



STUDYGRAM: USO DO INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE APOIO NO ESTUDO DA LÍNGUA COREANA

ARTIGO ORIGINAL

MOTA, Gabrielle Cristine Mariano da¹

MOTA, Gabrielle Cristine Mariano da *et al.* **Studygram: uso do Instagram como ferramenta de apoio no estudo da língua coreana.** Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano. 10, Ed. 03, Vol. 01, pp. 105-117. Março de 2025. ISSN: 2448-0959, Link de acesso: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/marketing/studygram>, DOI: 10.32749/nucleodoconhecimento.com.br/marketing/studygram

RESUMO

Diante do crescente aumento dos “*studygrams*” – perfis em redes sociais criados por estudantes que desejam compartilhar suas experiências de estudo e que, através de postagens no Instagram, buscam incentivar a si mesmos e a seus seguidores no processo de aprendizado – o presente artigo tem o objetivo de analisar o uso do Instagram como uma ferramenta de apoio para o estudo de um novo idioma, mais precisamente, a língua coreana. Utilizando o método fenomenológico, que se concentra na análise das experiências subjetivas dos indivíduos, este estudo examina três perfis dedicados ao aprendizado do coreano, com o objetivo de compreender como as redes sociais podem ser utilizadas como ferramentas educativas no aprendizado de idiomas.

Palavras-chave: Instagram, Idiomas, Studygram, Mídias sociais, Língua coreana.

1. INTRODUÇÃO

A globalização trouxe inúmeras mudanças para a forma como as pessoas consomem conteúdos e informações em seu dia a dia. Antes do surgimento da Internet, os meios de comunicação mais utilizados para a propagação da informação eram os jornais, as revistas, a televisão e a rádio. Em cada um deles, a comunicação era unidirecional, ou seja, criada por um interlocutor que realizava todo o processo de comunicação. Além disso, sua propagação era limitada a uma



pequena parcela de pessoas de uma mesma localidade. Contudo, com o surgimento da rede mundial de computadores, o cenário mudou e a mensagem passou a ter novos meios para ser divulgada. Diante dessas mudanças, destaca-se o que no âmbito da educação, a Educação a Distância (EAD) é conhecida como uma prática educativa que, segundo (Sartori, 2013), “rompe com a ideia de que só aprendemos com um professor falando para nós na frente de uma sala de aula e se estivermos nessa sala no mesmo horário, todos juntos.”.

Este artigo visa não só dialogar com essa concepção de EAD e as mudanças trazidas pela globalização, como também discutir como as pessoas estão se desprendendo do modelo tradicional de ter um(a) professor(a) e utilizando novas ferramentas e meios para o aprendizado de novos idiomas.

Para entender melhor sobre o Instagram, rede social utilizada para essa pesquisa, é necessário compreender sobre as principais ferramentas de globalização que influenciam esse comportamento, estão as redes sociais. A primeira delas, “Sixdegrees”, surgiu no final do século XX e, com a intensificação no início do século XXI, houve o aparecimento e a expansão de outras redes que, inicialmente, tinham o objetivo de conectar pessoas e compartilhar informações pessoais dos usuários (ROCHA, 2019). Apesar dessa finalidade, com o passar dos anos, essas plataformas foram ganhando cada vez mais novas aplicações e, aos poucos, passaram a colaborar de forma positiva e eficiente na dispersão de conhecimento em diversas áreas do mercado (SANTOS, 2020), principalmente no âmbito educacional.

O objetivo deste artigo é analisar como plataformas sociais como o Instagram podem ser integradas ao processo de aprendizado, oferecendo suporte teórico e motivacional para o estudo da língua coreana no contexto da globalização da informação, uma vez que a aprendizagem não envolve apenas o professor e o aluno no meio pedagógico. Ou seja, em um contexto em que as pessoas estão cada vez mais com acesso a informação, como o ato de acessar esse conteúdo sem a ajuda de um professor e, muito além do que apenas consumir esse



conteúdo, mas também criar conteúdos em um perfil dedicado para publicações de sua rotina de estudos pode impactar no aprendizado do idioma.

Diante desse cenário, este artigo visa contribuir significativamente para a pesquisa ao demonstrar como o Instagram pode ser utilizado como uma ferramenta de apoio educacional eficaz, especialmente no contexto de aprendizado autodidata de idiomas através da análise de conteúdos de 02 “*studygrams*” que postam sobre o aprendizado da língua coreana, @daily.korean.dose e @eueocoreano, criados por Gabriella Lee e Ester.

2. COMO O INSTAGRAM INFLUENCIA NA DESCOBERTA DE NOVOS APRENDIZADOS

Criado em 2010 com o propósito de facilitar o compartilhamento de fotos, vídeos e demais informações visuais para diferentes círculos sociais (família, amigos, colegas de trabalho, etc.), o Instagram rapidamente se tornou uma rede social global. Garcia (2017) aponta que, por ser uma plataforma acessível em diferentes dispositivos eletrônicos (Android, iOS) e computadores, o Instagram alcança pessoas em todos os cantos do mundo e, atualmente, conta com um total de 2 bilhões de usuários ativos globalmente (Opinion Box, 2024).

A plataforma possui diversas funcionalidades, entre as quais se destacam: a possibilidade de seguir pessoas de qualquer lugar do mundo, estejam elas ou não incluídas no seu círculo social; a distribuição de vídeos curtos, conhecidos como “*reels*”, que contam com o apoio do algoritmo para alcançar milhares de pessoas; e as hashtags, que funcionam como *hiperlinks*, direcionando para uma página com publicações relacionadas ao mesmo tema (RS Station, 2024).

Todos esses recursos, quando aliados a estratégias de divulgação de conteúdo, servem como principais propulsores de alcance dentro da rede social e contribuem ainda mais para o processo de globalização da informação entre pessoas de todos os lugares do mundo.

Não é novidade que o uso do Instagram pode ser benéfico quando aplicado em sala de aula. Segundo Lorenzo (2013), a plataforma pode servir como um portfólio



de trabalhos da turma, permitindo o compartilhamento dos projetos realizados pelos alunos com os responsáveis e com a comunidade escolar. Oliveira et al. (2021) afirma que as redes sociais também contribuem para a ampliação do conhecimento quando os alunos seguem perfis com temáticas educacionais e dicas de estudo para o ENEM ou para línguas estrangeiras, por exemplo.

Esses perfis, se criados e administrados por alunos ou por pessoas autodidatas que estão estudando um idioma ou se preparando para uma prova específica, são chamados de “*studygrams*”, segundo a FGV (Fundação Getúlio Vargas) (2023):

O termo “*studygram*”, é a mistura das palavras ‘*study*’ (‘estudo’, em inglês) e ‘Instagram’, plataforma na qual ganhou força. Contudo, quem acompanha os criadores de conteúdo sabe que o *studygram* virou uma referência para muitos perfis especializados em rotinas e dicas de estudo (Vestibular FGV, 2023).

À vista disso, os *studygrams* identificam-se como perfis no Instagram voltados para a criação de conteúdos de estudo, nos quais vários estudantes se reúnem para compartilhar experiências e incentivar uns aos outros em uma forma de comunidade em prol de um objetivo maior: aprender.

Entre os principais conteúdos publicados por esses perfis, nota-se que grande parte das publicações são: resumos; mapas mentais; infográficos; sugestões de livros, filmes, músicas e podcasts; cronogramas de estudos e dicas de cuidado com a saúde mental como é possível analisar nas postagens da *hashtag* “*studygrambr*”.



Figura 01: Principais Publicações #studygrambr

Principais publicações



Fonte: Instagram, 04 de fevereiro de 2024.

Existem perfis para os mais variados assuntos e áreas de estudo, incluindo páginas focadas no aprendizado de diversos idiomas, no compartilhamento da rotina na faculdade, em pessoas que desejam passar em concursos públicos e até mesmo em pessoas que estão estudando para o Exame de Ordem Unificado. A grande maioria dos perfis utiliza em seu nome a palavra “study” e, ao buscar por esse termo na plataforma, já é possível encontrar alguns exemplos de perfis.



Figura 02: Exemplos de perfis de studygram



Fonte: Instagram. Captura de tela da barra de pesquisa. Acesso em: 12 mar. 2024.

2.1. CRESCIMENTO DO NÚMERO DE ESTUDANTES DA LÍNGUA COREANA

Com o surgimento da *Korean Wave* — em português, Onda Coreana — ou “*Hallyu*”, como é conhecida globalmente, na década de 1990, e com sua expansão no início do século XXI, esse fenômeno, que visa à distribuição em massa dos produtos culturais sul-coreanos, foi um dos principais fatores para o aumento do interesse no aprendizado da língua coreana no Brasil e no mundo.

Segundo o relatório anual do Duolingo, o *Duolingo Language Report*, em 2023, o número de pessoas que aprendem a língua coreana no aplicativo ultrapassou o número de pessoas que estudam a língua italiana, fazendo com que o coreano ocupasse o 6º lugar no ranking das 10 principais línguas estudadas no mundo.

Figura 03: Idiomas mais estudados no Duolingo em 2023



Fonte: Duolingo Language Report, 2023.

Esse crescimento no número de pessoas estudando a língua coreana não se restringe apenas a aplicativos de estudo de idiomas, mas também é visível em *studygrams*, onde se observa um aumento crescente no uso de hashtags relacionadas ao estudo desse idioma.

TABELA 01: Pesquisa principais hashtags no Instagram relacionadas ao aprendizado da língua coreana

Hashtags	Total de postagens
#aprendercoreano	69.319
#aprendendocoreano	23.174
#estudarcoreano	10.403
#estudandocoreano	6.123

Fonte: Instagram, 09 de março de 2024.

Para analisar o uso do Instagram com a finalidade de estudar e compartilhar a rotina de estudos no aprendizado da língua coreana, serão analisados dois dos



mais famosos perfis de estudo de coreano criados por brasileiras: @daily.korean.dose e @eueocoreano.

O perfil @daily.korean.dose, embora seja administrado por uma brasileira, possui todos os conteúdos criados em inglês para o estudo da língua coreana. Esse é um dos principais motivos pelos quais o perfil tem mais de 160 mil seguidores de diversos países, sendo 32% dos Estados Unidos, 12% da Coreia do Sul e 8% do Brasil.

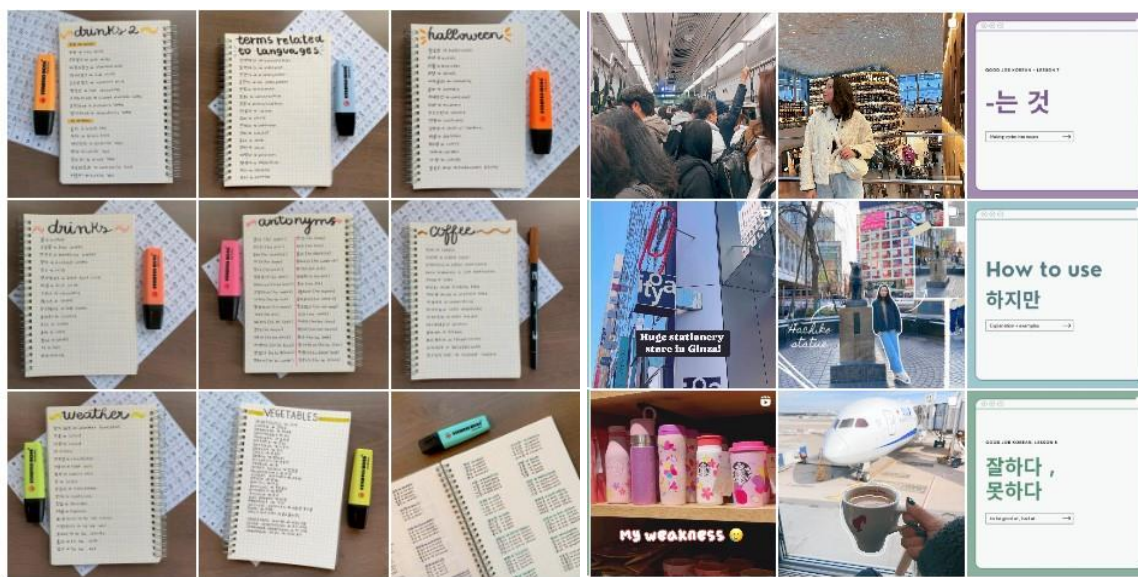
Figura 04: Público do perfil @daily.korean.dose



Fonte: Influencer Me, 09 de março de 2024.

Com a primeira postagem em 21 de setembro de 2021, a mensagem principal estava relacionada a dicas sobre como Gabriella Lee (criadora do perfil) estudava vocabulário em coreano. Ela utilizava a estética de postagens com fotos de seu caderno de estudos, mostrando novos vocabulários ou exercícios do curso online *Talk To Me In Korean*. Apenas em agosto de 2022, Gabriella começou a criar conteúdos de dicas com uma estética diferenciada, utilizando um programa de edição de imagens.

Figura 05: Postagens @daily.korean.dose 2021 x 2024



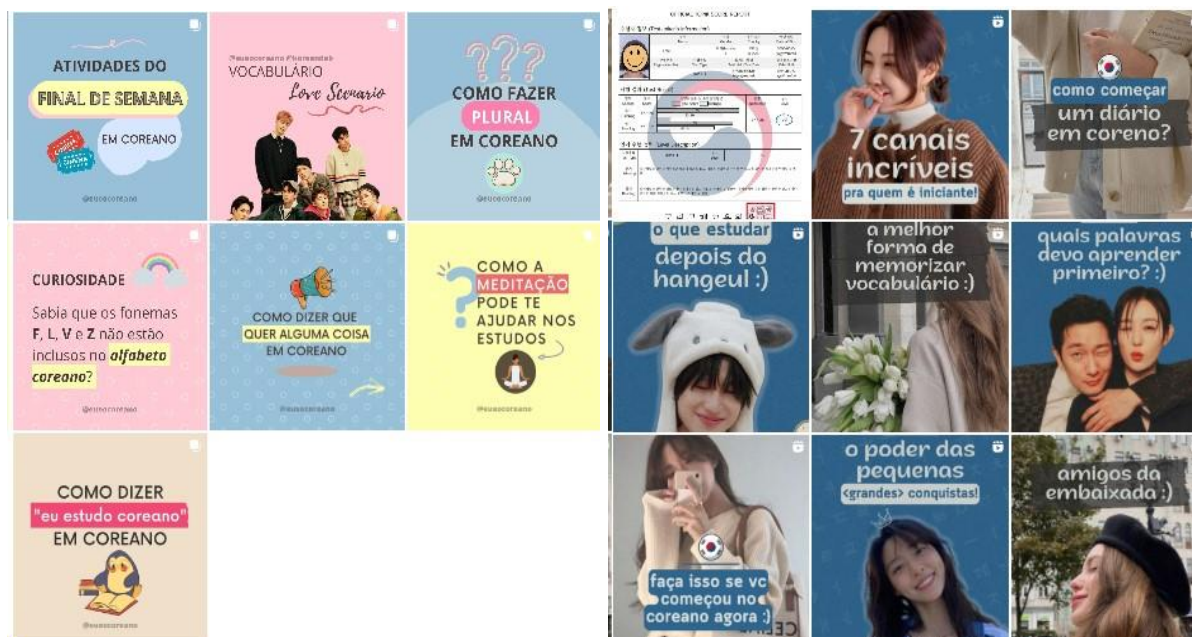
À esquerda postagens de 2021 e à direita últimas postagens realizadas até a data de coleta dessa informação. Fonte: Instagram, 16 de março de 2024.

Enquanto o perfil @daily.korean.dose foca em vocabulário e gramática que Gabriella aprende em cursos de coreano, o perfil @eueocoreano, administrado por Ester, oferece conteúdos voltados para saúde mental e bem-estar, além de dicas sobre como estudar escuta, leitura, escrita e fala em coreano, e recomendações de sites e aplicativos gratuitos para quem está aprendendo o idioma de forma autodidata. Assim como Gabriella Lee, Ester iniciou seu perfil em 2021, com a primeira postagem realizada no dia 21 de maio de 2021.

Ao contrário de Gabriella, Ester manteve sua abordagem de postagem consistente, mudando apenas as cores e elementos visuais de suas publicações.



Figura 06: Postagens @eueocoreano 2021 x 2024



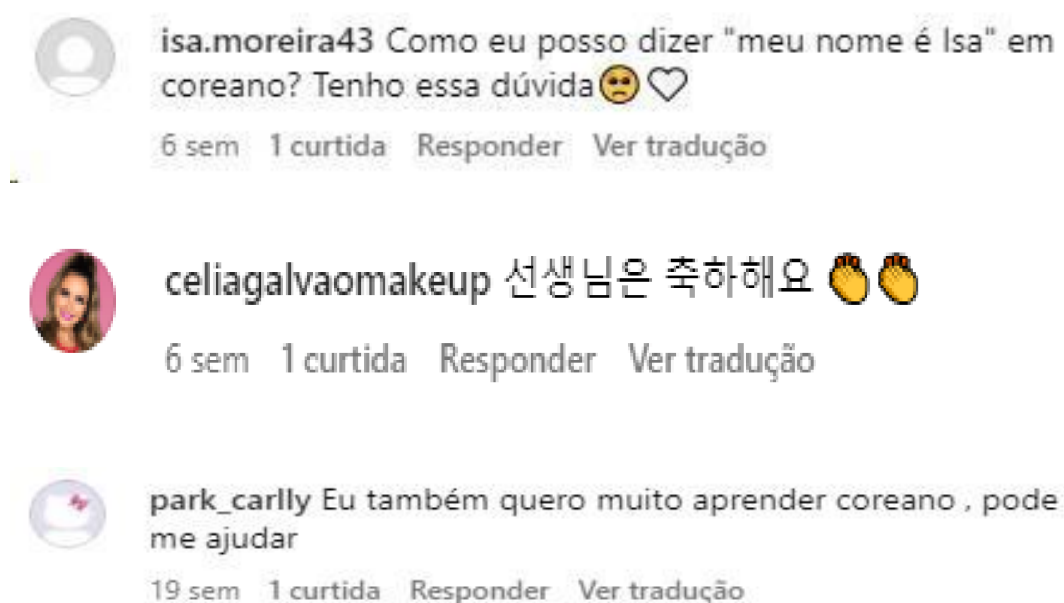
À esquerda postagens de 2021 e à direita últimas postagens realizadas até a data de coleta dessa informação. Fonte: Instagram, 16 de março de 2024.

Ao contrário do perfil @daily.korean.dose, o @eueocoreano produz seus conteúdos em língua portuguesa, o que limita seu alcance a apenas pessoas que falam português.

Além desses dois aspectos sobre os perfis analisados, é importante considerar os tipos de comentários que cada um deles recebe, que podem ser classificados em três categorias: comentários de agradecimento, dúvidas sobre o conteúdo postado e frases de exemplo de outros estudantes sobre o tópico da postagem.



Figura 07: Categorias de comentários mais recebidos studygrans



Fonte: Instagram @eueocoreano, 16 de março de 2024.

Dessa forma, observa-se que a utilização das redes sociais pode se tornar um importante motivador na aprendizagem de novos idiomas, mais especificamente na língua coreana, visto que essas plataformas permitem uma maior conectividade entre alunos e pessoas autodidatas que buscam aprender uma nova língua.

Contudo, não se pode ignorar o que Lanier (2018) aborda em seu livro sobre a tendência das redes sociais se tornarem uma compulsão midiática, na qual os indivíduos sentem a necessidade de compartilhar incessantemente informações e conteúdos para capturar a atenção de outras pessoas. Cabe ao aluno ou à pessoa autodidata que utiliza o Instagram como uma ferramenta de apoio em seus estudos medir até que ponto o compartilhamento de sua rotina de estudos está sendo saudável.



3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em um mundo cada vez mais cercado por novas possibilidades de tecnologias e avanços tecnológicos, Souza e Giglio (2015) observam que as pessoas passam cada vez mais tempo conectadas à internet. Apesar dos riscos de compulsão midiática, conforme afirma Lanier (2018), cabe às pessoas encontrar formas de utilizar essas tecnologias de maneira positiva para seu crescimento profissional e acadêmico. E é isso que pessoas com um *studygram* estão fazendo. Ao fazer isso, é possível criar uma rede de apoio e motivação para continuar estudando novos idiomas ou para provas e cursos específicos.

A criação de um perfil denominado “*studygram*” pode não apenas auxiliar quem o possui, mas também beneficiar pessoas que estão navegando nas redes sociais de forma despretensiosa, como é possível observar em alguns comentários feitos por seguidores do perfil @eueocoreano.

Conclui-se que o Instagram pode ser uma ferramenta valiosa no apoio ao estudo da língua coreana, facilitando a criação de uma comunidade de aprendizado e oferecendo diversos recursos visuais e interativos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DUOLINGO. 2023 *Duolingo Language Report*. Duolingo, 2023. Disponível em: <https://blog.duolingo.com/2023-duolingo-language-report/>. Acesso em: 10 mar. 2024.

GARCIA, I. O. S. Bibliotecas no Instagram: um estudo sobre o uso do aplicativo por unidades de informação. 85 f. Monografia (Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação) — Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

LANIER, Jaron. *Dez argumentos para você deletar agora suas redes sociais*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.

LORENZO, Éder Wagner Cândido Maia. A utilização das redes sociais na educação. Rio de Janeiro: Clube dos Autores, 2013.

OLIVEIRA, Priscila Patrícia Moura et al. Utilização pedagógica da rede social Instagram. *Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento*, ano 6, ed. 2, v. 13, p. 1–15, 2021.



OPINION BOX. Pesquisa sobre o Instagram no Brasil: dados de comportamento dos usuários, hábitos e preferências no uso do Instagram. *Opinion Box*, 2024. Disponível em: <https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/>. Acesso em: 7 fev. 2024.

RD STATION. Algoritmo do Instagram: o que é, como funciona e como se adaptar. RD Station, 2023. Disponível em: <https://www.rdstation.com/blog/marketing/algoritmo-do-instagram/>. Acesso em: 22 mar. 2025.

ROCHA, Hugo. Redes sociais: o que são, benefícios e as 10 principais no Brasil. Disponível em: <https://klickpages.com.br/blog/redes-sociais-o-que-saobeneficios/>. Acesso em: 16 mar. 2024.

SANTOS, Maria José dos. *O Instagram como ferramenta no aprendizado teórico-prático no ensino de Ciências Biológicas*.

SARTORI, Ademilde; RICHIT, Adriana; PIZZOLATO, Nadia Daros. A comunicação na educação a distância: o desenho pedagógico e os modos de interação. *Revista Brasileira de Aprendizagem Aberta e a Distância*, v. 12, n. 1, p. 59–75, 2013. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/277220851>. Acesso em: 13 ago. 2024.

SOUZA, Marcelo Vieira; GIGLIO, Kátia. *Mídias digitais, redes sociais e educação em rede*. São Paulo: Edgard Blucher, 2015.

STUDYGRAM: 7 motivos para você experimentar o lado aesthetic da rotina de estudos. *Vestibular FGV*, 2023. Disponível em: <https://vestibular.fgv.br/blog/studygram-7-motivos-para-voce-experimentar-o-lado-aesthetic-da-rotina-de-estudos>. Acesso em: 8 fev. 2024.

Material recebido: 21 de março de 2024.

Material aprovado pelos pares: 14 de janeiro de 2025.

Material editado aprovado pelos autores: 29 de março de 2025.

¹ Graduada em Publicidade e Propaganda na Universidade Cruzeiro do Sul e aluna de pós-graduação em Economia Comportamental da ESPM - Escola Superior de Publicidade e Propaganda. ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-0420-6518>. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4560241187944076>.