

## **Ensino de Línguas Estrangeiras Baseado em Projeto: o Recurso ao Vídeo na Co Construção de Saberes de Alunos de Marketing**

### **Project-Based Foreign Language Teaching: Using Video in the Co-Construction of Marketing Students' Knowledge**

Maria José Antunes

Instituto Politécnico de Viseu, CI&DEI, Portugal.

maria.antunes@estgv.ipv.pt

Susana Amante

Instituto Politécnico de Viseu, CISED, Portugal.

susanamante@icloud.com

Magdalena Dygala

Kazimierz Pulaski University of Technology and Humanities, Polónia.

mdygala@gmail.com

İlkay Gökçe

Ege University School of Foreign Languages, Turquia.

gokceilkayizmir@gmail.com

**Resumo.** No âmbito do projeto 'Stepping up to Global Challenges (SGC) 2: Learning English while Fighting the Outbreak of Covid-19' foram desenvolvidas várias atividades com alunos do 1º ano do curso de licenciatura em Marketing do Instituto Politécnico de Viseu, em Portugal. O projeto resulta de uma colaboração internacional com alunos do ensino superior de Radom, na Polónia, teve a duração de um semestre letivo e o seu principal objetivo foi o de dotar os alunos da licenciatura em Marketing de ferramentas linguísticas que permitam melhorar o seu desempenho profissional uma vez no mercado de trabalho. Uma das atividades solicitadas foi a elaboração de um vídeo. Cada grupo de alunos selecionou uma empresa portuguesa/polaca/turca e recolheu informação acerca da mesma. Os tópicos abordados foram vários, quais os produtos que comercializa, qual a sua vantagem competitiva, entre outros, sendo que o foco central foi dado às estratégias que estas empresas adotaram para fazer face à pandemia que assola o mundo. Posteriormente, cada grupo elaborou um vídeo com a informação recolhida. Uma das principais conclusões do estudo foi a de que o recurso à aprendizagem por projeto fazendo uso das novas tecnologias torna a aprendizagem mais motivadora e que esta cooperação quebrou fronteiras.

**Palavras-chave:** Autenticidade; co-construção de conhecimento; uso de tecnologia em sala de aula; prática reflexiva.

**Abstract.** Within the scope of the 'Stepping up to Global Challenges (SGC) 2: Learning English while Fighting the Outbreak of Covid-19' project, several activities were developed with 1st year students of the Marketing degree course at the Polytechnic Institute of Viseu, in Portugal. The project results from an international collaboration with higher education students from Radom, Poland, lasted for one academic semester and its main objective was to provide college students of Marketing with linguistic tools to improve their professional performance once in the job market. One of the activities requested was the making of a video. Each group of students selected a Portuguese/Polish/Turkish company and collected information about it. The topics

covered were several, what products or services it markets, what its competitive advantage is, among other issues, but the focus was on the strategies they used to handle this pandemic we are all facing. Subsequently, each group produced a video with the information collected. The main conclusion of the study was that the use of project-based teaching methodology combined with new technologies makes learning more motivating and meaningful, and that this cooperation has broken boundaries.

**Keywords:** Authenticity; knowledge building; use of technology in the classroom; reflective practice.

## Introdução

A globalização possibilita uma enorme variedade de trocas de experiências rápidas, e, pela possibilidade de exposição a outras culturas, liberta a mente e estimula a criatividade. O mundo empresarial e a forte possibilidade de cada um de nós virmos a ser empreendedores leva-nos a procurar competências nas mais variadas áreas e locais do mundo. A língua inglesa é, frequentemente, a ponte entre as diversas nacionalidades, permitindo uma comunicação eficaz, não só no mundo da anglofonia, enquanto língua materna, mas também no espaço global, através do uso da mesma como meio de comunicação e veículo de modos e costumes. As competências em línguas e culturas estrangeiras adquirem, desta forma, um papel fundamental, tanto para o normal funcionamento da comunidade, como para o sucesso da comunicação empresarial a nível internacional (Da Costa, 2019). Sendo os nossos alunos futuros profissionais de marketing que terão o mundo como o seu local de trabalho e sabendo que os alunos se empenham mais ou menos consoante a motivação dos seus professores e através do grau de desafio que determinada atividade apresenta (Nieragden, 2000), entendemos que era fundamental proporcionar-lhes a possibilidade de desenvolverem um conjunto de atividades com alunos de outras universidades, de outros países, nomeadamente com a Polónia e a Turquia. Estas atividades originaram o projeto internacional 'Stepping up to Global Challenges (SGC) 2: Learning English while Fighting the Outbreak of Covid-19'.

## Objetivos

O objetivo principal do projeto 'Stepping up to Global Challenges (SGC) 2: Learning English while Fighting the Outbreak of Covid-19' foi o de dotar os alunos de ferramentas linguísticas que lhes permitissem vir a ter mais sucesso académico no presente e um maior sucesso profissional no futuro. Foi, também, que os alunos tivessem um papel ativo na construção do conhecimento, praticassem a língua inglesa com alunos de outra nacionalidade, em contextos reais, e que partilhassem os saberes adquiridos com todos os envolvidos no projeto. Estas atividades foram desenvolvidas pelos alunos do 1º ano do Curso de Licenciatura em Marketing do Instituto Politécnico de Viseu, durante um semestre letivo, em colaboração com os alunos do ensino superior de Radom, na Polónia e com os alunos do ensino superior de İzmir, na Turquia. Este artigo foca-se na segunda tarefa proposta, a elaboração de um vídeo em grupo que foi depois partilhado na página do Facebook do projeto.

## **Metodologia de Investigação**

A metodologia adotada neste estudo foi o estudo de caso descritivo, metodologia esta que «tem vindo a incrementar-se e a ganhar maior reputação» (Rodríguez, G. et al (1999). Também selecionámos este tipo de metodologia porque o estudo ia ser realizado num contexto autêntico e natural e havia a necessidade de respondermos à questão do: 'como' é que podíamos ajudar os nossos alunos a serem mais competentes linguisticamente, de que modo podíamos contribuir para que estes mesmos alunos melhorassem, de futuro, a sua proficiência nesta língua estrangeira, e à questão do 'por que é que' não estávamos a conseguir fazer isso. Optámos por ser observadores participantes porque assim «podíamos aproximar-nos num sentido mais profundo e fundamental às pessoas e comunidades. Esta aproximação que situa o investigador no papel dos participantes, permite obter perceções da realidade estudada que dificilmente se poderiam conseguir sem se implicar de maneira efetiva» (Rodríguez, G. et al (1999). Após recolhermos os dados, analisámos os mesmos e apresentámos os resultados no capítulo 'resultados e conclusões' que nos permitiram, depois, chegar às conclusões apresentadas no final deste estudo.

## **Metodologia de Ensino Aprendizagem**

Para responder às necessidades dos nossos alunos, optámos por seguir a metodologia de projeto. Este tipo de abordagem permite que alunos e professores possam atingir os seus objetivos através da partilha de saberes e da co-construção do conhecimento (Almulla, 2019 e Basturkmen, 2019). Ao fazermos este levantamento prévio das necessidades linguísticas dos alunos e ao centrarmos o ensino nos mesmos, obtemos resultados mais profícuos, pois as atividades linguísticas e discursivas são pensadas para aquele grupo específico de alunos (Malicka, Guerrero & Norris, 2019). Recentemente, o uso da metodologia de projeto foi considerado um dos métodos mais eficazes no ensino das mais variadas temáticas (Navy et al, 2019). Uma das tarefas propostas no projeto desenvolvido foi a elaboração de um vídeo por cada um dos grupos. Os alunos selecionaram uma empresa portuguesa/polaca/turca e recolheram a informação necessária acerca da mesma. Os tópicos abordados foram: quem a fundou, quando, como, com que propósito, quais os produtos ou serviços que comercializa, qual a sua vantagem competitiva e, especialmente, que estratégias novas é que tiveram que adotar para fazer face à crise pandémica mundial, e ou que estratégias é que tiveram que adaptar por forma a conseguirem manter a empresa rentável. Posteriormente, cada grupo elaborou um vídeo com a informação recolhida com a duração aproximada de 5 minutos. Os vídeos continham desde imagens, a depoimentos dos gestores das empresas selecionadas, passando por citações relevantes até depoimentos de atuais funcionários. Os vídeos foram gravados com recurso ao uso de smartphones em locais silenciosos que permitiram, posteriormente, a perfeita audição da narração efetuada por cada elemento do grupo. Os alunos recorreram ao moviemaker para editar os vídeos.

## **Participantes**

Este projeto teve a participação de duas docentes do Instituto Politécnico de Viseu, dos alunos do primeiro ano da Licenciatura em Marketing da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu (ESTGV), e dos alunos do primeiro ano da Licenciatura em Enfermagem, da Escola Superior de Saúde de Viseu (ESSV) do Instituto Politécnico de Viseu, em Portugal, de uma docente e dos alunos do primeiro ano da Licenciatura de Filologia Inglesa da Universidade de Tecnologia e Humanidades Kazimierz Pulaski, em Radom, na Polónia, e de uma docente e dos alunos do primeiro ano da Licenciatura em Aconselhamento e Orientação Psicológica, da Escola de Línguas Estrangeiras da Universidade Ege, em İzmir, na Turquia. O estudo desenvolveu-se durante o segundo semestre do ano letivo 2020/21, em plena crise pandémica, e focou-se na qualidade das trocas comunicacionais entre os alunos portugueses e os alunos polacos e turcos acima mencionados. A turma da licenciatura de marketing, no Instituto Politécnico de Viseu, era composta por 64 alunos, 30 dos quais do género masculino e 34 do género feminino. Foram constituídos 10 grupos internacionais compostos por 1 grupo de alunos da ESSV, 1 grupo de alunos da ESTGV, 1 grupo de alunos polacos e um grupo de alunos turcos. O nível de inglês dos alunos, no geral, era B1, sendo que pelo que nos foi dado perceber pela interação em sala de aula e posteriormente nas aulas online, a performance dos alunos melhorava substancialmente quando as atividades eram efetuadas em grupo.

## **Recolha de dados**

O projeto 'Stepping up to Global Challenges (SGC) 2: Learning English while Fighting the Outbreak of Covid-19' era composto por um conjunto de atividades que permitiram aos alunos desenvolver as suas competências linguísticas e melhorar a sua performance comunicacional. O tema do projeto foi o Covid19. A primeira atividade desenvolvida foi a seleção de uma imagem e de uma citação que teria de ser postada na página do Facebook do projeto para posteriormente ser comentada por cada um dos grupos portugueses, polacos e turcos. O critério de avaliação desta tarefa foi a qualidade, assertividade e profundidade dos comentários efetuados por cada grupo. Esta primeira tarefa permitiu aos vários grupos dos vários países começarem a interagir uns com os outros e a comunicar entre eles num ambiente de cooperação que se veio a mostrar muito frutífero. A segunda tarefa foi a elaboração de um vídeo, por todos os alunos de cada grupo internacional, polacos, turcos e portugueses. O vídeo era de curta duração e tinha como tema a pandemia e a forma como esta tem sido sentida por pessoas e empresas pelo mundo fora. Os tópicos abordados foram: a economia, a política, a sociedade em geral, a necessidade de nos reinventarmos, pessoas e empresas, entre outros. Posteriormente, cada grupo elaborou um vídeo com a informação recolhida com a duração aproximada de 5 minutos. Os vídeos continham desde imagens, a depoimentos dos gestores das empresas selecionadas, passando por citações relevantes até testemunhos de atuais funcionários. Os vídeos foram gravados com recurso ao uso de smartphones em locais silenciosos que permitiram, posteriormente, a perfeita audição da narração efetuada por cada elemento do grupo. Os alunos recorreram ao moviemaker

para editar os vídeos. Esta tarefa foi o foco deste estudo. A terceira e última tarefa foi uma reunião via Skype entre os diferentes grupos dos vários países. Estas atividades permitiram-nos recolher informação relevante, quer através do áudio das reuniões, quer através do texto final do relatório, quer através do áudio e texto do próprio vídeo. Mais tarde, esta informação possibilitou-nos aferir melhor as dificuldades linguísticas dos nossos alunos, a maneira como superam essas mesmas dificuldades e a importância da aprendizagem através de projeto. A primeira atividade e a terceira serão objeto de um estudo futuro.

## Resultados e Discussão

Recorremos a diversas estratégias de modo a triangular os dados e obter resultados fiáveis. Começámos por analisar a produção oral dos alunos de cada um dos 17 vídeos e após examinarmos a mesma procedemos à codificação por categorias dos tópicos comuns. Analisámos depois de que forma os mesmos se interligavam entre si e como é que o tema geral, o empreendedorismo, se relaciona com a educação, a criatividade, a forma de resolver problemas ou o insucesso. Outra etapa da análise foi o levantamento dos erros mais comuns cometidos pelos alunos de modo que pudessem ser pensadas e aplicadas estratégias que levassem à melhoria do uso da língua por parte dos alunos a curto prazo. Apercebemo-nos, durante a defesa dos relatórios finais de projeto que, por exemplo, vários dos erros que os alunos frequentemente produziam desapareceram quase por completo: «he are», «house cheap», «all the childs», «they went to Lisbon next monday», entre muitos outros. Mesmo no que respeita à pronúncia de algumas palavras como «business», «entrepreneurship», «pandemic», notámos uma enorme melhoria. A codificação aberta permitiu-nos definir as categorias que mais tarde nos permitiram chegar aos resultados que apresentamos a seguir. O processo de codificação não é uma tarefa linear, é um processo complexo e controverso e que levanta sempre muitas questões entre os diversos investigadores, mas uma vez que a codificação foi o resultado de uma discussão exaustiva entre todas as autoras deste estudo consideramos que o agrupamento das categorias foi otimizado. As principais categorias encontradas foram: «Educating towards success», «Innate qualities that predispose achievement», «Entrepreneurship as translating ideas into action or as a journey or a tasking steps to great accomplishments», «Entrepreneurship as creativity, innovation and problem solving» e «The pandemic as a social and political phenomenon». A propósito da categoria «Educating towards success» podemos ler o seguinte comentário relativo ao vídeo do grupo 1 «As Paul Freire said "Education does not change the world, it changes the people who are going to change the world".» (cf. vídeo acerca da modelo Sara Sampaio). No que diz respeito à comunicação em língua estrangeira, o uso da língua em contextos reais com colegas de outros países potencia a aprendizagem (Hung, Keppell & Jong, 2004). No decorrer da análise dos vídeos elaborados pelos diversos grupos confirmámos a importância da categoria «Innate qualities that predispose achievement», por exemplo, quando lemos nos comentários ao vídeo acerca do Cristiano Ronaldo: «Cristiano Ronaldo is an example of strength, determination and courage that shows

that when you want and when you fight you get everything!», «using his talent brought him success and even though he was facing a pandemic he managed to succeed anyway.» (cf. vídeo acerca do jogador de futebol Cristiano Ronaldo). A categoria «Entrepreneurship as translating ideas into action or as a journey or a tasking steps to great accomplishments», atesta o facto de que a aprendizagem por projeto pode ser o motor de desenvolvimento do pensamento crítico dos alunos, do trabalho em equipa e do desenvolvimento das diversas capacidades emocionais, nomeadamente a negociação, uma vez que a tomada de decisões tem que ser sempre consensual, feita pelo grupo (Baillie & Fitzgerald, 2000), logo desenvolvem esta aptidão de forma mais constante. Este tipo de aprendizagem permite aos alunos adquirirem naturalmente competências que os irão ajudar futuramente, a nível profissional, tais como a independência, a cooperação e o sentido de responsabilidade (Mulvey & Klein, 1998). Um exemplo disto é uma das frases patentes no vídeo do grupo 3 é «I felt I could do everything» (cf. vídeo acerca da fundadora do Grupo Your Sara do Ó). A criatividade é vista como uma das possíveis soluções para muitos dos problemas tecnológicos que afetam o mundo pois potencia o pensamento crítico e desenvolve a flexibilidade mental (Broch, Breschiliare & Barbosa-Rinaldi, 2020). Uma das categorias definidas durante a investigação foi «Entrepreneurship as creativity, innovation and problem solving», devido aos inúmeros comentários positivos acerca da importância da criatividade feitos pelos alunos dos vários grupos aos diversos vídeos, a título de exemplo: «Creative idea, enjoyed your video about Caito», «Wow! Fantastic idea. Hats off, girls», «Absolutely inspirational» (cf. vídeo acerca do criador do Chilli Beans, Caio Maio). O processo de ensino aprendizagem é mais profícuo quando os alunos e os professores interagem num ambiente de projeto, multidisciplinar, onde ambos se sentem motivados em solucionar um problema através de atividades que consideram significativas (Mahanal, Darmawan, Corebima, & Zubaidah, 2010). Um dos resultados deste estudo é o de que estes alunos da Licenciatura em Marketing se mostraram mais empenhados e participativos durante os meses em que decorreu o projeto, desde logo manifestando um progresso significativo na aprendizagem da língua que lhes iria permitir comunicar com os restantes colegas polacos e turcos. Este progresso linguístico foi por nós comprovado quando assistimos à segunda e terceira reuniões online entre os vários grupos de alunos. Uma das competências que mais desenvolveram foi a componente oral, naturalmente, o que mais tarde também os veio a ajudar na redação do relatório em inglês. Perceberam a necessidade de serem minimamente fluentes em inglês por forma a poderem manter uma conversa fluida com os colegas estrangeiros. Daí a importância do formato do programa curricular e dos conteúdos definidos em cada instituição do ensino superior (Salehudin, Sarimin, Steven, Rondonuwu & Safiah, 2020). Sendo uma competência de cariz pragmática, a língua inglesa tende a desenvolver-se com mais facilidade em ambientes reais, autênticos, e a aprendizagem por projeto permite fazê-lo, desde logo, possibilitando que os alunos atinjam os resultados desejados mais rapidamente, pois eles sentem que são eles a criar o seu próprio conhecimento, como podemos constatar no vídeo do grupo 17 «Whoever sows, reaps, whoever shares, receives» (cf. vídeo acerca do fundador da Delta Cafés de futebol Rui Nabeiro) ou no vídeo acerca da Cristina Ferreira, «Most of the time, the path is hard and complicated, but when you reach your

goal you realize that everything you have passed was worthy» (cf. vídeo acerca da apresentadora de televisão Cristina Ferreira) e que nos levou a definir a categoria «The pandemic as a social and political phenomenon». Salientamos a diversidade de nomes selecionados pelos alunos, do facto dos 17 grupos terem optado por falar de empreendedores de quadrantes tão diferentes como o mundo da televisão (Cristina Ferreira) ou o universo do futebol (Cristiano Ronaldo), do mundo empresarial (Rui Nabeiro) ou do universo financeiro (António Horta Osório). Homens, mulheres, novos, velhos, que começaram do nada, que descendem de famílias abastadas, que tiveram uma ideia nova, que continuaram o caminho feito há já vários anos pela família. De acordo com a análise dos vídeos dos vários grupos e com os comentários que os colegas dos outros grupos fizeram concluímos que a aprendizagem por projeto se revela um processo estimulante para os alunos e também para os professores que assumem um papel de orientadores, veículos de aprendizagens que se revelam motivadoras. A execução dos vídeos através do recurso às redes sociais, a plataformas de ensino a distância que lhes permitiram efetuar várias reuniões com os restantes pares dos diversos países e a outros meios tecnológicos permitiram que alunos de diferentes países e de diferentes proveniências sociais e culturais pudessem cooperar, crescer e desenvolver as mais variadas competências, entre elas a competência linguística e a solidariedade e espírito de grupo. Durante a apresentação/defesa dos vários projetos, o grupo 6 salientou o facto da pesquisa toda efetuada relativamente ao empreendedor Rui Nabeiro lhes ter dado uma motivação extra para futuramente tentarem vir, eles também, a ser empreendedores e atores de mudança face às dificuldades que o mundo atravessa. O grupo 8 aquando da defesa do seu projeto mencionou que o vídeo foi a componente mais estimulante que realizaram, pois, inicialmente tinham definido um guião, mas depois devido à distância física entre os membros do grupo tiveram que o adaptar por forma a conseguirem elaborar um vídeo com a mesma qualidade ou mais que aquela que o vídeo teria caso tivesse sido feito presencialmente. A maioria dos grupos, aquando da apresentação, referiu que o trabalho em grupo, por projeto, com a orientação das docentes é uma mais-valia para a aquisição de conhecimentos. Os resultados observados demonstram a eficácia da metodologia adotada na prossecução dos objetivos de aprendizagem previamente definidos e um incremento na qualidade da relação professor aluno (Salvador, 2019) e que a realização dos vídeos colaborativos potenciou o desenvolvimento de várias competências linguísticas.

## **Conclusão**

Concluímos que o recurso às novas tecnologias torna a aprendizagem mais motivadora e significativa, e que a intercomunicação produz conhecimento e proximidade não só no seio do grupo, mas entre os diversos grupos nacionais e estrangeiros, quebrando-se desta forma fronteiras e construindo pontes de diálogo e de cooperação. Neste estudo, analisámos como é que os alunos do primeiro ano da Licenciatura em Marketing do Instituto Politécnico de Viseu reagiram ao ensino de línguas por projeto, analisámos as escolhas efetuadas individualmente e em grupo, as suas principais dificuldades

linguísticas, o seu interesse e o nível de motivação para colaborar e partilhar saberes com colegas de outros países. A aprendizagem de uma língua deve ser feita da forma mais natural possível e a aprendizagem por projeto permitiu que os alunos praticassem a língua em contextos de grupo, cooperando com alunos de outros países, fazendo uso da língua inglesa como forma de comunicação. O objetivo de uma comunicação eficaz é a resolução de um problema através da compreensão de uma ideia da forma mais correta e célere possível, pelo que o recurso à metodologia de projeto e ao uso de atividades variadas na sala de aula se releva altamente eficaz na aquisição de novos conteúdos (Lin, 2019). O ensino de línguas para fins específicos permite o foco no aluno, nas necessidades individuais de cada pessoa, recorrendo às experiências prévias que o aluno teve e ao conhecimento que já possui. Devemos, portanto, sublinhar essas diferenças, trazendo-as para a sala de aula de e potenciando-as sempre que possível. Todos aprendemos com as experiências dos outros. É essa diversidade que nos enriquece. Gostaríamos, por fim, de salientar que este projeto foi iniciado em janeiro de 2021, em plena pandemia, durante uma época em que ensino presencial e ensino a distância aconteceram em simultâneo, e que, apesar disso, os alunos conseguiram superar-se e exceder as nossas expectativas pois foram capazes de se reinventar e realizar um projeto online com colegas de países diferentes e culturas distintas, e com todas as dificuldades que isso representa. Os alunos, ainda que de diferentes proveniências, com culturas e vivências tão distintas, souberam fazer uso das novas tecnologias, das redes sociais e das plataformas digitais por forma a apresentar um produto final completo e de qualidade.

## Referências bibliográficas

- Allen, D.; Donham, R. & Bernhardt, S. (2011). Problem-Based Learning. In *New Directions for Teaching and Learning*, no. 128, pp. 21-29.
- Almulla, M. A. (2019). The Efficacy of Employing Problem-Based Learning (PBL) Approach as a Method of Facilitating Students' Achievement. *IEEE Access*, 7, 146480-146494.
- Baillie, C., & Fitzgerald, G. (2000). Motivation and attrition in engineering students. *European Journal of Engineering Education*, 25(2), 145-155.
- Basturkmen, H. (2019). ESP teacher education needs. *Language Teaching*, 52(3), 318-330.
- Broch, C., Breschiliare, F. C. T., & Barbosa-Rinaldi, I. P. (2020). A expansão da educação superior no Brasil: notas sobre os desafios do trabalho docente. *Avaliação: Revista da Avaliação da Educação Superior (Campinas)*, 25(2), 257-274.
- Da Costa, E. P. (2019). O impacto da globalização na motivação dos alunos de inglês como língua estrangeira.
- Fontaine, L. (2013). Introduction: Choice in Contemporary Systemic Functional Theory. In Fontaine, L.; Bartlett, T. & O'Grady, G. (eds.). *Systemic Functional Linguistics: Exploring Choice*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 1-12.



- Halliday, M. (1976). A Brief Sketch of Systemic Grammar. In Kress, G. (ed.). *Halliday: System and Function in Language. Selected Papers*. Oxford University Press, pp. 3-6.
- Hung, H. K. V., Keppell, M. J., & Jong, S. Y. M. (2004). Learner as producers: Using project-based learning to enhance meaningful learning through digital video production.
- Lin, S. M. (2019). The Practice Research of Flipped-Classroom Combined Mobile Action Learning in International Marketing Management Course. In *Proceedings of the 2019 3rd International Conference on Education and E-Learning* (pp. 73-78).
- Long, M. (2005). *Second language needs analysis*. Cambridge University Press.
- Mahanal, S., Darmawan, E., Corebima, A. D., & Zubaidah, S. (2010). Pengaruh Pembelajaran Project Based Learning (PjBL) pada Materi Ekosistem terhadap Sikap dan Hasil Belajar Siswa SMAN 2 Malang. *BIOEDUKASI*, 1(1).
- Malicka, A., Gilabert Guerrero, R., & Norris, J. M. (2019). From needs analysis to task design: Insights from an English for specific purposes context. *Language Teaching Research*, 23(1), 78-106.
- Mulvey, P. W., & Klein, H. J. (1998). The impact of perceived loafing and collective efficacy on group goal processes and group performance. *Organizational behavior and human decision processes*, 74(1), 62-87.
- Navy, S., Edmondson, E., Maeng, J., Gonczi, A., & Mannarino, A. (2019). How to Create Problem-Based Learning Units. *Science and Children*, 56(5), 68.
- Nieragden, G. (2000). Book Review: *Now Read On: A Course in Multicultural Reading*. *Language and Literature*, 9(4), 377-379.
- Rodríguez, G. G., Flores, J. G., & Jiménez, E. G. (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Ediciones Aljibe.
- Salehudin1a, M., Sarimin2b, D. S., Steven, R. H., Rondonuwu2c, M. Y., & Safiah3e, I. (2020). Using Instagram to support creative learning and project-based learning.
- Salvador, A. B., & Ikeda, A. A. (2019). The use of active learning methods in MBA marketing. *Cadernos EBAPE. BR*, 17(1), 129-143.
- Schwandt, T.A. (2000). Three Epistemological Stances for Qualitative Inquiry: Interpretivism, Hermeneutics, and Social Constructionism. In Denzin, N.K. & Lincoln, Y. (eds). *Handbook of Qualitative Research*, 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage, pp. 189-213.

Este trabalho é financiado pelos Apoios Especiais PV. Agradecemos adicionalmente ao Centro de Investigação em Serviços Digitais (CISeD) e ao Politécnico de Viseu pelo apoio prestado. Autor de contacto: Maria José Antunes ([maria.antunes@estgv.ipv.pt](mailto:maria.antunes@estgv.ipv.pt)).

