

YOUTUBE COMO FERRAMENTA DE APOIO NO ENSINO NÃO-FORMAL DO INGLÊS

Beatriz Rebelo, Tiago Carvalho

Resumo: Numa altura em que o *YouTube* evoluiu de simples repositório de vídeos para uma plataforma com características de interação semelhantes a das redes sociais, é pertinente a questão de quão útil pode ser esta plataforma para a aprendizagem de Inglês como língua estrangeira. Partindo da análise qualitativa dos conteúdos presentes nos vídeos e nos comentários de 5 canais do *YouTube*, procurou-se compreender como este tem sido usado enquanto ferramenta de apoio na aprendizagem informal do Inglês. Para tal abordou-se o corpus de dados disponíveis nos variados canais da plataforma, dedicados ao ensino desta língua. Após tratamento dos dados no webQDA e uma análise dos dados, chegou-se a conclusões que sugerem que o *YouTube* é uma ferramenta apreciada por aprendentes dos níveis iniciais de aprendizagem de Inglês. Também foram identificados alguns itens a melhorar apresentados como sugestões aos produtores/criadores dos canais, de forma a tornar ferramentas mais úteis à aprendizagem informal de inglês.

Palavras-chave:

Abstract: In a time when *YouTube* evolved from a simple video repository to a platform with interaction features similar to those of social networks, it is pertinent to ask how useful can this platform be for learning English as a foreign language. Starting from a qualitative content analysis of videos and comment sections of five *YouTube* channels, an attempt was made to understand in what way *YouTube* can be useful for the informal learning of English. To that end, data corpus available in the several channels of the platform dedicated to English teaching was used. After treating the data in WebQDA and analyzing the data, conclusions suggest that *YouTube* is, in fact, an English learning tool appreciated by people from initial levels of English proficiency. Some items that need improvement were also identified, as suggestions to the producers/creators of the channels, in order to make them more useful tools to learn English.

Keywords: *YouTube*, Learn English, Ensino do Inglês, aprender Inglês, online vídeo, aprendizagem não-formal.



A investigação educacional aliada às Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), em Portugal, já tem um percurso de mais de 30 anos (Coutinho, 2006; Vieira & Souza, 2013) e devido ao avanço que se tem sentido nas tecnologias, estas têm criado novos desafios para a educação e há cada vez mais materiais educativos em diferentes formatos disponíveis na *Internet* (Vieira & Souza, 2012). Neste quadro, toda a comunidade educativa deve tirar partido das tecnologias que estão ao dispor para auxiliar no processo de aprendizagem em contexto formal ou informal que ocorre ao longo da vida. A escola e os professores devem compreender o tipo de aluno que temos hoje, “*digital natives*” (Prensky, 2001) ou “*net generation*” (Junior & Coutinho, 2009), e estes devem estar preparados para “*um mundo competitivo que valoriza a adaptação à mudança, à inovação e à criatividade*” (Junior & Coutinho, 2009, p.1053).

Nas últimas duas décadas os alunos têm cada vez mais facilidade em aceder às tecnologias da *Web 2.0*, criando inúmeras oportunidades de desenvolvimento de aprendizagem informal. Professores conscientes destas oportunidades procuram que os alunos as aproveitem

para melhorar os seus conhecimentos de línguas estrangeiras. No caso específico do Inglês é visível que existem conteúdos abertos na *Internet* que estão nesta língua. Por estas razões é natural que se encontrem muitos projetos de aprendizagem informal a serem implementados, estudados ou planeados.

As redes sociais são plataformas muito importantes para a aprendizagem de línguas e os estudos de Omar, Embi, & Yunus (2012) e Yunus & Salehi (2012) comprovam que o *Facebook* é considerado uma ferramenta útil à aprendizagem e apreciada pelos alunos. Contudo, Ponte & Canelas (2013) realizaram um estudo onde foram analisadas comunidades, existentes no *Facebook*, que promovem a aprendizagem da língua inglesa e chegaram a conclusão de que as potencialidades educativas destas comunidades "são subaproveitadas, funcionando muitas vezes como sítio de partilha de recursos que não são contextualizados" (Ponte & Canelas, 2013, p.46).

Outra plataforma de aprendizagem válida são os mundos interativos *online*, como por exemplo o *Second Life*. Wang, Calandra, Hibbard, & McDowell Lefaiver (2012) realizaram um estudo onde atribuem ao *Second Life* mérito no ensino de Inglês, pois este fornece uma experiência social e culturalmente rica aos alunos e, para além disso, concluem que este mundo virtual foi uma ferramenta altamente motivadora e eficaz na facilitação da aprendizagem. Além disso permite a comunicação entre *speakers* nativos e não-nativos (Silva, 2010).

Quanto ao *YouTube*, a plataforma onde se centra este estudo, as pesquisas levadas a cabo pelos autores Junior & Coutinho (2009) e Pinto & Silva (2010) comprovam que é uma ferramenta de apoio à aprendizagem, pois combina as potencialidades das redes sociais e a vertente audiovisual. De acordo com o estudo de Ponte & Canelas (2013) os recursos multimédia são muito mais apelativos, e deste modo valorizados, na aprendizagem de línguas.

YOUTUBE NA EDUCAÇÃO?

O *YouTube* foi fundado em Fevereiro de 2005 por Steve Chen, Chad Hurley, and Jawed Karim (Burgess & Green, 2013) e foi criado inicialmente como um fórum onde as pessoas criavam e partilhavam pequenos vídeos. Um ano depois a *Google* comprou o *YouTube* por 1.65 biliões (Terantino, 2011). Esta plataforma é considerada um *site* aglutinador de vídeos, na qual o utilizador pode fazer *upload*, publicar e visualizar vídeos em *streaming* e sem grandes conhecimentos técnicos (Burgess & Green, 2013). Houve uma evolução da plataforma de simples repositório a uma plataforma com características de rede social. Cheng, Dale, & Liu (2008) concluíram que as redes de vídeos associadas a conteúdo gerado pelo utilizador mostram um tipo de interação que não se vê nos *sites* de partilha *peer-to-peer*. Esta evolução para rede social única contribuiu para o sucesso do *YouTube*.

Relativamente à utilização do *YouTube* em contexto educativo vários são os autores que defendem que se deve utilizar os diversos tipos de media para alcançar os alunos (Cruz, 2008; Caetano & Falkembach, 2007, citados por Pereira & Oliveira, 2012). Isto é, um professor que está familiarizado com as competências e conhecimentos dos seus alunos sabe que tipo de informação será mais facilitadora para aprendizagem e, se o professor conseguir desenvolver os seus próprios materiais, poder ser mais fácil o processo de aquisição de conhecimentos.

Em 2009 Junior & Coutinho (2009) realizaram um estudo exploratório a alunos da disciplina “*Informática nos Processos de Ensino e Aprendizagem*” do curso de Licenciatura em Matemática, na Universidade Virtual do Maranhão¹ a alunos maioritariamente entre os 21 e 26 anos e verificaram que 27% dos indivíduos ainda desconheciam o *YouTube*. Mas, os restantes 73% concordaram de que ele é útil para a educação e que a sua utilização traz várias vantagens. Segundo os autores do estudo os alunos ficaram motivados para o uso deste tipo de tecnologia em sala de aula, pois esta poderá ser uma boa ferramenta para explicar conceitos e conteúdos mais abstratos.

Pinto & Silva (2010) levaram a cabo uma investigação onde disponibilizaram no *YouTube* vídeos para os alunos do 5º ano do ensino básico no ano letivo 2008-2009. Os investigadores verificaram que os alunos conseguiram atingir nove, das dez competências gerais que estão definidas no Currículo do Ensino Básico. Como resultado da investigação concluem que a “*metodologia utilizada na aprendizagem dos alunos contribuiu para o desenvolvimento de conhecimentos, capacidades, comportamentos e atitudes e, acima de tudo, para o desenvolvimento da autonomia e criatividade dos alunos*” (Pinto & Silva, 2010, p.4555).

Um outro bom exemplo da utilização do *YouTube* na educação é o projeto “*Khan Academy*” (KA) que tem como objetivo fornecer aulas gratuitas a qualquer pessoa (aluno, professor ou qualquer pessoa interessada em aprender) e em qualquer lugar. Segundo um estudo levado a cabo pelo *SRI International*², nos anos letivos 2011-2012 e 2012-2013, desde o aparecimento da KA, já foram visualizados mais de 365 milhões de vídeos e resolvidos mais de 1.8 biliões de problemas de matemática. O estudo envolveu 20 escolas, mais de 70 professores e aproximadamente 2000 alunos em cada ano letivo. Apresenta-se aqui alguns resultados do estudo³: as perceções dos alunos da KA foram bastantes positivas, na medida que os encorajou a uma maior independência; promoveu uma melhoria nos resultados de aprendizagem; melhorias em questões não cognitivas, como por exemplo, a ansiedade pela matemática e pela capacidade de serem bem-sucedidos academicamente; e os professores relataram que integrar a KA nas suas planificações aumentou-lhes a capacidade de apoiar os alunos num variado número de áreas.

Com base no quadro teórico acima apresentado, optou-se por avançar para um estudo dos canais de *YouTube* que promovem a aprendizagem do inglês. Um estudo desta natureza tem todos os indicadores que será muito útil para partilhas futuras.

OBJETIVOS DE ESTUDO E QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO

O objetivo deste estudo será fazer uma análise estrutural dos conteúdos dos vídeos e uma análise dos comentários aos vídeos em 5 canais do *YouTube* e verificar se este é uma ferramenta que possa auxiliar a aprendizagem informal do inglês. Deste modo, e de acordo com o quadro de referência teórico abordado pretende-se responder à seguinte questão de investigação:

¹ www.univima.ma.gov.br

² Research on the Use of Khan Academy in Schools. Disponível no site: <http://www.sri.com/work/projects/research-use-khan-academy-schools>. Acedido a 6 de Abril de 2014

³ SRI International's research report shows positive findings. Disponível no site: <http://www.khanacademy.org/about/blog>. Acedido a 6 de Abril de 2014.

Será o *YouTube* uma boa ferramenta de apoio na aprendizagem informal do Inglês como língua estrangeira?

Por forma a obter uma resposta a esta questão de investigação, formularam-se as seguintes sub-questões que irão funcionar como “*guias que orientam o tipo de informação necessária, como a recolha de informação deve ser feita*” (Souza & Souza, 2011, p.2):

_Qual o nível dos conteúdos mais procurados⁴?

_Que conteúdos e macro-capacidades despertam o interesse dos utilizadores do *YouTube*?

_Quais as limitações da plataforma face às necessidades dos aprendentes de hoje?

METODOLOGIA

No sentido de responder às questões e ao objetivo da investigação optou-se por adotar uma metodologia qualitativa/interpretativa. Segundo Coutinho, (2011, p. 18) este paradigma valoriza o papel do investigador e pretende “*penetrar no mundo pessoal dos sujeitos*”. Neste caso pretende-se compreender o que os utilizadores visualizam no *YouTube* para complementar as suas aprendizagens de Inglês. Dentro desta metodologia escolheu-se o estudo de caso educacional uma vez que há uma preocupação legítima com “*a compreensão da ação educativa*” (Amado, 2013, p.133) dos conteúdos inseridos na plataforma *YouTube*. No entanto, este estudo não será muito aprofundado uma vez que existem limitações de tempo.

Tentou-se definir uma problemática que fosse ao encontro dos interesses dos autores deste trabalho – um professor de Inglês e uma professora da área das TIC – e fazer um enquadramento teórico que servisse de base para o estudo de caso. Segundo Amado (2013, p.126) estes dois componentes são “*fundamentais para o planeamento e condução de qualquer investigação*”.

O estudo apresentado diz respeito a um processo de investigação a canais do *YouTube* e sobre a sua utilização de vídeos no ensino informal do Inglês. Pretende-se, desta forma, analisar o uso dos vídeos como uma ferramenta de apoio ao ensino do Inglês fora da sala de aula. Para tal, será feita uma análise aos conteúdos dos mesmos e dos comentários de cada vídeo, com o auxílio do software WebQDA (*Web Qualitative Data Analysis*). O programa será essencial para interpretar os dados obtidos após a codificação e questionamento das referências retiradas dos vídeos e comentários. A análise dos dados é importante para qualquer investigação, pois, após a recolha dos mesmos, há que os saber analisar e interpretar e a análise “*pode ser feita em função de diversas perspetivas e tradições disciplinares*” (Amado, 2013, p.299).

⁴ Optou-se por seguir a classificação do Quadro Europeu Comum de Referência (QECR). A definição do nível do QECR dos vídeos foi feita por um professor de Inglês (um dos autores deste estudo) comparando os objetivos do quadro com diversos segmentos dos vídeos.

SELEÇÃO DO CORPUS DE DADOS

Devido à expansão exponencial que a *Internet* tem sofrido nos últimos anos, com o avanço de novas tecnologias de consumo dos conteúdos online, também os dados primários que estão disponíveis são cada vez mais diversificados e por este facto Souza (2010) compara a *Internet* à “*floresta amazónica*”.

Para este estudo foram a escolha da amostra recaiu em dados disponíveis no *YouTube*, que são os chamados “*corpus de dados latente na Internet*” (Souza, 2010). Como são dados primários é necessário fazer a recolha dos mesmos e estes serão posteriormente tratados numa ferramenta específica para o tratamento de dados qualitativos, para que depois se possam analisar, no sentido de dar resposta à questão de investigação (Souza & Souza, 2011). A ferramenta selecionada foi o webQDA, que segundo Souza, Costa, & Moreira (2011) é a única no mercado e permite a vários investigadores estarem a trabalhar de forma colaborativa no mesmo projeto de forma síncrona e assíncrona.

Para a realização deste estudo foram realizadas duas pesquisas por canais do *YouTube* usando as palavras-chaves “*Aprender Inglês*” e “*Learn English*”, entre os dias 31 de março e 7 de abril de 2014. Optou-se pelas palavras-chaves supracitadas porque o público-alvo do estudo são pessoas de língua portuguesa que querem aprender Inglês como língua estrangeira. A escolha de pesquisar em inglês e em português pretende evitar a exclusão de canais importantes.

Na primeira pesquisa no *YouTube* ao colocar a palavra-chave “*Aprender Inglês*” apareceram 10197 canais. Contudo, ao observar os nomes dos canais e a descrição do próprio canal verificou-se que grande parte deles são de língua espanhola. Visto que a busca se centra num universo de conteúdos relevantes para aprendentes de língua portuguesa (Portugal/Brasil), procedeu-se à exclusão desses canais. Após uma nova pesquisa com os termos “*Aprender Inglês*” (em português) o número de canais passou para metade: 6332. Constatou-se que a grande maioria dos canais eram canais pessoais, que também foram excluídos da pesquisa. Esta exclusão deve-se ao facto de muitos deles abordarem assuntos pessoais e, assim, não relevantes para o estudo e também porque estes canais não tinham níveis de audiência. Com a palavra-chave “*Aprender Inglês*” (em português) selecionaram-se 2 canais: *Agora Eu Falo (AEF)* e *Inglês Winner (ESLWinner)*.

Na segunda pesquisa aos canais do *YouTube* com a expressão “*Learn English*” procurou-se um público-alvo mais heterogéneo e mais abrangente que procurasse aprender e/ou melhorar o seu nível de Inglês – considerou-se que, ao escolher a expressão supracitada, o utilizador já teria conhecimentos prévios de inglês. Ao colocar a palavra-chave “*Learn English*” apareceram mais de 17000 canais. Filtrando a pesquisa para a “*relevância do canal*” observam-se três entradas para um canal com o título “*Learn English Conversation*” (LEC). Desta vez os critérios de seleção visavam um público mais global, e não apenas os falantes de língua portuguesa. Optou-se por selecionar os canais: *LEC*, *BBC* e o *British Council (BC)*.

Em suma, do resultado das pesquisas efetuadas selecionaram-se 5 canais: 2 direccionados para falantes de português e 3 para um público mais global. Os critérios adotados para a seleção dos canais foram: canais com mais visualizações e subscritores, desde que não fossem canais pessoais. Para cada canal selecionaram-se os 4 vídeos mais

visualizados e efetuou-se também uma análise a cada vídeo e aos 10 comentários mais recentes subjacente a cada um.

ANÁLISE PRELIMINAR DO CORPUS DE DADOS

Foi realizada uma pré-análise aos canais selecionados e foram retirados os meta-dados que se podem observar na tabela 1. Nesta tabela observam-se os 5 canais selecionados para o estudo, e os dados que estão disponíveis nesses canais, nomeadamente: número de subscritores, de vídeos, de visualizações, de comentários e o ano em que foi criado. O canal com mais subscritores, mais visualizações e mais comentários é o *ESLWinner*. O canal *LEC* não apresenta o número de subscritores⁵. Contudo, comparando o ano em que foi criado o canal com o número de visualizações constata-se que em apenas dois anos o canal *LEC* tem quase metade do valor dos canais com seis anos de existência.

TABELA 1 CANAIS DO *YOUTUBE* UTILIZADOS NA ANÁLISE DO CORPUS DE DADOS

	Nº de subscritores	Nº de vídeos	Nº de visualizações	Nº de comentários	Criado em
<i>AEF</i>	38 117	104	2 652 685	46	2012
<i>ESLWinner</i>	162 942	159	19 667 207	140	2008
<i>BC</i>	22 526	63	1 461 305	22	2010
<i>BBC</i>	103 035	403	19 092 523	123	2008
<i>LEC</i>	N/D	97	8 319 870	9	2012

Como referido, e por questões de tempo-útil, optou-se por selecionar para objeto de estudo os 4 vídeos mais visualizados para cada canal. Também foi feita uma pré-análise aos vídeos e os meta-dados extraídos encontram-se na tabela 2. Esta é uma listagem com os 5 canais selecionados para o estudo, e para cada canal apresentam-se os 4 vídeos mais visualizados. Por sua vez, para cada vídeo existem os seguintes dados: a duração do vídeo, número de visualizações, número de comentários número de “*gostos/não gostos*”, a data da sua publicação e o nível do QECR. No que respeita a constatações, quanto à duração do vídeo temos 40% com duração até 5 minutos e 25% com duração de mais 20 minutos, os restantes 35% têm uma duração entre os 5 e os 20 minutos. O canal português *ESLWinner* é o canal que possui mais visualizações, mais comentários e mais gostos, no entanto, todos os seus vídeos são do nível A1 e foram criados entre 2008 e 2010. Por sua vez, o canal inglês *LEC* apresenta valores inferiores ao canal *ESLWinner*, contudo, é de salientar que todos os vídeos são de setembro de 2013 e abrangem os níveis A1, A2 e B1. Após analisar o conteúdo dos vídeos, verificou-se que a amostra do canal *BC* é composta por vídeos de pouca qualidade, podendo explicar os baixos valores que se observam em todos os campos da tabela 2. O conteúdo dos vídeos do canal *BC*, apesar de útil, é apresentado com um grafismo muito infantil e pouco dinâmico quando considerando o público-alvo. As próprias críticas aos vídeos na secção de comentários reforçam esta conclusão, como por exemplo “*It's a great idea, but a little slow to use in class - I'd be afraid of losing the ss interest with those long gaps. Could it be speeded up a bit?*” ou “*I have to watch this video for school at english class, but i don't think it's that good. it explains comparatives and superlatives but it's in a to chily way.*”

⁵ Apesar ter sido solicitado aos administradores do canal, até à presente data não se obteve qualquer resposta.

TABELA 2 TOP 4 VÍDEOS PARA CADA CANAL DO YOUTUBE ANALISADO PARA O CORPUS DE DADOS

Canal	Vídeo	Duração	Nº de Visualizações	Nº de Comentários	Nº de Gostos	Criado em	Nível
AEF	Como Aprender Inglês Rápido	14:40	497 093	3138	7279/113	02/03/2012	N/A
	Como aprender inglês - 10 conceitos para adquirir fluência	46:43	268 606	313	2538/63	21/06/2012	N/A
	Aprender Inglês Online - Frases Prontas	18:38	165 342	192	989/40	10/05/2012	A2
	Como aprender a escutar e falar inglês rápido	16:20	110 965	138	1051/40	01/10/2013	A1
ESLWinner	Aula de inglês Básico 1 - Informações Pessoais	8:38	3 324 891	2119	Não Disponível	28/08/2008	A1
	Aula de Inglês Básico 2	7:43	1 954 873	1243	7329/215	17/11/2008	A1
	Aula de inglês Básico 3 - FAZENDO COMPRAS	9:21	1 032 802	632	4222/112	03/06/2010	A1
	ABC's SONG - Musica Alfabeto inglês	2:34	934 160	338	2096/163	13/12/2010	A1
BC	Comparatives and superlatives Johnny Grammar Learn English British Council	7:28	107 672	22	144/15	03/08/2011	A2
	How to greet someone Learn English British Council	1:09	100 208	36	148/18	1/12/2010	B1
	Learn English free online LearnEnglish British Council (video de promoção)	3:48	86 681	9	86/9	2/09/2010	N/A
	Past simple Johnny Grammar Learn English British Council	3:17	58 699	2	85/8	3/08/2011	A1
BBC	The Flatmates episode 1, from BBC Learning English	0:50	798 829	126	577/40	14/07/2009	A1/A2
	The Flatmates episode 2, from BBC Learning English	1:00	468 261	83	266/23	22/07/2009	A1
	Pronunciation Tips - Short Vowel - Programme 1 from BBC Learning English Pronunciation Tips	2:09	342 692	50	445/13	6/06/2009	B1
	The Flatmates episode 3, from BBC Learning English	0:59	336 825	78	164/13	28/07/2009	A2
LEC	English Conversation - Learn English Speaking [English Subtitles] Lesson 02	25:16	1 179 928	417	3169/253	21/09/2013	A1/A2
	English Conversation - Learn English Speaking [English Subtitles] Lesson 03	27:15	897 147	347	2544/196	21/09/2013	A1/A2/B1
	English Conversation - Learn English Speaking [English Subtitles] Lesson 01	29:00	812 743	310	2578/139	21/09/2013	A1/A2
	English Conversation - Learn English Speaking - English Course [English Subtitle] Part 1	1:03:13	694 829	209	2222/173	10/09/2013	A1/A2

MÉTODOS E PROCEDIMENTOS ANÁLISE DO CORPUS DE DADOS

O *corpus* de dados foi recolhido usando a técnica análise de conteúdo, onde se fez uma análise do conteúdo dos vídeos dos diferentes canais e dos comentários, estes feitos pelos utilizadores, a cada vídeo. Segundo Bardin (2011) a análise de conteúdo possui duas funções: “*heurística e de administração da prova*”, ou seja, aumenta a possibilidade de encontrar respostas para as questões de investigação e estas servem de diretrizes para uma análise sistemática. No caso do conteúdo dos vídeos a análise passou pela visualização e desconstrução da composição dos vídeos em segmentos onde se assinalava a capacidade que

- 11 -

se pretendia treinar (vocabulário, gramática ou *speaking*) e qual o conteúdo de cada segmento, tomando como referência base os conteúdos estipulados do QECR para a aprendizagem de línguas. Os canais não fornecem a informação do nível do QECR dos vídeos que colocam, pelo que teve de se fazer esse cruzamento de informação.

O primeiro passo foi descarregar os vídeos para uma pasta pública da *Dropbox*, que depois mais tarde foram inseridos no WebQDA como fontes internas/externas para posterior análise. Para cada vídeo, selecionou-se do *YouTube* os 10 comentários mais recentes e estes foram colocados em ficheiros e inseridos posteriormente como fontes internas.

Após a análise dos comentários e da visualização dos vídeos procedeu-se à codificação e à criação de categorias/subcategorias nas bases de dados (categorias são descritivas) e nós em árvores (categorias interpretativas) (Souza et al., 2011), por forma a ter tantas quantas as necessárias para responderem a todas as questões de investigação. O passo seguinte foi a realização do questionamento no WebQDA, com o objetivo de procurar “*padrões e relações entre os dados*” (Souza et al., 2011, p.55) codificados anteriormente. É de salientar que todas as matrizes, aqui representadas em tabelas, foram geradas a partir do questionamento por referências no WebQDA.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Uma das questões a dar resposta é “*Qual o nível de QECR mais procurado?*”. Para tal deve-se seguir a divisão do QECR para as línguas estrangeiras, disponível no [site *http://www.dgicd.min-edu.pt/*](http://www.dgicd.min-edu.pt/), que divide as macro-capacidades, ler e ouvir (reprodutivas), e falar e escrever (produtivas) em 6 níveis diferentes, como explica o quadro que se encontra no mesmo documento na página 49. Após a análise do conteúdo dos vídeos verificou-se que o nível mais procurado foi o A1, comprovado na tabela 3. O nível A2 também é bastante procurado. Em suma, estes dados revelam que são os aprendentes com os níveis iniciais que mais procuram vídeos de aprendizagem no *YouTube*. Ou seja, e concordando com as conclusões de (Silviyanti, 2014), os aprendentes avançados têm pouca motivação para procurar vídeos de aprendizagem fora da sala de aula, pois, preferem que os trabalhos efetuados com os vídeos do *YouTube*, sejam realizados na própria sala de aula. Assim, conclui-se que a maioria da população que consulta vídeos de aprendizagem no *YouTube* procura conteúdos acessíveis e compreensíveis. Os vídeos de aprendizagem do nível B1 já exigem uma proficiência e a necessidade de uma tarefa de trabalho de casa, a fim de se poderem guiar no visionamento (Silviyanti, 2014).

TABELA 3 NÍVEL QECR MAIS VISUALIZADO PELOS UTILIZADORES DO *YOUTUBE* DOS VIDEOS PRESENTES NO COPRUS DE DADOS

Níveis	Vídeos
A1	36
A2	24
B1	5
N/A	6

Com as tabelas 4, 5 e 6 procurou-se a resposta à pergunta “*Que conteúdos e macro capacidades despertam o interesse dos utilizadores do YouTube?*”. Cruzando os níveis com as

macro-capacidades (tabela 4), nota-se que as buscas por material do nível A1 se focam mais nas explicações gramaticais. As vertentes de *Speaking* e Vocabulário estão niveladas, mostrando que também não são ignoradas por parte destes utilizadores do *YouTube*. De facto, este nível do QECR requer aprendizagem de gramática mais exigente, para garantir o domínio da estrutura da língua. Ao avançar para o nível A2, há uma maior exigência de conteúdos comunicativos orais, o que justifica que o item Gramática seja praticamente inexistente. Analisando estes valores na totalidade, podemos concluir que os utilizadores do *YouTube* procuram vídeos que promovam a comunicação oral.

TABELA 4 IDENTIFICAÇÃO DO NÍVEL DO QECR DOS VÍDEOS VS. IDENTIFICAÇÃO DA CAPACIDADE A SER TREINADA NOS VÍDEOS

	Vocabulário	Gramática	<i>Speaking</i>	N/A	Total
A1	8	15	8	0	31
A2	5	2	14	0	21
B1	0	0	2	0	2
N/A	0	0	0	3	3
Total	13	17	24	3	

TABELA 5 . IDENTIFICAÇÃO DA CAPACIDADE A SER TREINADA NOS VÍDEOS VS. CANAIS

	AEF	<i>ESLWinner</i>	BC	BBC	LEC	Total
Vocabulário	0	0	1	0	13	14
Gramática	0	1	3	0	14	18
<i>Speaking</i>	2	3	1	6	16	28
N/A	2	0	1	0	0	3
Total	4	4	5	6	43	

TABELA 6 IDENTIFICAÇÃO DO NÍVEL DO QECR DOS VÍDEOS VS. CANAIS

	AEF	<i>ESLWinner</i>	BC	BBC	LEC	Total
A1	0	2	2	3	16	23
A2	0	0	0	3	13	16
B1	0	0	1	0	1	2
N/A	2	0	1	0	0	3
Total	3	3	4	6	30	

Passando para as tabelas 5 e 6, onde se cruzam macro-capacidades e nível do QECR com os canais, verifica-se que o Canal *LEC*, que é de longe o mais rico em referências, evidencia um equilíbrio na procura das macro-capacidades (tabela 5) e, ao mesmo tempo, mostra uma procura por conteúdos do nível A1 e A2 (tabela 6). De fato, os vídeos mais vistos deste canal focam-se essencialmente nos níveis A1 e A2 – que são o nível inicial/elementar – e aliam situações de comunicação real a explicações gramaticais. Se consultarmos igualmente a tabela 2 verificamos que o canal *LEC* apenas tem 8 milhões de visualizações, ou seja, cerca de metade das visualizações do *ESLWinner* ou do *BBC*. No entanto, tanto o *ESLWinner* como o *BBC* são canais criados em 2008, enquanto o *LEC* é um canal criado em 2012. Portanto, em menos de 2 anos este canal conseguiu metade das visualizações dos canais mais vistos, revelando-se como o mais rico ao nível da variedade de temas e conteúdos.

Com efeito, se analisarmos o conceito de aprendente autónomo de Sockett & Toffoli (2012) percebemos que os vídeos *LEC* satisfazem uma necessidade imersiva, pois o aprendente é convidado a se envolver no enredo de uma história, na medida em que os vídeos comunicam com o aprendente sob forma auditiva e através de legendas. Seguidamente, proporcionam esclarecimentos gramaticais com o uso de ferramentas de multimédia, acompanhado por explicações básicas de um professor. Estes itens reforçam a qualidade do material de aprendizagem disponível no canal *LEC* e explicam a sua maior quantidade de referências no WEBQDA.

Na tabela 7 encontra-se a resposta à pergunta “*Quais as limitações da plataforma face às necessidades dos aprendentes de hoje?*”. A análise que se procedeu para obter estes resultados focou-se no aspeto qualitativo dos comentários aos vídeos. Por um lado, procurou-se ver se os visualizadores deixavam comentários que provocavam interação com outros visualizadores, e, por outro lado, se o comentário abordava um aspeto específico de aprendizagem de inglês. Os números indicam que há uma minoria que, de facto, utiliza a secção dos comentários para pedir/dar *feedback* do conteúdo dos vídeos e outra minoria que interage entre si para esclarecimentos sobre aprendizagem. Isto quer dizer que a maior limitação desta plataforma é a falta de ferramentas de interação mais motivadoras para a aprendizagem. Para além disso, e neste contexto específico de aprendizagem de uma língua estrangeira, os produtores dos vídeos deveriam ter o cuidado de promover a comunicação entre eles e os utilizadores, desde que a mesma fosse feita na língua-alvo. Estas afirmações são reforçadas pelas conclusões de Ken-Hung (2010) que afirma que interagir no *YouTube* pode ser considerado importante se os utilizadores virem essa atividade como uma atividade de valor. Também Mayora (2009) prova que a secção de comentários do *YouTube* pode ser uma ferramenta muito útil para encorajar a escrita em inglês. Coelho & Oliveira (2011, p.27) afirmam que os canais analisados funcionam “*mais como um pequeno espaço demonstrativo dos conteúdos do produtor com uma interação pouco acentuada com os seus utilizadores*”. Referem, ainda, que os utilizadores nunca obtêm *feedback* dos administradores dos canais e que a pouca interação que existe é entre os utilizadores através dos comentários.

TABELA 7 INTERATIVIDADE DO VISUALIZADOR COM O VÍDEO E COM OUTROS VISUALIZADORES VS. ESPECIFICIDADE DO COMENTÁRIO EM RELAÇÃO AO CONTEÚDO DO VÍDEO

	Vocabulário	Gramática	Speaking	Não específico	Total
Existe	1	4	0	10	15
Não existe	8	4	17	137	166
Total	9	8	17	147	

CONCLUSÃO

O estudo levado a cabo teve como objetivo dar resposta a seguinte questão “*Será o YouTube uma boa ferramenta de apoio na aprendizagem informal do Inglês como língua estrangeira?*”. Para chegar a uma resposta foi necessário analisar *corpus* de dados latentes no *YouTube*. Após definição de questões de investigação, procedeu-se ao estabelecimento de critérios de seleção de vídeos do *YouTube* que representassem, por um lado, os falantes de português, e por outro lado, uma população mais global que procure vídeos educacionais de aprendizagem do inglês.

Seguidamente, codificaram-se os vídeos utilizando o webQDA. Esta codificação e posterior questionamento levaram às seguintes conclusões: 1. O nível de QECR mais procurado é o A1, seguido de perto do nível A2, o que significa que são os aprendentes dos níveis elementares que mais procuram vídeos; 2. O que mais se procura são vídeos de conversação real, no entanto, os vídeos com explicações gramaticais também são procurados de forma relevante; 3. Os canais que consigam aliar as simulações de situações de comunicação reais com explicações sobre gramática conseguem obter um maior volume de visualizações e subscritores; 4. O conteúdo mais procurado está atribuído ao nível A1 e treina essencialmente as capacidades orais em situações reais; 5. A principal limitação do *YouTube* como plataforma de aprendizagem informal de língua inglesa está assente na incapacidade dos gestores dos canais e dos próprios

utilizadores de usarem a totalidade das ferramentas de interação que o *site* proporciona, tratando o *site* como um mero repositório, perdendo-se assim a possibilidade de fidelizar subscritores e de se criar um ambiente interativo de aprendizagem acessório à mera visualização dos vídeos.

Respondendo diretamente à principal pergunta de investigação, a conclusão a que se chegou é que os utilizadores do *YouTube* consideram o repositório uma ferramenta que auxilia na aprendizagem informal de Inglês como língua estrangeira. Tem diversidade de conteúdos, tem vídeos com sequências lógicas que apelam a adultos e a jovens aprendentes e tem o treino de três das quatro macro-capacidades. Contudo, a escrita poderia ser mais treinada se fossem aproveitadas as ferramentas de interação.

Para um estudo futuro, seria interessante saber o *feedback* dos produtores/criadores dos canais em relação às estatísticas dos mesmos. Era relevante saber se estão satisfeitos com o trabalho que partilharam; se pretendem fazer algo distinto para o futuro; ou se fariam algo de maneira diferente. Também se poderia pensar em atribuir aos vídeos um nível de proficiência, seja do QECR, seja dos demais quadros que existem, para que os utilizadores saibam logo na pesquisa de conteúdos, que nível é atribuído ao vídeo e se este nível é o mais adequado a quem pesquisa.

Constatou-se neste estudo que existem vídeos que não foram criados como vídeos educativos e existem comentários com erros ortográficos em Inglês. Para Snelson (2011) este tipo de conteúdos (vídeos/comentários) existentes no *YouTube* são bons exemplos a serem usados para ensinar capacidade de pensamento crítico, no sentido de que “obriga” os alunos a refletir sobre o que poderá estar menos bem no vídeo e a justificarem as respostas dadas.

REFERÊNCIAS

- Amado, J. (2013). *Manual de investigação qualitativa em educação*. Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Bardin, L. (2011). *Análise de Conteúdo* (5ª ed.). Lisboa: Edições70.
- Burgess, J., & Green, J. (2013). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. John Wiley & Sons.
- Cheng, X., Dale, C., & Liu, J. (2008). Statistics and Social Network of YouTube Videos. In *2008 16th International Workshop on Quality of Service* (pp. 229–238). IEEE.
- Coelho, P., & Oliveira, R. (2011). Divulgação de conteúdos audiovisuais no Youtube como alternativa a outros suportes. *Internet Latent Corpus Journal*, 2(1), 16–29.
- Coutinho, C. P. (2006). Aspectos metodológicos da investigação em tecnologia educativa em Portugal (1985-2000). In *Actas do XIV Colóquio AFIRSE* (pp. 1–12). Lisboa, Portugal.
- Coutinho, C. P. (2011). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas. Teoria e Prática*. Coimbra: Edições Almedina.
- Junior, J. B. B., & Coutinho, C. P. (2009). Desenvolvimento de vídeos educativos com o Windows Movie Maker e o YouTube: uma experiência no Ensino Superior. In *In VIII LUSOCOM: Comunicação, Espaço Global e Lusofonia* (pp. 1052–1070). Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.
- Ken-Hung, P. (2010). Learners' Anxieties on Posting Their Own Speeches on Youtube.com: Facilitative or Debilitative? In *The 3rd Conference on College English* (pp. 73–100). Taiwan.

- Mayora, C. A. (2009). Using YouTube to Encourage Authentic Writing in EFL Classrooms. *TESL Reporter*, 42(1), 1–12.
- Omar, H., Embi, M. A., & Yunus, M. M. (2012). Learners' use of Communication Strategies in an Online Discussion via Facebook. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 64, 535–544.
- Pereira, E. G., & Oliveira, L. R. (2012). TIC na Educação : desafios e conflitos versus potencialidades pedagógicas com a WEB 2.0. In *Anais do X Colóquio Sobre Questões Curriculares & VI Colóquio Luso Brasileiro de Currículo* (pp. 1–24).
- Pinto, E. M. C., & Silva, B. D. da. (2010). Produção de vídeo em contexto educativo : estratégia de participação. In *Actas do IX Colóquio Sobre Questões Curriculares / V Colóquio Luso Brasileiro* (pp. 4545–4557). Universidade do Porto. Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação.
- Ponte, C., & Canelas, R. (2013). Potencialidades Educativas do Facebook™ na Aprendizagem Não-Formal da Língua Inglesa. *Internet Latent Corpus Journal*, 3(1), 35–48.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. doi:10.1108/10748120110424816
- Silva, S. (2010). *O Second Life® e o ensino-aprendizagem de Inglês*. Universidade de Aveiro. (Tese de Mestrado em Multimédia em Educação, Universidade de Aveiro).
- Silviyanti, T. M. (2014). Looking into EFL students' perceptions in listening by using English movie videos on YouTube. *Studies in English Language and Education*, 1(1), 45–63.
- Snelson, C. (2011). YouTube Across the Disciplines: A Review of the Literature. *MERLOT Journal of Online Learning and Teaching*, 7(1).
- Souza, F. N. De. (2010). Internet: Florestas de Dados Ainda por Explorar. *Internet Latent Corpus Journal*, 1(1), 2–4.
- Souza, F. N. de, Costa, A., & Moreira, A. (2011). Análise de Dados Qualitativos Suportada pelo Software WebQDA. In *Atas da VII Conferência Internacional de TIC na Educação: Perspetivas de Inovação* (pp. 49–56).
- Souza, F. N. de, & Souza, D. N. de. (2011). Formular Questões de Investigação no Contexto do Corpus Latente na Internet. *Internet Latent Corpus Journal*, 2(1).
- Terantino, J. M. (2011). Emerging Technologies YouTube for Foreign Languages: Yoy Have to See This Video. *Language Learning & Technology*, 15(1), 10–16.
- Vieira, R. M., & Souza, F. N. De. (2012). Novos desafios na formação e investigação. *Internet Latent Corpus Journal*, 2(2), 2–4.
- Vieira, R. M., & Souza, F. N. De. (2013). Diversidade de Abordagens na Investigação Qualitativa em Educação. *Internet Latent Corpus Journal*, 3(1), 2–5.
- Wang, C. X., Calandra, B., Hibbard, S. T., & McDowell Lefaiver, M. L. (2012). Learning effects of an experimental EFL program in Second Life. *Educational Technology Research and Development*, 60(5), 943–961. doi:10.1007/s11423-012-9259-0
- Yunus, M., & Salehi, H. (2012). The effectiveness of Facebook groups on Teaching and Improving Writing: Students' perceptions. *International Journal of Educational and Information Technologies*, 6(1), 87–96.