulo são apresentados os sujeitos, o local e os instrumentos da pesquisa. Também é explicado o processo de aplicação do questionário e da entrevista com os sujeitos.

Capítulo 3 – Análise e discussão dos dados: Este capítulo tem como objetivo analisar os dados da pesquisa conforme o embasamento teórico discutido no capítulo 1.

## 1. A motivação na aula de língua estrangeira

O processo de ensino e aprendizagem de uma segunda língua é uma questão que vem sendo muito discutida ao longo dos anos, porém muitas dúvidas ainda não foram totalmente esclarecidas. Muitos fatores estão envolvidos nesse processo, entre eles a motivação. Ribas afirma que:

A falta de motivação do aluno é uma queixa comum entre os professores das escolas públicas brasileiras e entender o que torna os alunos motivados e/ou desmotivados é importante para aumentar a qualidade de ensino e aprendizagem no Brasil (RIBAS, 2009, p.465, tradução minha)<sup>2</sup>.

Existe uma grande variedade de materiais didáticos de línguas estrangeiras no mercado, porém o método comunicativo estabelece que a escolha das atividades deve ser focada nos interesses dos alunos. Cada grupo apresenta necessidades e particularidades, portanto os professores devem adaptar suas aulas de acordo com o grupo ao qual vai lecionar, tentando estimular o interesse e aumentar a motivação de seus alunos. De acordo com *The New London Group* (1996, p.34), as pessoas não terão sucesso na aprendizagem se elas não estiverem motivadas a aprender e se não acreditarem que vão usar o novo conhecimento em alguma coisa de seu interesse.

Segundo uma máxima conhecida, “a motivação é a diferença entre o sucesso e o fracasso.” No caso da aprendizagem de línguas, essa frase significa que, se o aluno está motivado, ele aprenderá a língua estrangeira; caso contrário, ele não a aprenderá. Mas o que é motivação e de onde ela vem?

Motivação (do latim *moveres, mover*) denomina em psicologia, em etologia e em outras ciências humanas, a condição do organismo que influencia a direção (orientação para um objetivo) do comportamento. Em outras palavras é o impulso interno que leva à ação. Assim a principal questão da psicologia da motivação é por que o indivíduo se comporta da maneira como ele o faz? O estudo da motivação comporta a busca de princípios (gerais) que nos auxiliem a compreender, porque seres humanos e animais em determinadas situações específicas escolhem, iniciam e mantêm determinadas ações (Wikipédia, acesso em 12 fev. 2012).

---

<sup>2</sup> Lack of student motivation is a common complaint among teachers in the Brazilian public school setting. Therefore, understanding what makes students' motivated and/or demotivated is important in order to increase the quality of teaching and learning in Brazil (RIBAS, 2009, p. 465).

De acordo com essa definição, a motivação vem de dentro de nós, entretanto um dos objetivos da psicologia é entender como a motivação pode interferir nas nossas escolhas e ações. Por que algumas pessoas apresentam uma maior motivação em relação às outras? Motivação pode ser adquirida e ensinada ou é algo que simplesmente está dentro de nós?

Gardner (2001, p.10) distingue dois tipos de motivação: a integrativa e a instrumental. Ele diz que os indivíduos com a orientação integrativa aprendem uma segunda língua porque têm um afeto positivo em relação à comunidade que fala essa língua, e por isso desejam ficar psicologicamente mais perto dessas pessoas. Por outro lado, os indivíduos com a orientação instrumental não têm uma identificação com a comunidade que fala aquela língua e simplesmente querem aprendê-la por causa da carreira profissional, do certificado etc. Segundo o autor, a orientação integrativa é mais propícia ao sucesso na aprendizagem de uma segunda língua.

Pode-se inferir que a motivação integrativa parte da decisão do sujeito em aprender a segunda língua porque gosta, sente prazer em aprendê-la e quer integrar-se com a comunidade onde ela é falada. Esse indivíduo está disposto a aprender não apenas uma nova língua, mas também a aceitar tudo que vem agregado a ela. Ele está aberto a mudanças.

Mas aprender uma segunda língua envolve fazer algo estrangeiro parte de si mesmo. O conceito de si mesmo e a boa vontade de abrir-se para mudança, assim como as atitudes para com a outra comunidade, ou grupos de fora em geral irá influenciar o quanto ele pode fazer esse material parte do seu próprio repertório (GARDNER, 2001, p.3, tradução minha)<sup>3</sup>.

Coracini (2012) concorda com Gardner, ao dizer que “[...] aprender uma língua é deixar-se transformar pelo outro, sem se perder”. Segundo Coracini, não é possível aprender uma língua sem se deixar capturar pela língua do outro, e isso não significa perder a própria língua, mas se encontrar nessa confusão.

---

<sup>3</sup> But learning another language involves making something foreign a part of one's self. As such, one's conception of their "self" and their willingness to open it up to change, as well as their attitudes toward the other community, or out-groups in general will influence how well they can make this material part of their own repertoire (GARDNER, 2001, p.3).

A motivação instrumental vem da decisão do sujeito em aprender a segunda língua porque essa proporcionará algo melhor para sua vida.

Os dois tipos de motivação analisados por Gardner, a integrativa e a instrumental, seguem respectivamente duas teorias opostas de comportamento, a cognitiva e a behaviorista. Segundo Brown (1994, p.34 e 35), a teoria behaviorista enfatiza a importância das recompensas (e punições), enquanto que a cognitiva prioriza a recompensa própria.

A motivação também irá variar de acordo com a idade e os níveis dos alunos. Harmer (1991, p.7), afirma que as crianças precisam de atividades que estimulem sua curiosidade, precisam estar envolvidas em alguma coisa ativa e serem apreciadas pelo professor. Por outro lado, os adolescentes não necessitam da aprovação do professor, eles estão mais voltados para a aprovação dos colegas e do grupo no qual estão inseridos. É extremamente necessário ter cuidado com o nível de exigência nessa idade. Atividades que exigem pouco ou atividades que exigem demais podem torná-los desmotivados.

Os adultos iniciantes geralmente apresentam uma grande motivação instrumental e eles conseguem perceber seu progresso facilmente. Porém, os adultos intermediários e avançados já sabem bastante e por isso não conseguem perceber seu progresso. Os professores devem mostrar que ainda há muito para aprender, principalmente para os intermediários, e para os avançados é preciso dizer que eles irão aprender mais profundamente o que eles já sabem.

É improvável que todos os alunos dentro do mesmo grupo demonstrem o mesmo nível de motivação. Mas como nós professores podemos estimular a motivação dos nossos alunos para aprenderem uma segunda língua?

### **1.1 O modelo motivacional ARCS**

Ao contrário das outras abordagens fundamentadas somente nos talentos dos indivíduos que alcançaram sucesso, o modelo motivacional ARCS (A de *atenção*, R de *relevância*, C de *confiança* e S de *satisfação*), proposto por John Keller, é baseado na literatura científica sobre motivação humana e procura uma explicação e uma previsibilidade.

Esse modelo está focado em estratégias, princípios e processos com o objetivo de fazer com que a instrução seja atraente. Keller afirma que “[...] o modelo motivacional está interessado em fazer com que a instrução seja atraente sem tornar-se puramente diversão” (Keller, 2006, p.4, tradução minha)<sup>4</sup>. Segundo o autor, a instrução não será eficaz se não for atraente, porém alguns materiais instrutivos podem ser muito atraentes e ineficazes. Para que aconteça a aprendizagem, é necessário que as atividades engajem o aluno no propósito instrutivo e no conteúdo. “O desejo de ter êxito em um dado quadro instrucional poderá não vir da instrução por si mesma; ele poderá vir de metas de longo âmbito, necessidades institucionais, ou muitas outras fontes” (KELLER, 1983, citado por KELLER, 2006, p.3, tradução minha<sup>5</sup>). Como já mencionado anteriormente, os alunos poderão aprender uma segunda língua devido a uma motivação instrumental, ou seja, recompensas extrínsecas, como um certificado, mesmo sem manifestarem vontade de aprender.

Porém, é preciso equilibrar as recompensas extrínsecas e os propósitos instrucionais, para que haja motivação e aprendizagem. Trazer atividades divertidas para a aula pode ser uma ótima estratégia para intensificar a motivação instrumental do grupo, mas, caso sejam muito frequentes ou não agregadas a um propósito instrucional, poderão apontar um efeito contrário.

Utilizar a música na sala de aula pode estimular o interesse do aluno em um primeiro momento, mas, se continuamente usada, causará desmotivação. Ouvir a música somente por ouvir, também não suscitará o efeito desejado; além de não haver os propósitos instrucionais que levam à aprendizagem, os alunos poderão pensar que é uma forma de “matar aula”.

Keller (2006, p.4) compara a instrução a uma ida ao dentista, ao relatar que pode ser efetiva sem ser atraente, mas será evitada a não ser que absolutamente necessária. O modelo motivacional por ele proposto tem o objetivo de fazer a instrução intrinsecamente mais interessante, ou seja, o

---

<sup>4</sup> Motivational design is concerned with how to make instruction appealing without becoming purely entertaining (KELLER, 2006, p.4).

<sup>5</sup> The desire to succeed in a given instructional setting may not come from the instructional itself; it may come from long range goals, institutional requirements, or many other sources (KELLER, 1983).

aprendiz sentirá vontade de se engajar no processo instrucional sem ter como objetivo principal a recompensa extrínseca.

Em minha experiência como professora de Inglês, tenho notado que os alunos que vão além do conteúdo dado na sala de aula pelo professor, que procuram se integrar à cultura do povo e do país onde a língua é falada, seja por meio de filmes, seriados, músicas, livros e *chats*, são aqueles que mais perto chegam do sucesso. Ribas (2009, p.474, tradução minha), diz que “[...] quanto mais perto os alunos chegarem do que eles acreditam ser o ideal, mais motivados eles se sentirão”<sup>6</sup>.

Por que não trazer para a aula de língua estrangeira atividades que fazem parte do cotidiano dos alunos e que, ao mesmo tempo, possam proporcionar a aprendizagem? A aula será atraente e efetiva, mas de uma forma leve, descontraída e divertida.

O modelo ARCS (figura 1.1) determina quatro condições importantes para as pessoas tornarem-se e continuarem motivadas: *attention* (atenção), *relevance* (relevância), *confidence* (confiança) e *satisfaction* (satisfação). A seguir, veremos uma breve descrição de cada uma dessas condições.



Figura 1.1

---

<sup>6</sup> It is believed that the closer students get from what they see as ideal, the more motivated they feel (RIBAS, 2009, p.474).

### 1.1.1 Atenção

A primeira condição é despertar o interesse e manter a *atenção* dos alunos. Keller (1987a, p.3) classifica três componentes de *atenção*:

Subcategorias e perguntas	Principais estratégias de manutenção
Ativação perceptual ( <i>Perceptual arousal</i> ) O que posso fazer para capturar o interesse dos alunos?	Criar curiosidade e dúvida por meio de novas abordagens; introduzir materiais pessoais e/ou emocionais.
Estimulação da curiosidade ( <i>Inquiry arousal</i> ) Como posso estimular uma atitude de investigação?	Aumentar a curiosidade por meio de perguntas, paradoxos e desafios.
Variabilidade ( <i>Variability</i> ) Como posso manter a atenção deles?	Manter o interesse por meio da variação no estilo da apresentação; usar exemplos que sejam do interesse deles.

Quadro 1.1 – Subcategorias da *atenção*, perguntas e resumo das principais estratégias

De acordo com o quadro 1.1, para capturar a atenção dos alunos, é aconselhável usar exemplos pessoais e/ou emocionais. Por isso, é importante que o professor conheça os seus alunos, seus valores e suas preferências. Uma atividade pode funcionar perfeitamente para um grupo e não obter os mesmos resultados com outro. Para criar uma atitude de investigação, é importante estimular a curiosidade, como uma situação problema a ser resolvida, podendo ser por meio de perguntas e paradoxos. Para manter a atenção dos alunos, é necessário variar as atividades na aula, pois mesmo as atividades mais interessantes poderão ser entediadas quando demasiadamente usadas.

### 1.1.2 Relevância

A segunda condição do modelo ARCS é a *relevância*. É muito importante que o professor considere os interesses dos alunos ao planejar sua aula e

escolha atividades que vão ao encontro dos desejos deles. Certamente, eles vão questionar qual é a relevância do conteúdo com as suas vidas e os seus interesses. Keller (1987a, p.4) classifica três componentes de *relevância*:

Subcategorias e perguntas	Principais estratégias de manutenção
<p>Orientação a objetivos (<i>Goal orientation</i>)</p> <p>Qual é a melhor maneira de fazer com que meus alunos atinjam seus objetivos? (Conheço as necessidades deles?)</p>	<p>Fornecer exemplos que mostrem a utilidade da instrução e até mesmo apresentar os objetivos ou fazer os alunos definirem quais são os seus.</p>
<p>Compartilhamento de motivos (<i>Motive matching</i>)</p> <p>Como e quando posso oferecer aos alunos oportunidades de escolhas, responsabilidades e influências apropriadas?</p>	<p>Fazer com que a instrução responda aos motivos e valores dos alunos, propiciando oportunidades, atividades cooperativas, responsabilidades de liderança e modelos positivos.</p>
<p>Familiaridade (<i>Familiarity</i>)</p> <p>Como posso relacionar a instrução às experiências dos alunos?</p>	<p>Fazer com que os materiais e os conceitos sejam familiares, fornecendo exemplos concretos e analogias relacionadas ao trabalho dos alunos.</p>

Quadro 1.2 – Subcategorias da *relevância*, perguntas e resumo das principais estratégias

Os alunos se sentirão motivados a aprender caso o conhecimento novo ou habilidade os ajude a alcançar seus objetivos. Portanto, de acordo com o quadro 1.2, é fundamental estabelecer conexões entre a instrução e os objetivos dos alunos, usando exemplos que lhes sejam úteis. Se o objetivo é profissional, devem-se usar exemplos relacionados às suas respectivas profissões. Se o objetivo é apenas viajar para outro país, devem-se trabalhar atividades que simulem situações em hotéis, restaurantes, aeroportos etc.

A maneira como alguma coisa é ensinada também é muito importante. Intercalar estratégias de aprendizagem que estimulem trabalhos em grupos e atividades individuais resultará numa instrução mais atraente, independentemente do conteúdo. Para relacionar a instrução às experiências

dos alunos, é necessário fazer com que os materiais e conceitos se tornem familiares por meio de exemplos concretos.

### 1.1.3 Confiança

A terceira condição do modelo ARCS é a *confiança*. Keller (1987a, p.5) classifica três componentes de *confiança*:

Subcategorias e perguntas	Principais estratégias de manutenção
Exigências de aprendizagem ( <i>Learning requirements</i> ) Como posso auxiliar na construção de uma expectativa positiva de sucesso?	Estabelecer confiança e expectativas positivas, explicando os requisitos para o sucesso e os critérios avaliativos.
Oportunidades de sucesso ( <i>Success opportunities</i> ) Como a aprendizagem pode apoiar ou melhorar a confiança dos alunos na sua competência?	Aumentar a confiança na competência, fornecendo experiências de desafios variadas, que levem ao sucesso na aprendizagem.
Controle Pessoal ( <i>Personal control</i> ) Como os alunos saberão claramente que o sucesso está baseado nos seus esforços e habilidades?	Usar técnicas que propiciem controle pessoal e fornecer <i>feedback</i> que atribua o sucesso ao esforço pessoal.

Quadro 1.3 – Subcategorias da *confiança*, perguntas e resumo das principais estratégias

De acordo com o quadro 1.3, para construir uma expectativa positiva de sucesso, é necessário introduzir gradualmente a confiança nos alunos e esclarecer o que deles se espera. O professor deve oportunizar atividades variadas, de acordo com o nível dos alunos, e tarefas desafiadoras que intensifiquem o sucesso na aprendizagem. Para o aluno perceber que o sucesso está baseado no seu esforço, devem-se usar técnicas que ofereçam um controle pessoal (como uma avaliação solicitando respostas dissertativas em vez de múltipla escolha), e prover um *feedback* que ajude os alunos a perceber que o sucesso depende de seu próprio empenho.

### 1.1.4 Satisfação

A última condição do modelo ARCS é a *satisfação*. Esse requisito consiste em criar satisfação, para que a motivação em aprender continue, e que o aluno inclusive recomende o curso a outras pessoas. Essa satisfação pode ser fornecida de várias maneiras, desde um certificado até o fato de ter sido estimulado por sentimentos de desafio e realização. Keller (1987a, p.6) classifica três componentes de *satisfação*:

Subcategorias e perguntas	Principais estratégias de manutenção
<p>Consequências naturais (<i>Natural consequences</i>)</p> <p>Como posso oferecer oportunidades significativas para os alunos usarem seus conhecimentos/habilidades recém adquiridos?</p>	<p>Apresentar problemas e simulações que permitam que os alunos percebam como eles podem resolver problemas em situações reais.</p>
<p>Consequências positivas (<i>Positive consequences</i>)</p> <p>O que vai oferecer reforço para o sucesso dos alunos?</p>	<p>Incentivos, elogios verbais, recompensas reais ou simbólicas. Deixar os alunos apresentarem o resultado de seus esforços.</p>
<p>Equidade (<i>Equity</i>)</p> <p>Como posso auxiliar os alunos criando um sentimento positivo acerca de suas realizações?</p>	<p>Exigir desempenho consistente com as expectativas criadas e fornecer padrões de avaliação consistentes com as tarefas realizadas pelos alunos.</p>

Quadro 1.4 – Subcategorias da *satisfação*, perguntas e resumo das principais estratégias

De acordo com o quadro 1.4, é importante que o professor ofereça oportunidades significativas para os alunos usarem seus conhecimentos e habilidades recém-adquiridos. Para reforçar o sucesso dos alunos é aconselhável combinar estratégias de motivação intrínsecas e extrínsecas, pois os alunos intrinsecamente motivados também gostam de receber recompensas e ouvir palavras de incentivo. Sendo os resultados consistentes com as apresentações iniciais do curso, o aluno sairá satisfeito.

## 1.2 Como usar o modelo ARCS?

O modelo ARCS foi desenvolvido para melhorar a motivação em um contexto de ensino. Segundo Keller (1987c, p.7), há quatro fases para a implantação desse modelo: definir (*define*), desenhar (*design*), desenvolver (*develop*) e avaliar (*evaluate*).

### 1.2.1 Definir

Essa fase apresenta dois objetivos básicos: analisar o público e preparar os objetivos. O primeiro passo dessa fase é classificar o tipo de problema motivacional. Se esse problema está relacionado ao apelo da instrução, o uso do modelo ARCS será apropriado.

O segundo passo é analisar o público para identificar as lacunas motivacionais. Será preciso apenas mantê-la, se os alunos já demonstram uma alta motivação por um interesse intrínseco, ou por fatores externos que tornam o curso importante. Por outro lado, existem alunos que chegam à sala de aula desmotivados. Nesse caso, será preciso desenvolver algumas estratégias para alcançar a motivação.

O terceiro passo é preparar os objetivos motivacionais. Para o professor identificar as estratégias adequadas, é necessário que os objetivos motivacionais identifiquem o comportamento, as condições e os critérios a serem alcançados.

### 1.2.2 Desenhar

O primeiro passo dessa fase é fazer uma lista de estratégias motivacionais para cada um dos objetivos. Depois é preciso revisar e selecionar as melhores a serem usadas. Há cinco critérios para a escolha das estratégias: (a) não levar muito tempo com a instrução; (b) não depreciar os objetivos instrucionais; (c) estar dentro das limitações de tempo e dinheiro dos aspectos de desenvolvimento e implementação; (d) ser aceitável para o público; e (e) ser compatível com o sistema, incluindo o estilo pessoal do instrutor. A eficácia das estratégias e a maneira como elas serão implementadas também dependerá da personalidade do professor.

### 1.2.3 Desenvolver

Nessa fase, criam-se os materiais necessários, para depois integrá-los ao ensino.

### 1.2.4 Avaliar

Os materiais devem ser avaliados tanto em relação à motivação quanto aos resultados da aprendizagem. Para avaliar a eficácia das estratégias motivacionais, é importante avaliar a persistência, a intensidade de esforço, a emoção e a atitude, e não apenas o acréscimo da nota do aluno.

Conforme já discutido no início deste capítulo, a motivação e o comprometimento do aluno são fatores importantes para que ocorra a aprendizagem de uma língua estrangeira. Se, por um lado, existem alunos curiosos, confiantes, com alto nível de atenção e expectativa de sucesso, existem outros que não apresentam tais atitudes favoráveis à aprendizagem de uma língua estrangeira.

As estratégias, princípios e processos propostos pelo modelo ARCS podem ser úteis para o professor, tanto para manter a motivação, quanto para estimulá-la naqueles alunos que precisam de um incentivo maior. É provável que algumas dessas estratégias, princípios e processos já sejam usadas por alguns professores, mesmo desconhecendo o modelo ARCS, como destaca Pereira (2006, p.7).

Pereira pesquisou em sua dissertação de mestrado a motivação de alunos adultos que concluíram seus cursos de Inglês e utilizou em seu referencial teórico o modelo motivacional ARCS. Os professores dos cursos pesquisados declararam que as categorias do modelo ARCS (Keller, 1983) estão presentes em sala de aula nos cursos nos quais trabalham, embora sem a mesma denominação usada pelo autor, visto que eles não o conheciam. Como resultado, Pereira obteve que a motivação inicial daqueles alunos devia-se à necessidade profissional, e que, por meio das quatro categorias do modelo ARCS, parecia possível prolongar a motivação dos alunos até o final do curso.

Como o objetivo de minha pesquisa é avaliar o vídeo como um instrumento de motivação na aula de língua estrangeira, abordarei agora questões acerca dos multiletramentos.

### **1.3 A formação de indivíduos multiletrados**

Geralmente, as escolas regulares particulares proporcionam a disciplina de Língua Inglesa desde a educação infantil, enquanto grande parte das escolas públicas oferece a disciplina de língua estrangeira, podendo ser Inglês ou outra, de acordo com os interesses da comunidade, a partir da 5ª série ou 6º ano. Mas qual é o objetivo do ensino de Inglês na escola regular? É o mesmo da escola de idiomas?

Segundo as Orientações Curriculares para o Ensino Médio (2006, p.90), as escolares regulares têm sido criticadas por enfocarem apenas o aspecto linguístico e instrumental da língua e não considerarem os objetivos educacionais e culturais:

Esse foco retrata uma concepção de educação que concentra mais esforços na disciplina/conteúdo que propõe ensinar (no caso, um idioma, como se esse pudesse ser aprendido isoladamente de seus valores sociais, culturais, políticos e ideológicos) do que nos aprendizes e na formação desses (Orientações Curriculares para o Ensino Médio, 2006, p.90).

*The New London Group* (1996, p.1) alega que o objetivo fundamental da educação é garantir que todos os alunos se beneficiem da aprendizagem e que possam participar da vida pública, econômica e em comunidade. Se o aluno dominar apenas o aspecto linguístico, ele não se tornará um indivíduo multiletrado, capaz de interagir na sociedade por meio das mais variadas formas de comunicação.

Aprender a cultura do povo e do lugar onde a língua é falada é fundamental para poder comunicar-se com esses falantes nativos. Os japoneses têm uma forma muito especial de se cumprimentar. Costumam inclinarem-se para a frente, gesto empregado não apenas para dizer “oi”, “tchau” ou “bom dia”, mas também como forma de agradecimento, pedido de desculpas ou quando se é apresentado a alguém. Portanto, saber apenas o linguístico não é o suficiente para cumprimentar, agradecer ou pedir desculpas em japonês; é preciso também conhecer a comunicação gestual.

As quatro habilidades da língua – ouvir, falar, ler e escrever – são fundamentais na aprendizagem da língua estrangeira. Porém, hoje, além de trabalhar as quatro habilidades, é preciso trabalhar os multiletramentos. Por que não agregar o letramento gestual e visual ao focar as habilidades de falar e ouvir? “Um texto falado nunca é apenas verbal, mas também visual, combinando com modos, como as expressões faciais, gestos, postura e outras formas de autoapresentação” (KRESS e van LEEUWEN, 2006, p.41, tradução minha)<sup>7</sup>.

Da mesma maneira, o texto escrito pode envolver mais de uma modalidade. Então por que não agregar o letramento visual ao focar as habilidades de ler e escrever? Em alguns contextos, como no da publicidade, o visual pode surtir um efeito maior do que o verbal. Isso pode ser verificado nos exemplos abaixo:



Figura 1.2

<sup>7</sup> A spoken text is never just verbal, but also visual, combining with modes such as facial expression, gesture, posture and other forms of self-presentation (KRESS e van LEEUWEN, 2006, p.41).



Figura 1.3

A figura 1.2 mostra uma garrafa de vidro da *Coca-Cola* com imagens de pessoas famosas das décadas de 1950 a 1970, mas que continuam na mídia até hoje. A frase “A classic never goes out of style” faz referência à imagem, ao afirmar que um clássico nunca sai de moda, ou seja, assim como aqueles artistas continuam na mídia até hoje, a garrafa de vidro da *Coca-Cola* continua na moda, mesmo depois de as garrafas *pet* e de as latas de refrigerante terem surgido no mercado.

A figura 1.3 mostra a imagem de um guepardo ou chita, o mais rápido de todos os animais terrestres. O texto verbal “What’s the secret of speed? Ask the master” também está fazendo uma relação com a figura, ou seja, o segredo da velocidade deve ser respondido pelo mestre, no caso dos animais, a chita, e, no caso da marca esportiva, a *Nike*.

As Orientações Curriculares para o Ensino Médio (2006, p.114) estabelecem que a escolha dos textos de leitura deve ser feita a partir de temas de interesse dos alunos, possibilitando assim uma reflexão sobre a sociedade e uma ampliação da visão de mundo. A aula de línguas pode se tornar muito mais interessante quando o foco não está apenas no linguístico.

Nos dois exemplos citados, ao relacionar o texto verbal com a imagem, há uma discussão em torno de valores sociais e conhecimento de mundo. No exemplo da figura 1.2, pode-se refletir sobre o poder da mídia para engrandecer ídolos,

porque alguns famosos permanecem na mídia para sempre e jamais são esquecidos. E, ao examinar esses aspectos, não se deve esquecer de fazer a relação com o produto anunciado, a *Coca-Cola*. Os alunos devem ser questionados sobre o poder dessa marca no mercado mundial de refrigerantes.

No exemplo da figura 1.3, podem ser discutidas questões como a rapidez no mundo global e o impacto disso na vida das pessoas. Por que a marca *Nike* está associada à agilidade? Qual é a influência da prática de exercícios na agilidade das pessoas? Uma marca, além de vender produtos e serviços, propaga ideias e comportamentos. Os alunos poderiam ser questionados sobre as diferenças entre o público-alvo da *Nike* e o da *Coca-Cola*.

O letramento digital vem sendo cada vez mais importante na formação do aluno e ele pode estar associado às quatro habilidades da língua estrangeira. A internet possibilitou que as informações sejam trocadas com maior rapidez e também com um maior número de pessoas. Assim, a língua tornou-se mais dinâmica, sendo constantemente negociada entre os seus usuários de acordo com seus propósitos.

Para práticas novas de linguagem, como as que ocorrem na comunicação mediada pelo computador, o educador idealmente tem de fazer uma análise própria das regras que estruturam a linguagem nesse contexto novo. Ele tem de levar em conta que as regras aqui não serão apenas de “gramática” no sentido tradicional, mas também dirão respeito à interação entre as várias modalidades de linguagem presentes nessa prática nova. Por exemplo, quais os papéis relativos dos elementos visuais e das imagens na construção de sentido da linguagem de um bate-papo, de uma página *web*, etc.? (Orientações Curriculares para o Ensino Médio, 2006, p.110 e 111).

As redes sociais têm aumentado a exposição da vida particular das pessoas e também a interação entre os seus usuários. Textos multimodais são postados a todo o momento e pessoas de todos os lugares interagem muitas vezes simultaneamente. Os *emoticons*, que são imagens que expressam emoções, são bastante utilizados tanto nas redes sociais quanto em *softwares* de conversa em tempo real. Eles são dotados de significados e, em algumas situações, podem expressar mais do que palavras. As sobrancelhas e a boca são as partes que mais expressam significados. A seguir, alguns exemplos:

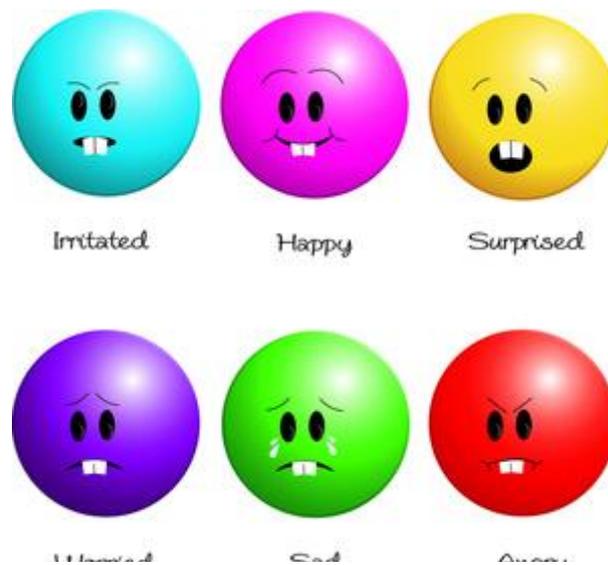


Figura 1.4

A boca virada para cima mostra o sentimento de felicidade, enquanto a boca virada para baixo mostra tristeza. As sobrancelhas arregaladas mostram surpresa e juntas indicam raiva. Além dos sentimentos, os *emoticons* carregam significados por meio das cores. Por exemplo, a cor vermelha é usada para expressar raiva, já que o sangue sobe à cabeça quando estamos enfurecidos.

“Em um sentido profundo, todo o significado é multimodal” (*The New London Group*, 1996, p.21, tradução minha)<sup>8</sup>. O significado não está explícito porque ele envolve experiências de vida. A construção de sentidos se dá por meio de relações que fazemos com as nossas vivências. Para inferir porque o *emoticon* de raiva é vermelho e não azul, as sobrancelhas são juntas e não separadas, é necessário fazer uma associação com a vida real. Uma criança é capaz de associar essa imagem à de seus pais quando estão zangados. Provavelmente essa criança viveu essa situação de uma maneira parecida, ou seja, as expressões faciais de seus pais comunicaram o que eles estavam sentindo, sendo absolutamente desnecessária a linguagem verbal para comunicar tal sentimento.

Mills (2006, p.62) lembra que as mudanças no contexto global implicam diferentes objetivos na educação, ou seja, novas práticas textuais são imprescindíveis para a participação na sociedade, como as práticas textuais que

<sup>8</sup> In a profound sense, all meaning-making is multimodal (*The New London Group*, 1996, p.21).

envolvem as fotografias digitais, mapas, *e-mails*, publicidade, internet, assim como as apresentações em *PowerPoint*, planilhas e banco de dados etc.

Alguns termos surgiram para denominar os estudantes que vivem na era da internet, como *Millennials* (HOWE e STRUASS, 2000) e *Digital natives* (PRENSKY, 2001). Segundo Lea (2011, p.378), essas palavras contêm uma conotação dupla, dando aos estudantes um lado negativo e um positivo. Pelo lado negativo, eles podem ser prejudicados em alguns estudos acadêmicos, como a leitura de livros e a escrita de ensaios; por outro lado, existem argumentos de acordo com os quais as universidades precisam responder imediatamente a essa nova geração de estudantes, incluindo no currículo disciplinas relacionadas à *Web*.

Em meu ponto de vista, esses alunos não serão necessariamente prejudicados em estudos acadêmicos, desde que o professor trabalhe os mais variados contextos da língua, os formais e informais, estabelecendo aspectos comuns e diferentes, contribuindo, assim, para a formação de um sujeito multiletrado. O aluno precisa sair da escola sabendo se comunicar em diferentes situações, adequando a língua conforme o contexto e a situação. Isso significa que ele não está proibido de usar a linguagem informal, como a abreviação “vc” em vez de *você*, mas ele deve saber diferenciar um contexto formal de um informal e adaptar a sua língua sempre que necessário.

*The New London Group* (1996, p.12) aponta que os alunos, originários de diferentes realidades, vêm para a escola com distintos objetivos, intenções e interesses, levando a escola a encontrar meios de aproveitar todas essas subjetividades trazidas à aula usando-as como recurso para a aprendizagem. Assim, os alunos aprenderão uma das competências mais importantes, que é a de saber conviver com as diferenças e as variações.

Algumas pessoas não gostam dos americanos e por isso não querem aprender Inglês. Outras optam por aprender o inglês britânico, como se as duas línguas fossem diferentes. Muitos ainda não têm consciência de que o inglês é uma língua universal. Quando um brasileiro opta por aprender inglês, ele não vai falar inglês como um americano, nem como um britânico, mas sim como um brasileiro.

Como já foi relatado nesse capítulo, as práticas de letramento também não são estáticas; elas evoluem com o tempo. A tecnologia vem sendo cada vez mais usada na educação. A seguir, será abordado o vídeo na aula de língua estrangeira.

#### **1.4 O vídeo como uma ferramenta de aprendizagem**

O vídeo é um meio de comunicação contemporâneo que sempre atraiu minha atenção, não apenas como espectadora, mas também como professora de Inglês. Em muitas de minhas aulas, já utilizei o vídeo como *input* e acredito que, na maioria das vezes, foi muito bem aceito pelos alunos. Existem muitos vídeos disponíveis em inglês na internet que podem ser aproveitados na sala de aula, entre eles: filmes, seriados, músicas, propagandas, entrevistas etc.

Além de o vídeo ser visualmente atraente, ele é extraordinário para a aprendizagem de língua estrangeira, porque apresenta a modalidade de linguagem oral. Muitos alunos acham difícil a compreensão auditiva do inglês, mas, quando ela está acompanhada de imagens, pode tornar-se mais fácil e mais significativa.

Diante de tantas possibilidades de trabalhar o vídeo na sala de aula, será que ele vai ao encontro dos quatro componentes do modelo de motivação ARCS de John Keller? O primeiro componente é a *atenção*, a qual suponho pode ser atraída e sustentada pelo vídeo. Primeiro, pelo fato de o vídeo ser multimodal. Segundo, porque ele pode despertar a curiosidade dos alunos por meio de perguntas e paradoxos em relação à vida real.

O segundo componente é a *relevância*. Com tantas opções de vídeo, acredito que sempre haverá algum que seja pertinente com o interesse dos alunos. Pode ser a música favorita, parte de um filme ou um documentário de interesse, uma entrevista com alguma celebridade, ou, até mesmo, uma propaganda. A relevância está na maneira como alguma coisa é ensinada; portanto fazer conexões entre o vídeo e a vida real dos alunos poderá tornar-se mais atraente do que o próprio conteúdo.

Além de assistirem a um vídeo, os alunos podem criar seus próprios vídeos, o que possibilitará a oportunidade de desenvolver um trabalho em grupo, com diferentes responsabilidades para cada indivíduo. “Um projeto de inclusão poderá

aumentar o sentimento de exclusão se considerar o usuário apenas como um consumidor dessa linguagem em vez de lhe abrir oportunidade de compreensão do seu papel também de produtor dessa linguagem” (Orientações Curriculares para o Ensino Médio, 2006, p.95).

Kress e van Leeuwen (2006, p.16) alegam que os materiais fornecidos para as crianças fazem um intensivo uso de imagens. Porém, quando o professor exige das crianças qualquer tipo de material, a escrita é a forma dominante. Eles apontam ainda que fora da escola o uso de imagens tem um papel crescente, tanto nos meios eletrônicos quanto impressos, mas, mesmo assim, a habilidade de produzir textos multimodais ainda não é ensinada na escola.

O terceiro componente é a *confiança*. Quando o aluno percebe que consegue entender um falante nativo, ele se sente mais motivado. O professor deve oferecer oportunidades de sucesso de acordo com o nível dos alunos. Os alunos de nível básico deverão assistir a vídeos mais curtos, como propagandas ou parte de um filme. As perguntas devem ser mais gerais e menos específicas, com *feedback* frequente para os alunos terem a certeza que estão fazendo a atividade de forma correta. Por outro lado, os alunos de nível avançado podem assistir a vídeos mais longos, como documentários, e com perguntas mais específicas.

O quarto componente é a *satisfação* e consiste em tornar o aluno satisfeito para que ele continue motivado a aprender. Quando o aluno constatar que, além de entender o texto verbal e/ou auditivo do vídeo, ele também é capaz de produzir seu próprio vídeo em uma língua estrangeira, ele se sentirá motivado.

O indivíduo letrado, em nossa sociedade, deve ser uma pessoa capaz de atribuir sentido às mensagens oriundas de múltiplas fontes de linguagem, bem como ser capaz de produzir mensagens, incorporando múltiplas fontes de linguagem (DIONÍSIO, 2005, p.159<sup>9</sup>, citado por CARNIN; MACAGNAN; KURTZ, 2008, p.470).

Marcuschi (2005, p.11 citado por CARNIN; MACAGNAN; KURTZ, 2008, p.472) afirma que “[...] se até ontem parecia um luxo dedicar-se ao ensino dos usos da internet, hoje é uma necessidade, pois esta tecnologia tornou-se irreversível e

---

<sup>9</sup> DIONÍSIO, Angela Paiva. **Gêneros multimodais e multiletramento**. In: KARWOSKI, Acir Mario e tal. (org.). *Gêneros Textuais: reflexões e ensino*. Palmas/União da Vitória: Kayganague, 2005, p.159-177.

invasora de todos os ambientes”. Também na visão desse autor, ainda é muito lenta a compreensão dessa tecnologia tanto na área educacional quanto na vida cotidiana.

Os relatórios da Fundação Getúlio Vargas demonstram que pessoas com nível superior incompleto, sem acesso às novas tecnologias, têm uma participação de 6,3% na sociedade, enquanto o índice é de 29,6% para as que têm computador e 35,2% para as que utilizam a internet. Preocupado com essa questão social, o Ministério da Educação projetou o Proinfo, que visa introduzir as Novas Tecnologias de Informação e Comunicação na escola pública (Orientações Curriculares para o Ensino Médio, 2006, p.95).

Infelizmente, apesar do investimento do governo em novas tecnologias de informação e comunicação na escola pública, grande parte das salas equipadas com computadores permanece fechada, devido à falta de habilidade e/ou interesse de alguns professores em manuseá-los. Por outro lado, crianças e adolescentes, de todas as classes sociais, são extremamente atraídos pelo mundo digital. Há uma desatenção de alguns professores em relação ao poder imenso da tecnologia para seduzir nossos alunos.

Com o objetivo de analisar como o vídeo interfere na motivação na aula de língua estrangeira, proponho nesse trabalho o uso de um vídeo disponibilizado no *YouTube*, intitulado *Hershey's Commercial Black & White Chocolate Bar*<sup>10</sup>.

## **2. Metodologia**

Neste capítulo, descreverei detalhadamente como a pesquisa foi realizada, a escola e os sujeitos envolvidos, assim como os instrumentos de coleta de dados. É importante salientar que a pesquisa é qualitativa descritiva.

### **2.1 Sujeitos e local da pesquisa**

Com o objetivo de analisar se o uso do vídeo na aprendizagem de língua estrangeira interfere na motivação dos alunos, foram utilizadas três aulas de Inglês de uma turma de um curso de línguas na cidade de Pelotas. As aulas aconteciam nas segundas e quartas pela manhã, no horário das 10h às 11h30.

---

<sup>10</sup> Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=HoftmuUUleM&feature=related>>. Acesso em: 05 maio 2012.

Na turma pesquisada, há quatro adolescentes, dois meninos e duas meninas, entre 11 e 13 anos; dois estudam em escolas particulares e dois em escolas públicas; três estão na 6ª série e um na 8ª série. Sou a professora desses adolescentes no curso de Inglês, em que eles estão no nível elementar.

A escolha por essa turma deve-se ao fato de eles serem adolescentes e extremamente atraídos pela tecnologia, principalmente pelo computador. Trabalho com esse grupo como professora há um ano e meio, fato incomum nessa escola, onde acontece a troca de professor a cada dois semestres. Durante todo esse tempo, pude perceber que eles são extrovertidos, curiosos, questionadores e com grande potencial para a aprendizagem de línguas.

A escola oferece cursos de inglês e espanhol, conta com dez professores e cento e trinta alunos. Está localizada na Zona Norte da cidade e possui uma ótima infraestrutura: sete salas de aula climatizadas, seis computadores com acesso à internet que podem ser usados pelos alunos durante os intervalos, sala de jogos e ampla área verde. A escola também oferece a rede *Wi-Fi*, que permite que os alunos e professores conectem-se à internet em seus próprios computadores portáteis, celulares ou *tablets* por meio de uma rede sem fio.

## 2.2 Instrumentos da pesquisa

Para a realização da pesquisa, primeiro foi utilizado um questionário (Apêndice 3) com o objetivo de investigar qual era a motivação dos alunos para a aprendizagem da língua inglesa. Depois, foi utilizado um vídeo publicitário do site do *YouTube* como uma forma de *input* e uma folha de atividades sobre esse vídeo (Apêndice 1). Em seguida, foram disponibilizados computadores com internet para a criação dos vídeos. Por último, foi utilizado um gravador Roland R-05 24bit / 96 kHz para a entrevista com os alunos (Apêndice 2).

### 2.2.1 Questionário

O objetivo do questionário foi analisar que tipo de motivação – integrativa ou instrumental – os alunos tinham para aprender a língua inglesa. Ele é composto de quatro perguntas dissertativas, duas questões de múltipla escolha e uma questão de enumerar. Os alunos não precisavam colocar seu nome no questionário, apenas a

idade e a série na escola regular. A pergunta 4 procurava averiguar sobre a preferência dos alunos por atividades em grupo ou individuais, para então definir como seriam feitos os vídeos.

### 2.2.2 O vídeo do *YouTube*

Foi selecionado para os alunos assistirem um vídeo publicitário sobre o chocolate da marca *Hershey's* (Anexo 2), de 37 segundos, produzido em 2008, disponível no site do *YouTube*. Tal escolha ocorreu por ser esse tipo de vídeo de curta duração. O vídeo em questão é multimodal e apresenta três formas de linguagem: verbal, visual e auditiva.

O vídeo começa com uma imagem em preto e branco de um *pub*; como trilha sonora a música *Come Together* da banda *Beatles* e a pergunta “O que acontece quando você mistura um preto e branco em uma barra<sup>11</sup>” (tradução minha). Em seguida, aparecem duas metades do chocolate *Hershey's*, uma com o papel escuro escrito *Black* e a outra com o papel branco escrito *White*. As duas metades se aproximam até se juntarem. Quando elas se unem surge a frase “Eles vêm juntos<sup>12</sup>” (tradução minha). E, ao mesmo tempo, ouve-se a parte da música “*Chegue mais perto, agora mesmo, comigo*<sup>13</sup>” (tradução minha). O vídeo termina com a frase “A Barra de Chocolate da Nova Geração<sup>14</sup>” (tradução minha).

### 2.2.3 Folha de atividades sobre o vídeo do *YouTube*

A folha de atividades sobre o vídeo do *YouTube* é composta por quatro questões, uma de múltipla escolha e três dissertativas. O objetivo das atividades é verificar se os alunos compreenderam os significados das diferentes formas de comunicação apresentadas no vídeo. As respostas deveriam ser respondidas, preferencialmente, em inglês.

### 2.2.4 Entrevista com os sujeitos

---

<sup>11</sup> What happens when you mix a Black and White in a bar?

<sup>12</sup> They come together.

<sup>13</sup> Come together, right now, over me.

<sup>14</sup> The New Generation Chocolate Candy Bar.

Esta é uma pesquisa qualitativa, e segundo Bogdan & Biklen (1994, p.47) esse tipo de pesquisa possui cinco características: (1) a fonte direta de dados é o ambiente natural, constituindo o investigador o instrumento principal; (2) é descritiva, ou seja, os dados recolhidos estão em forma de palavras ou imagens e não de números; (3) os investigadores qualitativos interessam-se mais pelo processo do que simplesmente pelos resultados ou produtos; (4) os investigadores qualitativos tendem a analisar os seus dados de forma indutiva; (5) o significado é de importância vital na abordagem qualitativa.

O tipo de entrevista é semiestruturada, ou seja, nesse tipo de entrevista, o entrevistado responde às perguntas podendo falar livremente sobre o assunto, mas sem perder de vista o foco.

## **2.3 Procedimentos da pesquisa**

### **2.3.1 Aplicação do questionário**

O questionário foi aplicado no dia 2 de julho de 2012 às 10h. Os alunos demoraram 20 minutos para responder às sete questões. Os quatro alunos da turma estavam presentes, definindo-se, a partir do resultado da pergunta 4, que a criação dos vídeos seria feita em duplas.

### **2.3.2 Atividades sobre o vídeo do YouTube**

No dia 4 de julho de 2012, após uma breve conversa sobre o chocolate, os alunos assistiram ao vídeo publicitário da marca de chocolates *Hershey's* no *site* do *YouTube*. Em seguida, eles fizeram as quatro atividades sobre esse vídeo.

### **2.3.3 Criação dos vídeos**

O processo de criação dos vídeos foi iniciado no dia 4 de julho, após as atividades sobre o vídeo do *YouTube*, e finalizado no dia 9 de julho. Os alunos tinham que criar um vídeo publicitário para uma marca de chocolates, utilizando o programa *Movie Maker*. Nesse vídeo era necessário que eles usassem as formas comparativas (superioridade, inferioridade ou igualdade), que eles estavam estudando na época. O vídeo deveria ter uma relação entre as imagens, o som e o texto verbal. Tanto o som quanto o texto verbal deveriam ser, obrigatoriamente, em

inglês. Após a conclusão dos seus próprios vídeos, os alunos assistiram aos vídeos dos colegas.

#### 2.3.4 Entrevista

A entrevista aconteceu no dia 11 de julho de 2012, após o término da criação dos vídeos. Os quatro sujeitos foram entrevistados juntos na própria sala de aula. Eles estavam felizes em participar da pesquisa, porém um pouco ansiosos porque sabiam que suas vozes estavam sendo gravadas.

### 3. Análise e discussão dos dados

#### 3.1 A motivação dos alunos para aprender inglês

A análise dos dados foi feita com base no questionário (Apêndice 3), nas atividades sobre o vídeo do *YouTube* (Apêndice 1) e na entrevista semiestruturada (Apêndice 2). Conforme mencionado na metodologia, o objetivo do questionário foi investigar a motivação dos alunos para a aprendizagem da Língua Inglesa. As respostas foram importantes para definição das atividades com o vídeo, considerando, por exemplo, a preferência por trabalho em duplas e atividades variadas. Para preservar a identidade dos sujeitos, foram usados pseudônimos em vez de seus nomes verdadeiros.

A questão 1 (Quadro 3.1) busca averiguar o motivo que levou aqueles alunos a estudar inglês. Nenhum aluno respondeu que estuda inglês porque os pais obrigam, visto que são menores de idade. Todos têm consciência que aprender inglês é bom para eles. Pode-se notar pelas expressões utilizadas: “pro meu aprendizado”, “é legal”, “é importante”. Porém, esse é um discurso da sociedade.

<b>Paula</b>	“Eu decidi fazer inglês para quando eu crescer viajar para todos lugares e pro ( <i>sic</i> ) meu aprendizado.”
<b>Gustavo</b>	“Porque eu queria conhecer novas línguas e também porque é legal.”
<b>Luís</b>	“Para poder viajar, conhecer, aprender e morar em varios ( <i>sic</i> ) locais diferentes onde a lingua ( <i>sic</i> ) inglesa é muito utilizada.”
<b>Mariana</b>	“Por que é importante saber outras línguas. E também é legal estudar inglês.”

Quadro 3.1 – Motivos para estudar inglês

Conclui-se que esses alunos têm uma motivação integrativa (GARDNER, 2001, p.10). De acordo com essa teoria, os alunos querem aprender a língua porque eles gostam e sentem prazer em aprendê-la; buscam uma satisfação pessoal e não apenas instrumental.

A questão 2 (Quadro 3.2) procura averiguar o tempo de estudo e a experiência que eles têm como alunos de inglês. Os dois alunos oriundos de escolas regulares particulares estudam a língua há mais tempo em suas respectivas escolas do que os dois alunos oriundos de escolas regulares públicas. Entretanto, uma das alunas da escola regular pública, Paula, é quem estuda inglês no curso de idiomas por mais tempo. Mariana começou a estudar inglês no curso de idiomas e no colégio na mesma época, no início de 2011, quando ela estava na sétima série. Nas séries anteriores, ela havia estudado apenas o espanhol como língua estrangeira.

	<b>Curso de idiomas</b>	<b>Colégio</b>
<b>Paula</b>	4 anos e meio	1 ano e meio
<b>Gustavo</b>	3 anos e meio	7 anos e meio
<b>Luís</b>	1 ano e meio	7 anos e meio
<b>Mariana</b>	1 ano e meio	1 ano e meio

Quadro 3.2 – Tempo de estudo da língua inglesa

A questão 3 (Quadro 3.3) busca identificar o contato dos alunos com o inglês fora da sala de aula. Eles podiam marcar mais de uma opção e/ou acrescentar outra além das apresentadas. Percebe-se que os quatro alunos têm algum tipo de contato com o inglês fora da sala de aula, e todos eles têm contato por meio da internet, onde o vídeo é bastante utilizado. O aluno Gustavo marcou as quatro opções de contato apresentadas. Nenhum aluno acrescentou outra opção de contato.

	<b>Músicas</b>	<b>Filmes</b>	<b>Internet</b>	<b>Amigos</b>	<b>Nenhum</b>	<b>Outros</b>
<b>Paula</b>	X	X	X			
<b>Gustavo</b>	X	X	X	X		
<b>Luís</b>			X			
<b>Mariana</b>	X	X	X			

Quadro 3.3 – Contato com o inglês fora da sala de aula

A questão 4 (Quadro 3.4) procura identificar se os alunos preferem atividades em grupos ou individuais. Todos eles preferem atividades em grupos. Segundo o modelo ARCS de Keller (1987, p.4), a relevância está na maneira como alguma coisa é ensinada e não com o conteúdo em si. Segundo ele, para tornar a instrução atraente, devemos intercalar atividades em grupos com atividades individuais, sem que nenhuma delas seja demasiada ao ponto de tornar-se entediante.

	<b>Atividades em grupos</b>	<b>Atividades individuais</b>
<b>Paula</b>	X	
<b>Gustavo</b>	X	
<b>Luís</b>	X	
<b>Mariana</b>	X	

Quadro 3.4 – Preferência por atividades em grupos ou individuais

Antes da aplicação desse questionário, eu já havia pensado em propor que os alunos construíssem os vídeos em duplas, pois acho que a troca de ideias e a divisão das tarefas são fatores importantes que podem acrescentar muito, tanto na construção do vídeo quanto na vida dos alunos. Entretanto, se grande parte dos alunos discordasse da ideia de trabalhar em duplas, eu aceitaria que o trabalho fosse feito individualmente, divergindo de Leffa e Irala (2012, p.16), os quais afirmam que “[...] enquanto a escrita é tipicamente um trabalho individual, a produção de um vídeo é necessariamente um trabalho de equipe”. Em minha opinião, a produção de um vídeo é tipicamente um trabalho em equipe, mas não necessariamente.

No que diz respeito à questão 5 (Quadro 3.5), os alunos deveriam enumerar de 1 a 5, em ordem crescente, o que eles consideram mais importante para mantê-los motivados na aula de inglês. Por meio de uma análise horizontal, é possível concluir que 50% do grupo consideram atividades diversificadas (jogos, músicas, vídeos etc.) o item mais importante para mantê-los motivados; recompensas reais (certificado) vêm em segundo lugar; e elogios verbais, em terceiro. Em relação ao quinto lugar, 50% responderam recompensas simbólicas (balas, adesivos, cartões etc.) e 50% saber usar o conhecimento novo e as habilidades adquiridas.

	<b>Paula</b>	<b>Gustavo</b>	<b>Luís</b>	<b>Mariana</b>
<b>Elogios verbais</b>	4	3	2	3
<b>Recompensas reais</b>	2	4	1	2
<b>Recompensas simbólicas</b>	5	5	3	4
<b>Atividades diversificadas</b>	3	1	4	1
<b>Saber usar o conhecimento novo/habilidades adquiridas</b>	1	2	5	5

Quadro 3.5 – Ordem de importância dos fatores de motivação na aprendizagem do inglês

Por meio de uma análise vertical, é possível afirmar que o requisito principal para Paula sentir-se motivada é a satisfação, já que colocou a opção saber usar o conhecimento novo e as habilidades adquiridas em primeiro lugar. Segundo o modelo ARCS, a satisfação é um requisito importante para manter a motivação. Keller (1987a, p.5) diz que saber usar o conhecimento novo e as habilidades adquiridas aumentará a motivação intrínseca do aluno e haverá menos necessidade de recompensas externas. Paula colocou o item recompensas simbólicas em último lugar, confirmando assim a teoria do modelo ARCS. Porém, Keller (1987a, p.6), diz que até mesmo aquele aluno motivado intrinsecamente se beneficiará das formas extrínsecas de reconhecimento. Então, deve-se estimular ambos tipos de motivação.

Para Gustavo, atividades diversificadas é o item mais importante para manter a sua motivação, sendo esse também um item responsável por atrair e sustentar a atenção de acordo com o modelo ARCS. Keller (1987a, p.3) afirma que mesmo que a atividade seja interessante e tenha funcionado várias vezes, devemos variar para que ela não se torne entediante. Assim como Paula, Gustavo colocou o item recompensas simbólicas em último lugar.

Luís demonstra ter uma motivação integrativa menor que a instrumental. A primeira segue a teoria cognitiva, ou seja, prioriza a recompensa própria e a segunda segue a teoria behaviorista, que prioriza as recompensas (e punições). Esse aluno colocou o item recompensas reais em primeiro lugar, e saber usar o conhecimento novo e habilidades adquiridas em último lugar.

Mariana, assim como Gustavo, colocou o item atividades diversificadas em primeiro lugar, e, conforme já relatado nesse trabalho, Keller (1987a, p.3), afirma que a variabilidade é importante tanto para atrair quanto para sustentar a atenção do aluno. Quando as atividades são diversificadas, o sentimento de curiosidade é despertado no aluno, colaborando para um aumento da motivação. Essa aluna colocou em segundo lugar as recompensas reais; em terceiro, os elogios verbais; e, em quarto, as recompensas simbólicas.

Segundo Keller (1987a, p.2), a satisfação pode vir tanto de fatores intrínsecos quanto de extrínsecos, e apesar de os últimos serem às vezes negligenciados, eles são muito importantes. Mariana colocou o item saber usar o conhecimento novo e habilidades adquiridas em último lugar, ou seja, ela valoriza mais os fatores extrínsecos do que os intrínsecos.

A questão 6 (Quadro 3.6) procura averiguar a opinião deles sobre a importância do inglês para seu futuro profissional. Eles foram unânimes ao concordar com a importância do inglês na vida profissional. Luís tem consciência de que o inglês é uma língua universal e não a língua de um povo específico como muitos pensam.

	<b>Sim</b>	<b>Não</b>	<b>Razões</b>
<b>Paula</b>	X		Viajar para outros países, falar línguas diferentes.
<b>Gustavo</b>	X		Trabalhar nos EUA.
<b>Luís</b>	X		É uma língua universal.
<b>Mariana</b>	X		Porque inglês é preciso pra quase tudo.

Quadro 3.6 – Importância do inglês no futuro profissional (respostas resumidas)

Em minha experiência como professora de inglês, já ouvi muitas vezes os alunos dizerem que não gostam de inglês porque é a língua dos americanos. Trabalho em um curso de idiomas em que o material utilizado prioriza o inglês britânico, e muitos alunos chegam lá com a visão de que aprenderão “o inglês dos britânicos” e não “o inglês dos americanos”, como se as duas fossem línguas distintas. Apesar das variações, a língua é a mesma. E essas variações poderão tornar-se ainda maiores quando os professores não são nativos.

Mariana consegue perceber que saber inglês é necessário para muitas situações, as quais ela não citou, contrastando com a visão mais estreita de Paula e Gustavo, que mencionaram como razões da importância do inglês no futuro profissional, o fato de poderem viajar e trabalhar em outros países.

A respeito dessa questão, gostaria de relatar que o professor de inglês deveria conversar com seus alunos, principalmente crianças e adolescentes, sobre as oportunidades que o conhecimento desse idioma poderá fornecer, pois muitos deles ainda têm a visão de que ele é necessário apenas para quem quer viajar para fora do Brasil. Talvez essa visão equivocada seja um dos fatores da falta de motivação nas escolas regulares de ensino fundamental e médio, onde os alunos questionam porque eles precisam aprender inglês. Se o aluno enxergar essa disciplina apenas como mais uma no currículo, sem estabelecer uma relação com a sua vida e seus objetivos, dificilmente ele terá prazer em aprendê-la.

Na questão 7 (Quadro 3.7), pergunta-se se eles se identificam com as comunidades que falam a língua inglesa, 50% responderam sim; 25% responderam não; e 25% não responderam. Conforme já foi dito anteriormente, pessoas com motivação integrativa querem integrar-se com a comunidade onde a língua é falada.

	Sim	Não	Não respondeu	Exemplos da cultura que admira/não admira
<b>Paula</b>			X	Gosta: educação, comida, trabalho.
<b>Gustavo</b>	X			Gosta: culinária, educação. Não gosta: língua é difícil.
<b>Luís</b>	X			Gosta: facilidade de adquirir coisas. Não gosta: hábitos alimentares (americanos).
<b>Mariana</b>		X		Gosta: dedicação aos estudos e cidades lindas.

Quadro 3.7 – Identificação e percepção da cultura (respostas resumidas)

Em relação aos exemplos da cultura que eles admiram, as respostas mais relevantes foram: educação, trabalho, dedicação aos estudos e facilidade de adquirir as coisas. Isso demonstra que os alunos fizeram uma relação do inglês com os países ricos e desenvolvidos, com escolas e universidades de qualidade porque

priorizam o estudo e a educação, com opções de trabalhos reconhecidos e bem remunerados, e por isso o seu povo tem um alto poder aquisitivo.

Por outro lado, Gustavo respondeu que acha a Língua Inglesa difícil. Frequentemente, os alunos fazem comparações entre as línguas, principalmente entre a língua nativa e a língua que eles estão aprendendo. Na maioria das vezes, eles têm a visão de que a língua que estão aprendendo é mais difícil que a língua nativa, ou seja, eles não percebem que todas as línguas apresentam suas particularidades e que classificá-las como mais fácil ou mais difícil é algo muito relativo.

É importante esclarecer com os alunos alguns mitos que podem interferir na aprendizagem. Tanto o fato de ver o inglês como a língua de um povo com o qual eu não me identifico, como o fato de pensar que é uma língua difícil são visões equivocadas que podem ocasionar desmotivação para a aprendizagem.

### **3.2 O vídeo como fator de motivação**

Por meio de uma breve conversa com os alunos, foi possível identificar que todos eles gostam de chocolate, três deles comem chocolate todos os dias, e um, duas vezes por semana. Eles disseram que chocolate é bom para a saúde se não for em excesso, pois tem muitas calorias, e um aluno chegou a mencionar que 30g por dia é o ideal. Todos concordaram que o chocolate amargo é o melhor de todos para a saúde e que ter uma dieta saudável é fundamental para ter uma vida mais longa. Isso mostra que eles estão propagando um discurso da sociedade.

Na primeira questão referente ao vídeo sobre o chocolate, pergunta-se qual é o produto anunciado em três alternativas: (a) *dark chocolate*; (b) *bitter chocolate* e (c) *black and white chocolate*. Os alunos não conheciam a palavra *bitter*, que significa *amargo*. Porém, após esclarecer o significado da palavra, todos marcaram a alternativa “c”, ou seja, chocolate preto e branco, que era a alternativa correta.

A segunda questão, assim como a terceira e a quarta, é dissertativa e vincula aos dois significados da palavra *bar* no vídeo. Todos os alunos compreenderam que *bar* naquele contexto significa o local onde são vendidas

bebidas e a barra de chocolate. Porém, eles só perceberam esse jogo de palavras durante a realização das atividades (Quadro 3.8).

<b>Paula</b>	“Bar a piece of chocolate. Bar, place where they sell drinks.”
<b>Gustavo</b>	“Bar place and Bar chocolate bar.”
<b>Luís</b>	“Bar a local where they sell drinks and chocolate.”
<b>Mariana</b>	“Local: bar-bar. Chocolate: barra- bar.”

Quadro 3.8 – Definições dos alunos sobre o duplo sentido da palavra *bar*

A terceira questão diz respeito à relação entre a imagem e o texto verbal: “o que acontece quando misturamos preto e branco em uma barra e/ou em um bar?”. Os quatro alunos perceberam a relação entre a imagem em preto e branco do local bar e o produto anunciado, a barra de chocolate preto e branco. Há uma relação de cores entre as duas modalidades de comunicação (Quadro 3.9).

<b>Paula</b>	“Que o chocolate é preto e branco e a imagem também.”
<b>Gustavo</b>	“Que o bar (local) esta em preto e branco e a barra de chocolate é preta e branca.”
<b>Luís</b>	“A relação é da imagem preto e branco como o chocolate preto e branco.”
<b>Mariana</b>	“A relação é que a imagem é preta e as letras são branca e o chocolate também é preto e branca.”

Quadro 3.9 – Respostas dos alunos sobre a relação entre a imagem e o texto verbal

A quarta questão indaga sobre qual é a relação entre a música e o produto anunciado. A música *Come together* está fazendo uma relação com o fato de o chocolate branco e o preto estarem juntos na mesma barra. Assim como nas questões 2 e 3, os alunos foram capazes de perceber essa relação (Quadro 3.10).

<b>Paula</b>	“Que o chocolate preto e branco sempre vem junto.”
<b>Gustavo</b>	“Que o chocolate preto e branco vem junto.”
<b>Luís</b>	“A relação é que o chocolate vem junto com chocolate preto e branco.”
<b>Mariana</b>	“Por que o chocolate branco e preto vem junto na mesma barra. E o nome da música é ele vem junto.”

Quadro 3.10 – Respostas dos alunos sobre a relação entre a música e o produto anunciado

### 3.3 O aluno como espectador e produtor de vídeos

O objetivo da entrevista nessa pesquisa é averiguar o ponto de vista dos alunos sobre trabalhar como espectadores e produtores de vídeos. É importante lembrar que os alunos produziram os vídeos em duplas. Os alunos Gustavo e Luís formaram a dupla que criou o *vídeo dos memes*<sup>15</sup>. As alunas Paula e Mariana formaram a dupla que criou o *vídeo das guloseimas*<sup>16</sup>. A entrevista, buscando saber a opinião dos próprios alunos, foi feita com base em dez perguntas (Apêndice 2).

Ao analisar as respostas da primeira pergunta, é possível afirmar que o vídeo sobre o chocolate *Hershey's* atraiu todos os alunos. Nas falas de Paula e de Gustavo, percebe-se que eles foram seduzidos pela imagem, enquanto, nas falas de Luís e de Mariana, percebe-se que eles gostaram da música (Quadro 3.11).

	<b>1. Vocês gostaram do vídeo do chocolate <i>Hershey's</i>? Por quê?</b>
<b>Gustavo</b>	“Sim, porque o preto e o branco com a imagem fica legal.”
<b>Paula</b>	“Sim, porque tem duas cores relacionadas, preto e branco.”
<b>Luís</b>	“Sim, porque tem aquela musiquinha, <i>They come together... right now.</i> ”
<b>Mariana</b>	“Sim, porque eu nunca tinha visto esse comercial e a música é bem legal.”

Quadro 3.11- Opinião dos alunos sobre o vídeo do *YouTube*

Cabe salientar que o vídeo passou pelo primeiro requisito do modelo ARCS, que é despertar a *atenção*. Os alunos ficaram entusiasmados quando foram informados que assistiriam a um vídeo e que depois fariam atividades de interpretação sobre ele. E essa atenção foi mantida logo depois, porque introduziu um material pessoal e/ou emocional, o chocolate. Durante a realização das atividades, os alunos ficaram curiosos ao tentarem estabelecer uma relação entre as diferentes formas de comunicação.

No que tange à segunda pergunta (Quadro 3.12), observa-se que as atividades sobre o vídeo foram extremamente importantes porque, por meio delas,

<sup>15</sup> Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=vxLEdDSOXRE>>.

<sup>16</sup> Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=8Mde2-XhhFk>>.

os alunos foram capazes de compreender detalhes que não haviam percebido em um primeiro momento. Como exemplo, eles citaram a palavra *bar*, que tem dois sentidos no vídeo, a barra de chocolate e o local onde as pessoas se encontram para beber e conversar.

	<b>2. O que vocês acharam das atividades sobre esse vídeo?</b>
<b>Gustavo</b>	“Interessante, porque... ah... eu só foi notar a palavra <i>bar</i> na folha, pois ela tem dois significados.”
<b>Paula</b>	“Eu achei legal porque algumas coisas eu não tinha notado no vídeo, mas depois nas perguntas eu consegui fazer.”
<b>Luís</b>	“Eu achei interessante porque lá só lá eu finalmente pude descobrir o jogo de palavras que tinha entre <i>bar</i> local e <i>bar</i> barra de chocolate.”
<b>Mariana</b>	“Eu gostei porque eu pude perceber que <i>bar</i> significa <i>bar</i> o local e <i>bar</i> a barra.”

Quadro 3.12 – Opinião dos alunos acerca das atividades sobre o vídeo do *YouTube*

Essa interpretação foi feita por meio das imagens, que mostram primeiro o local *bar* em preto e branco (Figura 3.1) e depois a barra de chocolate metade preta e metade branca (Figura 3.2). Logo após a primeira imagem, aparece o texto verbal, que está elaborando a imagem.

Barthes<sup>17</sup> (1967, citado por KRESS e van LEEUWEN, 2006, p.18) denomina elaboração quando o texto verbal “elabora” a imagem ou vice-versa. Ele distingue dois tipos de elaboração: (1) o texto verbal vem antes da imagem, portanto a imagem é uma ilustração do texto; (2) a imagem vem antes do texto verbal, portanto o texto está reafirmando o significado da imagem. O segundo tipo de elaboração é o caso do vídeo do chocolate *Hershey’s*, pois primeiro aparece o local *bar* em preto e branco e depois a pergunta “o que acontece quando você mistura o preto e o branco em um(a) bar/barra?”

<sup>17</sup> BARTHES, R. *Elements of Semiology*. London: Cape, 1967.



Figura 3.1 - Interface do *YouTube* em que aparece a primeira cena do vídeo

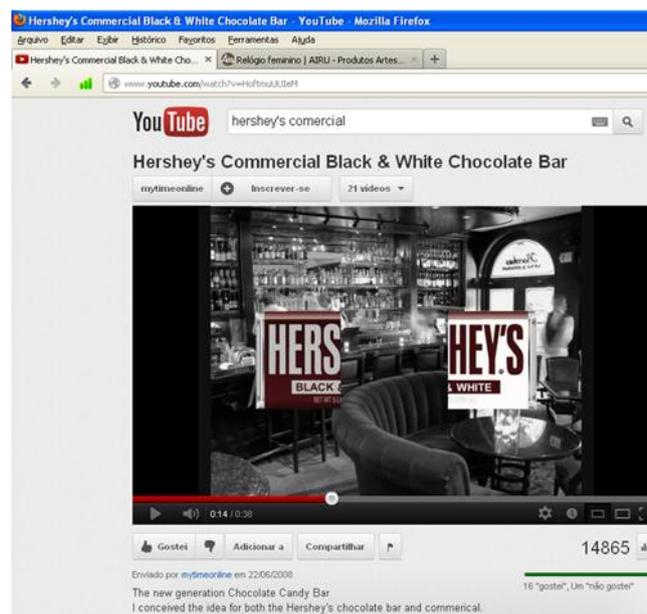


Figura 3.2 – Interface do *YouTube* em que aparece a segunda cena do vídeo

Ao relatarem seu posicionamento sobre a terceira pergunta (Quadro 3.13), os alunos mostraram-se unânimes ao afirmar que a escolha da música foi a maior dificuldade enfrentada. Eles acharam difícil encontrar uma música que tivesse uma relação com as imagens e o texto verbal. Talvez por terem pouco conhecimento de músicas em inglês que se adequariam à atividade.

	<b>3. O que vocês acharam da atividade de criarem seus próprios vídeos? Quais foram as maiores dificuldades enfrentadas?</b>
<b>Gustavo</b>	“Eu achei legal e a maior dificuldade foi achar a música.”
<b>Paula</b>	“Eu achei interessante, a maior dificuldade foi encontrar uma música que combinasse com o vídeo.”
<b>Luís</b>	“Eu achei legal, mas o mais difícil mesmo foi encontrar uma música que combinasse com o fato do comercial.”
<b>Mariana</b>	“Eu gostei muito, acho que a música foi o mais difícil.”

Quadro 3.13 – Parecer dos alunos a respeito da criação de seus próprios vídeos

Uma dupla optou por uma música clássica de Mozart, porque segundo eles não há interferência da letra da música. A outra dupla escolheu a música *Oompa Loompa* (Anexo 1) do filme “A Fantástica Fábrica de Chocolate”. Segue abaixo o trecho da música *Oompa Loompa* em português (tradução minha) usada no vídeo.

Oompa Loompa, do-ba-dee-doo,  
 Eu conseguí o enigma perfeito para você.  
 Oompa Loompa, do-ba-dee-dee,  
 Se você for esperto você vai me ouvir.  
 O que você ganha quando come tantos doces?  
 Comendo tanto quanto um elefante come.  
 Por quê você está ficando terrivelmente gordo?  
 Em que você acha que isso resultará?  
 Eu não gosto de como isso está.  
 Oompa Loompa do-ba-dee-da,  
 Se você não for guloso você irá longe.  
 Você também viverá feliz,  
 Como os oompa loompa do-ba-dee-doo.  
 Do-ba-dee-doo<sup>18</sup>

<sup>18</sup> Oompa Loompa Doompadee Doo - I've got a perfect puzzle for you - Oompa Loompa, Doompadah Dee - If you are wise you'll listen to me - What do you get when you guzzle down sweets - Eating as much as elephant eats - What are you getting terrible fat - What do you think will come of that - I don't like the look of it - Oompa Loompa Doompadee Dah - If you're not greedy you will go far - You will live in happiness too - Like the Oompa Loompa Doompadde Do - Doompadde Do.

Os *Oompa-Loompas* são pigmeus no filme “A Fantástica Fábrica de Chocolate.” Eles vêm da Loompalândia, têm cerca de trinta centímetros e o cacau é um de seus alimentos preferidos. Eles são as únicas pessoas que trabalham na fábrica de Willy Wonka.

A letra da música está perfeitamente relacionada com o texto verbal e as imagens do vídeo. Ela começa afirmando que conseguiu o enigma perfeito, ao mesmo tempo aparece o primeiro *slide* (Figura 3.3) com o texto verbal “chocolate é tão bom quanto...”

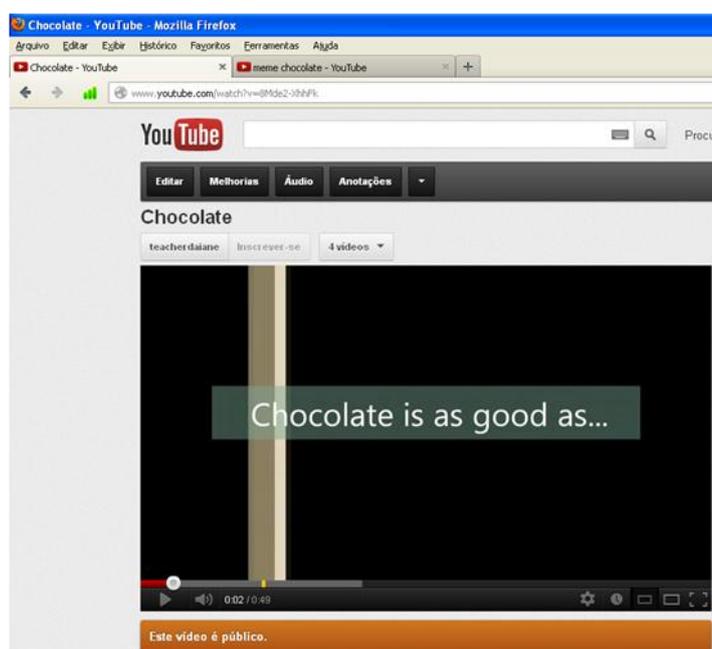


Figura 3.3 – Interface do *YouTube* em que aparece o primeiro *slide* do vídeo produzido pelos alunos

Em seguida, a música afirma que, se você for esperto, vai ouvir. Então surgem imagens de várias guloseimas identificadas pelos seus respectivos nomes em inglês (refrigerante, salgadinhos, *waffle*, bolacha recheada). Depois aparece a imagem de um chocolate derretido (Figura 3.4), com o texto verbal “mas ele é mais saudável do que essas guloseimas sem valor nutritivo” e a música termina afirmando que “se você não for guloso você irá longe, você também viverá feliz, como os *oompa loompa do-ba-dee-doo*.”

A mensagem do vídeo enuncia que assim como os *oompa loompa do-ba-dee-doo*, que têm o cacau como um de seus alimentos preferidos, você poderá viver bastante e feliz se comer chocolate em vez de outras guloseimas.

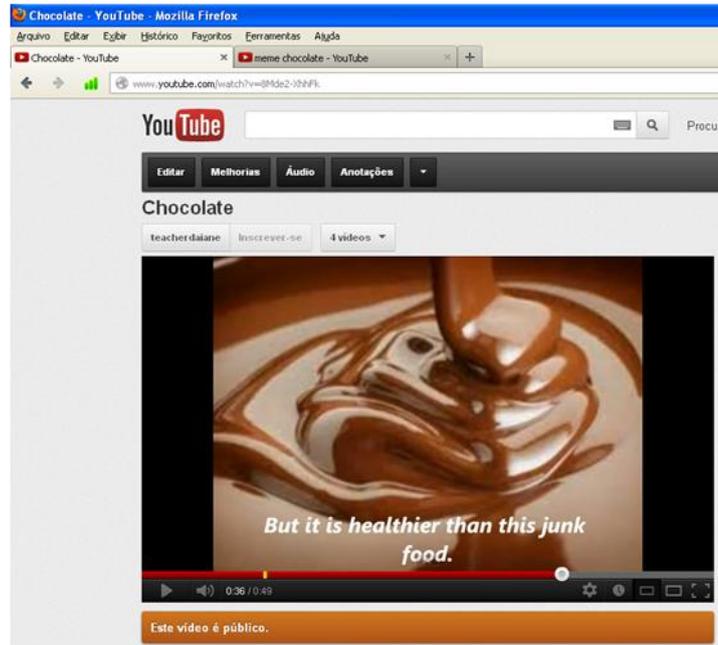


Figura 3.4 – Interface do *YouTube* em que aparece o último slide do vídeo produzido pelos alunos

Quando questionados sobre a experiência de trabalhar com o programa *Windows Movie Maker* (Quadro 3.14), três alunos disseram que já o conheciam, mas apenas um já havia editado um vídeo nele. O *Movie Maker* é um programa do *Windows*, fácil de manusear e apropriado para criar e editar vídeos amadores. O programa permite a inclusão de outros vídeos, imagens, arquivos de áudio e legendas.

	<b>4. Vocês já conheciam o <i>Windows Movie Maker</i>? Já tinham feito algum vídeo antes?</b>
<b>Gustavo</b>	“Eu já tinha conhecido, ma ( <i>sic</i> ) mas nunca tinha feito nenhum vídeo.”
<b>Paula</b>	“Eu já tinha conhecido também, mas nunca tentei fazer um vídeo.”
<b>Luís</b>	“Eu nunca tinha ouvido falar do <i>Windows Movie Maker</i> e como é óbvio eu também não fiz, o vídeo.”
<b>Mariana</b>	“Sim, eu já conhecia e já fiz dois vídeo ( <i>sic</i> ).”

Quadro 3.14 – Experiência dos alunos com o programa *Movie Maker*

Carnin, Macagnan e Kurtz (2008, p.470) afirmam que os indivíduos precisam do letramento computacional e tecnológico para, de fato, agirem na sociedade letrada. Ao criarem os seus vídeos, além do letramento da escrita, do visual e do

auditivo, os alunos também precisaram do letramento computacional e tecnológico. Dessa maneira, a atividade realizada sugere que três dos alunos se tornaram multiletrados, pois um já o era. Eles foram capazes de produzir seus próprios textos multimodais.

A quinta pergunta (Quadro 3.15) indaga sobre como foi o trabalho em duplas, e percebe-se que eles apreciaram trabalhar dessa forma. A escolha pelas duplas foi livre e eles optaram trabalhar com os colegas com quem tinham mais afinidade.

	<b>5. O que vocês acharam de trabalhar em duplas?</b>
<b>Gustavo</b>	“Muito show.”
<b>Paula</b>	“Achei legal porque a gente pode trocar ideias.”
<b>Luís</b>	“Divertido.”
<b>Mariana</b>	“Foi bom e bem interessante.”

Quadro 3.15 – parecer dos alunos a respeito do trabalho em duplas

No início do trabalho, quando eles tinham que discutir como seria o vídeo, a dupla dos meninos demonstrou divergências de opiniões em relação ao tema do vídeo e à escolha das imagens e quase optaram por trabalhar sozinhos. Um menino desejava trabalhar com as imagens dos *memes*, enquanto o outro queria trabalhar com as imagens do universo. Quando eles perceberam que o trabalho seria bem mais intenso e demorado se feito sozinho, eles optaram por fazer em duplas e chegaram ao acordo de trabalharem com os *memes*.

Leffa e Irala (2012, p.16) alegam que produzir um vídeo é um trabalho solidário, pois parte de uma definição grupal, formada para compartilhar uma ideia, e reunida para transformar a ideia em imagem. A solidariedade foi maior entre a dupla das meninas. Elas escolheram trabalhar o lado saudável do chocolate no vídeo. Primeiro, elas fizeram um rascunho em uma folha de papel de como seriam os *slides* e escreveram o texto verbal em português. Depois, uma delas foi pesquisar as imagens na internet, enquanto a outra traduziu as frases para o inglês e também sugeriu a música *Oompa loompa*. Depois, elas fizeram a edição do vídeo.

Analisando as respostas dos alunos no que diz respeito à sexta pergunta (quadro 3.16), percebe-se que todos gostaram dos seus vídeos, porém os alunos Gustavo e Luís concordam que a música não teve uma relação direta com as imagens e o texto verbal, estava ali apenas como fundo. Já as alunas Paula e Mariana afirmaram que a música tem uma relação com as imagens e o texto verbal, pois, além de ela ser a trilha sonora do filme “A Fantástica Fábrica de Chocolate”, a parte selecionada da música trata justamente do fato de que comer chocolate é mais saudável que outras guloseimas.

	<b>6. Vocês gostaram dos seus vídeos? Nesses vídeos, mantém-se uma relação entre o texto, a imagem e o som?</b>
<b>Gustavo</b>	“Sim, hum, ah o som ele só ficou meio de fundo mais a imagem e o texto fico parecido, foi complexo.”
<b>Paula</b>	“Sim, porque a música é do filme A Fantástica Fábrica de Chocolate e a imagem ta comparando o chocolate com refri, bolachas e <i>wafer</i> , porque o chocolate é melhor e mais saudável.”
<b>Luís</b>	“Sim, porque... como é que eu posso explicar, a música ficou mais de fundo porque ela não tinha alguma coisa dizendo sobre chocolate especificamente. Já o texto teve uma grande relação com a imagem pois as imagens passavam algum tipo de sentimento na forma de <i>memes</i> e é isso praticamente.”
<b>Mariana</b>	“Sim, sim a música é do filme da Fantástica Fábrica de Chocolate de 1931. E as fotos está ( <i>sic</i> ) comparado que o chocolate é melhor que algumas porcarias que nós comemos.”

Quadro 3.16 – Conceito dos alunos sobre seus próprios vídeos

Ainda em relação a essa pergunta, Luís diz que o texto verbal tem uma relação com as imagens dos *memes*, explicando que esses são usados para ilustrar sentimentos. Paula e Mariana consideram que há uma relação de comparação entre o chocolate e outras guloseimas que comemos, alertando sobre o fato de o chocolate ser mais saudável que outras guloseimas. Vale lembrar que os alunos deveriam usar frases comparativas na criação de seus vídeos, pois esse era o conteúdo que eles estavam aprendendo.

Ao serem indagados sobre suas opiniões a respeito do vídeo dos colegas na sétima pergunta (Quadro 3.17), observa-se um senso crítico maior do que quando indagados sobre seus próprios vídeos. Pela observação na resposta de Luís, conclui-se que ele não gostou do vídeo das colegas, mas acha que há uma boa relação entre o texto verbal, as imagens e o som. Entretanto, Mariana não gostou do vídeo dos colegas e justifica dizendo que não entendeu o sentido das imagens dos *memes* e também que a música não tem relação com o texto verbal e as imagens.

	<b>7. O que vocês acharam dos vídeos dos colegas? Nesses vídeos, mantém-se uma relação entre o texto, a imagem e o som?</b>
<b>Gustavo</b>	“Eu achei legal e o som e as imagens e o texto têm uma grande relação, ta tudo a ver com o chocolate.”
<b>Paula</b>	“Eu achei legal porque o texto, ou seja, o <i>memes</i> indica expressão se ele gostou e está satisfeito e a música calma ficou de fundo.”
<b>Luís</b>	“Eu não gostei, mas tem uma boa relação entre o texto sobre se o chocolate é tão bom quanto e as imagens seriam as os ( <i>sic</i> ) coisas que o chocolate é melhor e a música que é do do ( <i>sic</i> ) da Fantástica Fábrica de Chocolate de 1971.”
<b>Mariana</b>	“Não achei muito bom porque eu não entendi as imagens. Ah... não a música tem uma relação com..., a música não tem uma relação com o texto e a imagem.”

Quadro 3.17 – Conceito dos alunos sobre os vídeos dos colegas

Os *memes* utilizados no vídeo (Quadro 3.18) foram usados para ilustrar os sentimentos, conforme já foi relatado por Luís. Eles surgiram há pouco tempo, como uma forma de expressão, em um *site* denominado *4chan*. Devido à grande popularidade, eles se tornaram *memes*, ou seja, algo que se reproduz sem controle. Atualmente, eles se encontram na internet em várias tirinhas e cada um deles tem um nome e um significado diferente. Seguem abaixo os nomes dos *memes* utilizados no vídeo publicitário e os seus significados.

<b>Meme</b>	<b>Nome</b>	<b>Significado</b>
	<b><i>Forever alone</i></b>	É usado para representar situações em que o personagem é solitário ou esquecido.
	<b><i>Freddie Mercury</i></b>	É usado para expressar um sentido de sucesso, de conquista, ele expressa mais ou menos o sentido de que algo deu certo e foi vencedor.
	<b><i>Vomitar arco-íris</i></b>	É usado quando alguma coisa é extremamente maravilhosa. O nome refere-se ao fato de que quando nós estamos animados ou quando enxergamos algo muito bom, dizemos que vamos vomitar arco-íris.
	<b><i>Fuck that Guy</i></b>	Surgiu em 2009, durante uma entrevista com jogadores de basquete, onde Yao Ming soltou um sorriso marcante.

Quadro 3.18 – nomes e significados dos *memes*

O *Forever alone* foi empregado no primeiro *slide* do vídeo (Figura 3.5), ao fundo da pergunta “você gostaria de um chocolate?” Ele pode estar sendo usado aqui para representar um chocolate que está esquecido, pouco consumido.



Figura 3.5 – Interface do *YouTube* em que aparece o primeiro *slide* com o *meme* denominado *Forever alone*

O *meme* *Freddie Mercury* aparece no terceiro *slide* (Figura 3.6) acompanhado do texto verbal “e que tem um gosto maravilhoso”, dando sequência à frase do segundo *slide* “que é mais barato do que papel...”

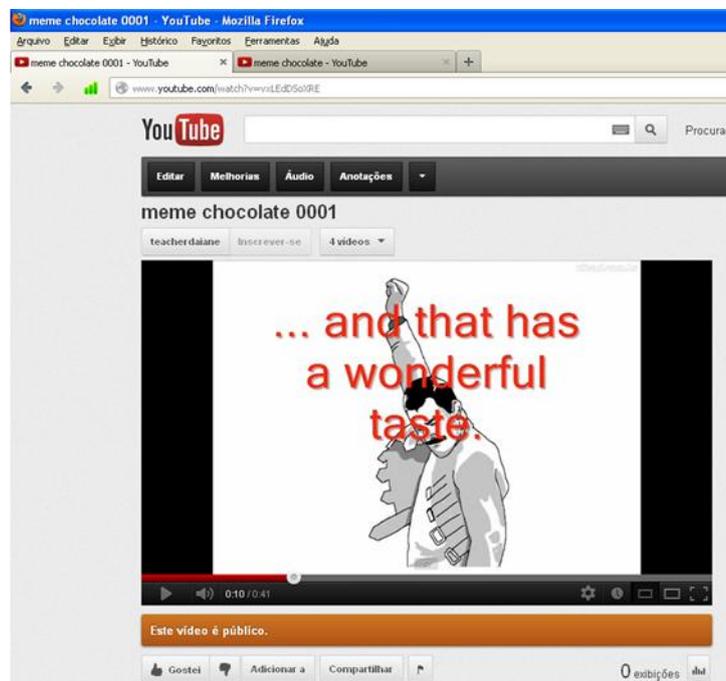


Figura 3.6 – Interface do *YouTube* em que aparece o terceiro *slide* com o *meme* denominado *Freddie Mercury*

O *Vomitar arco-íris* foi utilizado no quarto *slide* (Figura 3.7), quando o texto verbal institui que o chocolate, barato e com um gosto maravilhoso, chegou. Portanto, está estabelecendo uma relação com o significado do *meme*.



Figura 3.7 - Interface do *YouTube* em que aparece o quarto *slide* com o *meme* denominado *Vomitar arco-íris*

O *Fuck that Guy* foi utilizado no último *slide* do vídeo (Figura 3.8). O vídeo é finalizado com a frase “porque quando é barato sempre é bom”.

Luís, o aluno que escolheu as imagens dos *memes* e que teve a ideia de fazer um vídeo de um chocolate barato, é uma pessoa que está sempre pechinchando, embora seja de uma família de classe média alta. Os próprios colegas percebem sua preocupação em gastar o mínimo possível e dizem que ele se preocupa demais com dinheiro. Luís se defende dizendo que seus pais são assim e que ele foi criado dessa maneira.

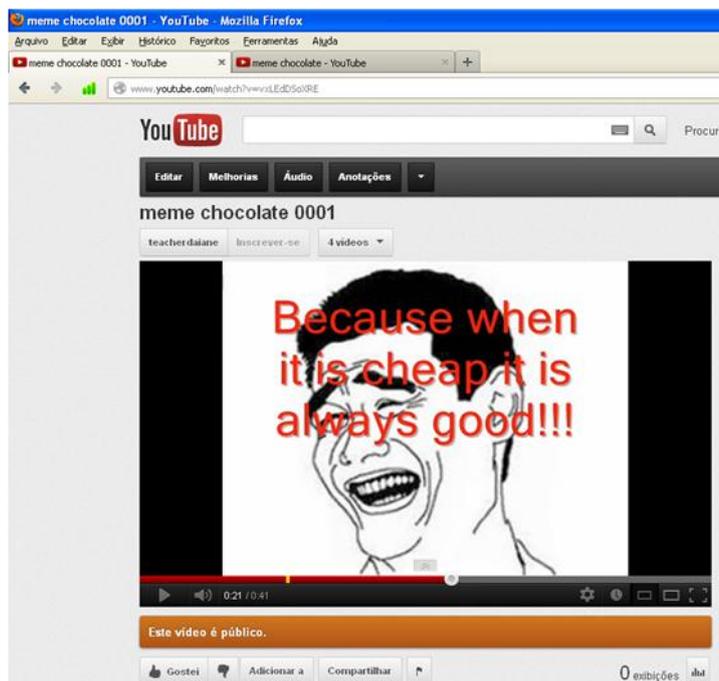


Figura 3.8 – Interface do *YouTube* em que aparece o último *slide* com o *meme* denominado *Fuck that Guy*

A música clássica, mais conhecida por ser um tipo apreciado por pessoas cultas e de classes sociais altas, não estabelece uma relação com a marca de chocolate por eles anunciada, a qual vende a imagem de ser um chocolate barato, mais barato que papel.

Ao relatarem suas opiniões sobre aprender inglês por meio de um vídeo, todos afirmam que acham interessante a proposta (Quadro 3.19). Cabe ressaltar que, na resposta de Luís, nota-se o interesse no sotaque e no modo como as pessoas falam, ou seja, dependendo do país ou da região, as gírias, as expressões idiomáticas e inclusive o sotaque podem variar.

	<b>8. Vocês acham que é interessante aprender inglês por meio de um vídeo? Por quê?</b>
<b>Gustavo</b>	“Eu eu ( <i>sic</i> ) acho interessante porque a gente pode ver um ( <i>sic</i> ) vídeo uma palavra no inglês e procurar no dicionário e saber o seu significado e assim aprender.”
<b>Paula</b>	“Eu achei interessante porque a gente pode aprender coisas novas.”
<b>Luís</b>	“Eu achei interessante porque em vídeos nós podemos ver como as pessoas falam em certos locais que falam inglês e o sotaque deles.”
<b>Mariana</b>	“Sim, acho bem interessante porque nós fizemos atividades diferentes.”

Quadro 3.19 – Parecer dos alunos sobre a aprendizagem de inglês por meio de vídeos

Quando os alunos foram questionados sobre a importância de trabalhar atividades que envolvam a tecnologia (Quadro 3.20), foi possível verificar que eles consideram esse tipo de atividade relevante.

	<b>9. Vocês acham importante trabalhar na sala de aula atividades que envolvam a tecnologia? Por quê?</b>
<b>Gustavo</b>	“Sim porque a gente pode tá mexendo no computador e achar palavras em inglês que a gente pode tá aprendendo.”
<b>Paula</b>	“Eu acho interessante porque jogos e atividades influenciam na ( <i>sic</i> ) no nosso aprendizado.”
<b>Luís</b>	“Eu acho legal porque isso é uma atividade bem diferenciada e também divertido.”
<b>Mariana</b>	“Sim porque é bem legal, sai um pouco da rotina, não ficar sempre no livro.”

Quadro 3.20 – Parecer dos alunos sobre atividades que envolvem tecnologia

Luís diz que atividades que envolvem a tecnologia não são comuns, embora ele seja aluno de uma escola particular, onde existe uma condição financeira melhor. Mariana, que estuda em uma escola pública, relata que as atividades que envolvem a tecnologia afastam-se da rotina de trabalhar com o livro.

Na escola tradicional, a tendência tem sido não só menosprezar o uso da imagem, mas também privilegiar a escrita em detrimento da fala; propõe-se basicamente ensinar o aluno a ler e escrever textos impressos em papel, dentro de uma gramática puramente linguística, quando não apenas prescritiva. O universo da imagem, sons e movimentos, que constitui o mundo contemporâneo é ostensivamente ignorado, com o risco de se produzir analfabetos de vários tipos, dos visuais aos digitais; a competência para ler sons e imagens, quando adquirida, acontece fora e independente da sala de aula (LEFFA; IRALA, 2012, p.1).

Concordo com Leffa e Irala que a escola tradicional tende a menosprezar a imagem, mas percebo que, na aula de língua estrangeira, a imagem é mais valorizada do que nas aulas das outras disciplinas, inclusive em língua materna.

Ao serem perguntados se gostariam de criar outros vídeos, todos os alunos responderam afirmativamente, demonstrando interesse por esse tipo de atividade. Leffa e Irala (2012, p.3) alertam para o fato de que, embora haja um grande acervo de imagens, sons e vídeos, esses recursos não devem ser usados pelo professor apenas em atividades de natureza reativa, mas principalmente de modo ativo. Em outras palavras, o aluno não deve ser apenas receptor, mas também produtor.

Segundo o modelo motivacional ARCS de John Keller, saber usar o conhecimento novo e as habilidades adquiridas é um dos resultados mais compensadores da instrução, portanto é uma maneira de criar *satisfação*.

## CONCLUSÃO

Esta pesquisa procurou analisar como o uso do vídeo interfere na motivação na aula de língua estrangeira. É importante lembrar que os sujeitos dessa pesquisa já tinham uma motivação para aprender inglês por causa de interesses intrínsecos e fatores externos, então era preciso apenas mantê-la.

O modelo motivacional de John Keller determina quatro condições importantes para as pessoas tornarem-se e continuarem motivadas: *atenção, relevância, confiança e satisfação*. As quatro condições foram alcançadas por meio do vídeo.

O vídeo foi ao encontro dos desejos dos alunos, pois eles eram nativos digitais (PRENSKY, 2001), ou seja, cresceram inseridos na tecnologia digital. Nas próprias respostas dos alunos ao questionário sobre motivação (Apêndice 3), foi identificado que eles têm contato com o inglês na internet, onde o vídeo é bastante utilizado.

Terantino (2011, p.11) é favorável ao uso de vídeos do *YouTube* na aula de língua estrangeira, porque o *YouTube* oferece aos alunos a oportunidade de se engajarem significativamente numa língua estrangeira.

Foi selecionado no *site* do *YouTube* um vídeo publicitário de um produto de consumo pessoal de todos os alunos do grupo, o chocolate. Portanto, o interesse dos alunos foi capturado ao se introduzir um material pessoal. A curiosidade foi estimulada ao serem os alunos questionados sobre as relações entre as diferentes modalidades de comunicação – texto verbal, visual e auditivo. Dessa maneira, a primeira condição do modelo ARCS, a *atenção*, foi estimulada e mantida.

A interação no mundo virtual era um dos objetivos dos alunos, portanto criar um vídeo em inglês e postá-lo no *site* do *YouTube* resultava em algo relevante para eles. Leffa e Irala (2012, p.17) afirmam que o vídeo permite que o aluno mostre seu trabalho para o mundo e não apenas para os colegas, professores e familiares. Assim, a segunda condição do modelo ARCS foi alcançada.

A terceira condição do modelo ARCS, a *confiança*, foi obtida pelo uso de desafios variados, como usar o conhecimento novo (forma comparativa) e a habilidade adquirida (criação de vídeos). Os alunos foram responsáveis pelo resultado final, pois o processo de criação de vídeos atribui sucesso ao esforço pessoal.

A última condição do modelo ARCS, a *satisfação*, foi atingida porque os alunos tiveram a oportunidade de usar seus conhecimentos e habilidades adquiridas. Segundo Keller (1987a, p.5), saber usar o conhecimento ou as habilidades recém-adquiridas revela-se um dos resultados mais compensadores da instrução.

Em relação ao primeiro objetivo específico desta pesquisa, o de avaliar como os alunos relacionam a imagem, o som e o texto verbal por meio da criação de seus próprios vídeos, notou-se que os alunos foram capazes de produzir textos multimodais, embora essa habilidade seja pouco trabalhada na escola. KRESS e van LEEUWEN (2006, p.16) apontam que a habilidade de produzir textos multimodais ainda não é ensinada na escola.

Gustavo e Luís escolheram as imagens dos *memes* para representar os sentimentos implícitos no texto verbal, enquanto Paula e Mariana usaram as imagens apenas para ilustrar o texto verbal. A dupla de Gustavo e Luís preocupou-se em escolher uma música que não tivesse interferência da letra e por isso escolheu uma música instrumental. Por outro lado, a dupla de Paula e Mariana escolheu uma música que mantém uma relação direta com o texto verbal e as imagens, ou seja, a famosa música *Oompa Loompa* do filme “A Fantástica Fábrica de Chocolate”.

O segundo objetivo específico era identificar maneiras de ensinar a língua estrangeira onde o aluno seja, além de receptor, também produtor de seu discurso. Esse objetivo vai ao encontro do objetivo da educação, que é transformar os alunos em cidadãos do mundo, capazes de questionar, de transmitir suas ideias e de não se tornarem sujeitos passivos. Foi muito interessante ver as ideias dos alunos como produtores de discurso.

Uma dupla comparou algumas guloseimas ao chocolate, afirmando que ambos são gostosos, mas que o chocolate é mais saudável. Notou-se, por meio desse discurso, a preocupação em ter uma alimentação benéfica. A outra dupla divulgou um chocolate bom e barato, mais barato que papel e com um gosto maravilhoso. Nesse discurso notou-se a preocupação com preço e qualidade, propagando a ideia de que nem tudo que é bom custa caro.

O terceiro objetivo específico, que era explicitar formas de trabalhar a tecnologia na sala de aula, foi alcançado com sucesso. A atividade com o vídeo publicitário mostrou que o *site* do *YouTube* disponibiliza vídeos autênticos que podem ser levados para a aula de língua estrangeira. Além disso, os alunos tiveram a oportunidade de aprender a criar seus próprios vídeos, deixando de ser apenas receptores, mas também produtores de seu próprio discurso.

Terantino (2011, p.15) destaca que utilizar vídeos na aula de língua estrangeira não é algo novo, mas a oportunidade de os alunos poderem criar seus próprios vídeos e postar no *YouTube* é uma abordagem nova que oferece *input* linguístico e estimula os alunos a se engajar numa língua estrangeira.

A hipótese dessa pesquisa foi confirmada, pois o vídeo intensificou a motivação para a aprendizagem de língua estrangeira na sala de aula. A aprendizagem tornou-se mais significativa associada ao uso da tecnologia. Os alunos tornaram-se mais autônomos e participativos devido a seus conhecimentos sobre computador e internet. Eles também ficaram mais confiantes e satisfeitos porque foram capazes de enfrentar diferentes tipos de desafios, que, de certa forma, contribuíram para o sucesso no resultado final.

Gostaria de sugerir, para estudos futuros, uma pesquisa sobre o uso do vídeo na aprendizagem de língua estrangeira na educação a distância. Muitos cursos de línguas têm surgido na modalidade a distância, sendo a oralidade a habilidade mais difícil de ser executada. Portanto, caberia uma investigação sobre a possibilidade de trabalhar a oralidade por meio do vídeo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOGDAN, R. C.; BIKLEN, S. K. **Investigação qualitativa em educação**: uma introdução à teoria e aos métodos. Portugal: Porto Editora LTDA, 1994.

BRASIL. Secretaria de Educação Básica. Orientações Curriculares para o Ensino Médio: linguagens, códigos e suas tecnologias. Brasília: MEC/SEB, 2006. V. 1. p.85-124.

BROWN, Douglas. **Teaching by Principles**: An Interactive Approach to Language Pedagogy. 3<sup>rd</sup> ed. San Francisco State University: Prentice Hall, Regents, 1994.

CARNIN, Anderson; MACAGNAN, Maria Júlia Padilha; KURTZ, Fabiana Diniz. *Internet e ensino de línguas: uma proposta de atividade utilizando vídeo disponibilizado pelo YouTube*. Linguagem & Ensino, Pelotas, v.11, n.2, p.469-485, jul./dez. 2008.

CORACINI, Maria José. *Entre a necessidade e a (im)possibilidade de ensinar*. Pelotas, 02 mar. 2012. Palestra proferida aos alunos de pós-graduação em Linguística.

GARDNER, R. C. **Integrative Motivation: Past, Present and Future**. Temple University Japan, Tokyo, 2001. Disponível em: <<http://publish.uwo.ca/~gardner/>>. Acesso em: 12. Mar. 2012.

HARMER, Jeremy. **The practice of English Language Teaching**. Longman: London and New York, 1991.

HOWE, Neil; STRUASS, William. **Millenial Rising**. Knopf Doubleday Publishing Group , 2000.

KELLER, John M. **Strategies for stimulating the motivation to learn**. Performance & Instruction, 1987a.

KELLER, John M. **The systematic process of motivationl design**. Performance & Instruction, 1987b.

KELLER, John M. *Development and Use of the ARCS Model of Motivational design*. Journal of instructional development, v. 10, n. 3, 1987c.

KELLER, John M. **What is motivational design?** Florida State University, 2006.

KELLER, John M. *Motivational design of instruction*. In: C. M. Reigeluth (Ed.), **Instructional design theories and models**: An overview of their current status. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1983.

KRESS, G., van LEEUWEN, T. **Reading Images**: the grammar of visual design. 2 ed. London, New York: Routledge, 2006.

LEA, Mary R.; JONES, Sylvia. *Digital literacies in higher education: exploring textual and technological practice*. Studies in Higher Education: United Kingdom, 36:4, p.377-393, 2011.

LEFFA, Vilson J.; IRALA, Valesca B. *O vídeo e a construção da solidariedade na aprendizagem da LE*. In: SCHEYERL, Denise; SIQUEIRA, Sávio (Orgs.). **Materiais didáticos para o ensino de línguas na contemporaneidade**: contestações e proposições. Salvador: EDUFBA, 2012, p.83-108.

MILLS, Kathy. *Discovering design possibilities through pedagogy of multiliteracies*. Journal of Learning Design. v. 1 n. 3, p.61-72, 2006.

*NEW LITERACIES & CLASSROOM PRACTICES*. Disponível em: <<http://www.newliteracies.com.au/what-are-new-literacies?/138/>> Acesso em: 05 maio 2012.

PEREIRA, S. C. M. T. **A motivação como fator impulsionador no domínio de um segundo idioma**. Dissertação de mestrado. Petrópolis: 2006. Disponível em: <[http://www.ucp.br/html/joomlaBR/images/dissertacoes\\_novas/2006/Silvia%20Cristina%20Monteiro%20Tavares%20Pereira.pdf](http://www.ucp.br/html/joomlaBR/images/dissertacoes_novas/2006/Silvia%20Cristina%20Monteiro%20Tavares%20Pereira.pdf)>. Acesso em: 03 nov. 2012.

PRENSKY, Marc. Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*. MCB University Press, v. 9, n. 5, p.1-6, 2001. Disponível em: <<http://www.marcprensky.com/writing/prensky%20-%20digital%20natives,%20digital%20immigrants%20-%20part1.pdf>>. Acesso em: 02 dez. 2012.

RIBAS, Fernanda Costa. *The role of self-concepts in students' motivation in the Brazilian EFL context*. *Linguagem & Ensino*, Pelotas, v. 12, n. 2, p.463-486, 2009.

TERANTINO, Joseph M. Emerging Technologies: YouTube for foreign languages. *Language Learning & Technology*, v. 15, n. 1, p.10-16, 2011. Disponível em: <<http://llt.msu.edu/issues/february2011/emerging.pdf>>. Acesso em: 2 nov. 2012.

THE NEW LONDON GROUP. *A Pedagogy of Multiliteracies: Designing Social Futures*. Harvard College, v. 66, n. 1, 1996. Disponível em: <[http://wwwstatic.kern.org/filer/blogWrite44ManilaWebsite/paul/articles/A\\_Pedagogy\\_of\\_Multiliteracies\\_Designing\\_Social\\_Futures.htm](http://wwwstatic.kern.org/filer/blogWrite44ManilaWebsite/paul/articles/A_Pedagogy_of_Multiliteracies_Designing_Social_Futures.htm)>. Acesso em: 02 maio 2012.

WIKIPÉDIA. Enciclopédia livre. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Motiva%C3%A7%C3%A3o>>. Acesso em: 12 fev. 2012.

OS NOMES E OS SIGNIFICADOS DOS MEMES. Disponível em: <<http://achedetudo-webmaniacos.blogspot.com.br/2012/01/os-nomes-e-os-significados-dos-memes.html>> Acesso em: 13 out. 2012.

OS NOMES E OS SIGNIFICADOS DOS *MEMES*. Disponível em:<<http://www.tutoriart.com.br/os-memes-mais-conhecidos-como-surgiram-e-variacoas/>>. Acesso em: 13 out. 2012.

OS NOMES E OS SIGNIFICADOS DOS *MEMES*. Disponível em:<<http://bastardosguerrakhan.blogspot.com.br/2011/05/memes-seus-nomes-e-como-surgiram.html/>>. Acesso em: 13 out. 2012.

VAGALUME. Disponível em:<<http://www.vagalume.com.br/willy-wonka/oompa-loopa-song-traducao.html>>. Acesso em: 13 out. 2012

## APÊNDICE 1 - ATIVIDADES SOBRE O VÍDEO DO *YOUTUBE*

### Part I

#### Warmer:

1. Do you like chocolate? How often do you eat it?
2. Is chocolate good or bad for health? Why?
3. Which chocolate is better for health: dark, white or bitter?
4. Why is it good to have a healthy diet?

### Part II (after watching the video).

1. What product is advertised?

- (a) dark chocolate
- (b) bitter chocolate
- (c) black and white chocolate

2. What are the two meanings of the word "bar" in the video?

---



---



---

3. What's the relationship between the image and the verbal text "What happens when you mix a black and white in a bar?"

---



---



---

4. What's the relationship between the music "They come together" and the product announced?

---



---



---

### Part III

#### Task:

In pairs, you are going to create an advertising video for a brand of chocolate. In this video you have to use comparative forms (*not as + adj. + as; adj. +er; more + adj.*). The video must have images, written text and sound. The last two ones have to be in English. Try to be creative!

Phase 1: choose your pair.

Phase 2: brainstorm your ideas and make a draft in a piece of paper.

Phase 3: choose the images, the sound and write the text.

Phase 4: create your video in the movie maker program.

## Part I

Warmer:

HERSHEY'S

1. Do you like chocolate? How often do you eat it?
2. Is chocolate good or bad for health? Why?
3. Which chocolate is better for health: dark, white or bitter?
4. Why is it good to have a healthy diet?

Part II (after watching the video).

1. What product is advertised?

- ( a ) dark chocolate
- ( b ) bitter chocolate
- black and white chocolate

2. What are the two meanings of the word "bar" in the video?

Bar a local where they sell drinks and chocolate

3. What's the relationship between the image and the verbal text "What happens when you mix a black and white in a bar?"

A relação é da imagem preto e branco como o chocolate preto e branco

4. What's the relationship between the music "They come together" and the product announced?

A relação é que o chocolate vem junto com chocolate preto e branco

## Part III

## Task

In pairs, you are going to create an advertising video for a brand of chocolate. In this video you have to use comparative forms (*not as + adj. + as; adj. +er; more + adj.*). The video must have images, written text and sound. The last two ones have to be in English. Try to be creative!

Phase 1: choose your pair.

Phase 2: brainstorm your ideas and make a draft in a piece of paper.

Phase 3: choose the images, the sound and write the text.

Phase 4: create your video in the movie maker program.

## Part I

## Warmer:

1. Do you like chocolate? How often do you eat it?
2. Is chocolate good or bad for health? Why?
3. Which chocolate is better for health: dark, white or bitter?
4. Why is it good to have a healthy diet?

## Part II (after watching the video).

1. What product is advertised?

( a ) dark chocolate

( b ) bitter chocolate

black and white chocolate

2. What are the two meanings of the word "bar" in the video?

Bar, a piece of a chocolate  
Bar, place where they sell drinks

3. What's the relationship between the image and the verbal text "What happens when you mix a black and white in a bar?"

Que o chocolate é preto e branco é a imagem também.

4. What's the relationship between the music "They come together" and the product announced?

Que o chocolate preto e branco sempre vem juntos

## Part III

## Task:

In pairs, you are going to create an advertising video for a brand of chocolate. In this video you have to use comparative forms (*not as + adj. + as; adj. +er; more + adj.*). The video must have images, written text and sound. The last two ones have to be in English. Try to be creative!

Phase 1: choose your pair.

Phase 2: brainstorm your ideas and make a draft in a piece of paper.

Phase 3: choose the images, the sound and write the text.

Phase 4: create your video in the movie maker program.

## Part I

## Warmer:

1. Do you like chocolate? How often do you eat it?
2. Is chocolate good or bad for health? Why?
3. Which chocolate is better for health: dark, white or bitter?
4. Why is it good to have a healthy diet?

## Part II (after watching the video).

1. What product is advertised?

- ( a ) dark chocolate
- ( b ) bitter chocolate
- black and white chocolate

2. What are the two meanings of the word "bar" in the video?

Bar: place and bar: chocolate bar

3. What's the relationship between the image and the verbal text "What happens when you mix a black and white in a bar?"

Que o bar (local) está em preto e branco e a barra de chocolate é preta e branca

4. What's the relationship between the music "They come together" and the product announced?

Que o chocolate preto e branco vem junto.

## Part III

## Task:

In pairs, you are going to create an advertising video for a brand of chocolate. In this video you have to use comparative forms (*not as + adj. + as; adj. +er; more + adj.*). The video must have images, written text and sound. The last two ones have to be in English. Try to be creative!

Phase 1: choose your pair.

Phase 2: brainstorm your ideas and make a draft in a piece of paper.

Phase 3: choose the images, the sound and write the text.

Phase 4: create your video in the movie maker program.

## Part I

## Warmer:

1. Do you like chocolate? How often do you eat it?
2. Is chocolate good or bad for health? Why?
3. Which chocolate is better for health: dark, white or bitter?
4. Why is it good to have a healthy diet?

## Part II (after watching the video).

1. What product is advertised?

- ( a ) dark chocolate  
 ( b ) bitter chocolate  
 (X) black and white chocolate

2. What are the two meanings of the word "bar" in the video?

Local: Bar-Bar chocolate: Barra-Bar

3. What's the relationship between the image and the verbal text "What happens when you mix a black and white in a bar?"

A relação é que a imagem é preta e as letras são branca e o chocolate também é preto e branco.

4. What's the relationship between the music "They come together" and the product announced?

Por que o chocolate branco e preto vem junto na mesma barra. E o nome da música é ele vem junto.

## Part III

## Task:

In pairs, you are going to create an advertising video for a brand of chocolate. In this video you have to use comparative forms (*not as + adj. + as; adj. +er; more + adj.*). The video must have images, written text and sound. The last two ones have to be in English. Try to be creative!

Phase 1: choose your pair.

Phase 2: brainstorm your ideas and make a draft in a piece of paper.

Phase 3: choose the images, the sound and write the text.

Phase 4: create your video in the movie maker program.

**APÊNDICE 2 – ENTREVISTA COM O GRUPO**

1. Vocês gostaram do vídeo do chocolate Hershey's? Por quê?
2. O que vocês acharam das atividades sobre esse vídeo?
3. O que vocês acharam da atividade de criarem seus próprios vídeos? Quais foram as maiores dificuldades enfrentadas?
4. Vocês já conheciam o *Windows Movie Maker*? Já tinham feito algum vídeo antes?
5. O que vocês acharam de trabalhar em duplas?
6. Vocês gostaram dos seus vídeos? Nesses vídeos, mantém-se uma relação entre o texto, a imagem e o som?
7. O que vocês acharam dos vídeos dos colegas? Nesses vídeos, mantém-se uma relação entre o texto, a imagem e o som?
8. Vocês acham que é interessante aprender inglês por meio de um vídeo? Por quê?
9. Vocês acham importante trabalhar na sala de aula atividades que envolvam a tecnologia? Por quê?
10. Vocês gostariam de criar outros vídeos?

### APÊNDICE 3 – QUESTIONÁRIO SOBRE MOTIVAÇÃO

Prezado(a) aluno(a),

Peço a sua colaboração respondendo ao questionário abaixo para a realização de uma pesquisa do curso de Pós-Graduação da Universidade Católica de Pelotas. Os dados coletados serão utilizados unicamente para fins de pesquisa e o seu nome será preservado.

Obrigada!

Prof<sup>a</sup> Daiane Winter.

Idade: \_\_\_\_\_ Série: \_\_\_\_\_

#### QUESTIONÁRIO

1. Por que você decidiu estudar inglês?

---



---



---



---

2. Há quanto tempo você estuda inglês? Relate um pouco sua experiência como aluno(a).

---



---



---



---

3. Qual é o seu contato com o inglês fora da sala de aula?

- ( ) músicas  
 ( ) filmes  
 ( ) internet  
 ( ) amigos  
 ( ) nenhum  
 ( ) outros. Quais? \_\_\_\_\_

4. Na sala de aula, você prefere:

- ( ) atividades em grupos  
 ( ) atividades individuais

5. Enumere de 1 a 5, em ordem crescente, o que é mais importante para manter você motivado na sala de aula:

- ( ) elogios verbais  
 ( ) recompensas reais (certificado, carreira profissional etc.)  
 ( ) recompensas simbólicas (balas, adesivos, cartões etc.)  
 ( ) atividades diversificadas (jogos, músicas, vídeos etc.)  
 ( ) saber usar o conhecimento novo e as habilidades adquiridas

6. Você acha que o inglês será importante para o seu futuro profissional?  
Por quê?

---

---

---

---

7. Você se identifica com as comunidades que falam a língua inglesa? Cite exemplos da cultura deles que você admira e/ou que não admira.

---

---

---

---

Prezado(a) aluno(a).

Peço a sua colaboração respondendo ao questionário abaixo para a realização de uma pesquisa do curso de Pós-Graduação da Universidade Católica de Pelotas. Os dados coletados serão utilizados unicamente para fins de pesquisa e o seu nome será preservado. Obrigada! Profa. Daiane Winter.

Idade: 11 anos Série: 6<sup>o</sup>

### QUESTIONÁRIO

1. Por que você decidiu estudar inglês?

Eu decidi fazer Inglês para  
quando eu crescer viajar para  
todos os lugares e pro meu  
aprendizado.

2. Há quanto tempo você estuda inglês? Relate um pouco sua experiência como aluno (a).

Eu estudo aqui há quatro anos  
e meio, eu comecei estudar Inglês  
no colégio no ano passado.

3. Qual é o seu contato com o inglês fora da sala de aula?

músicas

filmes

internet

amigos

nenhum

outros. Quais? \_\_\_\_\_

4. Na sala de aula, você prefere:

atividades em grupos

atividades individuais

5. Enumere de 1 a 5, em ordem crescente, o que é mais importante para manter você motivado na sala de aula:

(4) elogios verbais

(2) recompensas reais (certificado, carreira profissional etc.)

(5) recompensas simbólicas (balas, adesivos, cartões etc.)

(3) atividades diversificadas (jogos, músicas, vídeos etc.)

(1) saber usar o conhecimento novo e as habilidades adquiridas

6. Você acha que o inglês será importante para o seu futuro profissional?  
Por quê?

Sim, por que eu vou viajar para vários países e por isso é importante saber falar línguas diferentes.

7. Você se identifica com as comunidades que falam a língua inglesa? Cite exemplos da cultura deles que você admira e/ou que não admira.

Eu gosto da educação, comida, do trabalho, e a cultura da língua é bem bonita e diferente.

Prezado(a) aluno(a),

Peço a sua colaboração respondendo ao questionário abaixo para a realização de uma pesquisa do curso de Pós-Graduação da Universidade Católica de Pelotas. Os dados coletados serão utilizados unicamente para fins de pesquisa e o seu nome será preservado. Obrigada! Profa. Daiane Winter.

Idade: 11 anos Série: 6ª série

### QUESTIONÁRIO

1. Por que você decidiu estudar inglês?

Porque eu queria conhecer novas línguas  
e também porque é legal

2. Há quanto tempo você estuda inglês? Relate um pouco sua experiência como aluno (a).

2 anos. Comecei no colégio com  
5 anos e no curso com 9 anos.

3. Qual é o seu contato com o inglês fora da sala de aula?

músicas

filmes

internet

amigos

nenhum

outros. Quais? \_\_\_\_\_

4. Na sala de aula, você prefere:

atividades em grupos

atividades individuais

5. Enumere de 1 a 5, em ordem crescente, o que é mais importante para manter você motivado na sala de aula:

(3) elogios verbais

(4) recompensas reais (certificado, carreira profissional etc.)

(5) recompensas simbólicas (balas, adesivos, cartões etc.)

(1) atividades diversificadas (jogos, músicas, vídeos etc.)

(2) saber usar o conhecimento novo e as habilidades adquiridas

6. Você acha que o inglês será importante para o seu futuro profissional?  
Por quê?

Sim Porque se eu for trabalhar  
nos Estados Unidos vou ter que falar  
Inglês.

7. Você se identifica com as comunidades que falam a língua inglesa? Cite  
exemplos da cultura deles que você admira e/ou que não admira.

Sim Gosto: Culinária, educador e  
bonitos Não gosto: Da língua porque  
é difícil

Prezado(a) aluno(a),

Peço a sua colaboração respondendo ao questionário abaixo para a realização de uma pesquisa do curso de Pós-Graduação da Universidade Católica de Pelotas. Os dados coletados serão utilizados unicamente para fins de pesquisa e o seu nome será preservado. Obrigada! Profa. Daiane Winter.

Idade: 12 anos Série: 6ª série

### QUESTIONÁRIO

1. Por que você decidiu estudar inglês?

Para poder viajar, trabalhar, aprender e morar em vários locais diferentes onde a língua inglesa é muito utilizada.

2. Há quanto tempo você estuda inglês? Relate um pouco sua experiência como aluno (a).

Um ano e meio no curso e sete anos e meio na escola

3. Qual é o seu contato com o inglês fora da sala de aula?

músicas

filmes

internet

amigos

nenhum

outros. Quais? \_\_\_\_\_

4. Na sala de aula, você prefere:

atividades em grupos

atividades individuais

5. Enumere de 1 a 5, em ordem crescente, o que é mais importante para manter você motivado na sala de aula:

(2) elogios verbais

(1) recompensas reais (certificado, carreira profissional etc.)

(3) recompensas simbólicas (balas, adesivos, cartões etc.)

(4) atividades diversificadas (jogos, músicas, vídeos etc.)

(5) saber usar o conhecimento novo e as habilidades adquiridas

6. Você acha que o inglês será importante para o seu futuro profissional?  
Por quê?

Sim. Porque o inglês é uma língua universal e saber-la será muito importante para o meu futuro.

7. Você se identifica com as comunidades que falam a língua inglesa? Cite exemplos da cultura deles que você admira e/ou que não admira.

Sim. Eu admira a maior facilidade que eles tem para conseguir vários tipos de coisas como brinquedos eletrônicos e eu não admira seus (americanos) hábitos alimentares.

Prezado(a) aluno(a),

Peço a sua colaboração respondendo ao questionário abaixo para a realização de uma pesquisa do curso de Pós-Graduação da Universidade Católica de Pelotas. Os dados coletados serão utilizados unicamente para fins de pesquisa e o seu nome será preservado. Obrigada! Profa. Daiane Winter.

Idade: 13 Série: 8<sup>o</sup>

### QUESTIONÁRIO

1. Por que você decidiu estudar inglês?

Por que é importante saber outras línguas.  
E também é legal estudar inglês.

2. Há quanto tempo você estuda inglês? Relate um pouco sua experiência como aluno (a).

Há 1 ano e meio. Eu comecei a estudar  
na 7ª série no colégio e no cursinho, foi  
início de 2011.

3. Qual é o seu contato com o inglês fora da sala de aula?

músicas

filmes

internet

amigos

nenhum

outros. Quais? \_\_\_\_\_

4. Na sala de aula, você prefere:

atividades em grupos

atividades individuais

5. Enumere de 1 a 5, em ordem crescente, o que é mais importante para manter você motivado na sala de aula:

(3) elogios verbais

(2) recompensas reais (certificado, carreira profissional etc.)

(4) recompensas simbólicas (balas, adesivos, cartões etc.)

(1) atividades diversificadas (jogos, músicas, vídeos etc.)

(5) saber usar o conhecimento novo e as habilidades adquiridas

6. Você acha que o inglês será importante para o seu futuro profissional?  
Por quê?

Sim. Por que agora pra quase tudo é preciso, saber inglês.

7. Você se identifica com as comunidades que falam a língua inglesa? Cite exemplos da cultura deles que você admira e/ou que não admira.

Não. Eu admiro os estudos deles e queria poder estudar todo dia; também admiro as cidades que são lindas.

#### APÊNDICE 4 – SOLICITAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO PARA PESQUISA

Eu, Daiane Winter, responsável principal pelo projeto de dissertação de mestrado, o qual pertence ao curso de Linguística da Universidade Católica de Pelotas, venho, pelo presente, solicitar autorização da escola de línguas *British House*, para realização da coleta de dados para o trabalho de pesquisa sob o título “O uso do vídeo na aprendizagem de línguas estrangeiras”, com o objetivo de analisar como o uso de vídeos interfere na motivação para a aprendizagem de línguas estrangeiras. Esta pesquisa está sendo orientada pelo Professor Dr. Vilson Leffa.

Contando com a autorização desta instituição, coloco-me à disposição para qualquer esclarecimento.

---

Assinatura

## APÊNDICE 5 – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado(a) para participar, como voluntário(a), do Projeto de Pesquisa sob o título “O uso do vídeo na aprendizagem de línguas estrangeiras.” Meu nome é Daiane Winter, sou a pesquisadora responsável e minha área de atuação é a Linguística. Após receber os esclarecimentos e as informações a seguir, no caso de aceitar fazer parte do estudo, assine ao final deste documento, que está em duas vias. Uma delas é sua e a outra é do pesquisador responsável. Em caso de recusa, você não será penalizado(a) de forma alguma. Em caso de dúvida sobre a pesquisa, você poderá entrar em contato com o orientador da pesquisa Prof. Dr. Wilson Leffa, no telefone: 2128.8242, *e-mail*: leffav@gmail.com. Em casos de dúvidas sobre a ética aplicada à pesquisa, você poderá entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da Plataforma Brasil, *e-mail*: plataformabrasil@saude.gov.br.

Essa pesquisa tem o objetivo de analisar como o uso de vídeos interfere na motivação para a aprendizagem de línguas estrangeiras. Ela é importante porque, além de explicitar como o uso do vídeo pode ser agregado na aula de língua estrangeira, também proporcionará um estudo de como a motivação interfere na aprendizagem.

A atividade será desenvolvida da seguinte maneira. Primeiro os alunos assistirão a um vídeo publicitário autêntico, elaborado por falantes nativos e para um público nativo. Logo após, eles serão questionados sobre o produto ou serviço anunciado, quem é o público-alvo e qual é a relação entre o som, a imagem e o texto. Depois, os alunos serão separados em duplas para elaborarem a criação de um vídeo publicitário.

Após a conclusão dos vídeos, os alunos assistirão aos vídeos dos colegas e também serão questionados sobre estes. Por último, será feita uma entrevista focal, tipo semiestruturada. Nesse tipo de entrevista, o entrevistado responde às perguntas, podendo falar livremente sobre o assunto, mas sem perder de vista o foco. A forma de pesquisa será qualitativa.

O aluno não aparecerá no vídeo, não há riscos e não haverá nenhum tipo de pagamento ou gratificação financeira pela sua participação. O sujeito da pesquisa tem a liberdade de se recusar a participar ou ainda retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem penalização alguma e sem prejuízo ao seu interesse.

#### **DECLARAÇÃO PARA PESQUISAS ENVOLVENDO CRIANÇAS E ADOLESCENTES**

Eu, \_\_\_\_\_, RG: \_\_\_\_\_, abaixo assinado, responsável por \_\_\_\_\_, autorizo sua participação no estudo “O uso do vídeo na aprendizagem de línguas estrangeiras”, como sujeito. Fui devidamente informado(a) e esclarecido(a) pela pesquisadora Daiane Winter sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes da sua participação. Foi-me garantido que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade ou interrupção do acompanhamento/assistência/tratamento prestado ao sujeito pesquisado.

Pelotas, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2012

\_\_\_\_\_  
Assinatura

## APÊNDICE 6 – TRANSCRIÇÃO DOS DADOS DA ENTREVISTA

### Legenda

P – professora

A1 – aluno 1

A2 – aluno 2

A3 – aluno 3

A4 – aluno 4

P: Vocês gostaram do vídeo do chocolate Hershey's? Por quê?

A1: Sim, porque o preto e o branco com a imagem fica legal.

A2: Sim, porque tem duas cores relacionadas, preto e branco.

A3: Sim, porque tem aquela musiquinha, *They come together... right now.*

A4: Sim, porque eu nunca tinha visto esse comercial e a música é bem legal.

P: O que vocês acharam das atividades sobre esse vídeo?

A1: Interessante, porque... ah... eu só foi notar a palavra bar na folha, pois ela tem dois significados.

A2: Eu achei legal porque algumas coisas eu não tinha notado no vídeo, mas depois nas perguntas eu consegui fazer.

A3: Eu achei interessante porque lá só lá eu finalmente pude descobrir o jogo de palavras que tinha entre bar local e bar barra de chocolate.

A4: Eu gostei porque eu pude perceber que bar significa bar o local e bar a barra.

P: O que vocês acharam da atividade de criarem seus próprios vídeos? Quais foram as maiores dificuldades enfrentadas?

A1: Eu achei legal e a maior dificuldade foi achar a música.

A2: Eu achei interessante, a maior dificuldade foi encontrar uma música que combinasse com o vídeo.

A3: Eu achei legal, mas o mais difícil mesmo foi encontrar uma música que combinasse com o fato do comercial.

A4: Eu gostei muito, acho que a música foi o mais difícil.

P: Vocês já conheciam o *Windows Movie Maker*? Já tinham feito algum vídeo antes?

A1: Eu já tinha conhecido, mas nunca tinha feito nenhum vídeo.

A2: Eu já tinha conhecido também mas nunca tentei fazer um vídeo.

A3: Eu nunca tinha ouvido falar do *Windows Movie Maker* e como é óbvio eu também não fiz, o vídeo.

A4: Sim, eu já conhecia e já fiz dois vídeos.

P: O que vocês acharam de trabalhar em duplas?

A1: Muito show.

A2: Achei legal porque a gente pode trocar ideias.

A3: Divertido.

A4: Foi bom e bem interessante.

P: Vocês gostaram dos seus vídeos? Eles têm uma relação entre o texto, a imagem e o som?

A1: Sim, hum.. ah... o som ele só ficou meio de fundo mais a imagem e o texto ficou parecido, foi complexo.

A2: Sim, porque a música é do filme *A Fantástica Fábrica de Chocolate* e a imagem tá comparando o chocolate com refri, bolachas e *wafer*, porque o chocolate é melhor e mais saudável.

A3: Sim, porque... como é que eu posso explicar, a música ficou mais de fundo porque ela não tinha alguma coisa dizendo sobre chocolate especificamente. Já o texto teve uma grande relação com a imagem pois as imagens passavam algum tipo de sentimento na forma de *memes* e é isso praticamente.

A4: Sim, sim a música é do filme *A Fantástica Fábrica de Chocolate* de 1931. E as fotos estão comparado que o chocolate é melhor que algumas porcarias que nós comemos.

P: O que vocês acharam dos vídeos dos colegas? Eles têm uma relação entre o texto, a imagem e o som?

A1: Eu achei legal e o som e as imagens e o texto têm uma grande relação, tá tudo a ver com o chocolate.

A2: Eu achei legal porque o texto, ou seja, o *memes* indica expressão se ele gostou e está satisfeito e a música calma ficou de fundo.

A3: Eu não gostei mas tem uma boa relação entre o texto sobre se o chocolate é tão bom quanto e as imagens seriam as coisas que o chocolate é melhor e a música que é do *A Fantástica Fábrica de Chocolate* de 1971.

A4: Não achei muito bom porque eu não entendi as imagens. Ah... não a música tem uma relação com..., a música não tem uma relação com o texto e a imagem.

P: Vocês acham que é interessante aprender inglês por meio de um vídeo? Por quê?

A1: Eu eu acho interessante porque a gente pode ver um vídeo uma palavra no inglês e procurar no dicionário e e saber o seu significado e assim aprender.

A2: Eu achei interessante porque a gente pode aprender coisas novas.

A3: Eu achei interessante porque em vídeos nós podemos ver como as pessoas falam em certos locais que falam inglês e o sotaque deles.

A4: Sim, acho bem interessante porque nós fizemos atividades diferentes.

P: Vocês acham importante trabalhar na sala de aula atividades que envolvam a tecnologia? Por quê?

A1: Sim porque a gente pode ta mexendo no computador e achar palavras em inglês que a gente pode ta aprendendo.

A2: Eu acho interessante porque jogos e atividades influenciam na no nosso aprendizado.

A3: Eu acho legal porque isso é uma atividade bem diferenciada e também divertido.

A4: Sim porque é bem legal, sai um pouco da rotina, não ficar sempre no livro.

P: Vocês gostariam de criar outros vídeos?

A1: Sim.

A2: Sim.

A3: Sim.

A4: Sim.

**ANEXO 1 - LETRA DA MÚSICA OOMPA LOOMPA**

OOMPA LOOMPA DOOMPADEE DOO  
I'VE GOT A PERFECT PUZZLE FOR YOU  
OOMPA LOOMPA, DOOMPADAH DEE  
IF YOU ARE WISE YOU'LL LISTEN ME  
WHAT DO YOU GET WHEN YOU GUZZLE DOWN SWEETS  
EATING AS MUCH AS AN ELEPHANT EATS  
WHAT ARE YOU AT GETTING TERRIBLY FAT  
WHAT DO YOU THINK WILL COME OF THAT  
I DON'T LIKE THE LOOK OF IT  
OOMPA LOOMPA DOOMPADEE DAH  
IF YOU'RE NOT GREEDY YOU WILL GO FAR  
YOU WILL LIVE IN HAPPINESS TOO  
LIKE THE OOMPA LOOMPA DOOMPADEE DO  
DOOMPADEE DOO  
OOMPA LOOMPA DOOMPADEE DOO  
I'VE GOT ANOTHER PUZZLE FOR YOU  
OOMPA LOOMPA DOOMPADAH DEE  
IF YOU ARE WISE YOU'LL LISTEN TO ME  
GUM CHEWING'S FINE WHEN IT'S ONCE IN A WHILE  
IT STOPS YOU FROM SMOKING AND BRIGHTENS YOUR SMILE  
BUT IT'S REPULSIVE, REVOLTING, AND WRONG  
CHEWING AND CHEWING ALL DAY LONG  
THE WAY THAT A COW DOES  
OOMPA LOOMPA DOOMPADEE DAH  
GIVEN GOOD MANNERS YOU WILL GO FAR  
YOU WILL LIVE IN HAPPINESS TOO  
LIKE THE OOMPA LOOMPA DOOMPADEE DO

OOMPA LOOMPA DOOMPADEE DOO  
I'VE GOT ANOTHER PUZZLE FOR  
YOU OOMPA LOOMPA DOOMPADAH DEE  
IF YOU ARE WISE YOU'LL LISTEN TO ME  
WHO DO YOU BLAME WHEN YOUR KID IS A  
BRAT  
PAMPERED AND SPOILED LIKE A SIAMESE  
CAT  
BLAMING THE KIDS IS A LIE AND A  
SHAME  
YOU KNOW EXACTLY WHO'S TO BLAME  
THE MOTHER AND THE FATHER  
OOMPA LOOMPA DOOMPADEE DAH  
IF YOU'RE NOT SPOILED THEN YOU WILL GO FAR.  
YOU WILL LIVE IN HAPPINESS TOO  
LIKE THE OOMPA LOOMPA DOOMPADEE DO

OOMPA LOOMPA DOOMPADEE DOO  
I'VE GOT ANOTHER PUZZLE FOR YOU

OOMPA LOOMPA DOOMPADAH DEE  
IF YOU ARE WISE YOU'LL LISTEN TO ME  
WHAT DO YOU GET FROM A GLUT OF TV  
A PAIN IN THE NECK AND AN I.Q. OF THREE  
WHY DON'T YOU TRY SIMPLY READING A BOOK  
OR COULD YOU JUST NOT BEAR TO LOOK  
YOU'LL GET NO  
YOU'LL GET NO  
YOU'LL GET NO  
YOU'LL GET NO  
YOU'LL GET NO COMMERCIALS.  
OOMPA LOOMPA DOOMPADEE DAH  
IF YOU'RE NOT GREEDY YOU WILL GO FAR  
YOU WILL LIVE IN HAPPINESS TOO  
LIKE THE  
OOMPA  
OOMPA LOOMPA DOOMPADEE DO

## ANEXO 2 – VÍDEO DO YOUTUBE: CHOCOLATE *HERSHEY'S*



Hershey's Commercial Black & White Chocolate Bar - YouTube - Mozilla Firefox

Inicio | Editor | Ejecutar | Historico | Favoritos | Extensiones | Ayuda

Hershey's Commercial Black & White Cho... | [Ayuda](#) | [Historico](#) | [Favoritos](#) | [Extensiones](#) | [Ayuda](#)

www.youtube.com/watch?v=...&list=PL...

**YouTube** hershey's comercial

### Hershey's Commercial Black & White Chocolate Bar

myknewedbar · Suscribirse · 71 videos



0:18 / 0:30

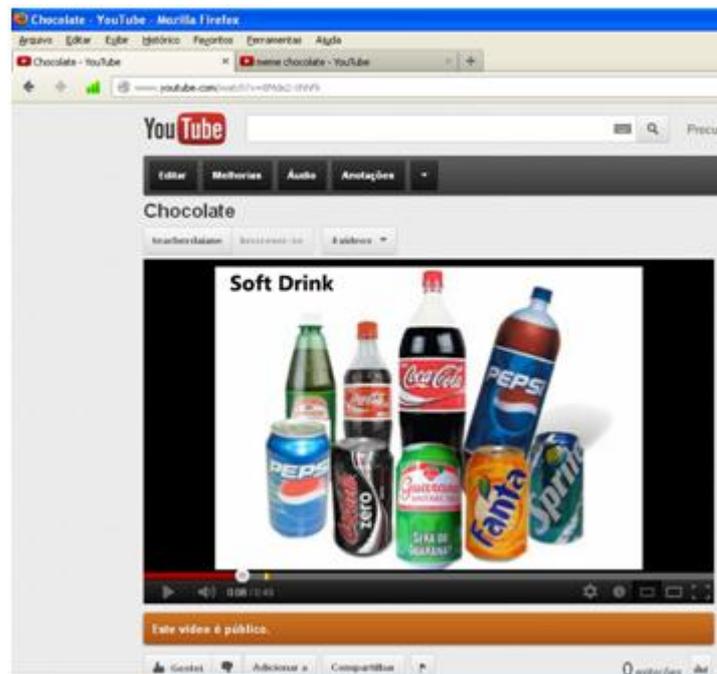
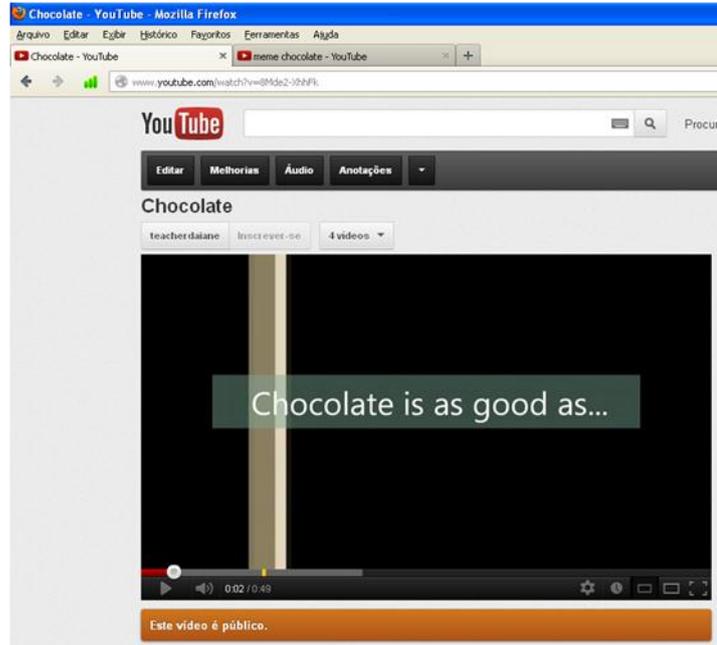
14865

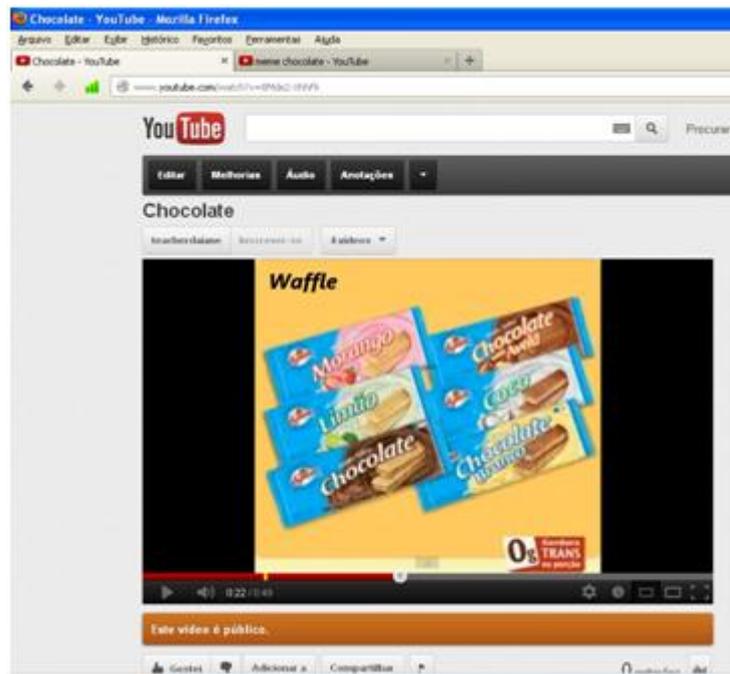
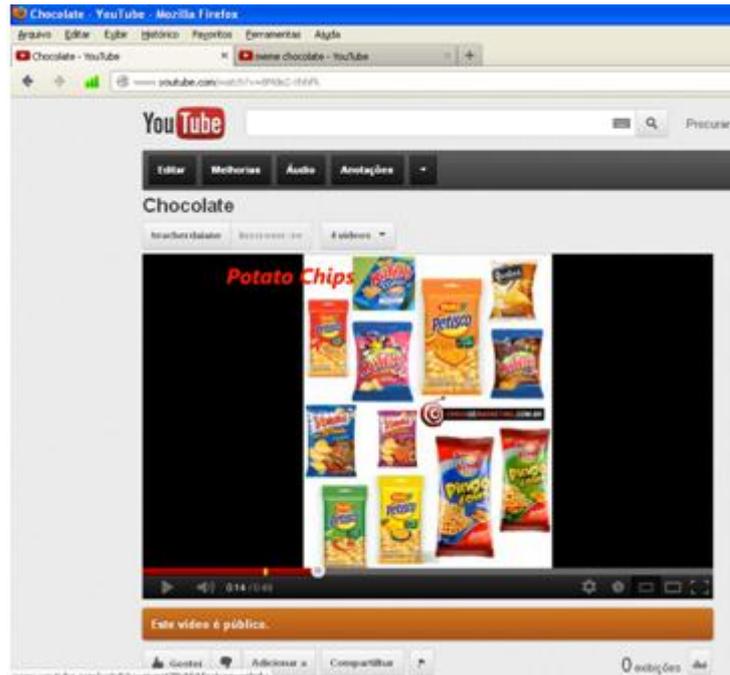
Directo por myknewedbar on 23/06/2008

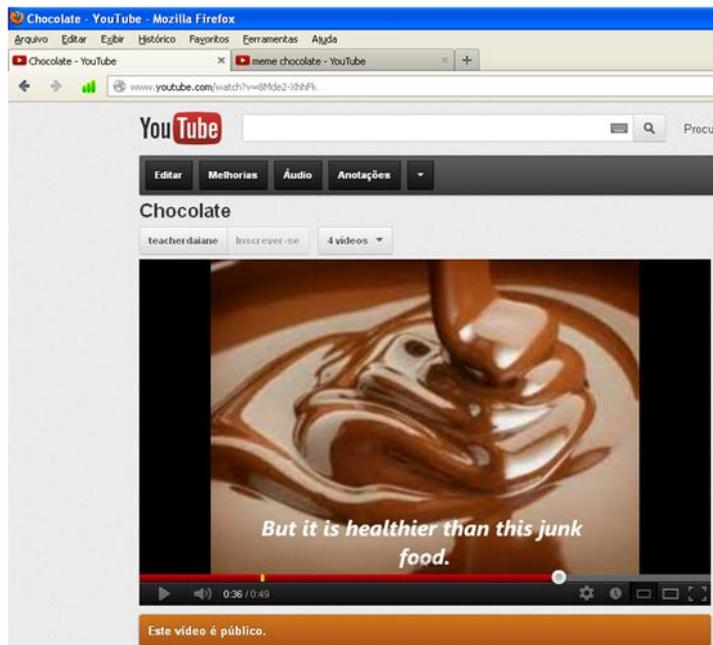
The new generation Chocolate Candy Bar  
I conceived the idea for both the Hershey's chocolate bar and commercial.

18 "gusto", un "bajo gusto"

## ANEXO 3 - VÍDEO DOS ALUNOS SOBRE GULOSEIMAS







## ANEXO 4 – VÍDEO DOS ALUNOS SOBRE MEMES

