

# Letramento digital e ensino de linguagens

coletânea didática para a prática docente

Newton Lima Neto  
Carolina Duarte  
Elaine Teixeira  
Jéssica Carvalho  
Samuel Ribeiro  
Orgs.

Carla Coscarelli  
Prefácio



Pedro & João  
editores

**Newton Vieira Lima Neto  
Carolina Duarte Garcia  
Elaine Teixeira da Silva  
Jéssica Oliveira de Carvalho  
Samuel de Sá Ribeiro  
(Organizadores)**

**Letramento Digital e Ensino de Linguagens:  
coletânea didática para a prática docente**



**Copyright © Autoras e autores**

Todos os direitos garantidos. Qualquer parte desta obra pode ser reproduzida, transmitida ou arquivada desde que levados em conta os direitos das autoras e dos autores.

---

**Newton Vieira Lima Neto; Carolina Duarte Garcia; Elaine Teixeira da Silva; Jéssica Oliveira de Carvalho; Samuel de Sá Ribeiro [Orgs.]**

**Letramento Digital e Ensino de Linguagens:** coletânea didática para a prática docente. São Carlos: Pedro & João Editores, 2022. 163p. 16 x 23 cm.

**ISBN: 978-65-5869-811-1 [Digital]**

**DOI: 10.51795/9786558698111**

1. Linguagem. 2. Tecnologia. 3. Sala de aula. 4. Letramento digital. I. Título.

---

CDD – 410

**Capa:** Newton Vieira Lima Neto

**Ficha Catalográfica:** Hélio Márcio Pajeú – CRB - 8-8828

**Editores:** Pedro Amaro de Moura Brito & João Rodrigo de Moura Brito

**Conselho Científico da Pedro & João Editores:**

Augusto Ponzio (Bari/Itália); João Wanderley Geraldi (Unicamp/ Brasil); Hélio Márcio Pajeú (UFPE/Brasil); Maria Isabel de Moura (UFSCar/Brasil); Maria da Piedade Resende da Costa (UFSCar/Brasil); Valdemir Miotello (UFSCar/Brasil); Ana Cláudia Bortolozzi (UNESP/Bauru/Brasil); Mariangela Lima de Almeida (UFES/ Brasil); José Kuiava (UNIOESTE/Brasil); Marisol Barenco de Mello (UFF/Brasil); Camila Caracelli Scherma (UFFS/Brasil); Luis Fernando Soares Zuin (USP/Brasil).



**Pedro & João Editores**

[www.pedroejoaoeditores.com.br](http://www.pedroejoaoeditores.com.br)

13568-878 – São Carlos – SP

2022

# sumário

prefácio

5

apresentação

7

## 1. *framework* para universos ficcionais no ensino de linguagens

12

Carlos Henrique R. Valadares e Carolina Duarte Garcia

## 2. produzindo *fanfics*

37

Elaine Teixeira, Jéssica Oliveira de Carvalho, Thaiane Gomes e Ariádina Valentin Maia

## 3. galeria digital de releitura de pinturas: a intertextualidade como geradora de sentidos

79

Juliana Cristina Ramos Vaz, Maria Amorim Vieira Castro e Solange Maria Moreira de Campos

## 4. homem com 'h' maiúsculo?

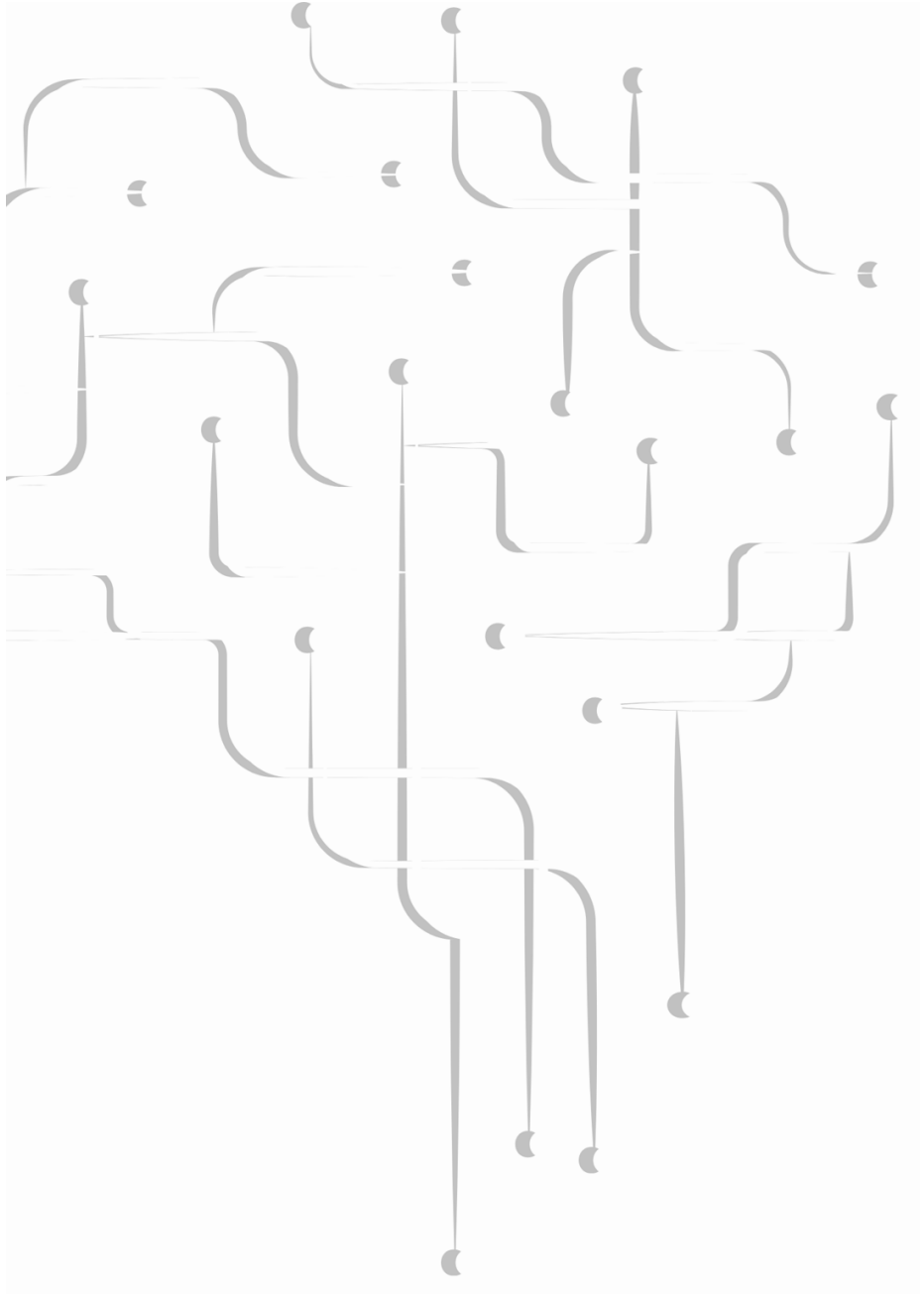
104

Samuel de Sá Ribeiro, Newton Vieira Lima Neto e Alexandra Bittencourt de Carvalho

## 5. *dismorfia* corporal

142

Alessandra H. B. Fukumoto e Lílian Aparecida Vimieiro Pascoal



# prefácio

## Tecnologia para aprendizagem e inclusão

Carla Viana Coscarelli


As tecnologias digitais estimularam a busca por formas de ensinar que incorporassem os hipertextos e a multimodalidade. Por hipertexto, entendemos as conexões que o texto traz para outros textos ou para outras partes de si mesmo. No caso dos hipertextos digitais, a hipertextualidade refere-se também aos hiperlinks que conectam os gêneros textuais que, juntos, constituem os sites, os portais, os *blogs*, as redes sociais, entre outros, possibilitando que o usuário salte de um desses lugares para outro com seus cliques.

Todos esses ambientes exploram a multimodalidade, ou seja, orquestram diversas linguagens na composição dos ambientes digitais. São cores, fontes, *boxes*, colunas, *banners*, animações, áudios, vídeos, entre outros, que se reúnem como textos a serem compreendidos e usados pelos usuários. Esse uso requer sempre uma ação do usuário, seja ela uma resposta, uma reação, um clique para aprofundar no tema ou para sair dele. São fortes também os estímulos para que os usuários se tornem produtores de conteúdos, produzindo e compartilhando seus textos, o que vai requerer deles o uso de teclados, câmeras, gravadores, editores de textos, de imagens, de áudios, de vídeos, filtros, entre outros. Além disso, requer que eles saibam como e onde compartilhar e divulgar esses conteúdos produzidos.


Lidar com esses ambientes demanda diversas habilidades de navegação, de compreensão, de produção, e envolve sempre responsabilidade e senso crítico. Todo esse universo precisa fazer parte da escola, mas, como fazer isso? Como desenvolver essas habilidades, que temas devem ser discutidos com os alunos e como explorar a contento os ambientes, recursos e ferramentas digitais? As possibilidades são muitas, mas nem sempre os professores recebem formação para isso.

Por esse motivo, depois de várias leituras e discussões teóricas, desafiei minha turma da disciplina *Letramento Digital*, do Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Universidade Federal de Minas Gerais, a elaborar atividades que desenvolvessem o letramento digital de





alunos e colaborassem para a formação de professores. Esses trabalhos foram propostos no segundo semestre de 2021, período em que foram discutidos com a turma, avaliados e reformulados. Toda essa discussão e idas e vindas dos textos acabou gerando propostas muito bem feitas e que têm muito a contribuir com os professores em suas práticas pedagógicas. Terminado o semestre, os autores reuniram essas propostas neste *e-book*, que temos agora em mãos, e que tem como objetivo oferecer aos professores ideias que eles podem colocar em prática para desenvolver o letramento digital dos alunos e, certamente, colaborar para sua formação continuada.



Não posso deixar de mencionar como foi prazeroso e enriquecedor trabalhar com uma turma tão criativa, engajada, exigente, produtiva, inteligente e animada como essa. Esperamos que este produto, feito com tanto capricho, explorando a multimodalidade, a hipertextualidade e as potencialidades dos ambientes digitais, alcance e seja usado por muitos professores para promover o letramento digital e para mostrar que as “novas práticas”, há muito desejadas por nós, são viáveis e possíveis.

Esperamos também que computadores e bom acesso à internet sejam parte da vida de todos os brasileiros, sejam parte da nossa cultura escolar e das nossas casas, colaborando assim para o processo de inclusão digital, social, cultural, política e econômica de nossos cidadãos.

*Belo Horizonte, abril de 2022*

# apresentação

Definir *Letramento Digital* e suas diversas terminologias análogas tem sido um feito cada vez mais desafiador em meio à seara de novos estudos que surgem a todo tempo. Em uma era marcada por mudanças que levam segundos, algumas definições pendem mais ao lado do substantivo, entendendo o digital como parte de um letramento de mundo que deve(ria) ocorrer independentemente do meio. Outras, enfatizam mais o adjetivo, encaixando-se primordialmente nas questões de acessibilidade e uso das novas tecnologias digitais da informação e comunicação (TDICs).

Como propõem Coscarelli e Ribeiro (2011, p. 4), entendemos *Letramento Digital* como a “[...] ampliação do leque de possibilidades de contato com a escrita também em ambiente digital (tanto para ler quanto para escrever)”. Além disso, embora utilizemos a expressão no singular, tal como Dudeney, Hockly e Pegrum (2016, p. 46), o assumimos plural – *letramentos digitais* –, no sentido de que envolvem não só uma, mas diversas “[...] habilidades individuais e sociais necessárias para interpretar, administrar, compartilhar e criar sentido eficazmente no âmbito crescente dos canais de comunicação digital”. Como esses autores, também nos preocupamos com uma prática pedagógica que enfoque o desenvolvimento de algumas habilidades essenciais deste século, entre elas: “[...] criatividade e inovação, pensamento crítico e capacidade de resolução de problemas, colaboração e trabalho em equipe, autonomia e flexibilidade” (ibid., p.17).

Ainda sobre nosso título, em **Letramento Digital e Ensino de Linguagens: coletânea didática para a prática docente**, concebemos *prática docente* de duas formas. A primeira, como todo o conjunto de atividades desenvolvidas no cotidiano escolar por profissionais da área de linguagens e suas tecnologias; a segunda, como uma real oportunidade de se *praticar* a promoção do letramento digital de maneira relativamente sistematizada, ainda que bastante flexível.

A pergunta norteadora que nos guia é: como professores(as) da área de linguagens podem desenvolver o seu letramento digital e o de seus/suas estudantes na prática? Aqui, oferecemos alguns caminhos possíveis, como alguns dos resultados de uma disciplina intitulada *Letramento Digital*, oferecida no Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), e ministrada pela Prof.<sup>a</sup> Dra. Carla Coscarelli, nome de referência da área no Brasil.

Nesta obra, apresentamos cinco propostas didáticas elaboradas no âmbito

da disciplina por – é preciso enfatizar – professores(as) autores(as), que são também mestrandos(as) e doutorandos(as) da área dos estudos linguísticos. Cada proposta, em seu conteúdo e forma, surgiu de discussões e do esforço criativo de grupos distintos de autores(as), todos comprometidos com o desenvolvimento de materiais capazes de sugerir e orientar práticas de letramento digital em aulas de linguagens, a partir de uma dimensão crítica e reflexiva, a qual considera não apenas elementos do digital, mas ainda aqueles do social. As propostas estão arranjadas em uma sequência de capítulos que visitam temas de grande relevância para a educação básica, em diálogo direto e crítico com a Base Nacional Comum Curricular – BNCC (BRASIL, 2018). Embora sejam muito mais ricas do que as nossas breves descrições as sugerem, compartilhamos, agora, um pouco sobre cada uma delas.

A **Proposta 1, *Framework para universos ficcionais no ensino de linguagens***, convida professores(as) a oferecer uma experiência de aprendizagem colaborativa a partir do que aconteceria se toda a turma concordasse em fazer parte de um universo ficcional pré-estabelecido, em um outro tempo e espaço. *Em que época estaríamos? Mudaríamos de cidade, país ou galáxia? Quem seriam os habitantes (personagens) e o que se escreveria sobre eles? Que gêneros textuais por ali circulariam? Poderíamos ter poderes mágicos?* são algumas das perguntas que subsidiam a proposta. De natureza multidisciplinar, ela se dispõe a trabalhar diversos gêneros textuais de forma interconectada e significativa. Aqui, descrições, contos, fichas, documentos e registros são mapeados, lidos e escritos para compor um universo ficcional com regras acordadas a partir do protagonismo de toda a turma.

Na sequência, também enfocando a recepção e a produção textual, a **Proposta 2, *Produzindo Fanfics***, apresenta um trabalho com o gênero *fanfiction* de forma situada e criativa em diversas mídias. Utilizando tanto a língua portuguesa quanto termos e expressões da língua inglesa, a proposta apresenta elementos da narrativa que correlacionam ficção e realidade. Ao longo da sequência, os aspectos linguísticos são trabalhados de forma indutiva e contextualizada. Além disso, diversas plataformas e exemplos bastante atuais de textos do referido gênero são apresentados.

A **Proposta 3, Galeria digital de releituras de pinturas: a intertextualidade como geradora de sentidos**, de natureza multidisciplinar, explora o mundo virtual como um grande museu em movimento e, gradualmente, leva seus visitantes à condição de autores(as) de uma exposição em uma galeria de arte digital. Assim, as dimensões da fruição, da criação e da crítica são trabalhadas triangularmente em um passeio por vários gêneros textuais. Aqui, a intertextualidade adentra diversos suportes e a dimensão visual – no ato de *ler* imagens para além da grafia – é trabalhada de maneira aprofundada.

Já na **Proposta 4, Homem com 'H' maiúsculo?**, escolhas imagéticas e linguísticas são analisadas, problematizadas e resignificadas. Partindo de anúncios publicitários de marcas de desodorantes, o roteiro de atividades de leitura crítica e multimodal evidencia a importância de se saber *ler* de que forma determinados arranjos textuais contribuem para a naturalização de estereótipos e para a constituição de sentidos universais, tais como o do padrão de uma masculinidade normativa. A proposta apresenta um trabalho sistemático com a análise de cada uma das etapas de produção desses anúncios, para, enfim, propor uma prática de retextualização comprometida com a mudança social, de modo a valorizar o agenciamento dos(das) estudantes diante de um problema textualmente mostrado: ser violento é uma regra para ser homem?

Na **Proposta 5, Dismorfia Corporal**, há um encontro crítico e produtivo entre a língua inglesa e a língua italiana para abordar uma questão que tem sido diretamente impactada pelas novas tecnologias e suas mídias: os novos padrões de beleza, que, para além de inalcançáveis, se tornaram também digitais. Em uma pluralidade de mídias disponíveis, a proposta apresenta diferentes gêneros textuais e suas funções sociais. Além disso, explora criticamente as escolhas multimodais e efeitos de sentido dos textos trabalhados.

Tecidas algumas considerações sobre a natureza das propostas, cabem algumas outras sobre a sua forma e sobre a navegação neste *e-book*. Como sabemos, para além do conteúdo, o arranjo textual de elementos semióticos, em si, desvela diversos efeitos de sentidos possíveis e, portanto, diversas formas



de se promover o letramento digital. É por isso que optamos por preservar, sempre que possível, o texto, as chamadas, as atividades, a diagramação, as fontes e as cores de cada proposta tal como foram pensadas originalmente. Assim, a diferença estilística percebida numa rápida navegação por este *e-book* é, mais do que proposital, propositiva.

Cada proposta começa com uma capa com um quadro de informações básicas que apresenta o tema, o público-alvo, os principais assuntos, os gêneros textuais, as disciplinas envolvidas e de que forma se vincula a habilidades da BNCC. Além disso, os títulos do sumário são clicáveis, o que permite uma navegação mais fluida. Para retornar ao sumário, um *link* é disponibilizado na parte inferior da capa e da última página de cada proposta.

Com pequenas alterações, cada proposta pode contemplar também outras disciplinas e ser trabalhada com outros públicos-alvo. Embora conversem muito bem uma com a outra na ordem apresentada, as propostas funcionam em qualquer sequência e também individualmente. Cabe, portanto, ao(a) professor(a) decidir como melhor aproveitar os recursos que aqui oferecemos. Mais do que seguir cada uma das propostas didáticas disponibilizadas, é nosso intuito que os materiais sirvam como inspiração para o delineamento de novas atividades em ambientes digitais já utilizados por uma parcela de professores(as) no dia a dia escolar, tais como o Microsoft Word, o Google Docs e o mais recente Canva.

Esperamos que este *e-book* possa contribuir com o trabalho daqueles(as) a que se direciona: professores(as) comprometidos(as) com práticas pedagógicas inovadoras e, antes de tudo, potencialmente transformadoras.

Newton Vieira Lima Neto,  
em nome dos Organizadores

#### Referências

BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular**. Brasília, 2018.

COSCARELLI, Carla; RIBEIRO, Ana Elisa. **Letramento digital**: aspectos sociais e possibilidades pedagógicas. 3. ed. Belo Horizonte: Ceale: Autêntica, 2011.

DUDENEY, Gavin.; HOCKLY, Nicky.; PEGRUM, Mark. **Letramentos digitais**. MARCIONILO, M. (Trad.). São Paulo: Parábola, 2016.




# framework para universos ficcionais

no ensino de linguagens

<b>Disciplinas</b>	Língua Portuguesa, Redação e Literatura
<b>Público-alvo</b>	Estudantes do 8º e 9º ano do Ensino Fundamental (adaptável também para o Ensino Médio)
<b>Gêneros Textuais</b>	Conto (adaptável para outros gêneros textuais)
<b>Assuntos</b>	Escrita criativa, ficção, gêneros textuais, análise de textos, leitura e produção de textos multimodais
<b>Na BNCC</b>	EF69LP07   EF69LP08   EF69LP44   EF69LP47

**Carlos Henrique R. Valadares**  
**Carolina Duarte Garcia**





## *Framework* para universos ficcionais no ensino de linguagens

Olá, professor/a! Apresentamos a você um *framework* para o trabalho com diversos gêneros textuais em sua sala de aula. Se você é professor/a de Linguagens (Língua Portuguesa, Redação e Literatura) e gosta de incentivar a **escrita criativa e colaborativa** de seus alunos, você vai gostar desta proposta.

Escolhemos utilizar o termo *framework*, do inglês “estrutura”, ao nos referirmos a nossa proposta, pois ela se trata de uma **estrutura planejada** para ser adaptada a diversos contextos escolares, como um **molde** a ser preenchido por você. Aqui estamos dando início a uma grande sequência de aulas de linguagens.

Nesta proposta, trabalharemos com o **gênero textual conto**, mas você pode adaptá-la a outros gêneros, dando continuidade à nossa ideia. Além disso, as aulas foram pensadas para estudantes do 8º e 9º ano do Ensino Fundamental, mas você também pode trabalhá-la no Ensino Médio.

Vamos conhecer um pouquinho mais sobre os universos ficcionais?



## Os universos ficcionais

Imagine a cena: Algumas crianças estão em um parquinho, brincando. João pula os edifícios imaginários com seu boneco; Ana está andando com a boneca dentro de um carro e Luíza está desenhando. Nessa pequena comunidade, **três narrativas são unidas em um único universo**, acordado e construído pelas crianças: João está “salvando a cidade” com seu super-herói, Ana é a espiã ultrassecreta que investiga toda a situação e Luíza, a repórter, que faz as imagens da cena.

Em outro momento, vemos João, Ana e Luíza em volta de uma mesa, jogando um jogo de RPG chamado “*Mutantes e Malfeitores*”, em que o papel de cada um na primeira brincadeira é mantido. Agora, Ana é capaz de controlar qualquer objeto com a mente e Luíza pode desenhar os possíveis perigos antes mesmo que estes aconteçam.

Após um dia de muitas brincadeiras e diversão, os três vão para casa, e, na frente do computador, descrevem as suas grandes aventuras, desenhando, interagindo e **produzindo inúmeros gêneros textuais** para contar sua história. João estava comandando um “caçador solitário”, que prefere usar poucas palavras para dizer o que sente, e, por isso, é um poeta. Ana é uma jovem espiã muito aventureira, que descreve com detalhes um “relatório de campo” de como foi sua missão. Luíza junta suas imagens em uma reportagem inédita, com direito a gravações (*remixes* de vídeos da internet editados por ela).

Todos os textos são publicados dentro de um mesmo site, **criado para contar a história do trio**. Descrições, fichas, documentos, registros, tudo claramente mapeado e colocado à disposição de outros que, assim como eles, também criam seus universos e suas histórias.

Em um mundo repleto de “universos cinematográficos”, *prequels*, *sequels* e *fandoms*, nós aprendemos que as histórias devem fazer sentido em um universo de regras pré-estabelecidas. O super-homem (da *DC Comics*) não vai lutar contra os Vingadores (da *Marvel*), e qualquer pré-adolescente que ouça essa frase vai te olhar torto e perguntar se você entende do que está falando.

Universos ficcionais como o de João, Ana e Luíza se popularizaram não apenas pelas **inúmeras histórias únicas** que são produzidas neles, mas também por nos permitirem explorar, de maneira **contínua e comunitária**, certas regras e definições que só podem fazer sentido em um universo estabelecido – e que nem sempre depende de obras já preexistentes e publicadas, como veremos a seguir.

A [fundação SCP](#)<sup>1</sup> (com tradução em português disponível [aqui](#)) conta com milhares de contribuições em um catálogo de "anomalias" capturadas para estudo por uma “organização ultrassecreta” que controla inúmeros setores da nossa sociedade há anos. Todo o site é feito e administrado por uma comunidade que revolve em si mesma; **os textos produzidos comunicam entre si** (com referências e *hiperlinks* para outros textos, em um formato semelhante a documentos científicos), são categorizados e avaliados periodicamente em concursos para definir quais contribuições são “aceitáveis” para participar do cânone oficial.

Os textos publicados na fundação SCP, ou em outros sites de **universos ficcionais**, obedecem a regras de um mundo diferente do nosso, e seus participantes produzem **os mais diversos gêneros textuais** para contarem histórias inéditas e criativas.

---

<sup>1</sup> Em inglês: *Secure, Contain, Protect*. O site é uma *wiki* de textos *fictícios* criados por seus usuários para “catalogar anomalias” por meio de histórias, de documentos e de outros arquivos, sem vínculo com a realidade.

Para entender de maneira simples os universos ficcionais, pense em uma biblioteca das “Grandes Navegações” que pode ter cartas de navegantes, cartas de amor entre tripulação e seus cônjuges (na terra natal), poesias marítimas, romances sobre o mar e suas aventuras. Já um “repositório vampírico” pode conter documentos de “acordos secretos”, relatório de informações de grupos rivais, receitas de rituais mágicos, notícias de jornal sobre situações inusitadas, narrativas contando histórias dos personagens, entre outros textos.

Todos os gêneros e textos citados anteriormente **existem colaborativamente** para dar sentido ao “universo” do qual fazem parte. Como vimos, há uma **relação comunitária** presente nos universos ficcionais estabelecidos por uma determinada comunidade. Pensando nisso, a proposta de aulas apresentada neste trabalho, a qual chamamos de *framework*, busca traduzir essa experiência em uma **possibilidade integrativa** para a sala de aula, por meio de direções e de ideias que podem ser realizadas por você, professor/a.

Muito mais do que trabalhar gêneros textuais de forma isolada em sala de aula, nosso *framework* te auxiliará a planejar aulas de linguagens em que diferentes textos estão **conectados entre si**, formando um universo criativo e coerente para a construção coletiva de uma história.

Acreditamos que essa proposta pode ser realizada tanto em turmas pequenas como em grupos da escola, a **nível multidisciplinar**. Além disso, ela terá como base o gênero textual conto, mas esse gênero será apenas o primeiro passo para a **construção de um universo ficcional** com seus alunos, já que esse universo demanda a coexistência de vários gêneros para que faça sentido.

Aqui, profe., você é autor/a e também colabora com nosso trabalho.

## O que isso tem a ver com linguagem?

Os universos ficcionais são **multimodais** por natureza, uma vez que oferecem uma ampla possibilidade de **explorar diversos gêneros**, sejam estes escritos, falados ou visuais (e a mistura deles). A multimodalidade também está presente nos seus meios de divulgação, muitas vezes em sites e em *wikis*, administrados e compartilhados pela própria comunidade que produz esses universos.

Ao explorarmos os **universos ficcionais** em sala de aula, podemos:

- Desenvolver atividades que estimulem o letramento digital dos nossos alunos;
- Trabalhar diversos gêneros textuais de forma conectada e significativa;
- Identificar gêneros textuais, suas características e diferenças;
- Estimular um trabalho de escrita criativa e colaborativa entre os estudantes;
- Estudar a linguagem e as suas variações regionais/temporais;
- Produzir conteúdo significativo com *feedback* dos próprios alunos;
- Trabalhar com princípios básicos do *design*, criando, editando e (re)mixando textos, imagens e vídeos.



## É do que eu preciso?

O primeiro ingrediente deste trabalho que pedimos a você, profe., é **disposição**. Como se trata de uma proposta didática, sua implementação depende do preparo (seu e de seus alunos) para definir diferentes aspectos das atividades. Muitas partes desta proposta estão em aberto **para que você escolha** se irá deixar definido antecipadamente ou se pedirá a contribuição de seus alunos. (Se quiser fazer um trabalho **multidisciplinar** com o/a profe. de história, por exemplo, é interessante definir algumas regras antecipadamente).

Depois, temos as partes mais tateis:

- Acesso a um computador ou a um celular e à Internet;
- Um editor de texto, para a produção de cada aluno, como o *Google Docs*, o *Microsoft Office* ou o *OnlyOffice*. Usar o recurso de edição colaborativa pode ser interessante para acompanhar as produções antes da publicação;
- Uma plataforma para a publicação dos textos, para que possam ser acessados, editados e compartilhados pelos alunos, caso queiram. Sugerimos ferramentas de *wiki*<sup>2</sup> como a [wikidot.com](http://wikidot.com) ou [fandom](http://fandom.com), ou mesmo a criação de um site no [Google Sites](http://Google Sites) ou [Blogger](http://Blogger). Você também pode criar perfis em redes sociais para isso.

A seguir, apresentamos o **passo a passo** para as aulas.

---

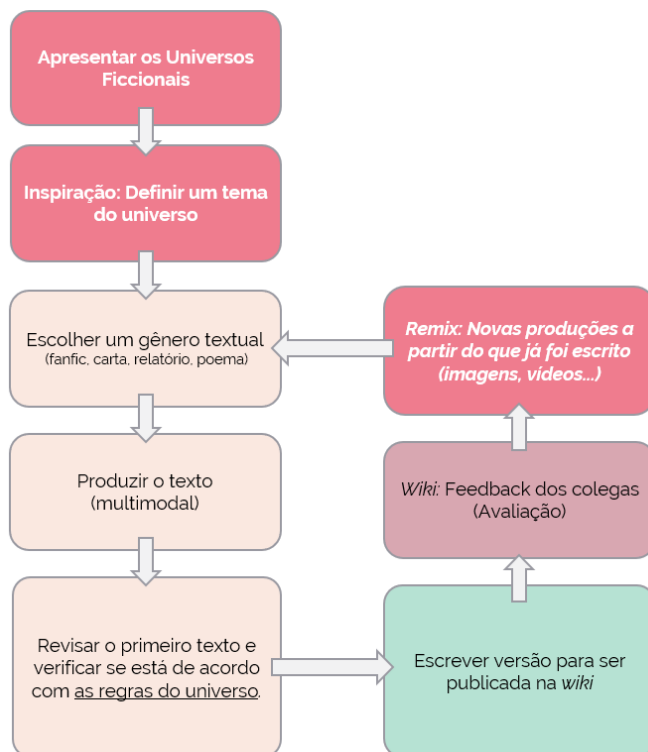
<sup>2</sup> *Wiki* é uma ferramenta de *software* que permite a edição de um texto de forma colaborativa. Os participantes podem escrever e editar textos em um site da *web*.

## Passo a passo para as aulas

Apresentaremos a você, profe., as **três aulas** sugeridas para o trabalho com os universos ficcionais. À medida que apresentamos as aulas, faremos reflexões sobre os métodos escolhidos, visando um trabalho **crítico, criativo e colaborativo** com sua turma.

Para esclarecer de maneira visual nossa proposta com o *framework*, montamos um “quadro de execução”:

Figura 1 – Esquema de atividades textuais para universos ficcionais.



Fonte: Autoria própria.

O quadro anterior é inspirado na sequência sugerida por York (2019) com o *Framework Kotoba Rollers*, uma proposta que visa, no decorrer de várias seções de um determinado jogo (*videogames* ou jogos de mesa), conceder mais autonomia e liberdade aos alunos na produção e no reconhecimento de seus próprios aprendizados, apoiado nas teorias de ensino baseado em tarefas (*Task-Based Language Teaching*). Segundo York (2019, p. 68, tradução nossa),

É um caminho linear, incluindo um rigoroso apoio no começo, e gradualmente dá aos estudantes mais agência e responsabilidade ao decorrer do curso. Ele conclui com os estudantes criando os seus próprios grupos de jogos, escolhendo, aprendendo e jogando um jogo como também avaliando o seu progresso e habilidade linguística.<sup>3</sup>

Nossa proposta, apesar de não se apoiar no uso de jogos, também visa dar aos estudantes a oportunidade de que eles decidam os diferentes aspectos do universo ficcional sobre o qual o ensino será apoiado. Isso não quer dizer que você como profe. perderá seu papel de decisão: caso queira se adequar aos requerimentos do currículo ou planejamento escolar, cabe a você adaptar os gêneros, as atividades, o tempo e as maneiras de avaliação a serem adotadas. Imagine que o *framework* de universos ficcionais são os materiais para a **construção de uma casa a ser planejada por você e pelos seus alunos.**

Após essa breve explicação, iniciaremos a apresentação das aulas.

---

<sup>3</sup> No original: *It is a linear path, including rigorous scaffolding at the start, and gradually gives students more agency and responsibility as they go through the course. It concludes with students creating their own gaming groups, choosing, learning, and playing a game as well as evaluating their progress and language ability throughout* (YORK, 2019, p. 68).

## Aula 1: Reconhecendo o gênero conto

Conforme explicamos, diversos gêneros textuais coexistem entre si, na criação de um universo ficcional, para que as pessoas que fazem parte dele possam contar suas histórias. Tendo isso em vista, a primeira aula de nossa sequência será sobre o reconhecimento de um gênero textual narrativo, o conto, que pode ser mobilizado na construção de universos ficcionais.

Optamos, nesta primeira aula de exemplo, por trabalhar com o gênero conto por este ser um gênero comumente encontrado em universos ficcionais. No entanto, essa aula pode, evidentemente, ser aplicada a outros gêneros textuais, tais como crônicas, *fanfics*, poemas, cartas, entre outros.

### Primeiro momento

No primeiro momento da aula, apresente a situação de produção do gênero conto aos seus alunos. Para isso, realize perguntas direcionadas à toda a sala:

- Quem aqui já leu um conto? De que tipo?
- O que vocês sabem sobre os contos?
- Quem os escreve? E quem os lê?
- Aparecem apenas em textos escritos ou também podem ser compostos por imagens e por vídeos?

Esse momento é importante para oferecer à turma uma contextualização sobre a situação de comunicação a qual ela deverá agir.

Após isso, os estudantes já saberão com qual gênero irão trabalhar. É necessário, então, estimular o **reconhecimento do gênero conto**.

## Segundo momento

Apresente à turma, no segundo momento da aula, um exemplo de conto já existente.

Sugerimos trabalhar com contos encontrados na internet que podem ser impressos e levados para a turma ou com algum conto que faça parte do seu livro didático.

Algumas sugestões são os contos de **Conceição Evaristo** presentes no livro **Olhos d'água**.

Contos disponíveis [aqui](#) e [aqui](#).

Livro encontrado [aqui](#).



Capa do livro  
Fonte: [Pallas Editora](#)



Conceição Evaristo  
Fonte: [Correio](#)

**Para saber mais:** Olhos d'água é um livro escrito por Conceição Evaristo e publicado em 2014. Ele reúne 15 diferentes contos em que a autora constrói personagens e situações baseadas no cotidiano da comunidade afro-brasileira e em experiências e vivências de pessoas negras, em especial as mulheres.

Conceição Evaristo é uma escritora nascida em 1946, em Belo Horizonte, Minas Gerais. É formada em Letras e Doutora em Literatura Comparada, além de ativista de movimentos sociais pela valorização da cultura negra no Brasil.

Se quiser conhecer mais sobre o livro e sobre a autora, clique [aqui](#)<sup>4</sup> e [aqui](#)<sup>5</sup>.

- **Realize uma leitura guiada** do conto escolhido, colocando no quadro (ou apresentando) os seguintes questionamentos:
  - **O que é dito nesse trecho? Como o/a autor/a escolhe iniciá-lo?**
  - **Como os parágrafos de desenvolvimento são organizados?**
  - **Quais informações são encontradas aqui? Para que servem?**
  - **O que o/a autor/a pretende nos informar com isso?**
  - **Quais elementos aparecem para construção desse texto?**

A depender do conto escolhido, **perguntas mais específicas** podem ser mobilizadas abordando diretamente seu **conteúdo**. Você pode escolher trabalhar com conteúdos que despertem discussões relevantes ao momento e ao contexto de sua sala de aula.

<sup>4</sup> Texto de Cruz (2022). Ver referências.

<sup>5</sup> Texto disponível em Literafro (2022). Ver referências.

Ao escolher trabalhar o livro **Olhos d'água**, de Conceição Evaristo, você irá se deparar com um estilo de escrita denominado "Escrevivência", em que a autora escreve sobre vivências, lembranças e sobre seu próprio cotidiano.

- Por exemplo, o conto **Olhos d'água**, que dá nome ao livro, traz a narrativa de uma mãe negra e pobre que cuida de seus filhos. O conto é narrado por uma de suas sete filhas que, ao relembrar as histórias da infância de sua mãe, admite que tais lembranças se confundem com suas próprias vivências. Ao trabalhar este conto, explore temas sobre desigualdade social, fome e pobreza.

Outras análises dos contos de Conceição Evaristo podem ser encontradas [aqui](#)<sup>6</sup> e [aqui](#)<sup>7</sup>.

- Durante a leitura guiada, é importante que você oriente seus alunos a **anotarem as principais características dos contos** para que, ao fim da leitura, os passos para o planejamento de um conto possam ser visualizados. Lembre-se de enfatizar que, por ser um gênero do tipo textual narrativo, os contos devem apresentar um enredo, narrador, personagens, tempo e espaço.

A partir desse momento<sup>8</sup>, seus alunos poderão reconhecer as principais características do gênero conto, **construídas de forma colaborativa** entre você e toda sua turma. Além disso, atividades como essa não induzem os alunos a decorarem conceitos prontos, mas sim almejam a compreensão efetiva do funcionamento de um gênero a partir do **entendimento, vocabulário e raciocínio do próprio estudante**.

## Terceiro momento

No terceiro momento da aula, os estudantes já deverão possuir um maior conhecimento sobre o gênero conto. É necessário, então, colocar esse conhecimento em prática.

- Após a leitura guiada feita em sala, peça aos alunos que escolham juntos **5 palavras-chave** que melhor resumem o conto trabalhado no segundo

<sup>6</sup> Texto de Mattos (2018). Ver referências.

<sup>7</sup> Texto de Soares (2015). Ver referências.

<sup>8</sup> Etapa inspirada no trabalho de Motta-Roth (2002, p. 93), em que, ao descrever o gênero resenha acadêmica, a autora identificou alguns movimentos retóricos, ou seja, passos e características na construção desse gênero. Consultar as referências ao final do trabalho.

momento desta aula. À medida que eles falarem as palavras-chave escolhidas, você pode anotá-las no quadro da sala.

- Em seguida, solicite que cada um dos alunos **escolha uma** dentre as cinco palavras sugeridas e que a anote em seu caderno. Explique que, como dever de casa, eles deverão buscar pela palavra-chave em um banco de imagens a fim de escolher uma imagem sobre a qual gostariam de escrever um parágrafo de um conto.
- Alguns exemplos de bancos digitais gratuitos de imagens são: [Pixabay](#), [Freepik](#), [Free Imagens](#) e [Pexels](#).

Veja como orientar seus alunos para essa atividade:

- **Em casa, busque pela palavra-chave em um banco digital de imagens indicado e escreva um parágrafo de um conto inspirado na imagem que você escolheu. Não se esqueça das principais características e dos elementos desse gênero. Imprima a imagem (ou poste no nosso mural *on-line*)<sup>9</sup> e coloque sua fonte. Use sua criatividade!**

Ao escrever o parágrafo, o aluno terá a oportunidade de colocar em prática o que aprendeu na aula, como uma espécie de **ensaio** para a produção final. Além disso, ao fazer essa atividade, o aluno será, também, incentivado a desenvolver o que chamamos de **tópico frasal**, que é a ideia central de um parágrafo (neste caso, desenvolvida a partir da observação da imagem escolhida por ele). Essa prática é muito importante para aprimorar as habilidades de escrita dos estudantes na aula de Redação.

Por fim, lembre os alunos de trazerem suas produções para a próxima aula, discutida a seguir.

---

<sup>9</sup> Na possibilidade de salas de aula conectadas ou de turmas com aparelhos celulares e computadores, sugerimos a criação de um quadro no [Padlet](#), [Whatsapp](#), [Google Jamboard](#), ou em outros serviços similares, a fim de que os alunos compartilhem as imagens escolhidas por eles com os colegas e com você, profe.

## Aula 2: Apresentando a proposta dos universos ficcionais

Nesta aula, você irá apresentar a proposta do universo ficcional aos seus alunos a fim de que eles definam o tema, suas regras e conceitos básicos para a produção final.

### Primeiro momento

No primeiro momento da aula, retome a produção que foi solicitada aos alunos ao final da aula 1.

- Pergunte se eles tiveram alguma dificuldade ou se gostaram de escrever o parágrafo com base em uma imagem e responda a quaisquer dúvidas que eles possam ter;
- Diga que ainda nesta aula você irá trabalhar a produção deles, mas, antes, precisa entrar em um outro assunto.

### Segundo momento

No segundo momento, apresente a proposta dos universos ficcionais aos seus alunos.

- Introduza dizendo a eles que, ao escolherem uma imagem e escreverem um parágrafo de um conto sobre ela, eles criaram um **universo ficcional** onde coexistem personagens, narradores, tempo e espaço definidos por eles, com regras próprias a serem seguidas. Ou seja, **eles foram os autores** de um universo originado a partir de uma imagem escolhida por eles.

A ideia de autoria deve ser salientada porque é importante que os alunos compreendam que **eles podem criar, produzir e editar textos utilizando suas próprias ideias, com autonomia, colaboração e criatividade.**



**Explique** aos seus alunos a ideia central dos universos ficcionais, enfatizando que eles oferecem uma oportunidade de **escrita criativa** dentro e fora da sala de aula. Nessa proposta, eles podem ser os autores de textos com enredo, personagens, tempo e espaço **únicos, inusitados e divertidos**.

- Conforme explicamos na introdução desta proposta, os universos ficcionais, a exemplo do site da fundação SCP, são criados por pessoas que interagem de **forma colaborativa** criando e editando textos que fazem parte do novo universo criado. Nesses espaços, não existe apenas um texto, mas sim vários textos e gêneros textuais que, juntos, compõem a criação de um universo e contam a história dos indivíduos que fazem parte dele.

Provavelmente, seus alunos terão muitas dúvidas, pois trata-se de uma proposta nova. Contudo, acreditamos que, por ser uma ideia que mobiliza um universo criativo, em que muitos deles já estão inseridos, esta será uma aula proveitosa e que tem o potencial de despertar a curiosidade de seus alunos.

## Terceiro momento

No terceiro momento da aula, retomando a produção solicitada ao final da aula 1, peça à turma que forme grupos de aproximadamente 4 ou 5 alunos e faça **a leitura dos parágrafos que foram produzidos em casa**.

- Nesse momento, oriente seus alunos a observarem o universo escolhido pelos seus colegas: presença de narradores, personagens, tempo e espaço.
- Reunidos, os grupos deverão fazer **uma votação para escolherem qual universo despertou mais o seu interesse**.

- Explique que essa votação deve acontecer para que a turma decida com **qual universo irá trabalhar** na próxima produção textual, em que será desenvolvido um único universo ficcional.
- Mesmo que o objetivo da votação sugerida seja o de escolher um universo ficcional único para que os estudantes criem suas histórias, dê a oportunidade a eles de que, caso queiram, possam retomar o texto que eles elaboraram individualmente na produção do parágrafo inicial, pensando na maneira em que os personagens e o enredo elaborados ali possam ser aproveitados e adaptados (**remixados**) para fazerem sentido na construção desse novo universo ficcional. Assim, a produção inicial de seus alunos não será descartada, e sim **aproveitada nas outras aulas**.
- Caso queira, após a votação entre grupos menores, faça outra votação com a sala toda, de maneira a trabalhar a partir das regras de um único universo ficcional.
  - Lembre os seus alunos que os textos produzidos nos universos ficcionais tratam-se de **escritas colaborativas e não competitivas**, por isso, a votação é importante.

Para evitar tumultos, transite pelos grupos questionando sobre os parágrafos que seus alunos escreveram, as imagens que escolheram, quais foram as impressões deles a respeito dos textos de seus colegas. Se necessário, ajude-os a escolherem o universo na hora da primeira votação.

Ao final desse momento, os alunos já terão definido com qual universo ficcional irão trabalhar. Essa definição, de forma democrática, é importante, pois o universo que os alunos escolheram **será a base para toda produção textual desta sequência de aulas**, guiando as escolhas de linguagem,

personagens, tempo, espaço e enredo que os estudantes deverão utilizar em suas produções futuras.

## Quarto momento

- Finalize sua aula orientando a turma para que faça, em casa, a **primeira produção completa do gênero conto**. Incentive o uso de imagens ou vídeos que venham complementar o texto escrito. As imagens podem ser retiradas dos mesmos bancos de imagens que sugerimos na aula 1.
  - Caso queira, essa produção poderá ser feita em duplas, com o uso de editores de texto colaborativos, como o *Google Docs*.

Como explicamos, até aqui incentivamos o trabalho com o gênero conto, mas ressaltamos que, para que o universo ficcional faça sentido, em outras aulas você deverá mobilizar **outros gêneros textuais** dentro do mesmo universo estabelecido com sua turma.

A seguir, apresentaremos a **aula 3**.

## Aula 3: Revisando e preparando o texto para publicação

Com os contos já desenvolvidos em casa, os alunos utilizarão essa aula para coletar o *feedback* de suas produções e para revisar os seus textos.

### Primeiro momento

No **primeiro momento**, serão revisados os aspectos literários relacionados ao universo criado, de maneira colaborativa.

- Para isso, **junte os alunos em grupos** para realizar a leitura dos textos produzidos. O objetivo dessa leitura é **verificar se há coerência entre o que foi estabelecido na aula anterior e os textos produzidos**.
- Caso haja textos que não sejam coerentes ao universo ficcional estabelecido na aula 2, peça aos alunos que reflitam: “Como podemos inserir esse texto nesse universo? O que podemos alterar?”.

### Segundo momento

No segundo momento, cabe a você, profe., ajudar na **revisão de aspectos lexicais e gramaticais** das produções. É aqui que poderão ser verificadas questões textuais quanto à forma com que o gênero conto está sendo trabalhado e quais as alterações possíveis para que o texto se torne coeso e coerente.

- Você poderá **aproveitar esse momento** para compartilhar regras e explicações, por exemplo, caso identifique que seus alunos tiveram mais dificuldades com questões pertinentes à construção do gênero conto, como escolhas de personagens, tempo e espaço, ou questões mais

específicas, como uso adequado de mecanismos linguísticos característicos ao gênero solicitado.

## Terceiro momento

No terceiro momento da aula, **explique** a maneira com que os textos produzidos pelos alunos serão publicados.

- Apresente o site escolhido onde as produções ficarão hospedadas e prepare, previamente, um breve tutorial sobre como publicar na plataforma de sua escolha. Sugerimos algumas ferramentas de *wiki*: [wikidot.com](http://wikidot.com) e [fandom](http://fandom.com). Uma outra opção também é a criação de um site no [Google Sites](http://Google Sites) ou [Blogger](http://Blogger.com).

Você pode, ainda, utilizar as redes sociais como espaço de publicação e divulgação dos textos de seus alunos. Se escolher esta opção, crie uma conta no *Instagram* ou no *Facebook*, com um nome sugerido pela turma, e poste os textos dos alunos com imagens e vídeos escolhidos por eles.

Tanto o site quanto as redes sociais podem ser **alimentadas durante todo o semestre** em que você irá trabalhar com os universos ficcionais, expandindo-os a partir da produção de outros gêneros textuais.

Se possível, capriche no estilo e no tema do site, para que os alunos sintam-se **realmente imersos** no universo escolhido. Lembre-se de que é uma construção colaborativa, e **você, profe., também é um/a colaborador/a!**

## Quarto momento

Ao final desta aula, peça aos alunos que, em casa, **publiquem as produções** no site criado e **comentem as publicações** de seus colegas. Se optar pela criação de uma rede social, solicite aos alunos que encaminhem os textos para serem divulgados.

- Os textos publicados poderão ser usados para a avaliação na produção do material.

Assim, finalizamos a terceira e última aula de nossa proposta. A nossa intenção, profe., foi a de apresentar uma breve sequência didática a partir do uso de universos ficcionais para que você **incentive a produção de diversos gêneros textuais de forma significativa** para seus alunos.

A continuidade desta proposta **cabe a você!**

A seguir, você pode conferir uma série de **perguntas e respostas** que podem te auxiliar a dar **continuidade** a essa sequência de aulas.

## Indo além...

Deixamos, neste espaço, pontos que poderão ser abordados para complementar suas aulas, seja para estender a atividade ou mesmo para expandi-la em outros contextos.

- **Ao final das três aulas, temos um site e algumas contribuições. E se os alunos gostaram de fazer e postar produções nele?**
  - Você pode **repetir o processo de criação**, definindo gêneros novos a serem trabalhados! A narrativa da aventura de um personagem pode virar uma carta, um relatório ou um documento, por exemplo. Como já explicamos, para a construção de um universo ficcional, é importante que vários gêneros textuais coexistam a fim de contar uma história!
- **Devo fazer universos diferentes para cada turma para dar continuidade a essa proposta?**
  - Não necessariamente! É possível expandir essa atividade fazendo uma votação entre turmas, anos, séries, e depois pedir a produção em um mesmo universo! Imagine uma escola de bruxos em que todos tiveram que escrever a receita de uma poção como dever de casa? As possibilidades são infinitas!
- **E o contrário? Tenho que fazer um mesmo universo para a turma toda?**
  - Caso queira, podem ser atividades para grupos menores, de uma forma menor e mais comprimida. Os grupos podem, então,

explorar os sites dos outros, vendo e comentando nas postagens. Assim, você incentiva uma produção significativa e colaborativa!

- **Eu tenho uma ideia de universo que gostaria que os alunos explorassem. Posso?**

- Claro que sim! Você pode tanto permitir que os alunos escolham seus próprios universos quanto pode fazer a própria escolha sobre o universo com que eles irão trabalhar, caso isso seja relevante em um contexto multidisciplinar/histórico, ou mesmo para evitar possíveis atritos entre os alunos. Lembre-se de definir com exatidão o universo a ser desenvolvido, suas regras e quais gêneros textuais serão trabalhados nas aulas.

- **Só posso trabalhar com textos escritos?**

- Não! Pode pedir a reedição de imagens, montagem de vídeos, pode criar mapas em jogos... Solte sua imaginação! Defina o que deve ser explorado e permita que os alunos fiquem livres para produzirem aquilo que quiserem e que os motivem. Lembre-se de adicionar ao site como uma forma de *feedback positivo* para as contribuições.

**Gostou da nossa proposta? Tem alguma dúvida? Vai utilizá-la em sua sala de aula?**  
Escreva para gente, conte sua experiência e compartilhe sugestões:

Carolina Duarte Garcia – [duartecarolina@ufmg.br](mailto:duartecarolina@ufmg.br)

Carlos Henrique Rodrigues Valadares – [carlosvaladares@umfg.br](mailto:carlosvaladares@umfg.br)



## REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular**. 2018. Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/a-base>. Acesso em: 31 de jan. 2022.

CRUZ, Adélcio de Souza. Revelações de Olhos d'água. *In: Literafro*, 2021. Disponível em: <http://www.letras.ufmg.br/literafro/resenhas/ficcao/70-conceicao-evaristo-revelacoes-de-olhos-d-agua>. Acesso em: 24 jan. 2022.

EVARISTO, Conceição. Conceição Evaristo (dados biográficos). *In: Literafro*, 2022. Disponível em: <http://www.letras.ufmg.br/literafro/autoras/188-conceicao-evaristo>. Acesso em: 24 jan. 2022.

MATTOS, Gabriela. [Resenha] A sensibilidade de Conceição Evaristo em "Olhos d'água". *In: Blog Estante Virtual*, 2018. Disponível em: <https://blog.estantevirtual.com.br/2022/02/21/resenha-a-sensibilidade-de-conceicao-evaristo-em-olhos-d-agua>. Acesso em: 24 jan. 2022.

MOTTA-ROTH, Désirée. A construção social do gênero resenha acadêmica. *In: MEURER, J. L.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs.) Gêneros textuais e práticas discursivas: subsídios para o ensino de linguagem*. Bauru, São Paulo: EDUSC, 2002.

SCP Foundation. Disponível em: <https://scp-wiki.wikidot.com>. Acesso em: 24 jan. 2022.

SOARES, Cael. Análise de Olhos D'água, de Conceição Evaristo. **Nave Literatura**, 2015. Disponível em: <http://www.naveliteratura.com/2015/11/analise-de-olhos-d-agua-de-conceicao.html>. Acesso em: 24 jan. 2022.

YORK, James. "Kotoba Rollers" walkthrough: Board games, TBLT, and player progression in a university EFL classroom. **Ludic Language Pedagogy**, V. 1, p. 58-114, 2019. Disponível em: <https://llpjournal.org/2019/10/23/york-kotoba-rollers-walkthrough.html>. Acesso em: 24 jan. 2022.

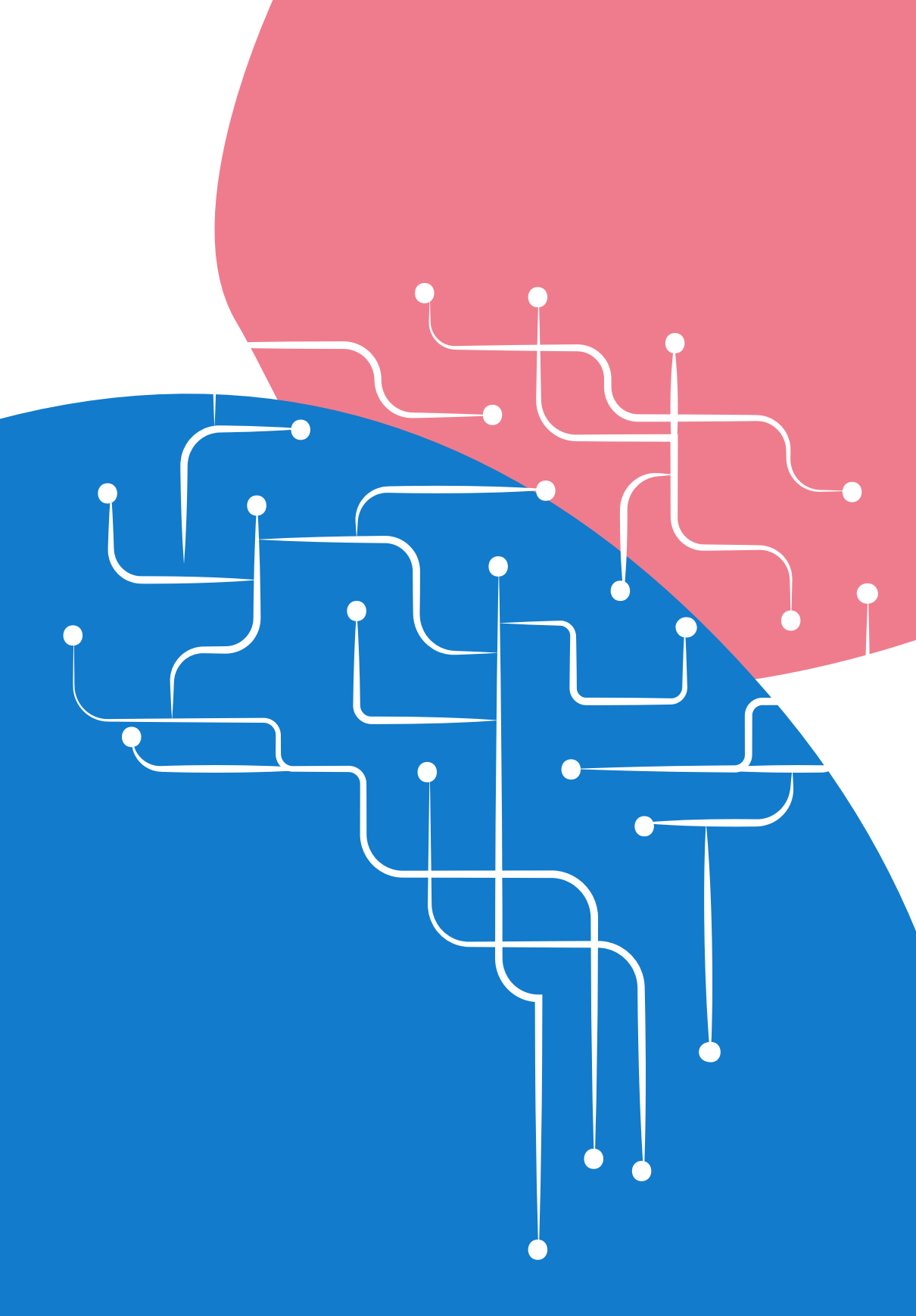
# sobre os autores

**Carlos Henrique Rodrigues Valadares** é graduado em Letras Português/Inglês pela Universidade Federal de Viçosa (UFV). Atualmente, é mestrando em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Minas Gerais (Poslin/UFMG), na área de Linguística Aplicada (Linguagem e Tecnologia). Seus interesses de pesquisa são: uso de videogames para o ensino de línguas, ensino e aprendizagem de língua inglesa, letramento digital e multiletramentos. E-mail: [carlosvaladares@ufmg.br](mailto:carlosvaladares@ufmg.br)



**Carolina Duarte Garcia** é graduada em Letras Português/Literaturas de Língua Portuguesa pela Universidade Federal de Viçosa (UFV). Atualmente, é mestranda em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Minas Gerais (Poslin/UFMG), na área de Linguística Aplicada (Linguagem e Tecnologia). Seus interesses de pesquisa são: leitura e produção de textos em língua portuguesa, gêneros textuais, letramento digital e multiletramentos. E-mail: [duartecarolina@ufmg.br](mailto:duartecarolina@ufmg.br)





# produzindo *fanfics*

<b>Disciplinas</b>	Língua Portuguesa e Língua Inglesa
<b>Público-alvo</b>	Estudantes da 1ª Série do Ensino Médio, adaptável para outros segmentos
<b>Gêneros Textuais</b>	<i>Fanfic</i> , mas com abordagem também dos gêneros Verbetes e <i>Meme</i>
<b>Assunto</b>	Produção de textos no ambiente digital
<b>Na BNCC</b>	EM13LP16   EM13LP53



Elaine Teixeira  
Jéssica Oliveira de Carvalho  
Thaiane Gomes  
Ariádina Valentin Maia

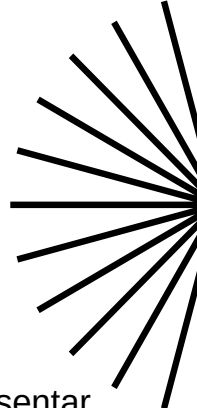
# A PRODUÇÃO DE TEXTO NO AMBIENTE DIGITAL



Com o surgimento de novas tecnologias digitais, surgiram também diferentes meios de comunicação, como redes sociais e plataformas de interação virtual, que, por conseguinte, transformaram os meios de interação e a linguagem utilizada em cada um deles. O compromisso da escola passa a ser, então, o de preparar os alunos para o futuro, desenvolvendo neles habilidades como criatividade e inovação, pensamento crítico e capacidade de resolução de problemas, colaboração e trabalho em equipe. Tais competências, hoje, estão conectadas ao letramento digital, definido como "habilidades individuais e sociais necessárias para interpretar, administrar, compartilhar e criar sentido eficazmente no âmbito crescente dos canais de comunicação digital" (DUDENEY; HOCKLY; PEGRUM, 2016, p.17).

Nesse viés, torna-se necessário refletir sobre as potencialidades dos gêneros digitais e acerca de como elas podem auxiliar no desenvolvimento de práticas sociais. Pensando nisso, propomos uma atividade que envolve o estudo e a produção textual do gênero *fanfic*.

# **SOBRE A PROPOSTA**



## **Objetivos:**

- Conhecer o gênero digital *fanfic* e como ele pode se apresentar em variadas mídias;
- Produzir *fanfics* utilizando uma rede social para publicizar os textos;
- Utilizar elementos do gênero *fanfic* para relacionar a Língua Portuguesa ao mundo real, utilizando a língua como prática social;
- Trabalhar, em Língua Inglesa, os termos e as expressões da língua usados nas *fanfics* e produzir verbetes com eles;
- Trabalhar componentes gramaticais em Língua Portuguesa, como os estrangeirismos e os processos de formação de palavras, e produzir *memes* com essas palavras;
- Utilizar os multiletramentos na prática pedagógica para aproximar o ensino da geração P (participativa).

## **Está na BNCC**

Mobilizar práticas de linguagem no universo digital, considerando as dimensões técnicas, críticas, criativas, éticas e estéticas, para expandir as formas de produzir sentidos, de engajar-se em práticas autorais e coletivas, e de aprender a aprender nos campos da ciência, cultura, trabalho, informação e vida pessoal e coletiva (BRASIL, 2018, p. 497).





# O QUE SÃO FANFICS?

As *fanfics* (abreviação de *fan fictions*) são histórias ficcionais criadas por fãs, que se baseiam em histórias e personagens de livros, séries, bandas, celebridades etc. Hoje em dia, as *fanfics* se popularizaram e já é possível encontrar sites específicos para quem deseja ler e/ou postar os textos.



"Os autores de *fanfiction* escrevem a partir de certa afinidade que desenvolveram com personagens conhecidas através de leituras de livros, filmes, seriados, bandas. Tais personagens despertam-no a que não se contentem em apenas ler, assistir, ouvir e passam a interagir por intermédio da produção escrita, criando e recriando histórias, agindo como autor, ainda que sem fins lucrativos" (ALVES, 2015, p. 17).

## #FICADICA!

Nesta obra, a autora apresenta sua pesquisa sobre o gênero digital. Ela aborda, além do gênero, questões sobre o protagonismo juvenil ao assumirem o papel de autores das produções.

Disponível no site da editora, [clique aqui](#) e saiba mais.

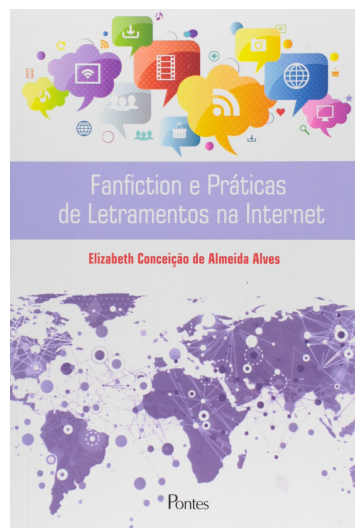


Imagem: Capa do livro  
Fonte: Site da Editora Pontes



**CURIOSIDADE**

Imagem: Capa da *fanfic* *After*.

Fonte: Fala Universidades

## **SABIA QUE AS FANFICS TAMBÉM INSPIRARAM A PRODUÇÃO DE FILMES E LIVROS?**

*After*, de Anna Todd, era uma *fanfic* publicada na plataforma *Wattpad*, dos fãs da banda *One Direction*, e todos os integrantes eram personagens da *fanfic*. Essa característica dos nomes dos integrantes da banda manteve-se também nas produções de Anna Todd.

A *fanfic* foi adaptada para livro e tornou-se um *best-seller*.

Em 2019 ela foi parar nas telas do cinema, e o sucesso foi tão grande entre os fãs da banda, que em 2020 foi lançado o segundo longa.

Saiba mais e veja outras obras que foram inspiradas em *fanfics* ou que deram origem a elas [aqui](#).



# MATERIAL A SER USADO

As *fanfics* podem ser publicadas em *sites*, que armazenam as produções, ou em *blogs*, redes sociais, grupos, como o *Spirit Fanfics*, que tem perfil no *Facebook*, no *Instagram* e no *Twitter*. Acesse o perfil deles no *Facebook* clicando [aqui](#).



## Alguns exemplos de plataformas para publicar e compartilhar fanfics:

### ***Wattpad***

Pode ser acessado pelo site, no computador e também existe um aplicativo.

Clique [aqui](#) para conhecer a plataforma.

### ***Fanfics Brasil***

Nessa plataforma podem ser encontradas *fanfics* brasileiras.

Clique [aqui](#) para conhecer a plataforma.

### ***Quotev***

Aqui podem ser encontradas *fanfics* em outros idiomas.

Acesse o site clicando [aqui](#).

### ***Spirit Fanfic***

Plataforma gratuita para a publicação de *fanfics* e também de histórias originais. Pode ser acessada em página na *web* ou com aplicativo.

Clique [aqui](#) para conhecer a plataforma.



Venha ver essa sugestão e saiba mais como trabalhar  
com *fanfic*:  
*Fanfic* ou *fanfiction* – REA sobre o gênero

Acesse [aqui](#).

**BUSCANDO IDEIAS**

**CONHECENDO**



As *fanfics* possuem algumas características e cada autor tem a sua preferência ao escrever. Elas são escritas conforme a preferência dos autores e muitas vezes eles as classificam em mais de uma categoria.

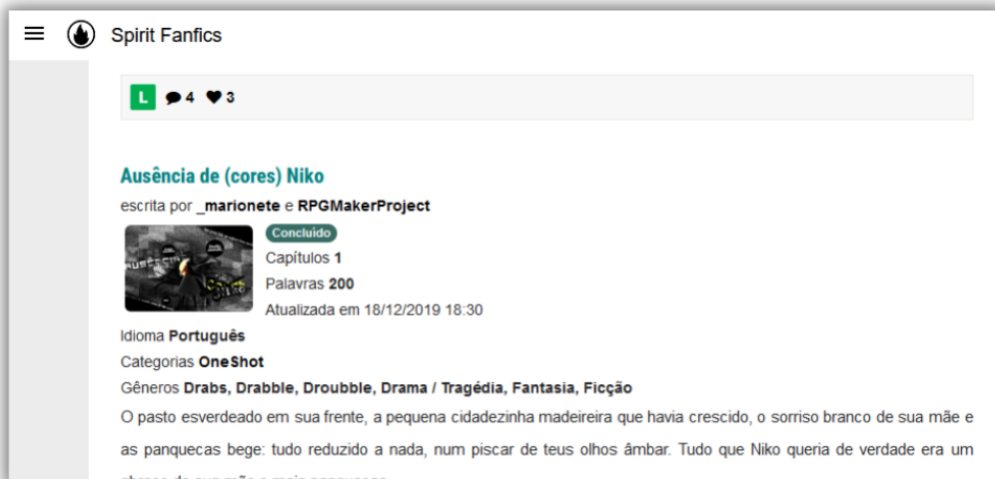


# ALGUMAS DAS CLASSIFICAÇÕES SÃO:

## ***ONESHOT***

Traduzido como "um-tiro", ou seja, uma leitura rápida. O termo já era utilizado na escrita de mangás e passou a ser usado em *fanfics* para quem pretende escrever apenas um capítulo. Essa escrita não tem pretensão de continuidade, podendo ser postada de uma única vez ou em partes.

Veja um exemplo:

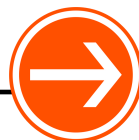


The screenshot shows a fanfiction post on the 'Spirit Fanfics' platform. The post title is 'Ausência de (cores) Niko' and it is written by '\_marionete' and 'RPGMakerProject'. It is marked as 'Concluído' (Completed) and consists of 1 chapter with 200 words. The post was updated on 18/12/2019 at 18:30. The language is Portuguese and the categories are 'OneShot'. The genres listed are 'Drabs, Drabble, Droubble, Drama / Tragédia, Fantasia, Ficção'. The beginning of the text is visible: 'O pasto esverdeado em sua frente, a pequena cidadezinha madeireira que havia crescido, o sorriso branco de sua mãe e as panquecas bege: tudo reduzido a nada, num piscar de teus olhos âmbar. Tudo que Niko queria de verdade era um abraço de sua mãe e mais panquecas.'

Imagem: *Fanfic Oneshot*

Fonte: *Spirit Fanfics*

Você pode ler a história completa clicando [aqui](#).





# ANGST

O nome já diz tudo, medo!

As *fanfics*, nessa categoria, tem um enredo dramático, com sentimentos de ódio, angústia, medo, tristeza, decepções etc.

Elas podem ter apenas um capítulo ou mais.

Veja um exemplo:

wattpad **W** Explorar ▾ Comunidade ▾ 🔍 fanfics angst

## Os Anjos | Lucifer Fanfic

**Concluído**

👁 Leituras	★ Votos	☰ Capítulos
<b>14.4K</b>	<b>963</b>	<b>27</b>

-ALERTA DE SPOILER- -Versão alternativa da 5 temporada parte B da série Lucifer- O universo sempre foi dividido entre seres celestiais e seres humanos. Até que o anjo caído Lúcifer decidiu tirar férias em Los Angeles. E com isso trouxe alguns de seus irmãos e de...

Imagem: *Fanfic Angst*

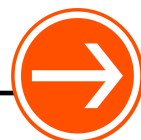
Fonte: *Wattpad*

Essa *fanfic* aborda a série *Lúcifer* e traz novos personagens, como a da série *Game of Thrones*, Daenerys Targaryen, porém agora como um anjo e com o nome de Amariel.

Essa *fanfic* possui um índice hipertextual para você poder escolher por onde começar.

Sugerimos iniciar pelos personagens!

Você pode ler a história completa clicando [aqui](#).



# DRABBLE

São histórias curtas com máximo de 150 palavras. O objetivo desse tipo de texto é que o/a autor(a) seja breve e objetivo. Embora essas histórias tenham esse número de palavras, podem ser encontradas muitas *fanfics* com número bem maior e classificadas como *drabble*.

Esse tipo de *fanfic* pode ter vários capítulos.

Veja um exemplo:



Imagem: *Fanfic Drabble*

Fonte: Spirit Fanfic

A *drabble* é um bom exemplo para trabalhar a produção poética. Muitas *fanfics drabble* são poéticas e pode ser um bom começo para a produção de poemas e de poesias através desse gênero digital.

Você pode ler a história completa clicando [aqui](#).



# CROSSOVER

Esse tipo de *fanfic* é a mais popular entre os fanfiqueros, porque as histórias podem ser encontradas em bases distintas, chamadas de *fan base*.

As *crossovers* misturam duas sagas ou ficções diferentes, unindo personagens e histórias em uma nova história.

Veja o exemplo abaixo:



Imagem: *Fanfic Crossover*

Fonte: *Wattpad*

Nessa *fanfic* dois irmãos de histórias sobrenaturais fictícias, os irmãos Dean e Sam Winchester, da série *Supernatural*, e os irmãos Damon e Stefan Salvatore, de *The Vampire Diaries*, têm suas histórias misturadas em uma nova cheia de mistérios.

Essa *fanfic* tem 25 capítulos e foi concluída pela autora.

Você pode ler a história completa clicando [aqui](#).



# AU (ALTERNATIVE UNIVERSE)

As *fanfics* AU são ótimas para quem quer usar a criatividade na hora da escrita, pois utilizam os personagens da história original e os inserem em um outro universo diferente.

Veja o exemplo:



Imagem: *Fanfic AU*

Fonte: *Wattpad*

Nessa *fanfic*, os personagens de Harry Potter são levados para uma nova realidade em outra dimensão.

Você pode ler a história completa clicando [aqui](#).

## LIME

As *fanfics* classificadas como *lime* possuem conteúdos adultos, nem sempre com conteúdo sexual, mas são categorizadas com indicação para maiores de 16 anos.



As plataformas costumam apresentar para os leitores as classificações das histórias, como é o caso da *fanfic SuperWolf – Supersterek*, que mistura os personagens de *Teen Wolf* e *Superman*. Veja a indicação disponível na plataforma *Spirit Fanfics* sobre essa história:



Imagem: *Fanfic Lime*

Fonte: *Spirit Fanfics*

Você pode ler a história completa clicando [aqui](#).

## MARY SUE

São as *fanfics* românticas. Muitos fanfiqueros consideram essa categoria como “água com açúcar”.

Veja um exemplo:



Imagem: *Fanfic Mary Sue*

Fonte: *Wattpad*





É a história de Demi Lovato com um professor de matemática.

Você pode ler a história completa clicando [aqui](#).

## SONGFIC

São *fanfics* escritas, com base na letra de uma música, por fãs de bandas e/ou cantores.

Veja um exemplo:



Imagem: *Fanfic Songfic*

Fonte: *Wattpad*

Essa *songfic* foi escrita com base na letra da música “Preocupa não”, da dupla sertaneja Jorge e Mateus.

A história tem apenas 1 capítulo e foi concluída pela autora.

Você pode ler a história completa clicando [aqui](#).



# FLUFF/WAFF

São histórias escritas com objetivo de trazer paz ao leitor e fazer com que ele se sinta bem ao lê-las.

Veja o exemplo:



Imagem: *Fanfic Fluff/Waff*

Fonte: *Wattpad*

Essa história foi escrita com os personagens de *Nárnia* e até o momento possui 3 capítulos.

Você pode ler a história completa clicando [aqui](#).

# CRACKFIC

São as *fanfics* com histórias de humor, algumas vezes exagerado, ou histórias absurdas, fantásticas. Daí o seu nome associado a uma droga.

Veja um exemplo:



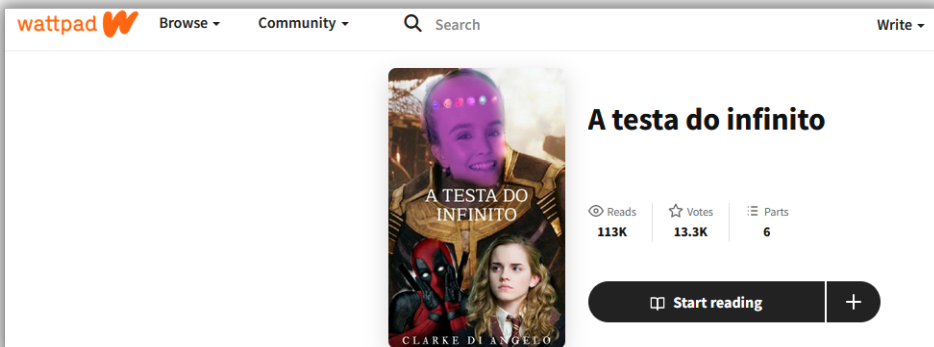


Imagem: *Fanfic Crakfic*  
Fonte: *Wattapd*

Na definição do autor:

“Larissa Manoela mata Thanos com uma testada, rouba as jóias do infinito e coloca na testa pra aumentar seu poder. Junto com um exército de goblins tenta dominar o mundo. Será que Hermione e Deadpool conseguirão detê-la?” (ClarkeDiAngelo).

A história possui 6 capítulos e foi concluída pelo autor. São curtas e cheias de humor!

Você pode ler a história completa clicando [aqui](#).



# CURIOSIDADE

As *fanfics* também são fontes para a criação de *memes*. Um dos *memes* mais famosos foi inspirado em uma *fanfic*, o *Felena*, em que a autora da história, Erica Mathias, idealiza um romance entre a cantora Selena Gomez e o apresentador Faustão.



Imagem: *Twitter*.

Disponível: [https://twitter.com/search?q=%23felena&src=typed\\_query&f=top](https://twitter.com/search?q=%23felena&src=typed_query&f=top)

Na época, 2014, Erica tinha 12 anos. Hoje, a história está concluída e ela é estudante de Letras na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ).

A *fanfic* que deu origem ao *meme* chama-se *You are my love, my destruction – Faustão e Selena*, e foi publicada na plataforma *Spirit Fanfiction*. Leia a *fanfic* [aqui](#).

Como *meme*, ela recebeu o nome de *Felena*.

Conheça a história que motivou a autora clicando [aqui](#) e [aqui](#).

Há muitas outras *fanfics* semelhantes a da *Felena* e que também deram origem a *memes*, que circulam nas redes sociais, como é a história de Ana Maria Braga e Harry Styles. A história chama-se *A escolha de Ana Maria*. Você pode ler a *fanfic* [clikando aqui](#).



Imagem: *Fanfic* A escolha de Ana Maria.

Fonte: <https://www.spiritfanfiction.com/historia/a-escolha-de-ana-maria-5063118>

Sabe o post no *Twitter* sobre o casal *Felena*? Em que o internauta escreve que “agora o caminho está livre”? A frase é uma menção a *fanfic* da Ana Maria, porque nela a apresentadora termina seu relacionamento com Faustão e escolhe o cantor Harry Styles.

Além dessa *fanfic*, há outra entre Ana Maria e Shawn Mendes, que atualmente foi retirada da página do autor. Mas é possível encontrar vários *posts* sobre ela. Como este do *Twitter*:

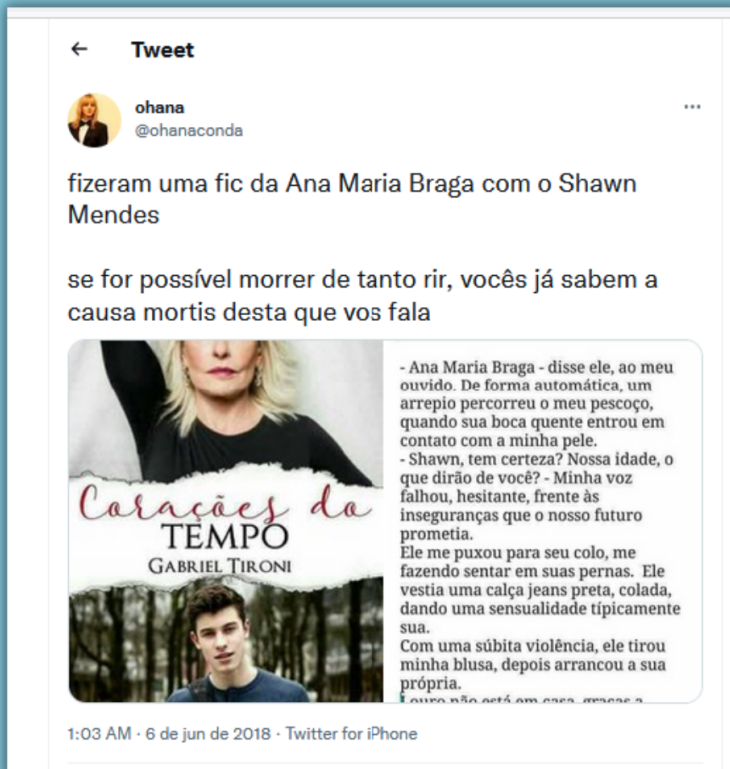


Imagem: *Twitter*.

Disponível em: <https://twitter.com/ohanaconda/status/1004212239849705472>

É um universo fascinante, né?



## SABIA QUE...

É comum, nas *fanfics*, que os autores torçam pela união de personagens. Dessa união, surgem novos termos, que são conhecidos entre os fãntiques, como *shippar*. Como é o caso da *Felena*, ou *Dramione*, Draco Malfoy e Hermione, personagens da saga *Harry Potter*.

# TAREFAS A SEREM REALIZADAS



## Ponto de partida

- Para que os alunos dominem a escrita de uma *fanfic*, é indispensável a abordagem do gênero. Por isso, antes de os alunos produzirem os textos, é importante que o professor apresente o gênero, explicando o que são as *fanfics* e como funciona essa forma de narrar histórias. Mostre exemplos (deixamos algumas sugestões para você) para que os alunos se familiarizem com os textos.
- Apresente os elementos importantes para a criação do texto, como espaço, tempo e personagens. Isso facilitará o processo de composição das *fanfics*.



# LÍNGUA INGLESA

## TEMPO DE AULA: 06 AULAS

Com a disciplina de Língua Inglesa, o(a) Professor(a) vai trabalhar com as definições dos termos em inglês, como o significado de *fanfic*, *shippar* e das classificações das *fanfics*. Essa abordagem vai ajudar na compreensão do gênero nas aulas de Língua Portuguesa.

Apresente aos estudantes outras gírias usadas pelos internautas, além do *shippar*, e que circulam nos ambientes de escrita das *fanfics* e das redes sociais, como *fandom*, *bbf*, *LOL*, *spoiler*, *stalker*, *crush*, *mood*.

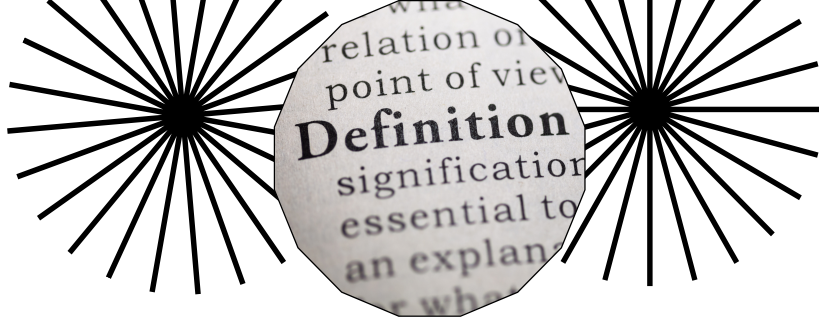
### Praticando a língua!

Produza com os estudantes verbetes digitais com as palavras em língua inglesa, material que poderá ser usado por toda a comunidade escolar, e compartilhe no *blog* da escola, se possuir, ou nas redes sociais.

Na próxima página você encontrará as orientações para a produção dos verbetes.

*Let's go, teacher!*





## **O VERBETE DEVERÁ TER AS SEGUINTESSPECIFICAÇÕES:**

1. Nome das palavras em inglês.
  2. Uma definição de cada uma delas.
  3. Um exemplo.
- Peça que façam em duplas ou grupos.
  - Cada dupla ou grupo ficará responsável por uma palavra para produzir o verbete.
  - Se os alunos tiverem um bom domínio da língua inglesa, peça que façam tudo no idioma, mas se não tiverem, peça que, além do nome das palavras, que já está em inglês, que os exemplos sejam feitos na língua estrangeira.
  - Você pode orientá-los na escrita, ajudando-os nas dificuldades que encontrarem.
  - Use dicionários digitais ou impressos. Como opção digital, indicamos o *Cambridge Dictionary*, que pode ser acessado [aqui](#).
  - Cada verbete, ou seja, palavra, deverá ficar em uma página separada.
  - Os estudantes deverão inserir os seus nomes abaixo de cada palavra do verbete.
  - Para o verbete ficar ainda mais ilustrativo, pode-se inserir uma imagem referente a cada palavra.



Para produzir o verbete no formato digital, ainda é possível usar outras plataformas, como o *Google Docs*, assim todos terão acesso aos textos e poderão trabalhar colaborativamente. Ainda, é possível usar outras plataformas que também permitam o trabalho colaborativo e que já possuem *layouts* em formato de livreto, como a plataforma *Canva*, que pode ser usada de forma gratuita.

Lembre-se de compartilhar por *e-mail*, tanto o *Google Docs* como o *Canva* para você saber quem está editando.

Se a escola possuir internet, faça a produção com eles em aula. Mas, se não possuir, faça com eles a parte escrita em aula e depois peça que, em casa, insiram na plataforma escolhida por vocês, os textos digitados.

Lembre-se de...

- Inserir uma capa para os verbetes. Dê um título também.
- Acrescente uma explicação sobre essa produção, para que, quem que o(a) leitor(a) saiba que foi um trabalho escolar, e que foi produzido por estudantes.

Após a produção, divulgue os verbetes. Os estudantes quando têm seus trabalhos divulgados se sentem mais motivados a produzirem as tarefas (FERRAREZI JR; CARVALHO, 2015, p. 197).



## ONDE ENCONTRO?



A plataforma *Canva* é uma boa opção quando queremos produzir recursos com aspectos mais atrativos, como cores, imagens, fontes das letras etc.

Ela tem a opção de uso grátis, e não se preocupe porque tem muitos recursos incríveis nessa categoria.

Outro detalhe é que a plataforma oferece uma opção para educadores, além do fato de ter templates prontos, classificados por temas, para você editar com seus alunos.

Acesse a plataforma *Canva* [aqui](#) e saiba mais.



## LÍNGUA PORTUGUESA TEMPO DE AULA: 06 AULAS

Agora é a vez dos estudantes produzirem as *fanfics*!

Em duplas ou trios, eles vão produzir uma *fanfic* para ser publicada em uma rede social.

A atividade passará por dois momentos: produção do texto em aula e a publicação das *fanfics*.

**Nesta primeira etapa você encontrará três sugestões para a realização da produção das *fanfics*.**

## 1ª etapa: Produção do texto em aula

- Oriente os estudantes e esteja atento(a) às possíveis dúvidas deles. Se a escola possuir internet ou um laboratório de informática, leve-os até lá para que possam buscar apoio nos sites indicados por você. Mas, se não possuir laboratório ou internet, prepare um material em *slide* ou outro tipo de projeção para que eles vejam exemplos.
- Peça para eles escolherem o tipo de *fanfic* que desejam produzir. Relembre-os das classificações.
- Deixe que eles tenham autonomia na escolha do texto que desejam produzir.
- Em duplas ou trios, eles produzirão uma *fanfic* que será publicada em uma rede social.
- A produção dos textos deverá ser em aula. Leia com eles as produções e, se preciso for, faça as devidas correções.

### A escolha da produção da *fanfic*

A seguir apresentamos três sugestões para a produção das *fanfics*:

#### 1ª sugestão:

Após eles decidirem qual tipo de *fanfic* irão escrever, eles deverão produzir o texto *shipping* casais. Se lembra das *fanfics* que deram origem aos memes *Felena* e da Ana Ana Maria com Shawn Mendes e Harry Styles? Ou seja, as *fanfics* deverão ter personalidades artísticas, da música, do cinema e das artes de modo geral, que eles gostem ou que queiram unir em uma história improvável, fantástica.

Uma dica: eles ainda podem produzir *memes* com esse *shippers* para fazer propaganda das *fanfics*, ou usar como capa das histórias.

Veja esse exemplo que a Professora e uma das autoras desta proposta fez:

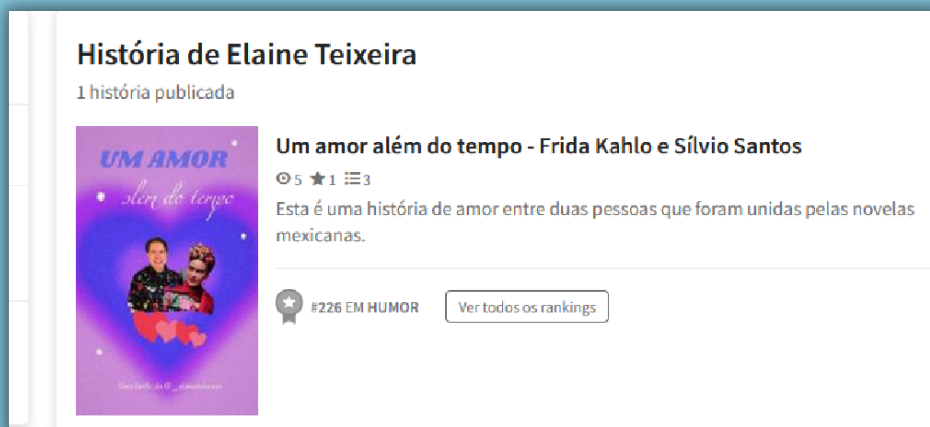


Imagem: *Fanfic* de uma das autoras

Fonte: *Wattpad*

É uma *crackfic* em andamento com três capítulos publicados e os textos são curtos. Veja a história completa [aqui](#).

Você *shippa* esse casal?

## 2ª sugestão:

Após eles decidirem qual tipo de *fanfiction* irão escrever, eles deverão produzir novas *fanfics* baseadas na original *Felena*, criando a versão deles.

Essa é uma prática comum no universo das *fanfics*!

### 3ª sugestão:

Após eles decidirem qual tipo de *fanfic* irão escrever, eles deverão produzir o texto com base em algum filme ou série que tenham assistido, como *Divergente*, *La casa de papel*, *Stranger Things*, *Velozes e Furiosos* etc.

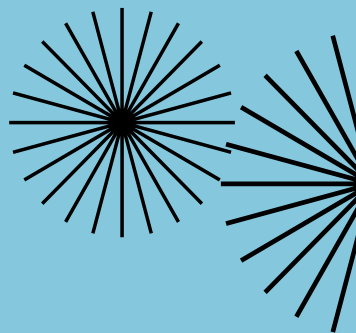
Professor(a), veja qual sugestão se encaixa com a realidade de sua escola.

### 2ª etapa: Publicação das *fanfics*

Aqui, Professor (a), você pode sugerir que os alunos escolham em qual rede social querem publicar as suas *fanfics*; após a escolha, todos farão a postagem na mesma rede social. Outra sugestão é usar *#hashtag* para facilitar a busca, por exemplo: *#nossasfanfics*, *#fanficsdaturma*.

Peça a eles que, ao fazerem suas postagens, marquem o seu perfil, assim você saberá quando eles postarem.

Lembre-se de que esse tipo de produção é algo novo para os estudantes, então não exija textos longos, mas, desperte neles o interesse em produzir novas *fanfics* e quem sabe eles se animam a fazer um perfil em uma plataforma de *fanfiction*!



## Importante

Como as *fanfics* serão publicadas em uma rede social, é importante que determine um número máximo e mínimo de caracteres. Por exemplo, se escolherem o *Facebook*, o texto pode ter até 63.206 caracteres, mas se for no *Instagram*, máximo de 150 caracteres.



Solicite que eles escolham uma imagem para postar junto ao texto. Eles podem buscar imagens prontas, com licenças abertas – o *Pixabay* é um ótimo banco de imagens com licenças abertas. Ou eles também podem fazer montagens usando algum *software*; a maioria dos *smartphones* já vem com editores de imagem.



### Onde encontro?

O *Pixabay* é um banco de imagens gratuito e com licenças abertas, ou seja, o criador delas te autoriza a usá-las, mas é importante mencionar a fonte. Na postagem é preciso inserir a fonte da imagem.

Acesse o site [aqui](#).

# O QUE DEVE CONTER NA FANFIC?

?

- Título da *fanfic*
- Os nomes dos autores em cada texto publicado.
- O texto.
- Uma imagem.
- *#hashtag* escolhida pela turma (todos deverão usar a mesma).



Imagem: *Spirit Fanfic*

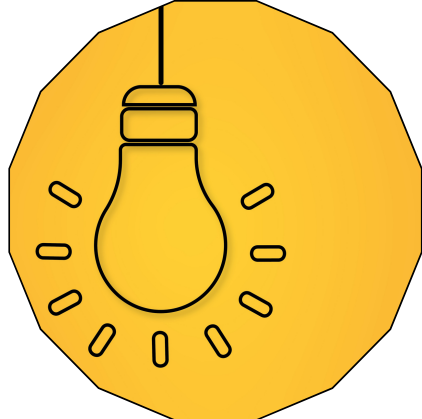
\_Fonte: <https://www.instagram.com/p/CRFNlo0nLpy/>

Você também pode criar uma *fanfic* para servir como exemplo e postar em sua rede social.

Professor(a), esperamos que esta proposta possa trazer ótimas *fanfics*!



# FIQUE POR DENTRO



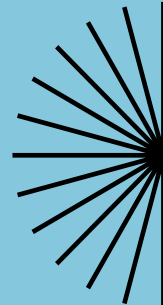
Muitos autores das *fanfics* usam codinomes em suas autorias, então é importante você mencionar essa característica a eles.

Fica a seu critério sugerir que eles criem e usem codinomes. Como as *fanfics* serão postadas em uma rede social, e eles quem farão em seus perfis, talvez os(as) estudantes se sintam mais confortáveis em usar um nome fantasia.

Mencione também sobre os direitos autorais. Algumas plataformas, como a *Wattpad*, oferecem opções sobre o tipo de licença a ser usada. Quando você publica na plataforma, há opções de licenças fechadas ou de licenças abertas. Mesmo que as *fanfics* sejam postadas em uma rede social, é bom que os(as) estudantes saibam disso, caso tenham interesse em publicar em uma plataforma.

Aqui você pode ler um pouco mais sobre direitos autorais das *fanfics* publicadas em plataformas.

# BOX EXTRA



## TRABALHANDO A GRAMÁTICA

Ainda em Língua Portuguesa, após estudar e produzir as *fanfics*, pode-se trabalhar em gramática os processos de formação de palavras e estrangeirismo, como os vistos no gênero estudado.

Pode-se produzir *memes* com as palavras, como também verbetes com os estrangeirismos e palavras que passaram por processos de formação.

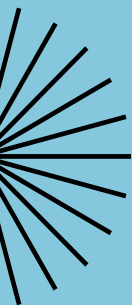
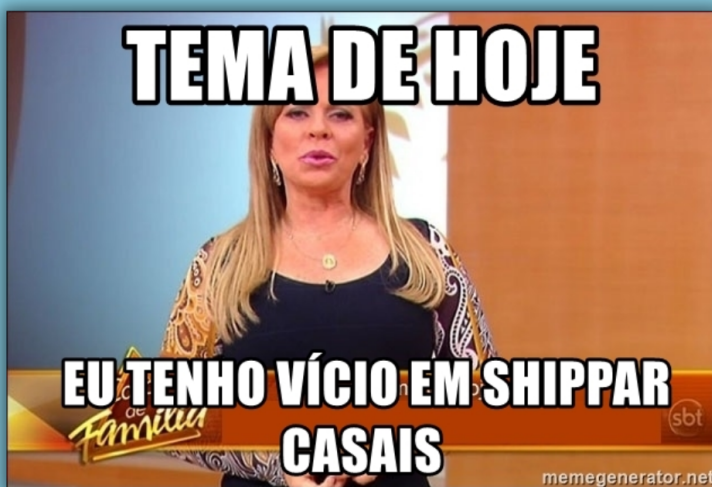


Imagem: *Meme* com estrangeirismo

Fonte: <https://memegenerator.net/instance/81140455/casos-de-familia-tema-de-hoje-eu-tenho-vcio-em-shippar-casais>

Trabalhar com os gêneros emergentes do ciberespaço é uma ótima maneira de aproximar o ensino da realidade digital em que estamos inseridos.



## ONDE ENCONTRO?

Há várias plataformas que geram *memes* sem precisar editar uma imagem com outro *software*, como:

- *Gerar memes* – não precisa fazer cadastro, basta escolher a imagem e inserir o texto, clique [aqui](#).
- *Canva* – para ter acesso será preciso fazer um cadastro gratuito, clique [aqui](#).

## BUSCANDO IDEIAS



Nesta *WebQuest* você vai encontrar uma sugestão de atividade sobre os processos de formação de palavras. Nela há uma aba com as produções dos estudantes.

***As palavras na língua***  
Acesse [aqui](#).

# DE PROFESSORAS PARA PROFESSOR(A)

Professor(a), como o trabalho envolve as disciplinas da área de linguagem, ressaltamos a importância de uma conversa prévia com os(as) docentes das disciplinas para que vocês dialoguem sobre a proposta didática e façam o planejamento das aulas. Lembramos que, por ser interdisciplinar, cada professor (a) desenvolverá as atividades no seu horário de aula.

A seguir inferimos alguns possíveis questionamentos.

**Na minha escola não tem professor de inglês, como vou realizar a atividade?**

Se a escola não tiver professor(a) de Língua Inglesa, realize apenas a proposta voltada para a sua disciplina.

**Na minha escola temos uma disciplina de Língua Portuguesa e outra de Letramentos em Língua Portuguesa (dependendo do Estado, as disciplinas do Itinerário Integrador da BNCC podem mudar a nomenclatura), como posso trabalhar?**

É super importante manter um diálogo entre as disciplinas. Nós colocamos um box extra com atividades voltadas para a gramática e que se relaciona com o tema desta proposta didática, então, se você preferir, fique com a Gramática.

**Eu preciso seguir o tempo de 06 aulas?**

Cada escola possui uma realidade diferente da outra, por isso discuta com seus colegas docentes e planejem conforme a necessidade da sua unidade escolar. Se precisar de mais tempo para trabalhar, então prolongue um pouco mais.

## **Não sei fazer edição de imagens, como posso orientar os estudantes na hora de criar uma capa com montagem para as *fanfics* ou um *meme*?**

Pergunte à turma se tem alguém que saiba editar imagens. Nós já indicamos um banco de imagem com licença aberta, mas, sempre tem alguém que sabe, então peça para orientar os estudantes que tenham dificuldade.

Sobre os *memes*, na sugestão de atividade do box extra, em "Buscando ideias", você vai encontrar alguns *sites* geradores na *WebQuest*, como também em "Onde encontro", na mesma página. Esses *sites* já possuem imagens, basta escolher a imagem e inserir o texto.

## **Eu preciso produzir uma *fanfic*? Onde vou escrever?**

Se você quiser produzir uma *fanfic* para servir de modelo para seus alunos, isso será um ótimo exemplo para eles, porque os estudantes são visuais e a percepção deles sobre a proposta que vocês desenvolverão fará ainda mais sentido.

Para escrever a sua história, você pode se cadastrar em algumas das plataformas que apresentamos, todas têm o modo gratuito. Escreva direto nelas ou escrever em um arquivo e depois leve o seu texto para a plataforma escolhida. Um detalhe é que você pode editar o seu texto mesmo ele já tendo sido publicado.

## **Posso criar um perfil na rede social em que iremos compartilhar as *fanfics*?**

Claro que pode! Deixe esse perfil para você postar todas as atividades dos seus estudantes. Você pode compartilhar essa conta com os outros docentes envolvidos para que eles também possam publicar as atividades.

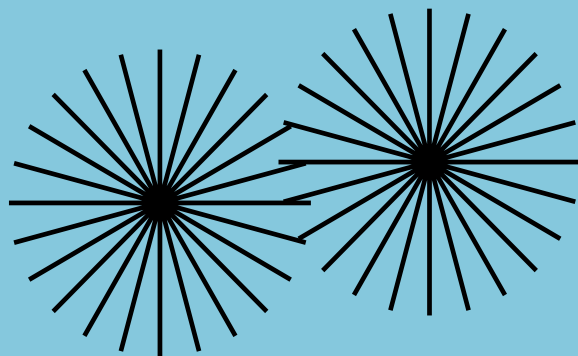
# PARA COMEÇAR

## Língua Portuguesa



- Comece perguntando aos alunos e às alunas se eles conhecem ou sabem o que é *fanfic*, se já escreveram ou leram alguma, se conhecem alguma plataforma, se sabem que há vários tipos de *fanfic* e se eles conhecem alguma que ficou famosa. (Você pode levar novos questionamentos para a turma).
- Em seguida, apresente as plataformas que compartilhamos, mostrando a variedade de histórias, fale das curiosidades que apresentamos aqui, pergunte se eles sabiam que as *fanfics* geraram filmes e apresente a eles. Quem sabe no final da atividade vocês ainda possam assistir a algum dos filmes?!
- Fale dos *memes* que mencionamos também! Pergunte se eles sabiam a origem deles, se sabiam que tinham surgido por causa das *fanfics*.
- Após essa introdução, apresente as classificações, mostre exemplos e pergunte com qual eles se identificariam se fossem produzir o gênero. Em seguida os informe que eles produzirão uma *fanfic*.
- Publique a sua *fanfic* na rede social escolhida e insira as informações que indicamos: título, nomes dos autores, o texto (lembre-se de que cada rede social tem um limite de caracteres), a imagem e a *#hashtag*.

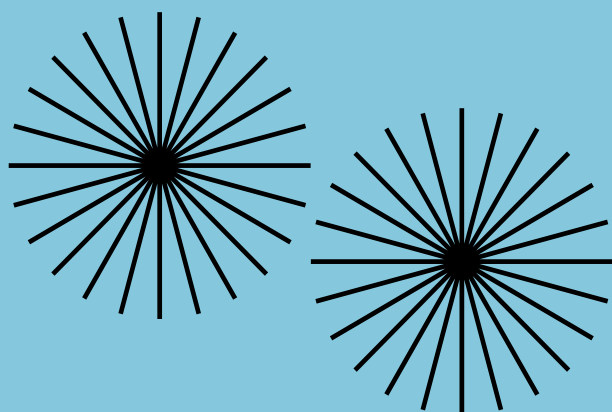
- Se você tiver publicado a sua *fanfiction*, mostre a eles qual foi o seu tema, o que te motivou, o tipo de *fanfic* escolhida para a sua produção, como você fez a montagem da foto, se usou algum *software* de edição de imagem, todos os detalhes possíveis, para que eles vejam que não é “um bicho de 7 cabeças”, percebam como pode ser fácil e sintam ainda mais vontade de produzir o gênero.



## Língua Inglesa

- Como *warm up*, mostre aos alunos alguns dos termos que são utilizados nos ambientes de escrita das *fanfics*. Você pode usar projeções ou, caso não seja possível, escreva essas palavras na lousa ou faça um pequeno mural. Pergunte aos alunos se eles utilizam as palavras no dia a dia e se sabem o significado dos termos. Registre na lousa as respostas.
- Em seguida, divida a turma em duplas ou grupos e entregue em papel cartão (ou material semelhante) os termos utilizados nos ambientes de escrita das *fanfics*. Além das classificações das *fanfictions*, você pode selecionar algumas gírias usadas pelos internautas. Sugerimos algumas palavras na atividade.

- Após a divisão dos grupos, oriente os alunos sobre como produzir um verbete. Você pode mostrar exemplos de dicionários impressos ou on-line (deixamos para você a dica do *Cambridge Dictionary*, que além de ajudar na tradução, também pode servir como exemplo).
- Depois dessa introdução, peça para que os estudantes criem os verbetes com as palavras que foram entregues anteriormente. Como sugerimos, os verbetes podem ser criados no *Google Docs* ou no *Canva* para que os alunos possam realizar um trabalho colaborativo.
- Após a produção dos verbetes, como forma de valorizar a atividade dos estudantes, divulgue esse trabalho na internet para que também outras pessoas possam ter acesso. Vocês podem criar um glossário para agrupar todos os verbetes e facilitar a divulgação.





# SUGESTÕES DE LEITURAS

Professor(a), já indicamos uma sugestão de leitura para você, mas queremos deixar outras dicas de textos que podem te inspirar a realizar a atividade.

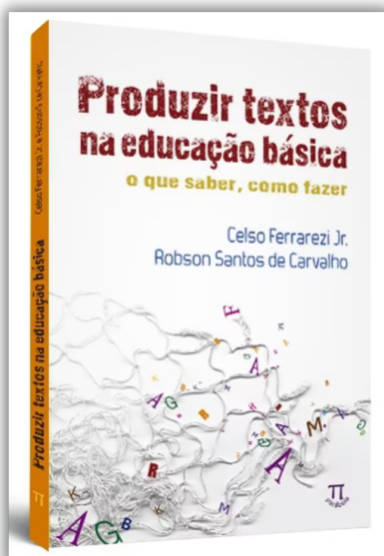


Imagem: Capa do livro  
Fonte: Site da Editora Parábola

Nesta obra, os autores apresentam alguns motivos para a produção de texto na educação básica e a importância de divulgar os textos dos estudantes.

Mais informações sobre a obra [aqui](#).

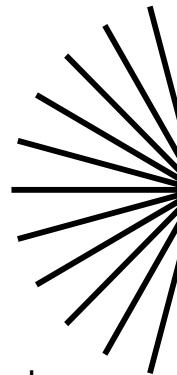
## Alguns artigos:

Como despertar o prazer da leitura e escrita através da *fanfic* – Revista Nova Escola. Leia [aqui](#).

Reprodução textual: criando *fanfics* na sala de aula – Dissertação de Mestrado. Leia [aqui](#).

*Fanfictions*: experiências na promoção do letramento literário e autoria escolar – Artigo Científico. Leia [aqui](#).

# NOSSAS CONSIDERAÇÕES

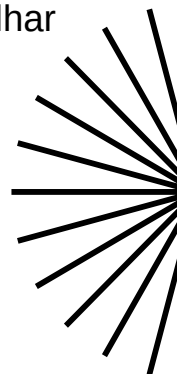


" O compromisso da escola em formar cidadãos autores de suas próprias leituras e da produção de seus próprios textos continua sendo um desafio neste país com tantas desigualdades" (GOULART, 2017, p. 56). Apesar disso, acreditamos que propostas de atividades como as sugeridas neste livro digital podem contribuir para a formação de cidadãos digitalmente letrados.

As indicações de *sites* e de livros aqui contidas nortearão o seu trabalho com os alunos, mas gostaríamos de encorajá-los a buscarem mais informações e curiosidades sobre as *fanfictions*.

Como professoras, sabemos da importância da utilização de recursos tecnológicos em nossas aulas. Com tais experiências, percebemos o quanto nossos alunos se sentem mais motivados a produzir gêneros digitais e a compartilhá-los, seja em redes sociais ou em um *blog* da turma.

Esperamos que o nosso material possa ajudá-lo (a) a trilhar esse percurso!



## REFERÊNCIAS

ALVES, E. C. de A. **Fanfiction e Práticas de Letramentos na Internet**. Campinas, SP: Pontes, 2015.

BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular**, 2018. Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/a-base>. Acesso em: 14 de jan. 2022.

DUDENEY, G; HOCKLY, N; PEGRUM, M. **Letramentos digitais**. São Paulo: Parábola, 2016.

FERRAREZI JR, C.; CARVALHO, R. S. de. **Produzir textos na educação básica**: o que saber, como fazer. 1.ed. São Paulo: Parábola, 2015.

GOULART, C. Letramento e novas tecnologias: questões para a prática pedagógica. *In*: COSCARELLI, C. V; RIBEIRO, A. E. **Letramento digital**: aspectos sociais e possibilidades pedagógicas. Belo Horizonte: Autêntica, 2017.

As imagens sem informação foram retiradas do Canva, plataforma onde esta proposta didática foi produzida. Essas imagens são para uso livre.

# sobre as autoras

**Elaine Teixeira** é mestranda em Estudos Linguísticos, na área da Linguística Aplicada – linha Linguagem e Tecnologia, pela Universidade Federal de Minas Gerais. É especialista em Ensino de Língua Espanhola pela Universidade Candido Mendes e em Estudos de Língua Portuguesa e de Literatura Brasileira pelo Centro Universitário São José de Itaperuna. Atua como docente na Secretaria de Educação do Estado do Rio de Janeiro. Suas áreas de interesse são: linguagem e tecnologia, REA, multiletramentos, multimodalidade e formação de professores. E-mail: elaine.ts@gmail.com



**Jéssica Oliveira de Carvalho** é mestranda em Estudos Linguísticos, na área da Linguística Aplicada – linha Ensino/Aprendizagem de Língua Estrangeiras, pela Universidade Federal de Minas Gerais. É especialista em Ensino de Língua Inglesa pelas Faculdades Integradas de Jacarepaguá e graduada em Letras Inglês/Português pela Universidade Estadual de Santa Cruz. Atualmente, atua como docente no Instituto Federal do Norte de Minas Gerais. Seus principais interesses de estudo são: inglês para fins específicos, motivação, metodologias ativas. E-mail: jessye.oc@gmail.com

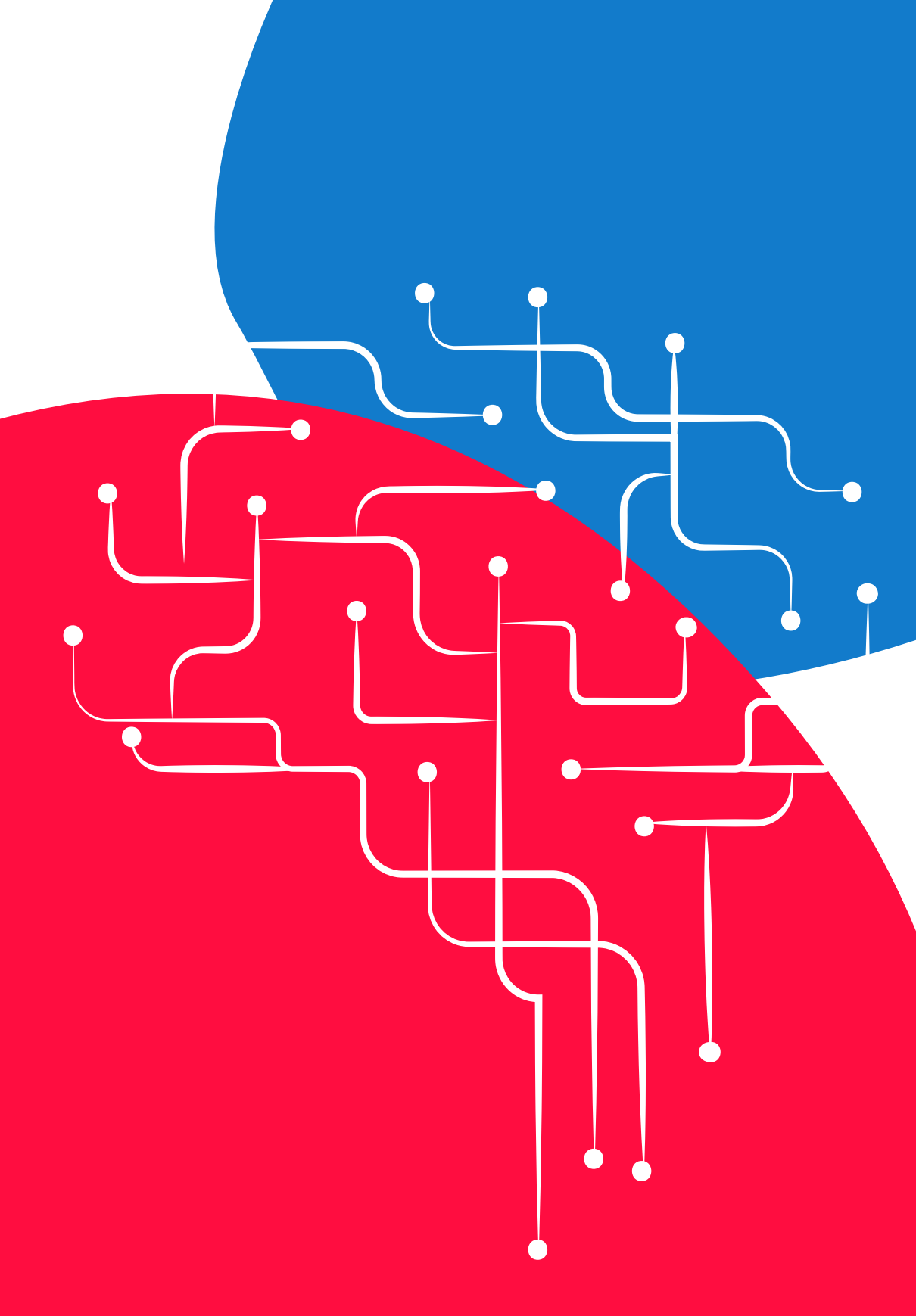


**Thaiane Gomes** é mestranda em Estudos Linguísticos, na área de Linguística Aplicada – linha Ensino/Aprendizagem de Línguas Estrangeiras, pela Universidade Federal de Minas Gerais. É graduada em Letras – Português/Inglês, pela Universidade Federal de Viçosa. Atua como docente na rede privada de ensino em Varginha, Minas Gerais. Seus principais interesses de estudo são: ensino e aprendizagem de língua inglesa, motivação e identidades. E-mail: gomessthaiane@gmail.com.



**Ariadina Valentin Maia** é mestranda em Estudos Linguísticos, na área da Linguística Aplicada – linha Linguagem e Tecnologia, pela Universidade Federal de Minas Gerais. É graduada em Letras e especialista em Ensino de Língua Inglesa pela Universidade Federal de Minas Gerais. Atua como docente na rede privada de ensino em Itabira/MG. Áreas de interesse: linguagem e tecnologia, letramento digital, affordances de aprendizagem. E-mail: ariadina.maia@gmail.com





# galeria digital de releituras de pinturas

**3**  
PROPOSTA

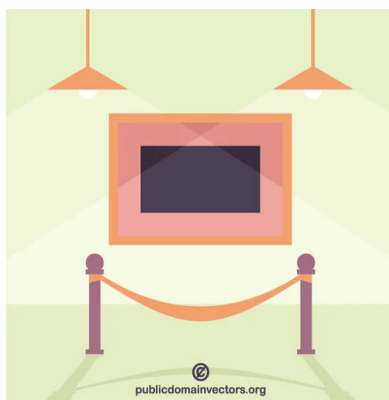
a intertextualidade como geradora de sentidos

<b>Disciplinas</b>	Língua Portuguesa, Literatura, História e Arte
<b>Público-alvo</b>	Ensino Médio
<b>Gêneros Textuais</b>	Meme, pintura, videoaula, vídeo, releitura de pintura, charge
<b>Assuntos</b>	Releituras de obras pictóricas e intertextualidade
<b>Na BNCC</b>	EM13LGG602   EM13LGG603   EM13LP49   EM13LP53

**Juliana Cristina Ramos Vaz  
Maria Amorim Vieira Castro  
Solange Maria Moreira de Campos**



## GALERIA DIGITAL DE RELEITURAS DE PINTURAS: A INTERTEXTUALIDADE COMO GERADORA DE SENTIDOS



No mundo em que vivemos, moldado pelas transformações, a linguagem perpassa as atividades individuais e coletivas do ser humano. Nesse mundo globalizado, as novas mídias, a velocidade dos fatos, enfim, as novidades e a evolução tecnológica criam um universo de metamorfoses, ao mesmo tempo dinâmico e mutável. Vivemos cercados de informações. Acontecimentos veiculados em jornais, revistas, rádio, redes sociais, entre outros, fazem parte do nosso cotidiano e de muitas de nossas conversas. Uma diversidade de linguagens, de textos e de gêneros circulam à nossa volta e há, portanto, diferentes possibilidades de “dizer” o que esses textos, inicialmente, refletem. Uma das formas de isso acontecer é por meio da releitura de obras de arte. Crianças e adolescentes precisam ser estimulados a ler e a ter contato com o mundo artístico, pois essa experiência altamente enriquecedora os leva a adquirir sensibilidade e capacidade para lidar com imagens, gestos, formas, cores, fala, sons e outras expressões. Com as releituras é possível conhecer obras de arte em profundidade e, ao mesmo tempo, usar ao máximo a criatividade e a expressividade ao tentar recriá-las. E, se pudermos utilizar a tecnologia para engendrar ferramentas de ensino e aprendizagem, maior o nosso aporte ao alunado para a construção do conhecimento. Nesse sentido, e entendendo a intertextualidade como produtora/geradora de sentidos, sugerimos uma atividade, desenvolvida em sete passos, que pode tornar a sala de aula e a relação professor/aluno mais dinâmica e exitosa. Vale a pena conferir!

## **SOBRE A ATIVIDADE**

Esta atividade é direcionada a estudantes do Ensino Médio e trabalha com releituras de obras artísticas e a intertextualidade, englobando as disciplinas de Língua Portuguesa, Literatura, História e Arte.

## **OBJETIVOS**

### **Geral:**

- Produzir releituras de pinturas de artistas famosos a partir do estudo de conceitos de intertextualidade, com exposição em uma galeria de arte digital no *Instagram*.

### **Específicos:**

- Produzir textos e intertextos.
- Desenvolver o ato cognitivo de ler, escrever e contextualizar texto e obra.
- Relacionar textos diversos, identificando um intertexto.
- Conectar, nas manifestações artísticas, uma representação de ideias e de uma forma de conhecimento.
- Levantar hipóteses sobre a leitura da imagem para trabalhar a fruição estética da linguagem não-verbal da obra *Mona Lisa*, de Leonardo da Vinci.
- Desenvolver argumentos lógicos sobre obras artísticas, realizando releituras.
- Construir material de divulgação dos trabalhos e interação com apreciadores.



## MATERIAIS PARA A ATIVIDADE

1. [Meme feito a partir do quadro \*Mona Lisa\*.](#)
2. [Pintura \*Mona Lisa\*.](#)
3. [Videoaula sobre \*Mona Lisa\*, do canal do YouTube \*Apreciando Arte\*.](#)
4. [Vídeo sobre releitura da Academia Brasileira de Arte.](#)
5. [Site \*Eu & Vc Fazendo Arte\*, com releituras da \*Monalisa\*.](#)
6. [Quadro \*Abaporu\*, de Tarsila do Amaral.](#)
7. [Charge \*O Pequeno Abaporu\*, de Adão Iturrusgarai.](#)
8. [Videoaula sobre intertextualidade, da Khan Academy.](#)
9. [Serviço \*Google Docs\*.](#)
10. [Rede social \*Instagram\*.](#)
11. [Perfil do \*Instagram Tussen Kunst & Quarantaine\*, exemplo de galeria de arte online.](#)

# PASSO A PASSO

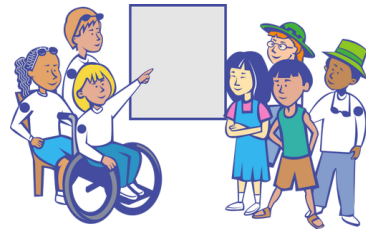
## PASSO 1

### A Mona Lisa e suas releituras

Professor(a), esse passo corresponde a 2 horas-aula.

#### PARTE 1

Propor um trabalho em grupo e, depois, abrir para uma discussão. Introduzir a atividade por meio de questionamentos, tais como:



- Em algum momento da sua vida escolar você estudou sobre arte pictórica?
- Você já conhece a *Mona Lisa* (ou *La Gioconda*), uma pintura em madeira do século XVI, e seu autor, Leonardo da Vinci?
- Você se lembra de ter contato com algum texto que foi criado a partir de outro, isto é, que seja uma releitura dele?

Exibir um meme, feito a partir do quadro da *Mona Lisa* (**MATERIAL 1**). Apresentar aos alunos, também, a pintura original, de autoria de Leonardo da Vinci (XVI - 1503) (**MATERIAL 2**). Após a exibição do vídeo e da pintura, perguntar aos estudantes:

- Que leitura do quadro *Mona Lisa* é feita pelo garoto que a “interpreta” no vídeo? Que sentimentos a pintura parece transmitir para ele?
- Na sua opinião, quais as principais características da figura feminina são representadas no painel?
- No fundo, que tipo de paisagem é mostrada?
- Na sua opinião, quais sentimentos podem estar por trás do sorriso de *Mona Lisa*?
- Contrastando com a imprecisão do seu sorriso, como se caracteriza o seu olhar?
- De que forma pode ser analisada a postura corporal da personagem do quadro original?

Professor(a), os materiais 1 e 2 podem fazer parte do trabalho em grupo. A literatura e muitas pesquisas indicam que o desenvolvimento de atividades de maneira colegiada em sala de aula pode proporcionar um ambiente pródigo e rico em aprendizagens escolares e sociais, tanto para alunos como para professores. O trabalho em grupo, colaborativo, entre outros aspectos, resgata valores como a solidariedade, o compartilhamento, a escuta do outro, a valorização das diferenças e oportuniza ao alunado a importância de comportamentos atitudinais que foram se perdendo por nossa sociedade, extremamente individualista e competitiva nos dias atuais.

Para complementar a discussão, será exibida uma videoaula sobre *Mona Lisa*, do canal do YouTube *Apreciando Arte* (**MATERIAL 3**).

Professor(a), você pode, em seguida, propor para a turma uma discussão sobre os assuntos veiculados nessa videoaula.

## PARTE 2

Criar uma roda de conversa, de modo que todos possam se ver e ouvir, inicialmente com a apresentação do que foi discutido anteriormente pelos grupos, e, em seguida, com abordagens sobre as seguintes questões:



- a. Muitos artistas têm recriado, no seu trabalho, o quadro de Da Vinci, processo conhecido como releitura. Você conhece alguma releitura de *Mona Lisa*?
- b. “Releitura” é diferente de “cópia”? Por quê?
- c. O que é importante saber para se fazer uma boa releitura de uma obra de arte?
- d. Qual o papel da criatividade nesse processo de releitura?
- e. Você conhece ou já fez releituras na escola?
- f. Sabia que existem releituras digitais de obras de arte?

Professor(a), das metodologias de aprendizado coletivo em sala de aula, a roda de conversa tem sido muito utilizada por estimular o aprender com o outro e a partir do outro. Além disso, essa prática desenvolve habilidades como investigação, reflexão e organização, entre outras. Direcione a conversação no sentido de esclarecer que nem tudo pode ser dito; é preciso coerência nas manifestações e os alunos devem se ater àquilo que a imagem de *Mona Lisa* possibilita inferir. Sempre que surgirem dúvidas, leve-os a rever os vídeos. Comente, ainda, que uma das formas de manter viva a presença da arte em suas vidas é a visita a museus, galerias, exposições, bibliotecas, redes sociais, enfim, a ambientes onde elas circulam em profusão.

Após a discussão, retornar aos grupos para trabalhar com os materiais 4 e 5. Assistir a um vídeo da Academia Brasileira de Arte sobre releitura (**MATERIAL 4**) e lembrar os estudantes acerca dos intertextos criados a partir de *Mona Lisa* e apresentados na videoaula anterior. Explorar com a turma as diferentes releituras da obra disponíveis no site *Eu & Vc Fazendo Arte* (**MATERIAL 5**).

Professor(a), o trabalho com as releituras deve ser interdisciplinar. Nas aulas de Artes, Literatura e História, é importante usar como referência obras de artistas consagrados, entre eles os já conhecidos pelos alunos. Mas isso não impede de também serem apresentados aqueles menos famosos. O ideal é estimular os estudantes a recriá-las, com ênfase na expressividade e na criatividade. Uma dose de humor, uma pitada de ironia e o tom crítico serão sempre bem-vindos. Além de imprimir sua marca pessoal ao trabalho, eles vão entender melhor o sentido da arte. Estimule-os a buscar inspiração em pinturas, na escultura e nas artes plásticas.

## PASSO 2

### Releitura e intertextualidade

Professor(a), esse passo corresponde a 1 hora-aula.

Organizar um trabalho em equipe, incluindo os materiais 6 e 7. Fazer nova provocação para a turma com a exposição de dois outros textos: o quadro *Abaporu* (1928), da pintora modernista Tarsila do Amaral (**MATERIAL 6**), e a charge intitulada *O Pequeno Abaporu* (2020) (**MATERIAL 7**), do cartunista brasileiro Adão Iturrusgarai.

FIGURA 1 — Quadro *Abaporu* (1928)



Fonte: Site Enciclopédia Itaú Cultural (2017)

FIGURA 2 — Charge *O Pequeno Abaporu* (2020)



Fonte: Perfil de Adão Iturrusgarai no Twitter (2020)

Sobre os textos acima, dividir novamente a sala em grupos e propor as seguintes discussões:

- a. Você conhece a pintora modernista Tarsila do Amaral, suas obras e sua importância para a pintura brasileira?
- b. O *Abaporu* é uma de suas principais produções. Em um primeiro olhar, que leituras você pode fazer da tela? O que as proporções aplicadas na tela (mãos e pés enormes e cabeça pequena) sugerem para você?
- c. É possível dizer que o personagem Abaporu é uma referência ao homem brasileiro entrosado com a natureza. Que elementos da tela remetem a essa característica?
- d. Por outro lado, considerando-se o período literário em que Tarsila atuou, o Modernismo, que tipo de crítica a pintora revela com essa obra?
- e. O título dado à obra tem origem no tupi-guarani e significa “homem que come homem”. Levante hipóteses que justifiquem essa escolha.
- f. Há entre alguns estudiosos a ideia sugerida de a tela ter sido pintada num ângulo de baixo para cima. Apresente argumentação convincente para justificar essa afirmação.
- g. Podemos dizer que Adão Iturrusgarai, com *O Pequeno Abaporu*, propôs uma releitura da tela de Tarsila? Por quê?
- h. Além disso, o chargista faz uma alusão a outra obra muito importante da literatura. Que obra é essa?
- i. Seguindo a ideia de Adão Iturrusgarai, procure na internet outras imagens que “dialoguem” com o *Abaporu* de Tarsila e apresente para a turma.

Professor(a), oriente seus alunos sobre alguns aspectos da pintura *Abaporu*: um ser mítico, sentado embaixo do sol, provavelmente numa tarde de verão, tendo apenas os seus pensamentos como companhia; a ideia sugerida de ter sido pintado num ângulo de baixo para cima; a paisagem árida, o verde do cacto, uma planta do sertão nordestino, o amarelo do sol e o fundo azul, tons vibrantes que remetem à brasilidade, com destaque para as cores da bandeira nacional. Por outro lado, é preciso esclarecer, ainda, sobre a crítica social veiculada na pintura, ao representar, também, o brasileiro comum, de rosto indefinido, de cabeça pequena, mas de braços e pernas grandes, que tem explorada a sua forma braçal e não a sua habilidade intelectual. Portanto, a pintura pode ser vista como uma crítica social. Sobre *O Pequeno Abaporu*, saliente que o cartunista brasileiro Adão Iturrusgarai constrói uma relação entre o quadro *Abaporu*, de Tarsila do Amaral, e o personagem do livro *O Pequeno Príncipe*, de Antoine de Saint-Exupéry. Essa releitura já se torna evidente no título, com o aproveitamento do adjetivo “pequeno”.

Após esse momento, assistir a uma videoaula sobre o tema da intertextualidade elaborada pela Khan Academy ([MATERIAL 8](#)). Depois disso, criar uma roda de conversa (com a sala em “U”) para gerar uma discussão acerca das principais abordagens apresentadas/veiculadas nos vídeos até então assistidos (sobre *Mona Lisa*, Leonardo da Vinci, arte pictórica, pintura renascentista, intertextualidade entre outras). A roda de conversa pode ser orientada a partir dos questionamentos:

- a. Qual a diferença entre plágio, releitura e intertextualidade?
- b. Por que você acredita que obras como a *Mona Lisa* e o *Abaporu* são tão famosas e relevantes até os dias atuais?
- c. Que relação essas obras mantêm com a atualidade?

## PASSO 3

### Pesquisa na Web

Professor(a), esse passo corresponde a 1 hora-aula. Para saber mais, confira o capítulo “Pesquisa Investigativa na Web”, do livro “Cidadania Digital: atividades para formação do pensamento crítico”, de organização de Carla Coscarelli, cujo link de acesso gratuito pode ser encontrado ao final desta sequência.



Iniciar esta aula no laboratório de informática da escola e apresentar aos estudantes a plataforma de edição conjunta de textos *Google Docs* (**MATERIAL 9**). Se não houver um espaço como este na escola, desenvolva a atividade em sala de aula, utilizando os celulares dos próprios alunos ou o *datashow*, caso possível. O trabalho será continuado após a aula, como tarefa para casa. Informar aos estudantes que eles terão como tarefas principais desta aula:

1. Divisão em grupos de 4 alunos.
2. Escolha de uma pintura representativa de um movimento artístico (Renascimento, Barroco, Romantismo, Impressionismo, Realismo, Naturalismo, Simbolismo, os ISMOS da vanguarda europeia: Futurismo, Cubismo, Expressionismo, Dadaísmo e Surrealismo, além das artes da cultura marginal e contemporâneas).
3. Pesquisa sobre a obra escolhida.
4. Produção de uma releitura da obra escolhida a partir de fotos ou vídeos (a ser explicado em aula posterior).

Professor(a), caso deseje, você pode explorar, para além dos movimentos artísticos citados, outros tipos de obras visuais, como pichações, grafites, gravuras, quadrinhos, fotografias... É possível incluir tendências de diferentes origens para além da Europa, como as brasileiras, africanas, asiáticas, latino-americanas etc.



Orientar os alunos a realizar uma pesquisa sobre outras pinturas famosas, representativas de um movimento artístico, com registro no *Google Docs*. Para tanto, dividir a turma em grupos de até 4 estudantes. Cada um dos grupos deve escolher uma pintura para pesquisa, segundo o movimento artístico designado a eles pelo(a) professor(a) (por meio de sorteios ou consenso da turma) e redigir uma análise sobre a obra.

Os estudantes devem se atentar para apresentarem ao leitor informações relevantes sobre o quadro, como autor da obra, movimento em que se insere, contextualização histórica e a leitura realizada pelo grupo, apontando elementos da pintura que a justifiquem. Ademais, é importante que expliquem o porquê da obra escolhida, assim como uma reflexão de como ela se mantém importante na atualidade.

Após a conclusão do trabalho escrito, o quarteto poderá partilhar as informações e impressões com o restante da turma, nas próximas etapas desta sequência.

Material extra!

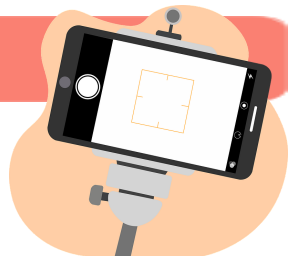
Clique [aqui](#) para acessar um tutorial de como usar o *Google Docs*.

Professor(a), a internet e a tecnologia constituem, hoje, ferramentas imprescindíveis para nos auxiliar no processo ensino/aprendizagem. Uma das soluções desse universo digital é o *Google Drive*, que traz o *Docs*. Levar os alunos a conhecer suas funcionalidades estimula-os, entre outros aspectos, como produtores de textos a partir de um trabalho colaborativo e integrado. Eles também vão perceber, por exemplo, como funciona a ferramenta de edição de textos, pois mais de um dos colegas pode editar e inserir comentários no mesmo documento em tempo real. Com o *Google Docs* será possível desenvolver o trabalho de forma ágil, conectada e interativa, com as alterações necessárias e de momento. As ações oportunizam uma participação coletiva e dinâmica, importante nos trabalhos de equipe.

## PASSO 4

### Mão na massa: produzindo nossas próprias releituras

Professor(a), esse passo corresponde a 1 hora-aula.



Esta aula poderá ser ministrada no laboratório de informática ou em sala de aula, com recurso de *datashow*, para apresentação do *Instagram*, pelo(a) professor(a), e celulares dos próprios alunos.

Solicitar aos estudantes uma releitura/recriação da obra de arte escolhida por cada grupo. Esta deverá ser elaborada em um momento posterior à aula, em formato de foto ou vídeo, para publicação na rede social *Instagram* (**MATERIAL 10**), a qual funcionará como uma galeria de arte da turma.

Sanar dúvidas, fornecer mais informações sobre o trabalho a ser executado e explicar aos alunos que eles deverão criar sua própria obra de arte a partir daquela escolhida para a pesquisa, mas ela deve assumir um novo significado. O perfil do *Instagram* “Tussen Kunst & Quarantaine” (**MATERIAL 11**), criado durante a pandemia, é um bom exemplo a ser explorado em sala de aula para a atividade que se propõe. Nele, são encontradas diversas recriações de obras famosas, por pessoas anônimas, a partir de itens domésticos, como a releitura a seguir:

FIGURA 3 — Releitura da pintura *Ofélia*, de John Everett Millais



Fonte: Perfil do *Instagram* “Tussen Kunst & Quarantaine”

Solicitar que o quarteto dê um título à releitura desenvolvida e crie uma pequena chamada para a imagem, a qual irá compor a descrição do *post*. Neste pequeno texto, lembrar os alunos de destacarem o que os inspirou na criação da obra, assim como o elo com a atualidade. O uso da *hashtag* #pracegover deve ser explorado nesta etapa e a descrição da imagem para uso da *hashtag* também será elaborada pelos estudantes. Este é o momento para discutir com a turma a acessibilidade digital:

- a. Você já ouviu falar em acessibilidade digital?
- b. Conhece alguma forma de promovê-la?
- c. O que você sabe sobre a *hashtag* #pracegover?

Material extra!

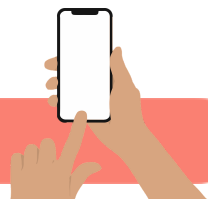
Clique [aqui](#) para conhecer mais sobre a *hashtag* #pracegover.

Professor(a), assim como se fez com a plataforma *Google Docs*, é necessário apresentar aos alunos a rede social *Instagram*, os formatos de textos que nela circulam e as dinâmicas envolvidas. Para a tarefa de fotografar a releitura de uma obra de arte, por exemplo, instrua e ensine os estudantes a optar pelo tamanho 1:1, para que não haja cortes quando o arquivo for postado. Além disso, torna-se essencial a autorização dos pais ou responsáveis para a postagem da fotografia na rede social, caso a imagem dos adolescentes esteja presente. Você pode elaborar uma pequena folha de autorização, explicando o projeto e objetivos, além de solicitar a devolutiva devidamente assinada.

## PASSO 5

### Criando nossa galeria de arte no Instagram

Professor(a), esse passo corresponde a 1 hora-aula.



Professor(a), a criação de um perfil no *Instagram* é com você! Peça sugestões da turma para o nome de usuário que vocês devem adotar (propor algumas opções de acordo com a disponibilidade do *Instagram* e fazer uma votação pode ser interessante).

Material extra!

Clique [aqui](#) para acessar um tutorial de criação de conta no *Instagram*.

Para a foto de perfil, fazer uma votação entre as releituras ou pedir que a turma elabore, em conjunto, uma foto ou desenho. Lembre-se de postar a foto do trabalho desenvolvido pelos alunos e da obra original no mesmo *post*, para que os usuários possam saber qual foi a inspiração do grupo.

Na parte denominada “Biografia”, acrescente informações sobre a galeria de arte, a turma e a escola. Acrescente também um link com o trabalho feito pelos alunos sobre as obras de arte. Assim, os usuários que visitarem o perfil poderão ter acesso não só às pinturas e às releituras como à pesquisa e a comentários dos estudantes sobre elas.

Material extra!

Saiba como colocar um link na biografia [clikando aqui](#).

Depois dessas ações, copiar o link da página do *Instagram* e enviar para o grupo de *WhatsApp* dos pais e alunos, se houver, ou convidá-los a seguir a página fixando um *QR Code* em um mural da escola.

Material extra!

Clique [aqui](#) e acesse um tutorial de como gerar um QRcode pelo *Instagram*.

## PASSO 6

### Vamos fazer uma resenha

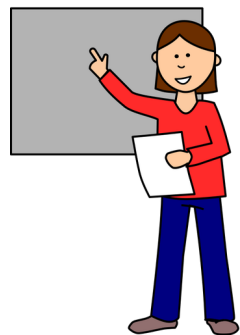
Professor(a), para este passo, a sugestão é que sejam reservadas 2 aulas + correção e reescrita do texto dos estudantes. Embora a sequência exija uma quantidade expressiva de aulas, ela promove a integração entre áreas do conhecimento, além do contato e aprendizado com diferentes gêneros textuais e movimentos artísticos.



Nesta etapa, a proposta é que os estudantes resenhem as releituras feitas pelos colegas. Assim, o ideal é que a turma já tenha algum conhecimento acerca do gênero resenha. No entanto, a tarefa pode ser uma boa alternativa para que seja estabelecido o primeiro contato, caso ele ainda não tenha ocorrido. O material que preparamos foi pensado para este último caso.

### PARTE 1

Reservar esta aula para apresentar o gênero resenha e a proposta de atividade aos alunos. A ideia é que as resenhas sejam feitas de modo individual e discorram acerca de uma das releituras criadas pelos demais colegas na etapa anterior. O meio em que o texto vai circular (como jornal da escola, mural, blog, twitter, plataforma de vídeos), limite de caracteres e demais especificidades fica a critério do(a) professor(a), que deverá comunicar aos alunos e deixar claras as expectativas quanto à tarefa.



Uma sugestão é que a turma tenha acesso a diferentes tipos de resenha e que possam fazer um levantamento, em conjunto, das características que os textos compartilham. O(a) professor(a) deverá anotar os apontamentos da turma na lousa e poderá sinalizar os pontos importantes que não forem observados pelos estudantes. Importa, também, que sejam apontadas as diferenças entre os textos e que as particularidades de cada um sejam analisadas em relação ao contexto de produção e público-alvo. Assim, cada aluno deverá ponderar sobre o

estilo que sua escrita vai assumir de acordo com a proposta do(a) professor(a).

#### Material extra!

Textos que o(a) professor(a) pode apresentar à turma:

[Clique aqui](#) e acesse o Canal Super Oito no YouTube, que apresenta resenhas de filmes e séries.

[Clique aqui](#) e acesse o Canal Gabriel Freitas no YouTube, que apresenta análises visuais de obras de arte.

[Clique aqui](#) e acesse uma resenha produzida sobre o livro *Dom Casmurro*.

[Clique aqui](#) e acesse uma crítica sobre o filme *Não Olhe Para Cima*.

Professor(a), também é importante que você pesquise outros exemplos de resenha que considere adequados para o perfil da turma e para o contexto da sala de aula.

## PARTE 2

Separar a aula para a produção dos textos. Depois de apresentados ao gênero resenha e devidamente informados sobre a atividade, os alunos deverão utilizar a aula para escrever sua resenha crítica. Cada um deles deve escolher uma das releituras feitas pelos colegas para ser apreciada em seu texto.



Ao final, os textos devem ser entregues para o professor(a), a fim de que passem por uma revisão. Os pontos positivos e que carecem atenção devem ser sinalizados e devolvidos aos autores para reescrita e entrega da versão final. É muito interessante que o(a) professor(a) pense em alternativas para que as resenhas, assim como as releituras, circulem no ambiente escolar e fora dele.

## PASSO 7

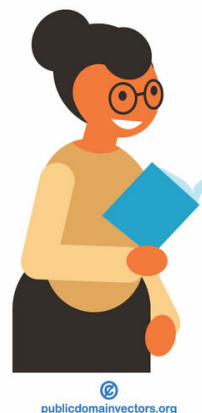
### Hora de avaliar

Professor(a), esse passo corresponde a 1 hora-aula.

- Avaliação do(a) professor(a)

A avaliação do(a) professor(a) pode ser feita com base em:

- a. Retomada das discussões iniciais sobre intertextualidade e discussão final acerca do tema.
- b. Interação e participação dos alunos nas tarefas individuais e coletivas.
- c. Avaliação dos materiais produzidos.
- d. Acompanhamento das fases, com *feedbacks* e devolutivas para os alunos, observando a pertinência de suas realizações e motivando-os a construir seu próprio discurso.



Professor(a), conforme propõe a BNCC, a avaliação objetiva, entre outros aspectos, fazer uma análise integral e global do aluno, sujeito partícipe e peça fundamentalmente ativa em seu processo de ensino-aprendizagem. Há alguns métodos avaliativos sugeridos por esse importante documento. Para além da avaliação formativa, torna-se importante observar e acompanhar periodicamente o cotidiano dos alunos em sala de aula. É imprescindível fazer registros ao longo de todo o ano, que podem culminar em um documento síntese, no sentido de ajudá-lo a nortear sua prática e, se for o caso, replanejar as atividades. Os resultados obtidos com a mensuração dos conhecimentos construídos pelo alunado permitem, inclusive, a reorganização das ações/situações de aprendizagem, razão pela qual as avaliações devem acontecer de maneira sistemática e contínua. As reuniões com a equipe pedagógica também oportunizam discussões e reflexões exitosas, pois trarão mais

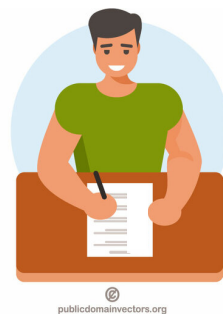
aprendizado do conteúdo, além de “dar pistas” sobre os avanços e dificuldades da turma.

Além das avaliações de referência normativa, é preciso também considerar as avaliações de referência criterial. Nestas os resultados obtidos por um grupo não serão comparados com os de outros grupos por meio de normas, mas com um ou mais critérios previamente definidos. Conseqüentemente, o *feedback*, a autoavaliação, a coavaliação e a avaliação em geral são práticas promissoras e muito úteis para regular as aprendizagens e o ensino, pois favorecem a participação construtiva e autônoma dos alunos, contribuindo para se tornarem agentes atuantes em seu aprendizado e desenvolvimento. Portanto, estabelecer critérios é um meio pedagógico relevante para que todos possam aprender.

- Autoavaliação

Os próprios alunos também podem produzir uma autoavaliação. Isso pode ser feito considerando:

- a. Pequenos relatos individuais, indicando problemas, soluções e estratégias realizadas/encontradas/desenvolvidas no decorrer das tarefas.
- b. Reflexões sobre o próprio desempenho durante a realização das atividades.





Professor(a), a autoavaliação é um processo por meio do qual o aluno reflete e avalia seu percurso de aprendizagem, com vistas ao aperfeiçoamento de suas ações e ao seu desenvolvimento cognitivo. Muitas são as suas vantagens, entre as quais podemos citar: desenvolve a autonomia; favorece a reflexão crítica; proporciona ao estudante avaliar seu próprio trabalho/desempenho; permite o compartilhamento de responsabilidades; amplia o nível de consciência e de discernimento do aluno acerca de suas habilidades e capacidades de julgamento. A partir da autoavaliação, os alunos poderão tomar ciência do que foi aprendido e o quanto desenvolveram em habilidades e conhecimento, assim como compreender suas dificuldades e pontos que ainda precisam ser melhorados, buscando formas de superá-los. A autoavaliação também pode ser de grande valia para os educadores, tendo em vista que pode servir como um *feedback* para as práticas pedagógicas, auxiliando na seleção daquelas mais eficazes de acordo com o perfil de cada turma ou mesmo na identificação de dificuldades de aprendizado e necessidade de retomada do conteúdo.

No entanto, para que este método seja realmente eficaz, é preciso deixar explícitos os critérios de avaliação, de preferência, que sejam decididos de forma colaborativa com a turma, e criar planos de ação para melhorar os aspectos negativos. É importante considerar, também, a reflexão do docente sobre cada critério, a fim de que os excessos sejam evitados (como a cobrança exagerada por parte dos estudantes, por exemplo). Lembre-se de que a autoavaliação pode ser, sim, uma forma de avaliar formalmente os estudantes, atribuindo notas às tarefas realizadas por eles, mas o mais importante é que o processo seja considerado. Por isso, a atenção não deve se voltar apenas ao “produto final” apresentado, mas à evolução e dedicação de cada um frente à tarefa sugerida.

- Coavaliação

a. Avaliação de cada grupo dos materiais produzidos e da participação nas atividades propostas.



Professor(a), a coavaliação constitui uma prática por intermédio da qual os estudantes se avaliam mutuamente, realizando intervenções de forma colaborativa/cooperativa nas produções de seus pares, adicionando-lhes valores. Algumas de suas vantagens se assemelham à da autoavaliação, além de levar o aluno a: aprender a avaliar o trabalho dos outros; promover a capacidade de colaboração durante o aprendizado; compreender mais profundamente os critérios de avaliação; compartilhar responsabilidades da avaliação.

---

## FIM DA ATIVIDADE

---

### Visitando outros espaços

Confira alguns outros materiais que podem auxiliá-lo(a) e inspirá-lo(a), professor(a):

- [Canção “Monalisa”, de Jorge Vercillo.](#)
- [Tutorial “Como fazer releitura da MONA LISA” por meio de colagem.](#)
- [Artigo “A Intertextualidade e o Ensino de Língua Portuguesa”.](#)

## REFERÊNCIAS

- ABAPORU. *In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileira*. São Paulo: Itaú Cultural, 2022. Disponível em: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/obra1628/abaporu>. Acesso em: 22 jan. de 2022. Verbete da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7
- ABRA – Academia Brasileira de Arte. **Você sabe o que é uma releitura?** YouTube. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=ktBaNhjG8uM&ab\\_channel=ABRA-AcademiaBrasileiradeArte](https://www.youtube.com/watch?v=ktBaNhjG8uM&ab_channel=ABRA-AcademiaBrasileiradeArte). Acesso em: 20 jan. 2022
- APRECIANDO ARTE. **Pinceladas 10 | A Mona Lisa, de Leonardo da Vinci | Vídeo 01 de 02**. YouTube. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=ENhWCjVLLtQ&ab\\_channel=ApreciandoArte](https://www.youtube.com/watch?v=ENhWCjVLLtQ&ab_channel=ApreciandoArte). Acesso em: 19 jan. 2022
- BARCELLOS, R. S. A intertextualidade e o ensino da língua portuguesa. *In: VIII Congresso Nacional de Linguística e Filologia*, 2004, Rio de Janeiro. Círculo de Estudos Filológicos e Linguísticos, 2004.
- BERTAGLIA, R. Porque você não precisa usar a #PraCegoVer em todas as publicações. **Blog Hand Talk**. Disponível em: <https://blog.handtalk.me/pracegover>. Acesso em: 20 jan. 2022
- BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular**. 2018. Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/a-base>. Acesso em: 14 de jan. 2022.
- COSCARELLI, C. V. (Org.). **Cidadania Digital**: atividades para formação do pensamento crítico. Belo Horizonte: SC Literato, 2017.
- COSTA, M. B. Como criar uma conta no Instagram? **Canaltech**, 2021. Disponível em: <https://canaltech.com.br/produtos/como-criar-uma-conta-no-instagram>. Acesso em: 20 jan. 2022
- CURSOB – Cursos online. **O que é Google Docs e como usar (2020) - Aula 1**. YouTube. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=zS1IRUeswzY&ab\\_channel=CursoB-CursosOnline](https://www.youtube.com/watch?v=zS1IRUeswzY&ab_channel=CursoB-CursosOnline). Acesso em: 20 jan. 2022
- GAIATO, K. Como colocar link na bio do Instagram. **Canaltech**, 2022. Disponível em: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/como-colocar-link-na-bio-do-instagram>. Acesso em: 20 jan. 22
- ITURRUSGARAI, A. **O Pequeno Abaporu**. 23 de jun. de 2020. Twitter: @aiturrusgarai. Disponível em: <https://twitter.com/aiturrusgarai/status/1275442161685630976>. Acesso em: 22 jan. 2022.
- JORGE VERCILLO OFICIAL. **Jorge Vercillo - Monalisa**. YouTube. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=QBMjvGjKnAc&ab\\_channel=JorgeVercilloVEVO](https://www.youtube.com/watch?v=QBMjvGjKnAc&ab_channel=JorgeVercilloVEVO). Acesso em: 18 jan. 22
- KHAN ACADEMY BRASIL. **Intertextualidade**: explicação e exemplos. YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JT9MIZ0pyZk>. Acesso em: 18 jan. 2022
- KOCH, I. G. V.; BENTES, A. C; CAVALCANTE, M. M. **Intertextualidade**: diálogos possíveis. São Paulo: Cortez, 2007.
- MARIN, J.. QR Code do Instagram: como criar um código para o seu perfil. **Tecmundo**, 2020. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/176458-qr-code-instagram-criar-codigo-perfil.htm>. Acesso em: 21 jan. 22
- MONA LISA. Disponível em: [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/e/ec/Mona\\_Lisa%2C\\_by\\_Leonardo\\_da\\_Vinci%2C\\_from\\_C2RMF\\_retouched.jpg/603px-Mona\\_Lisa%2C\\_by\\_Leonardo\\_da\\_Vinci%2C\\_from\\_C2RMF\\_retouched.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/e/ec/Mona_Lisa%2C_by_Leonardo_da_Vinci%2C_from_C2RMF_retouched.jpg/603px-Mona_Lisa%2C_by_Leonardo_da_Vinci%2C_from_C2RMF_retouched.jpg); Acesso em: 17 jan. 22

RATARIA GAMEPLAYS. **Monalisa**. YouTube. Disponível em:  
[https://www.youtube.com/watch?v=5ReUVmOEZiU&ab\\_channel=RatariaGameplays](https://www.youtube.com/watch?v=5ReUVmOEZiU&ab_channel=RatariaGameplays). Acesso em: 22 jan. 2022.

RELEITURAS DA MONA LISA. **Euevcfazendoarte**. Disponível em:  
<https://euevcfazendoarte.wordpress.com/2010/06/21/releituras-da-mona-lisa/>. Acesso em: 18 jan. 22

TUSSEN KUNST & QUARANTAINÉ. **Instagram**. Disponível em:  
<https://www.instagram.com/tussenkunstenguarantaine/>. Acesso em: 17 jan. 2022

As imagens apresentadas sem referência neste capítulo estão disponíveis no site Public Domain Vectors, sob licença Creative Commons Deed CC0 (domínio público), e no site Pixabay, sob licença Pixabay License, e não requerem atribuição de referência.

# sobre as autoras

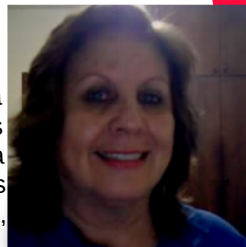
**Juliana Cristina Ramos Vaz** graduou-se em Letras – licenciatura em português pela Universidade Federal de Minas Gerais (2021) e é mestranda em Estudos Linguísticos pelo Programa de Pós-graduação em Estudos Linguísticos da mesma universidade. O foco de sua pesquisa é a inovação lexical e a elaboração de propostas pedagógicas sobre este tema. Atualmente, é bolsista FAPEMIG, agência que apoiou a produção deste material. Entre seus interesses estão: ensino de língua, de literatura e estudo do léxico. E-mail: julianacrvez@gmail.com



**Maria Amorim Vieira Castro** graduou-se em Letras – licenciatura em português pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Atualmente, é mestranda em Estudos Linguísticos pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Universidade Federal de Minas Gerais e bolsista CNPq, agência que contribuiu para a produção deste material. Seus principais interesses de pesquisa são: ensino de língua portuguesa, ensino do léxico e ensino na Educação de Jovens e Adultos (EJA). E-mail: mamorimvcastro@gmail.com



**Solange Maria Moreira de Campos** graduou-se em Letras, licenciatura em português, pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (1974). Possui mestrado em Educação, Administração e Comunicação pela Universidade São Marcos (2001). Atualmente, é doutoranda em Estudos Linguísticos pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Universidade Federal de Minas Gerais (PosLin/UFMG). Seus principais interesses de pesquisa são: ensino de língua portuguesa e suas literaturas, ensino do léxico e formação de professores. E-mail: literatorio@gmail.com





# homem com **H** maiúsculo?

**4**  
**PROPOSTA**

<b>Disciplinas</b>	Língua Portuguesa, adaptável para outras linguagens ou projetos interdisciplinares
<b>Público-alvo</b>	Estudantes de 8º ou 9º ano do Ensino Fundamental, adaptável para outros segmentos
<b>Gêneros Textuais</b>	Peças publicitárias, com enfoque em anúncios publicitários
<b>Assuntos</b>	(Des)construção de masculinidades, busca de informações na Internet, sinonímias/antonímias, inferências, argumentação, análise de imagens, retextualização multimodal
<b>Na BNCC</b>	EF69LP02   EF69LP04   EF69LP09   EF69L917   EF89LP07   EF89LP11



**Samuel de Sá Ribeiro**  
**Newton Vieira Lima Neto**  
**Alexandra Bittencourt de Carvalho**



Imagem: bosquetro.com

# HOMEM COM ‘H’ MAIÚSCULO?

sequência didática | versão docente

**Campanhas publicitárias** permeiam, de forma expressiva, os diferentes meios de comunicação a que brasileiros/as/os têm acesso. Com efeito, o Brasil é o sexto país que mais gasta com campanhas publicitárias no mundo<sup>1</sup>. Apesar disso, diversos estudos demonstram que as diferentes peças publicitárias, no Brasil, não privilegiam representações plurais de diversidade racial e de gênero<sup>2</sup>. Massivamente presente em diferentes suportes, a publicidade brasileira tem crescido e sido repercutida e retextualizada especialmente em ambientes digitais. Ao utilizarem diferentes plataformas digitais, somos expostos/as/os a um enorme número de anúncios, que não só representam como constroem efeitos de sentido possíveis acerca de questões sociais<sup>3</sup>. Ao longo desta sequência didática, analisaremos como as campanhas publicitárias de desodorantes masculinos têm construído efeitos de sentido e como poderiam propor novas possibilidades de significados acerca do tema **masculinidades**.

Mais do que identificar ou ter acesso ao gênero, aqui nos debruçamos sobre os aspectos críticos envolvidos nas práticas de **letramento digital**, na medida em que não só es/as/os estudantes analisam anúncios reais, como propõem outras **possibilidades de construção e de retextualização**.

Esta é uma sequência didática, voltada a **docentes**, para ser desenvolvida ao longo de, pelo menos, **três aulas**, no âmbito da disciplina de **Língua Portuguesa**, ou de projetos interdisciplinares nos dois últimos anos do Ensino Fundamental. Nas últimas páginas, disponibilizamos um **material de apoio discente**, a ser utilizado por estudantes durante a execução das atividades.

Palavras seguidas de uma numeração suspensa, ex.: *campanhas publicitárias no mundo*<sup>1</sup> indicam que a informação foi retirada de uma de nossas **referências**, disponíveis ao fim da proposta.

## 1 OBJETIVOS

Dentre os diversos objetivos que podem ser traçados numa proposta como esta, elencamos um **objetivo geral** e separamos alguns **objetivos específicos** ao longo de três aulas. Embora aqui se separe a sequência em aulas, e/a/o docente pode escolher encará-las como etapas, dedicando a cada uma delas o número de aulas que lhe melhor convier.





## Objetivo geral

Promover a leitura crítica multimodal de anúncios publicitários que evocam questões inerentes à construção de masculinidades.

## Objetivos específicos

### Aula 1

- Reconhecer aspectos de estrutura e de funcionamento do gênero anúncio publicitário a partir de exemplos do desodorante *Avanço* (1997);
- Identificar escolhas linguísticas e imagéticas que contribuem para a construção de masculinidades;
- Analisar e interpretar os efeitos de sentido gerados pelas campanhas.

### Aula 2

- Analisar escolhas linguísticas e imagéticas nas campanhas do desodorante *Old Spice* (2014) que contribuem para a construção de masculinidades hegemônicas;
- Utilizar dicionários on-line e buscadores de sinônimos/antônimos para discutir sinonímias que reproduzem tais masculinidades, bem como antonímias que as problematizam ou desconstroem;
- Buscar imagens que potencialmente podem desconstruir masculinidades hegemônicas;
- Problematizar os impactos sociais da circulação dos textos analisados, tanto na aula 1 quanto na presente aula.

### Aula 3

- Utilizar a ferramenta de edição de imagem *Canva* para retextualizar anúncios publicitários de forma a propor construções de masculinidades mais saudáveis e não violentas.



Ao longo da execução das tarefas, pode-se optar por trabalhar de diversas formas, de acordo com o contexto de atuação e dos recursos disponíveis. Cada uma das discussões e das atividades propostas podem ser realizadas em duplas, trios, grupos ou com toda a turma. Eis algumas formas de desenvolver as atividades:

- utilizar o **material de apoio discente**, disponibilizado ao fim desta sequência didática, que pode ser impresso ou editável on-line;
- não utilizar o **material de apoio discente** e preferindo, em seu lugar, diálogos diretos com a turma, com projeção das imagens e dos vídeos no quadro, ou lhes disponibilizando *links* em grupos virtuais para que os acessem de seus dispositivos eletrônicos;
- realizar parte das discussões e dos acessos aos materiais em sala e deixar parte das tarefas para que sejam realizadas em casa, por meio do **material de apoio discente**.

### Antes de começar:



Os trechos **em azul** são sugestões pedagógicas para docentes e não aparecem **no material de apoio discente**.

No **material de apoio discente**, algumas vezes tabelas e imagens são redimensionadas com fins didático-pedagógicos.

Para facilitar a localização das atividades por página, procure ter sempre à mão o **material de apoio discente**, localizado nas últimas páginas desta sequência didática. Alternativamente, pode-se utilizar expressões como “no item 6”, “no Texto II”, “na letra ‘a’ do item 2” e “no quadro laranja”, por exemplo.

## AULA 1

Reconhecer gêneros textuais e sensibilizar o grupo para a temática das masculinidades

### etapa 1

Depois de cumprimentar es/as/os estudantes, apresente dois textos: um **anúncio publicitário para TV da marca 'Avanço'** e uma **retextualização multimodal**. O objetivo é fazer com que es/as/os estudantes reconheçam aspectos importantes e recorrentes da estrutura de um anúncio publicitário em vídeo – ou seja, suas escolhas linguísticas e imagéticas –, assim como aspectos de funcionamento – função social da campanha e efeitos de sentido produzidos por essas escolhas. Algumas perguntas geradoras podem ser feitas, principalmente relacionadas ao produto, já que a campanha circulou com grande projeção no fim da década de 90:

#### 1. Discuta com colegas:

- Vocês conhecem o desodorante 'Avanço'?*
- Vocês acham que o produto é antigo ou novo?*
- Como vocês acham que devia ser a propaganda desse produto? Onde ela era veiculada?*

### etapa 2

Depois de mapear os conhecimentos prévios e, caso necessite, responder a algumas informações não discutidas a partir das primeiras perguntas geradoras, apresente o primeiro texto: um anúncio publicitário em vídeo que circulou na televisão no fim dos anos 90.

#### TEXTO I: Desodorante Avanço (Elas Avançam) – 1997



Clique na foto ou [aqui](#) para assistir ao anúncio publicitário.

A fim de mediar a leitura, as próximas perguntas podem ser realizadas ou disponibilizadas via **material de apoio discente** para discussão em duplas, trios ou pequenos grupos.

#### 2. Discuta com colegas:

- Qual o slogan do produto? (Atentar-se às escolhas linguísticas)*

- b) *Como são as pessoas que participam do anúncio publicitário? (Atentar-se a aspectos como raça, gênero, classe, sexualidade, roupas, cenários etc.)*
- c) *Como o produto é representado? (Atentar-se aos benefícios proporcionados pelo produto)*
- d) *Vocês acham que existe, para além do produto, uma construção de como os homens devem ser? Se sim, que construção é essa? Ela é boa ou ruim para a sociedade? Por quê?*

Projetando a próxima imagem no quadro, ou utilizando o **material de apoio discente**, peça à turma que tente estabelecer uma conexão entre as palavras e o recurso gráfico utilizado (um megafone), ao comparar e contrastar seus possíveis significados. Em um primeiro momento, es/as/os estudantes podem discuti-los entre si. Depois, podem acessar mecanismos de busca on-line para confirmar ou não suas hipóteses. Por fim, toda a turma pode discutir essa relação, a fim de definir os conceitos de **campanha publicitária**, **peça publicitária**, **anúncio publicitário** e **propaganda**. Solicite que não acessem o item 4, na próxima página, até que tenham concluído essa etapa.

**3. Utilizando suas próprias palavras, tente definir os termos abaixo. Em seguida, discuta com colegas a relação entre esses termos e a figura em que se encontram inseridos.**

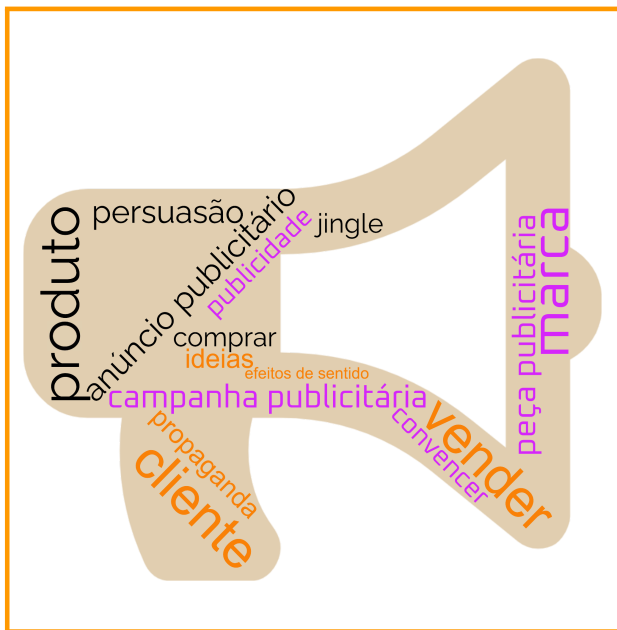
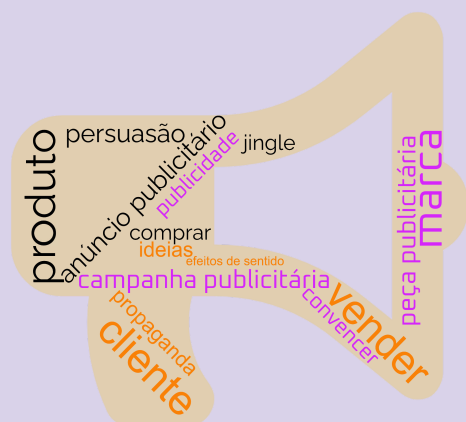


Imagem: autoria própria, elaborada no [wordclouds.com](http://wordclouds.com)

**Não vale colar. Não espie a próxima página até que toda a turma tenha finalizado a discussão.**

#### 4. Agora leia o quadro abaixo e discuta com colegas se suas hipóteses estavam próximas ou distantes das definições disponíveis. Por quê?

### Campanha ou anúncio? Publicidade ou propaganda?



**Uma campanha publicitária** diz respeito a todas as estratégias definidas para divulgar uma marca ou um produto específico no mercado e envolver o público como uma empresa próxima ao consumidor. Algumas dessas estratégias envolvem a elaboração de uma identidade, de uma imagem, da forma como pretende se relacionar com clientes, de estratégias de fidelização e da criação de peças publicitárias.

Fonte: [diferecomunicacao.com](http://diferecomunicacao.com)

**Peças publicitárias** podem ser analisadas individualmente, normalmente - mas não necessariamente -, dentro de uma campanha publicitária. Alguns exemplos de peças publicitárias são *outdoor*, *busdoor*, mobiliário urbano, *jingles*, anúncio em revista e anúncios em rádio ou vídeo.

Fonte: [iped.com.br](http://iped.com.br)

**Anúncios publicitários** sempre apresentam algo a ser vendido a um público-alvo, com características específicas, tais como a utilização de um *slogan* (por exemplo: *Havaianas, todo mundo usa*; *Você tem seu estilo, a Renner tem todos*, *Vem pra Caixa você também!*), de imagens, cores e tipografia que operam no sentido de convencer quem os lê, ouve ou assiste. Para saber mais sobre anúncios publicitários, você pode assistir a [esse vídeo](#) e ler [esse artigo](#) do Brasil Escola.

#### Mas e a propaganda?

Tal como a publicidade, a propaganda se propõe a divulgar algo. No entanto, em vez de se propor a divulgar produtos ou marcas, propagandas se propõem a divulgar ideias e/ou projetos, tais como as propagandas de organizações não governamentais (ONGs) ou eleitorais, normalmente sem propósito comercial. No dia a dia, porém, as pessoas costumam utilizar "propaganda" e "anúncio" como sinônimos.

Fonte: [Silva \(2019\)](#)<sup>4</sup>. Mais sobre o assunto em Marcuschi (2003)<sup>5</sup>

### etapa 3

Após a discussão, apresente uma **retextualização**, reproduzida no blog AuriMartini ([clique aqui](#)) intitulada **Slogans sinceros**. Nessa etapa, algumas perguntas geradoras podem ser feitas.

5. Na imagem a seguir, você encontra uma retextualização do anúncio publicitário a que você assistiu anteriormente.

### TEXTO II: Retextualização



Clique na foto ou [aqui](#) para acessar a retextualização em tamanho maior.

Slogan: **Com Avançaço, elas avançam. Na direção oposta.**

### Discuta com colegas:

- Esse texto parece com um anúncio publicitário? Quais são os aspectos que se assemelham ao gênero?*
- Existem aspectos que o diferenciam de um anúncio publicitário? Quais? Como poderíamos chamar esse gênero textual?*
- Quais são os efeitos de sentido que essas diferenças produzem: reiteram o anúncio de TV ou o problematizam? Explique.*

O que aqui se vê é uma retextualização do Texto I (texto base), um anúncio publicitário de TV, transformado numa espécie de paródia de anúncio publicitário de revista, no Texto II (texto novo). A partir dessas perguntas geradoras, pode-se construir com a turma o conceito de **retextualização**, a seguir (item 6). Peça que tentem (re)explicar, em suas próprias palavras, a definição acadêmica fornecida no quadro. Para isso, ajude es/as/os estudantes com as definições de palavras mais abstratas.

6. Leia uma definição possível para **retextualização** abaixo. A partir das discussões feitas até aqui, de que maneira o Texto II é uma retextualização do Texto I?

Para Maria de Lourdes Matencio<sup>6</sup>, “[...] textualizar é agenciar recursos linguageiros e realizar operações linguísticas, textuais e discursivas. **Retextualizar**, por sua vez, **envolve a produção de um novo texto a partir de um ou mais textos base**, o que significa que o sujeito trabalha sobre as estratégias linguísticas, textuais e discursivas identificadas no texto-base para, então, projetá-las tendo em vista uma nova situação de interação, portanto um novo enquadre e um novo quadro de referência.”

Mas o que é **retextualização**?



## etapa 4

Depois da discussão, pode-se perguntar se es/as/os estudantes se lembram de outras peças publicitárias que reproduzem masculinidades. Esta etapa é importante para que percebam a sua recorrência e o poder ideológico que essas representações iteradas produzem na vida social. O ideal é que, em algum ponto da aula, docente e estudantes consigam chegar ao termo **masculinidade normativa** (ou hegemônica), a ser discutido nas próximas aulas. O termo remete às expectativas sociais de que homens sejam cisgêneros, heterossexuais, provedores, viris, ativos, fortes, galanteadores e mais racionais que emocionais para serem “respeitados”; remete, portanto, a uma “norma”, a um padrão único e exclusivo de masculinidade possível. Para maior aprofundamento, recomendamos algumas referências:

- **Virando Homem: Masculinidades e Adolescência**, uma sequência didática de Gabriela Martins Silva. ([disponível aqui](#))
- **Sobre masculinidade normativa, desconstrução e “ser homem”**, texto publicado em *blog* de Fernando Vieira. ([disponível aqui](#))
- [Artigos acadêmicos](#)
- OLIVEIRA, I.; SANTOS, J.; GAIA, Y. A (des) construção da masculinidade normativa e a construção de novas masculinidades em Volta Redonda (2013-2020). **Simpósio**. [S.l.], n. 9, fev. 2021. ISSN 2317-5974. ([disponível aqui](#))
- SANTOS, W; BORGES, M; ALMEIDA, J. Adolescência normativa masculina: um enfrentamento com possibilidade de suicídio. **Revista Educação e Políticas em Debate** – v. 2, n.2, p. 499-515, jul./dez. 2013. ([disponível aqui](#))

## AULA 2

### Aprender a utilizar buscadores digitais, problematizando efeitos de sentido multimodais

#### etapa 1

Nesta segunda aula, após cumprimentar es/as/os estudantes, retome a análise da peça publicitária do desodorante **Avanço** (1997), buscando reforçar a problemática da **masculinidade normativa** reiterada no discurso do anúncio. Em seguida, apresente os textos seguintes, que são anúncios publicitários do desodorante **Old Spice** (2014), de um período mais recente. Para uma contextualização pós-retomada da aula anterior, é importante interagir com a turma, perguntando:

#### 1. Discuta com colegas:

- Vocês se lembram de alguma peça publicitária de desodorante mais recente que evidencia aquela masculinidade apresentada na publicidade do ‘Avanço’?*
- De qual desodorante? Quais imagens e palavras são utilizadas?*
- O que vocês notam de problemático nelas?*

Feito isso, os anúncios do desodorante **Old Spice** serão apresentados para leitura. Na etapa 2, é importante que e/a/o docente não se apegue a respostas “certas” ou “erradas”, e sim que busque incentivar coerência nas escolhas realizadas pela turma. Além disso, é importante que se explore os recursos e que se monitore a atividade de perto, sanando dúvidas.

## etapa 2

### 2. Lendo o texto verbal

Observe atentamente a imagem no **Texto III**, que é um anúncio publicitário do desodorante **Old Spice**, divulgado em 2014.

#### TEXTO III: Desodorante Old Spice – 2014



Clique na foto ou [aqui](#) para acessar a propaganda.

Slogan: **Desodorante do homem homem.** Selo: **O único com partículas cabra macho.**

a) A partir do anúncio publicitário de Old Spice, elabore uma lista com as palavras que foram utilizadas para construir a identidade dos homens para os quais o produto é destinado. Para isso, observe bem todo o conteúdo textual apresentado no **Texto III**.

Lista de palavras que caracterizam  
o possível público-alvo de Old Spice

b) Partindo da sua lista, pense e pesquise, em dicionários on-line, **sinônimos** para elas. Assim, poderemos visualizar outras formas linguísticas que também podem ser utilizadas para reforçar um padrão estabelecido do que é “ser homem”, ou seja, um ideal de masculinidade normativa. Seguem alguns sites que podem te ajudar nessa busca: [dicio.com](#), [michaelis on-line](#) e [sinonimos.com](#). Utilize o quadro a seguir para organizar essa pesquisa:



Palavras do anúncio de Old Spice (2014)(masculinidade normativa)	Sinônimos (masculinidade normativa)

Viu só? Para além daquelas palavras utilizadas na campanha da marca **Old Spice**, essas outras que você encontrou podem ser utilizadas em outros textos para reforçar ideais de **masculinidade normativa**. O termo remete a uma “norma”, a um padrão único e exclusivo de masculinidade possível; ou seja, remete às expectativas sociais de que, para serem respeitades/os, homens sejam necessariamente cisgêneros, heterossexuais, provedores, viris, fortes, galanteadores e mais racionais que emocionais. Como vimos nos anúncios aqui apresentados, reforçar essas características frequentemente envolve valorizar comportamentos violentos, virilidade e redução de mulheres a meros objetos sexuais.

c) Agora, utilizando a mesma lista da atividade anterior, pesquise no [antonimos.com](http://antonimos.com) palavras que apresentem o sentido oposto. Caso a palavra exata não apareça no buscador de antônimos, tente utilizar um sinônimo da palavra pesquisada.

Palavras do anúncio de Old Spice (2014) (masculinidade normativa)	Antônimos (masculinidades plurais)

Com essa busca, você conheceu outras palavras que podem ser utilizadas em peças publicitárias, como as que estamos analisando, para que elas não reforcem a cultura da dominação masculina. Afinal, dá para ser homem sem ser violento e sexista. **Dá para ser homem sendo afetuoso, delicado e gentil.**

d) O que a repetição da palavra “homem” no slogan “**O desodorante do homem homem**” dá a entender? Explique.

e) Discuta com colegas a função do selo “O único com partículas cabra macho”, localizado no canto superior direito do anúncio. Qual expressão do selo reproduz masculinidades normativas? O que isso implica na identidade da marca Old Spice?

### etapa 3

#### 3. Analisando as escolhas imagéticas

No **Texto III**, os desodorantes de Old Spice aparecem em uma superfície elevada, na beira do mar, como mostra a fotografia ao fundo. Trata-se de um suporte fixo que serve para a atracação de barcos. Segundo o vocabulário marítimo, o nome desse elemento é:



Clique na foto ou [aqui](#) para acessar a imagem.

Outro elemento central no **Texto III** é o tipo de nó escolhido para compor a campanha publicitária. De acordo com o portal informativo náutico, o *FS Yachts*, trata-se de um nó “Lais de Guia”.

#### Lais de guia

Este é, definitivamente, o nó mais famoso e mais usado. Isso não acontece à toa, afinal ele serve como coringa para praticamente qualquer situação, graças à sua resistência e facilidade de desmanche quando necessário. Alguns de seus usos comuns são prender a corda em âncoras e amarrar o barco em píeres. Veja o lais de guia abaixo:



Clique na foto ou [aqui](#) para acessar a Imagem.

A partir dessas informações e de outros elementos visuais presentes no **Texto III**, discuta as seguintes questões:

- a) O que a escolha da imagem “cabecos de amarração”, como uma espécie de suporte para os desodorantes, pode nos revelar em termos de masculinidades? Converse com colegas.
- b) O nó “lais de guia” têm características que se assemelham ou que se distanciam da masculinidade normativa construída pelo anúncio de **Old Spice**? Explique.
- c) Em sua opinião, quais outros elementos visuais são relevantes para a construção do sentido pretendido?

---

#### 4. Pensando a articulação de elementos verbais e visuais

Em um texto verbo-visual, as palavras e as imagens se articulam para construir sentidos. Isso significa que o texto verbal, as fotografias, os símbolos, as escolhas de cores e outros elementos imagéticos estabelecem uma relação complementar, que gera sentidos, para atender ao propósito comunicativo de um determinado texto.

- a) Considerando o anúncio publicitário de **Old Spice (2014)**, explique como texto e imagem são combinados para produzir sentido. Os elementos visuais têm função no texto? Eles reforçam os sentidos gerados pelo texto verbal? Se sim, explique o porquê.
- b) Agora, levando em consideração tudo que discutimos, faça uma leitura comparativa dos **Texto I** e **Texto III** e discuta com colegas as seguintes questões:



1. Os anúncios são de períodos históricos distintos, mas têm algo em comum. O que isso nos mostra?
2. A circulação desse tipo de publicidade contribui para a desigualdade de gêneros e de sexualidades?
3. A publicidade ataca algum grupo social, ainda que implicitamente? Se sim, o que comprova isso?
4. Que aspecto da masculinidade heteronormativa é reforçado em cada uma das peças publicitárias?
5. Como isso pode impactar as relações sociais no dia a dia do povo brasileiro?
6. O impacto gerado pela publicidade é mais positivo ou negativo? Por quê?

## AULA 3

### Retextualizar campanhas, desconstruir e reconstruir masculinidades

No início da aula, retome o debate realizado no encontro anterior e apresente, para análise, um outro anúncio publicitário da marca **Old Spice** (2014-2), que circulou na rede social **Facebook**. Projete as questões ou as utilize a partir do **material de apoio discente** para que estudantes discutam em pares, trios ou pequenos grupos.

#### etapa 1

#### 1. Analisando e comparando anúncios publicitários de desodorantes masculinos.

Observe atentamente o anúncio publicitário abaixo, veiculado no *Facebook* em 2014 pela marca Old Spice, e responda às seguintes questões:

#### TEXTO IV



#### Old Spice Brasil

Uma das tarefas do verdadeiro homem Homem é cuidar de tudo e de todos. E força para isso é o que não vai faltar, afinal, a gente sempre pode contar com a proteção bruta de Old Spice.

Fotos da linha do tempo · 7 de mai de 2014 · 🌐

Ver no tamanho original · Mais opções

Clique na foto ou [aqui](#) para acessar a imagem

- O que há de comum entre esse anúncio e os outros de *Avanço* (1997) e *Old Spice* (2014)?
- Como texto e imagem se articulam para produzir sentidos? Quais sentidos são gerados?
- Observe a legenda da publicidade postada no *Facebook*. Discuta a legenda com colegas.

Nas últimas atividades, analisamos peças publicitárias de desodorantes masculinos que reiteraram e reforçaram ideais de masculinidades normativas, de natureza agressiva, sexista e desrespeitosa com as mulheres. Essa masculinidade foi constituída por texto verbal e por imagens nos anúncios analisados. Diante disso, vocês percebem a importância de termos outros anúncios, capazes de construir outros tipos de masculinidade, para que tenhamos uma sociedade mais acolhedora e plural? Para isso, iremos refazer esses anúncios, ou seja, **retextualizá-los**.

## etapa 2

### 2. Vamos de passo a passo?

#### 1º passo

No [Google Imagens](#), pesquise por fotografias e/ou símbolos que representam masculinidades alternativas e plurais, livres de sexismo e de comportamentos violentos. Guarde (salve) essas imagens em uma pasta em seu computador ou celular.

#### 2º passo

Com as imagens selecionadas, escolha aquelas que podem substituir os elementos visuais dos anúncios de Old Spice (2014). Reveja-as abaixo para recordar:



Old Spice (2014)



#### 3º passo

Agora que você já escolheu as imagens que substituirão os elementos visuais das peças acima, é hora de se pensar na reescrita do texto. De que forma podemos promover o desodorante da marca sem reiterar características dessa masculinidade normativa? No quadro abaixo, liste as palavras que compuseram as campanhas originais, na coluna I, e as que irão compor a nova versão dos anúncios publicitários, na coluna II. O objetivo é o de construir efeitos que potencializam sentidos de masculinidades saudáveis e plurais.

	I Palavras que reforçam a masculinidade normativa	II Palavras que favorecem masculinidades plurais
Anúncio publicitário 1		
Anúncio publicitário 2		

#### 4º passo

O vocabulário você já tem! É o momento de formar os enunciados que irão compor a sua nova versão dos anúncios de *Old Spice*. Agora falta pouco para que possamos vê-los prontos!

**Enunciados que irão compor os novos anúncios:**

Anúncio publicitário 1	
Anúncio publicitário 2	

#### etapa 3

#### 5º passo

Já com o material visual e verbal selecionado e produzido, poderemos reconstruir as peças publicitárias, retextualizando, assim, o que antes reforçava padrões de masculinidade normativa. Vamos lá? Para montar o seu anúncio publicitário, articulando texto verbal com elementos visuais, você poderá utilizar uma ferramenta disponível on-line, chamada [Canva](#), que é bastante intuitiva.

O tutorial a seguir irá te ajudar nisso! Bom trabalho!



Imagem: canva.com



[Tutorial do Canva](#)

## 6º passo

Hora de conhecer os trabalhos de colegas e aprender com cada novo anúncio. Essa atividade pode ser feita de diversas formas: vocês podem trocar as atividades em sala, podem apresentá-las ou até mesmo organizar uma exposição na escola para dar visibilidade às diversas formas de masculinidade possíveis. Essa causa merece ser vista!



**FIM**  
(ou começo?)

Ao fim desta sequência didática, promova uma discussão sobre o que cada um aprendeu durante as últimas aulas. Isso pode ser feito ao fim da aula, com uma atividade chamada **passagem de ida**, em que cada estudante recebe um cartão ou *post-it* e escreve livremente, durante três minutos, tudo o que aprendeu, sem se identificar. Antes de ir embora, e/a/o estudante o entrega como sua **passagem de ida** para casa ou para o recreio, por exemplo. Esses cartões podem ser fixados num mural na própria sala de aula. Na aula seguinte, discuta com es/os/as estudantes as respostas e reflita sobre o que “ficou” com a turma. Em seguida, es/as/os estudantes respondem a seção “o que ficou”, disponibilizada na sequência. Aproveite para explicar que o quadro traz algumas das habilidades previstas na **Base Nacional Comum Curricular (BNCC)** e para auxiliá-los/las com novo vocabulário.

## O QUE FICOU COMIGO?

Assinale **sim**, **parcialmente** ou **não** para as seguintes afirmações. Ao fim das últimas aulas, eu me sinto capaz de:

	SIM	PARCIAL- MENTE	NÃO
<p><b>Analisar e comparar diferentes textos/gêneros publicitários</b>, com o objetivo de perceber:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• como se relacionam com campanhas publicitárias específicas;</li> <li>• como se adequam ao público-alvo;</li> <li>• quais os objetivos do anunciante;</li> <li>• como as cores, formas, imagens e diagramação se relacionam com elementos verbais escolhidos, para construir e ampliar sentidos nessas peças.</li> </ul> <p>Além disso, me sinto capaz de me aventurar na produção de textos publicitários. BNCC – EF69LP02</p>			
<p><b>Identificar e analisar quais estratégias de persuasão são utilizadas</b> em textos publicitários para convencer possíveis consumidores/clientes. Analisar os significados e a força dessas estratégias, que normalmente utilizam imagens, jogos de palavras, trocadilhos, figuras de linguagem, uso do modo imperativo etc. BNCC – EF69LP04</p>			
<p><b>Planejar um texto publicitário</b> (um anúncio), a partir de um tema social importante, como o dos diferentes tipos de masculinidades, considerando as especificidades do público-alvo, do texto a ser produzido, da ferramenta de edição de texto e imagem (<i>Canva</i>) e das estratégias de persuasão; BNCC – EF69LP09</p>			
<p><b>Perceber e analisar a linguagem específica</b> utilizada em textos publicitários para persuadir consumidores/clientes, tais como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• uso do modo imperativo (<i>Compre Batom/Beba Coca-Cola</i>);</li> <li>• tempos e modos verbais (<i>Tomou Doril, a Dor Sumiu</i>);</li> <li>• de jogos de palavras e imagens (<i>A rua é pública, não é privada</i>, com um vaso sanitário ao fundo);</li> <li>• Metáforas (<i>Ruffles, A Batata da Onda</i>);</li> </ul> <p>BNCC-EF69LP17</p>			
<p><b>Compreender como as peças publicitárias podem contribuir para a construção de diferentes significados</b> e, na questão das masculinidades, entender que alguns podem reforçar padrões de masculinidade normativa.</p>			
<p>Compreender e produzir textos que englobem significados que contribuem para a construção de <b>masculinidades saudáveis e diversas</b>.</p>			

**De tudo que foi discutido e estudado, o que mais você aprendeu?**

**O que ficou com você?**



## PARA SABER AINDA MAIS

Assista ao documentário **O Silêncio dos Homens**, disponível no *YouTube*.



Clique na foto ou [aqui](#) para acessar ao documentário.

*“Silêncio aqui tem sentido amplo. É emocional, verbal, social, tanto individual como coletivo. Estamos falando de uma rigidez psicológica, que se torna um vulcão quando associada aos **“mandamentos da masculinidade”**: ser bem-sucedido profissionalmente, não agir de modos que pareçam femininos, não levar desaforo pra casa, dar em cima das mulheres sempre que possível, não expressar emoções, dentre outros. O silêncio observado entre os homens não é uma grande conspiração masculina, é como fomos criados. **A maioria de nós foi treinado para sufocar o que sente, aguentar o tranco e peitar a vida, como machos. Acontece que essa maneira de existir e estar no mundo tem causado danos, para as mulheres, para outros homens e para nós mesmos.** E como acontecido ciclicamente ao longo da história com os papéis de gênero, é tempo de mudar.”*

Fonte: [papodehomem.com.br](http://papodehomem.com.br)



Imagem: bosquetro.com

## HOMEM COM 'H' MAIÚSCULO?

# MATERIAL DE APOIO DISCENTE

### Orientações para docentes

Nas próximas páginas, você encontra, na íntegra, o **material de apoio discente**, que pode ser disponibilizado à turma de forma **impressa**. Você também pode disponibilizá-lo à turma em outros dois formatos digitais, **PDF** e **Google Docs**

- **PDF**

Caso deseje enviar o material à turma via PDF, [clique aqui](#) para fazer o download.

- **Google Docs**

Este formato pode ser uma boa opção nos dois casos abaixo.

#### 1. Quero editar o material

Caso queira criar uma cópia do material e editá-lo, você pode clicar no *link* abaixo e, na sequência, clicar em **arquivo > fazer download > Microsoft Word**. Nesse percurso, você não deve apagar os créditos de elaboração do material.

#### 2. Quero utilizá-lo como atividade no Google Classroom

O *link* também pode ser adicionado ao *Google Classroom*, como atividade. Já dentro da plataforma *Google Classroom*, você pode clicar em **criar > atividade > adicionar link > fazer uma cópia para cada aluno**.

[Clique aqui](#) para acessá-lo.



Imagem: bosquetro.com

# HOMEM COM ‘H’ MAIÚSCULO?

sequência didática | material de apoio discente

## AULA 1

### 1. Discuta com colegas:

- Vocês conhecem o desodorante ‘Avanço’?*
- Vocês acham que o produto é antigo ou novo?*
- Como vocês acham que devia ser a propaganda desse produto? Onde ela era veiculada?*

TEXTO I: Desodorante Avanço (Elas Avançam) – 1997



Clique na foto ou [aqui](#) para assistir ao anúncio publicitário.

### 2. Discuta com colegas:

- Qual o slogan do produto? (Atentar-se às escolhas linguísticas)*
- Como são as pessoas que participam do anúncio publicitário? (Atentar-se a aspectos como raça, gênero, classe, sexualidade, roupas, cenários etc.)*

- c) Como o produto é representado? (Atentar-se aos benefícios proporcionados pelo produto)
- d) Vocês acham que existe, para além do produto, uma construção de como os homens devem ser? Se sim, que construção é essa? Ela é boa ou ruim para a sociedade? Por quê?

3. Utilizando suas próprias palavras, tente definir os termos abaixo. Em seguida, discuta com colegas a relação entre esses termos e a figura em que se encontram inseridos.

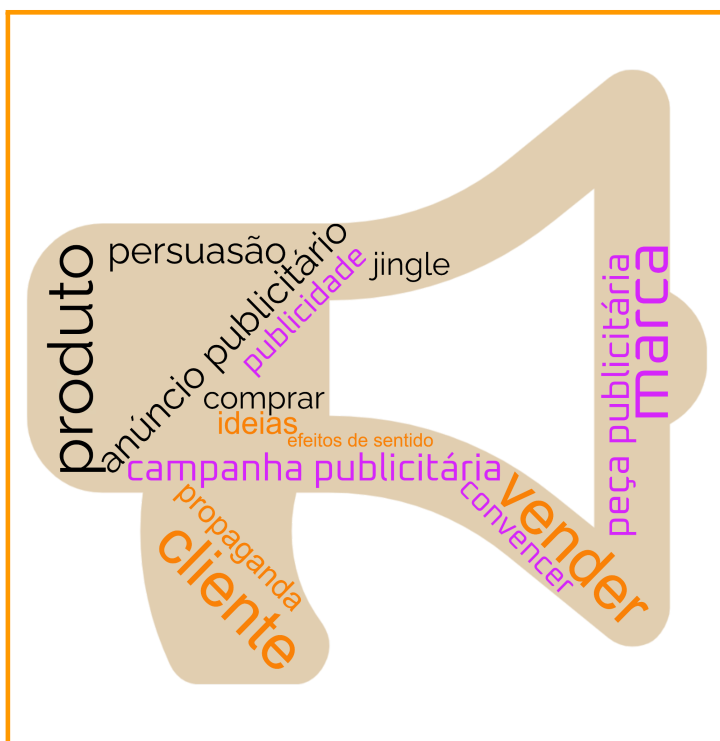


Imagem: autoria própria, elaborada no [wordclouds.com](http://wordclouds.com)

**Não vale colar. Não espie a próxima página até que toda a turma tenha finalizado a discussão.**

#### 4. Agora leia o quadro abaixo e discuta com colegas se suas hipóteses estavam próximas ou distantes das definições disponíveis. Por quê?

### Campanha ou anúncio? Publicidade ou propaganda?



**Uma campanha publicitária** diz respeito a todas as estratégias definidas para divulgar uma marca ou um produto específico no mercado e envolver o público como uma empresa próxima ao consumidor. Algumas dessas estratégias envolvem a elaboração de uma identidade, de uma imagem, da forma como pretende se relacionar com clientes, de estratégias de fidelização e da criação de peças publicitárias.

Fonte: [difercomunicacao.com](http://difercomunicacao.com)

**Peças publicitárias** podem ser analisadas individualmente, normalmente - mas não necessariamente -, dentro de uma campanha publicitária. Alguns exemplos de peças publicitárias são *outdoor*, *busdoor*, mobiliário urbano, *jingles*, anúncio em revista e anúncios em rádio ou vídeo.

Fonte: [iped.com.br](http://iped.com.br)

**Anúncios publicitários** sempre apresentam algo a ser vendido a um público-alvo, com características específicas, tais como a utilização de um *slogan* (por exemplo: *Havaianas, todo mundo usa; Você tem seu estilo, a Renner tem todos, Vem pra Caixa você também!*), de imagens, cores e tipografia que operam no sentido de convencer quem os lê, ouve ou assiste. Para saber mais sobre anúncios publicitários, você pode assistir a [esse vídeo](#) e ler [esse artigo](#) do Brasil Escola.

#### Mas e a propaganda?

Tal como a publicidade, a propaganda se propõe a divulgar algo. No entanto, em vez de se propor a divulgar produtos ou marcas, propagandas se propõem a divulgar ideias e/ou projetos, tais como as propagandas de organizações não governamentais (ONGs) ou eleitorais, normalmente sem propósito comercial. No dia a dia, porém, as pessoas costumam utilizar "propaganda" e "anúncio" como sinônimos.

Fonte: [Silva \(2019\)](#)<sup>4</sup>. Mais sobre o assunto em Marcuschi (2003)<sup>5</sup>

5. Na imagem a seguir, você encontra uma retextualização do anúncio publicitário a que você assistiu anteriormente.

### TEXTO II: Retextualização



Clique na foto ou [aqui](#) para acessar a retextualização em tamanho maior.

Slogan: **Com Avanço, elas avançam. Na direção oposta.**

### Discuta com colegas:

- Esse texto parece com um anúncio publicitário? Quais são os aspectos que se assemelham ao gênero?
- Existem aspectos que o diferenciam de um anúncio publicitário? Quais? Como poderíamos chamar esse gênero textual?
- Quais são os efeitos de sentido que essas diferenças produzem: reiteram o anúncio de TV ou o problematizam? Explique.

6. Leia uma definição possível para *retextualização* abaixo. A partir das discussões feitas até aqui, de que maneira o Texto II é uma retextualização do Texto I?

Para Maria de Lourdes Matencio<sup>6</sup>, “[...] textualizar é agenciar recursos linguageiros e realizar operações linguísticas, textuais e discursivas. **Retextualizar**, por sua vez, envolve a produção de um novo texto a partir de um ou mais textos base, o que significa que o sujeito trabalha sobre as estratégias linguísticas, textuais e discursivas identificadas no texto-base para, então, projetá-las tendo em vista uma nova situação de interação, portanto um novo enquadre e um novo quadro de referência.”

Mas o que é **retextualização**?



### 1. Discuta com colegas:

- Vocês se lembram de alguma peça publicitária de desodorante mais recente que evidencie aquela masculinidade apresentada na publicidade do 'Avanço'?
- De qual desodorante? Quais imagens e palavras são utilizadas?
- O que vocês notam de problemático nelas?

### 2. Lendo o texto verbal

Observe atentamente a imagem no **Texto III**, que é um anúncio publicitário do desodorante **Old Spice**, divulgado em 2014.

#### TEXTO III: Desodorante Old Spice – 2014



Clique na foto ou [aqui](#) para acessar a propaganda.

Slogan: **Desodorante do homem homem.** Selo: **O único com partículas cabra macho.**

a) A partir do anúncio publicitário de **Old Spice**, elabore uma lista com as palavras que foram utilizadas para construir a identidade dos homens para os quais o produto é destinado. Para isso, observe bem todo o conteúdo textual apresentado no **Texto III**.

Lista de palavras que caracterizam o possível público-alvo de Old Spice

b) Partindo da sua lista, pense e pesquise, em dicionários on-line, **sinônimos** para elas. Assim, poderemos visualizar outras formas linguísticas que também podem ser utilizadas para reforçar um padrão estabelecido do que é “ser homem”, ou seja, um ideal de masculinidade normativa. Seguem alguns sites que podem te ajudar nessa busca: [dicio.com](http://dicio.com), [michaelis on-line](http://michaelis-on-line) e [sinonimos.com](http://sinonimos.com). Utilize o quadro a seguir para organizar essa pesquisa

Palavras do anúncio de Old Spice (masculinidade normativa)	Sinônimos (masculinidade normativa)



Viu só? Para além daquelas palavras utilizadas na campanha da marca **Old Spice**, essas outras que você encontrou podem ser utilizadas em outros textos para reforçar ideais de **masculinidade normativa**. O termo remete a uma “norma”, a um padrão único e exclusivo de masculinidade possível; ou seja, remete às expectativas sociais de que, para serem respeitades/os, homens sejam necessariamente cisgêneros, heterossexuais, provedores, viris, fortes, galanteadores e mais racionais que emocionais. Como vimos nos anúncios aqui apresentados, reforçar essas características frequentemente envolve valorizar comportamentos violentos, virilidade e redução de mulheres a meros objetos sexuais.

c) Agora, utilizando a mesma lista da atividade anterior, pesquise no [antonimos.com](http://antonimos.com) palavras que apresentem o sentido oposto. Caso a palavra exata não apareça no buscador de antônimos, tente utilizar um sinônimo da palavra pesquisada.

Palavras do anúncio de Old Spice (masculinidade normativa)	Antônimos (masculinidades plurais)

Com essa busca, você conheceu outras palavras que podem ser utilizadas em peças publicitárias, como as que estamos analisando, para que elas não reforcem a cultura da dominação masculina. Afinal, dá para ser homem sem ser violento e sexista. **Dá para ser homem sendo afetuoso, delicado e gentil.**

d) O que a repetição da palavra “homem” no slogan “**O desodorante do homem homem**” dá a entender? Explique.

e) Discuta com colegas a função do selo “**O único com partículas cabra macho**”, localizado no canto superior direito do anúncio. Qual expressão do selo reproduz masculinidades normativas? O que isso implica na identidade da marca Old Spice?

---

### 3. Analisando as escolhas imagéticas

No **Texto III**, os desodorantes da Old Spice aparecem em uma superfície elevada, na beira do mar, como mostra a fotografia ao fundo. Trata-se de um suporte fixo que serve para a atracação de barcos. Segundo o vocabulário marítimo, o nome desse elemento é:



Clique na foto ou [aqui](#) para acessar a imagem.

Outro elemento central no **Texto III** é o tipo de nó escolhido para compor a campanha publicitária. De acordo com o portal informativo náutico, o *FS Yachts*, trata-se de um nó “Lais de Guia”.

---

#### Lais de guia

Este é, definitivamente, o nó mais famoso e mais usado. Isso não acontece à toa, afinal ele serve como coringa para praticamente qualquer situação, graças à sua resistência e facilidade de desmanche quando necessário. Alguns de seus usos comuns são prender a corda em âncoras e amarrar o barco em píeres. Veja o lais de guia abaixo:



Clique na foto ou [aqui](#) para acessar a Imagem.

---

A partir dessas informações e de outros elementos visuais presentes no **Texto III**, discuta as seguintes questões:

- d) O que a escolha da imagem “cabecos de amarração”, como uma espécie de suporte para os desodorantes, pode nos revelar em termos de masculinidades? Converse com colegas.
- e) O nó “lais de guia” têm características que se assemelham ou que se distanciam da masculinidade normativa construída pelo anúncio de **Old Spice**? Explique.
- f) Em sua opinião, quais outros elementos visuais são relevantes para a construção do sentido pretendido?

---

#### 4. Pensando a articulação de elementos verbais e visuais

Em um texto verbo-visual, as palavras e as imagens se articulam para construir sentidos. Isso significa que o texto verbal, as fotografias, os símbolos, as escolhas de cores e outros elementos imagéticos estabelecem uma relação complementar, que gera sentidos, para atender ao propósito comunicativo de um determinado texto.

- a) Considerando o anúncio publicitário de **Old Spice (2014)**, explique como texto e imagem são combinados para produzir sentido. Os elementos visuais têm função no texto? Eles reforçam os sentidos gerados pelo texto verbal? Se sim, explique o porquê.
- b) Agora, levando em consideração tudo que discutimos, faça uma leitura comparativa dos **Texto I** e **Texto III** e discuta com colegas as seguintes questões:



1. Os anúncios são de períodos históricos distintos, mas têm algo em comum. O que isso nos mostra?
2. A circulação desse tipo de publicidade contribui para a desigualdade de gêneros e de sexualidades?
3. A publicidade ataca algum grupo social, ainda que implicitamente? Se sim, o que comprova isso?
4. Que aspecto da masculinidade heteronormativa é reforçado em cada uma das peças publicitárias?
5. Como isso pode impactar as relações sociais no dia a dia do povo brasileiro?
6. O impacto gerado pela publicidade é mais positivo ou negativo? Por quê?

### 1. Analisando e comparando anúncios publicitários de desodorantes masculinos.

Observe atentamente o anúncio publicitário abaixo, veiculado no *Facebook* em 2014 pela marca Old Spice, e responda às seguintes questões:

#### TEXTO IV



#### Old Spice Brasil

Uma das tarefas do verdadeiro homem Homem é cuidar de tudo e de todos. E força para isso é o que não vai faltar, afinal, a gente sempre pode contar com a proteção bruta de Old Spice.

Fotos da linha do tempo · 7 de mai de 2014 · 🌐

Ver no tamanho original · Mais opções

Clique na foto ou [aqui](#) para acessar a imagem

- O que há de comum entre esse anúncio e os outros de *Avanço* (1997) e *Old Spice* (2014)?
- Como texto e imagem se articulam para produzir sentidos? Quais sentidos são gerados?
- Observe a legenda da publicidade postada no *Facebook*. Discuta a legenda com colegas.

Nas últimas atividades, analisamos peças publicitárias de desodorantes masculinos que reiteraram e reforçaram ideais de masculinidades normativas, de natureza agressiva, sexista e desrespeitosa com as mulheres. Essa masculinidade foi constituída por texto verbal e por imagens nos anúncios analisados. Diante disso, vocês percebem a importância de termos outros anúncios, capazes de construir outros tipos de masculinidade, para que tenhamos uma sociedade mais acolhedora e plural? Para isso, iremos refazer esses anúncios, ou seja, **retextualizá-los**.

## 2. Vamos de passo a passo?

### 1º passo

No [Google Imagens](#), pesquise por fotografias e/ou símbolos que representam masculinidades alternativas e plurais, livres de sexismo e de comportamentos violentos. Guarde (salve) essas imagens em uma pasta em seu computador ou celular.

### 2º passo

Com as imagens selecionadas, escolha aquelas que podem substituir os elementos visuais dos anúncios de Old Spice (2014). Reveja-as abaixo para recordar:



Old Spice (2014)

### 3º passo

Agora que você já escolheu as imagens que substituirão os elementos visuais das peças acima, é hora de se pensar na reescrita do texto. De que forma podemos promover o desodorante da marca sem reiterar características dessa masculinidade normativa? No quadro abaixo, liste as palavras que compuseram as campanhas originais, na coluna I, e as que irão compor a nova versão dos anúncios publicitários, na coluna II. O objetivo é o de construir efeitos que potencializam sentidos de masculinidades saudáveis e plurais.

	I Palavras que reforçam a masculinidade normativa	II Palavras que favorecem masculinidades plurais
Anúncio publicitário 1		
Anúncio publicitário 2		

#### 4º passo

O vocabulário você já tem! É o momento de formar os enunciados que irão compor a sua nova versão dos anúncios de *Old Spice*. Agora falta pouco para que possamos vê-los prontos!

**Enunciados que irão compor os novos anúncios:**

Anúncio publicitário 1	
Anúncio publicitário 2	

#### etapa 3

#### 5º passo

Já com o material visual e verbal selecionado e produzido, poderemos reconstruir as peças publicitárias, retextualizando, assim, o que antes reforçava padrões de masculinidade normativa. Vamos lá? Para montar o seu anúncio publicitário, articulando texto verbal com elementos visuais, você poderá utilizar uma ferramenta disponível on-line, chamada [Canva](https://www.canva.com), que é bastante intuitiva.

O tutorial a seguir irá te ajudar nisso! Bom trabalho!



Imagem: canva.com



[Tutorial do Canva](#)

## 6º passo

Hora de conhecer os trabalhos de colegas e aprender com cada novo anúncio. Essa atividade pode ser feita de diversas formas: vocês podem trocar as atividades em sala, podem apresentá-las ou até mesmo organizar uma exposição na escola para dar visibilidade às diversas formas de masculinidade possíveis. Essa causa merece ser vista!

---

## RASCUNHO



**FIM**  
(Ou começo?)



## O QUE FICOU COMIGO?

Assinale **sim**, **parcialmente** ou **não** para as seguintes afirmações. Ao fim das últimas aulas, eu me sinto capaz de:

	SIM	PARCIAL- MENTE	NÃO
<p><b>Analisar e comparar diferentes textos/gêneros publicitários</b>, com o objetivo de perceber:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• como se relacionam com campanhas publicitárias específicas;</li> <li>• como se adequam ao público-alvo;</li> <li>• quais os objetivos do anunciante;</li> <li>• como as cores, formas, imagens e diagramação se relacionam com elementos verbais escolhidos, para construir e ampliar sentidos nessas peças.</li> </ul> <p>Além disso, me sinto capaz de me aventurar na produção de textos publicitários. BNCC – EF69LP02</p>			
<p><b>Identificar e analisar quais estratégias de persuasão são utilizadas</b> em textos publicitários para convencer possíveis consumidores/clientes. Analisar os significados e a força dessas estratégias, que normalmente utilizam imagens, jogos de palavras, trocadilhos, figuras de linguagem, uso do modo imperativo etc. BNCC – EF69LP04</p>			
<p><b>Planejar um texto publicitário</b> (um anúncio), a partir de um tema social importante, como o dos diferentes tipos de masculinidades, considerando as especificidades do público-alvo, do texto a ser produzido, da ferramenta de edição de texto e imagem (<i>Canva</i>) e das estratégias de persuasão; BNCC – EF69LP09</p>			
<p><b>Perceber e analisar a linguagem específica</b> utilizada em textos publicitários para persuadir consumidores/clientes, tais como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• uso do modo imperativo (<i>Compre Batom/Beba Coca-Cola</i>);</li> <li>• tempos e modos verbais (<i>Tomou Doril, a Dor Sumiu</i>);</li> <li>• de jogos de palavras e imagens (<i>A rua é pública, não é privada</i>, com um vaso sanitário ao fundo);</li> <li>• Metáforas (<i>Ruffles, A Batata da Onda</i>);</li> </ul> <p>BNCC - EF69LP17</p>			
<p><b>Compreender como as peças publicitárias podem contribuir para a construção de diferentes significados</b> e, na questão das masculinidades, entender que alguns podem reforçar padrões de masculinidade normativa.</p>			
<p>Compreender e produzir textos que englobem significados que contribuem para a construção de <b>masculinidades saudáveis e diversas</b>.</p>			

**De tudo que foi discutido e estudado, o que mais você aprendeu?**

**O que ficou com você?**



## PARA SABER AINDA MAIS

Assista ao documentário **O Silêncio dos Homens**, disponível no YouTube.



Clique na foto ou [aqui](#) para acessar ao documentário.

*“Silêncio aqui tem sentido amplo. É emocional, verbal, social, tanto individual como coletivo. Estamos falando de uma rigidez psicológica, que se torna um vulcão quando associada aos **“mandamentos da masculinidade”**: ser bem-sucedido profissionalmente, não agir de modos que pareçam femininos, não levar desaforo pra casa, dar em cima das mulheres sempre que possível, não expressar emoções, dentre outros. O silêncio observado entre os homens não é uma grande conspiração masculina, é como fomos criados. **A maioria de nós foi treinado para sufocar o que sente, aguentar o tranco e peitar a vida, como machos. Acontece que essa maneira de existir e estar no mundo tem causado danos, para as mulheres, para outros homens e para nós mesmos.** E como acontecido ciclicamente ao longo da história com os papéis de gênero, é tempo de mudar.”*

Fonte: [papodehomem.com.br](http://papodehomem.com.br)

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular**. 2018. Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/a-base>. Acesso em: 14 de jan. 2022.

<sup>1</sup> STATISTA. **Advertising spending in the world's largest ad markets in 2021**. 2022. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/273736/advertising-expenditure-in-the-worlds-largest-ad-markets>. Acesso em: 17 jan. 2022

<sup>2</sup> CAMPOS, L.; FELIX, M.. Diversidade Racial e de Gênero na Publicidade Brasileira das Últimas Três Décadas (1987-2017). **Sítio eletrônico do Grupo de Estudos Multidisciplinares da Ação Afirmativa**. 2020. Disponível em: <https://gemaa.bemvindo.co/diversidade-racial-e-de-genero-na-publicidade-brasileira-das-ultimas-tres-decadas-1987-2017>. Acesso em: 17 jan. 2022

<sup>3</sup> FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

<sup>4</sup> SILVA, M. **Da propaganda ao quadrinho**: retextualização e textualidade em atividades de sala de aula. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade Federal Rural de Pernambuco, 2019. Disponível em: <https://url.gratis/CuOUdj>. Acesso em: 09 mar 2022.

<sup>5</sup> MARCUSCHI, L. A.. Gêneros textuais: definição e funcionalidade *In*: DIONÍSIO, A; MACHADO, A; BEZERRA, M. (Orgs). **Gêneros textuais e ensino**. 2. Ed. São Paulo: Parábola, 2003.

<sup>6</sup> MATÊNCIO, M. L. M. Atividades de retextualização em práticas acadêmicas: um estudo do gênero resumo. **Scripta**. Belo Horizonte, v.6. n. 11, p. 25-32, 2002.

Referências disponibilizadas na ordem em que aparecem mencionadas no texto. As imagens alvo da proposta didática podem ser clicadas e redirecionadas à fonte original; imagem que acompanha a seção "mas o que é retextualização?" retirada gratuitamente do domínio istock.com; os ícones utilizados foram retirados gratuitamente do Microsoft Word e do Google Docs. Material elaborado no Google Docs.

# sobre os autores

**Samuel de Sá Ribeiro** é doutorando em Linguística do Texto e do Discurso pela Universidade Federal de Minas Gerais, mestre em Estudos Discursivos pelo departamento de Letras da Universidade Federal de Viçosa e licenciado em Letras – habilitação em Língua Portuguesa – pela Universidade Federal de Minas Gerais. Tem interesse nos seguintes temas: análise de discurso crítica; estudos de gêneros e sexualidades; masculinidades; interseccionalidades e perspectivas teóricas decoloniais; letramento crítico e gêneros discursivos digitais. E-mail: [samuelsaribeiro@gmail.com](mailto:samuelsaribeiro@gmail.com)



**Newton Vieira Lima Neto** é doutorando em Linguística Aplicada pela Universidade Federal de Minas Gerais. É mestre em Linguística pela Universidade de Brasília, onde também se graduou em Letras, nas habilitações de Língua Portuguesa e de Língua Inglesa. Além disso, é professor efetivo da área de língua inglesa do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB), *Campus Riacho Fundo*, que apoiou esta publicação. Seus principais interesses de pesquisa são práticas pedagógicas inovadoras, jogos teatrais e metodologias de ensino de línguas. E-mail: [newton.neto@ifb.edu.br](mailto:newton.neto@ifb.edu.br)



**Alexandra Bittencourt de Carvalho** é doutoranda em Linguística do Texto e do Discurso pela Universidade Federal de Minas Gerais, mestra em Estudos Discursivos pelo departamento de Letras da Universidade Federal de Viçosa e licenciada em Letras – habilitação em Língua Portuguesa e Literatura – pela Universidade Federal de Viçosa. Suas áreas de interesse são: análise de discurso crítica; linguística sistêmico-funcional aplicada ao ensino de língua portuguesa; corpos, em especial corpos gordos; militância digital; interseccionalidades e perspectivas teóricas decoloniais. E-mail: [alexandra.carvalho@ufv.br](mailto:alexandra.carvalho@ufv.br)





# dismorfia corporal

<b>Disciplinas</b>	Língua inglesa e língua italiana, adaptável para outras linguagens ou projetos interdisciplinares
<b>Público-alvo</b>	Estudantes adultos de cursos de língua estrangeira ou adicional
<b>Gêneros Textuais</b>	Discussão oral, videoclipe musical, letra de música, imagem de vetor de dismorfia, pesquisa on-line, reportagem escrita, exposição oral com base em leitura de reportagem, infográfico, tabela, perfil de rede social; sugestões: <i>reality show</i> , documentário; material extra: reportagem, entrevista, mapa, <i>podcast</i> , vídeos de edição de imagem no <i>YouTube</i> , <i>live</i> , desenho, episódio de programa de TV, <i>vlog</i> de opinião no <i>YouTube</i> .
<b>Assuntos</b>	Dismorfia corporal e sua relação com as redes sociais
<b>Na BNCC</b>	EM13LGG102



Alessandra H. B. Fukumoto  
Lílian Aparecida Vimieiro Pascoal

# Dismorfia Corporal

Olá, professora/professor!

Depois de dois anos de pandemia em que muitos de nós tivemos nossas atividades transferidas para ambientes virtuais, se ver na câmera das videochamadas se tornou “natural”. Os recursos, inclusive, para que pudéssemos de alguma forma controlar o que aparecia na câmera, foram aumentando ainda mais com o passar do tempo. Quando estamos numa conversa pessoalmente, não podemos observar nossas próprias expressões faciais, nem controlar o tempo todo se o que o outro está vendo de nós é o que queremos que ele veja.

Esses recursos não são uma novidade, mas alguns profissionais da cirurgia estética, por exemplo, apontam uma mudança nas requisições de intervenções: agora, ao invés de dizer que querem o nariz daquela pessoa famosa, as pessoas chegam com a própria imagem alterada por algum filtro e dizem que querem ficar mais parecidas com aquela<sup>1</sup>.

Diante disso, acreditamos ser importante trazer a discussão sobre a dismorfia corporal e como a tecnologia e suas mídias têm influenciado a auto-percepção corporal, abordando, inclusive, quais meios digitais existem e são usados para dar aquela “retocada” na imagem. Esse tema também pode servir para abordarmos as tecnologias usadas para produzir os *deep fake*, por exemplo. Assunto de extrema importância nos dias atuais e, especialmente, em ano eleitoral.

Pretendemos, com esse material e a proposta de atividade para trabalharmos com o tema da dismorfia corporal, discutir o uso das redes, da inteligência artificial, de aplicativos, quais são suas funções, papéis e perigos.

Esperamos que goste!

Alessandra e Lílian

<sup>1</sup><https://www.bbc.com/portuguese/geral-43910129>

# Proposta didática

Nossa proposta é a de abordar a dismorfia corporal e como as Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs) influenciam uma percepção alterada dos corpos, propondo, a partir daí, uma discussão mais aprofundada sobre o tema, sua relevância, seus efeitos e como podemos usar as NTICs para mostrar que *nem tudo que reluz é ouro*. Com esse tema, buscamos propor atividades que ajudem no letramento digital dos alunos (bem como dos próprios professores).

Neste material você encontra:

- o passo-a-passo para a aplicação da nossa proposta didática;
- os materiais necessários para trabalhá-la;
- links para materiais externos incorporados nas fotos, imagens e títulos das reportagens;
- sugestões de outros caminhos possíveis a serem percorridos.

A proposta se utiliza de diferentes gêneros textuais e possibilita abordar suas funções sociais, explorar escolhas multimodais e efeitos de sentido, bem como a realização de uma leitura crítica dos textos. Para isso, basta você criar ramificações das atividades e adaptar para o seu objetivo, de acordo com o seu contexto. Deixamos algumas dicas pelo caminho também! ;)

## Função das cores utilizadas nos quadros

azul	materiais e atividades específicos para o inglês
laranja	materiais e atividades específicos para o italiano
amarelo	dicas e sugestões para a professora/o professor
cinza	direcionamentos em comum para as duas línguas
verde	ponto que exige atenção

# Introduzindo o tema

Para dar início ao nosso percurso, é importante sabermos o quanto nossos alunos já estão familiarizados com o tema.

**Objetivo da atividade para a aula de língua:** *Com esse tipo de atividade podemos não só verificar a familiaridade dos alunos com o tema, como levantar as palavras e expressões relacionadas ao assunto e esclarecer alguns termos que eventualmente possam surgir nessa discussão preliminar. Isso será a base para o trabalho posterior, auxiliando no momento de produção oral, por exemplo. Acreditamos que seja interessante, portanto, iniciar a atividade com uma conversa em que levantaremos as seguintes perguntas:*

## ATIVIDADE 01 – Quebrando o gelo

- Com qual frequência vocês fazem *Selfie*?
- E a frequência das videochamadas?
- Vocês usam algum tipo de filtro para as fotos ou videochamadas? Se sim, quais? Se não, por qual motivo não usam?
- Quais tipos de filtros existem e quais efeitos eles dão?
- Quais filtros são possíveis de usar em vídeo?
- Conhecem alguém que só faça fotos ou vídeos usando filtros?

O intuito de usar essas perguntas, além do exposto anteriormente, é justamente o de chegar no ponto dos “filtros”, que nos dará o *link* para discutirmos as alterações corporais que podemos realizar no mundo digital e quais as consequências disso tanto na auto-percepção quanto na percepção do outro e da ideia de “padrão de beleza”.

Na próxima página você encontra uma alternativa de introdução ao tema (na aula de língua italiana), caso você tenha a possibilidade de passar um vídeo musical para seus alunos. Ela pode ser utilizada antes da Atividade 01 proposta nessa página. Trata-se de uma música que aborda o tema do *Selfie* e, a partir dela é possível trabalhar alguns aspectos linguísticos relacionados ao tema e entrar com as perguntas feitas no quadro da Atividade 01.

Que tal levar para a aula a discussão de como o padrão de beleza é cultural? Deixamos algumas dicas de vídeo lá no **material extra!** Dá uma olhadinha!





## ATIVIDADE 00 – Para introduzir o assunto (alternativa)

O videoclipe proposto se chama *L'Esercito del Selfie*, com os cantores Arisa e Lorenzo Fragola e produzido por Takagi&Ketra.



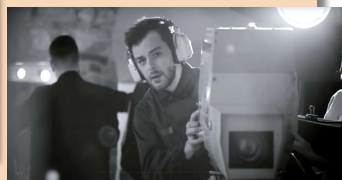
<https://www.youtube.com/watch?v=FOkaH5ppFek>

**Referências culturais:** A música é cantada por Arisa e Lorenzo Fragola, mas é o ator-cantor Francesco Mandelli quem aparece ao lado de Arisa no videoclipe. Lorenzo Fragola aparece como diretor-cameraman. Takagi & Ketra são dois produtores musicais (eles aparecem ao final do videoclipe, arrumando o cenário). Seus videoclipes costumam vir legendados com as letras das músicas. Essa, em especial, foi considerada um *tormentone d'estate\** no ano de 2017.

*\*expressão usada para aquelas músicas que tocam o verão todo e grudam na nossa cabeça.*

### Passo 1: Trabalhando as imagens

Como a estética do vídeo é bem contrastante com o tema da música, achamos interessante começar a atividade mostrando algumas imagens de cenas do videoclipe e pedir que os alunos façam inferências sobre qual período querem retratar na música e qual tema acreditam que seja o da música que será apresentada



**Objetivo:** Nossa expectativa é que os estudantes façam a conexão com os programas de auditório, que reconheçam uma estética dos anos 60/70 (que inspiraram esse videoclipe) e que saibam indicar quais elementos das fotos, como roupas, corte de cabelo e cenário, fazem pensar nos períodos que indicaram.

### Passo 2: Refletindo sobre o título

Vamos agora introduzir o título da música (*Exército do selfie*, em português) e perguntar como eles acham que uma música que fala de *selfie* entraria em um videoclipe com essa estética. Quais seriam as intenções dos produtores? Qual tipo de letra eles acreditam que trate a música?

**Objetivo:** Esperamos que os participantes da atividade possam chegar a uma discussão sobre a música ser ou não uma crítica ao *selfie*. Caso alguém aponte essa alternativa, explore a colocação feita e discuta porque a pessoa pensou isso, qual crítica poderíamos fazer ao uso de *selfie* etc.

### Passo 3: Vocabulário assistindo o videoclipe



Como o videoclipe traz a letra da música, é interessante pedir que os alunos trabalhem com algumas expressões que aparecem (típicas de uma comunicação mais coloquial e também algumas ligadas ao uso de celulares e internet). Esse trabalho pode acontecer em **duplas ou trios** onde os alunos discutam quais expressões conhecem e façam inferências sobre aquelas desconhecidas, para uma posterior verificação em grupo.

- Hai presente (um modo de perguntar se a pessoa sabe, quando se quer introduzir um assunto: Hai presente il libro di Elena Ferrante?);
- Torri Gemelle (referência às Torres Gêmeas de Nova Iorque);
- avere campo (ter sinal de rede);
- andare fuori di testa (ficar nervoso/a);
- carne ed ossa (em carne e osso, pessoalmente);
- carta, forbice e sasso (referência ao jogo Pedra, Papel, Tesoura)

A música faz uma crítica ao fato de que estamos o tempo todo com o celular. O refrão fala que “Somos o exército do *selfie*, de quem se bronzéia com o iPhone. Mas não temos mais contato, somente “like” em outro post”.

### Passo 4: Re-Discutindo

É interessante retomar a discussão com os alunos, agora que eles assistiram o vídeo e puderam acompanhar a letra da música, sobre a escolha da estética do videoclipe, se ela “combina com” a letra da música; qual crítica a música está fazendo e se eles acham que é pertinente ou não.

**Objetivo:** Nossa intenção com essas perguntas é de fazer com que os alunos comentem o contraste de tempos e tecnologias, discutam se hoje passamos menos tempo com as pessoas “de carne e osso” porque estamos mais preocupados com nossas redes sociais. É interessante perceber aqui a relação dos alunos com as redes sociais, pois ela será importante para o restante da discussão proposta nesse material.

A partir daqui já é possível entrar nas perguntas da **Atividade 01** e incluir a pergunta:

- Esse videoclipe é de 2017, vocês acham que nossa relação com o celular hoje é diferente?



O site **Adblog** disponibilizou atividades com essa música! Dá uma olhadinha!

Que tal fazer uma discussão sobre a entrada do termo *selfie* nas nossas vidas? Podemos aproveitá-la também para falar sobre como a língua é viva e muda constantemente, e a relação indissociável entre língua e cultura. Confere lá no **Material Extra!**

# O termo do tema: Dismorfia Corporal

A partir da discussão dos *selfies* e dos filtros atualmente utilizados para videochamadas, vídeos e fotos, gostaríamos de apresentar o tema da Dismorfia Corporal. Iniciamos com as discussões sobre *selfie*, pois uma das modalidades de dismorfia corporal atualmente discutidas é justamente a do *Snapchat Dismorphia* / *Selfie Dismorfia*.

## ATIVIDADE 02 – Compreendendo o termo

### Passo 1: Deduzindo o termo

Guie os alunos na compreensão dedutiva do termo *Body Dysmorphia* / *Dismorfia Corporea* com este exercício que explora o uso de imagens.



<https://media.istockphoto.com/vectors/fat-and-slim-people-with-reflection-in-mirrors-bigorexia-or-muscle-vector-id122662984>

Peça que eles, em duplas, descrevam a imagem com o máximo de detalhes possíveis: objetos da cena, cores, roupas e acessórios, expressão facial, partes do corpo, estilos de cabelo etc.

### Passo 2: Suposições sobre o tema

Neste momento, peça que os alunos reflitam sobre as duas questões abaixo e compartilhem as suas ideias, posteriormente, com o grupo.

- O que essas imagens mostram sobre como essas pessoas se vêem?
- Imagine duas coisas que essas pessoas estão pensando.

### Passo 3: Propondo definições sobre o termo

Com o grupo todo, vamos tentar pensar em uma definição sobre o termo *Body Dysmorphia* / *Dismorfia Corporea*. Apontem que essa imagem é uma representação do termo.

### Passo 4: Ligando os pontos

Peça que discutam, em duplas, qual a relação entre o *Selfie*, abordado no início da aula, com o que eles pensaram sobre dismorfia corporal.

# Se aprofundando no tema

A partir da discussão anterior e da ligação entre a discussão de dismorfia corporal e *selfie*, pretendemos agora nos aprofundar na compreensão do tema e em entender a relação entre as tecnologias e o assunto.

Para começar a atividade, propomos essa discussão com duas possibilidades de execução: 1) com alunos que possuem acesso à internet durante a aula; ou 2) com alunos que não possuem acesso à internet.

**Objetivo linguístico da atividade:** Compreender texto escrito, identificar o assunto principal, relacionar a leitura com conhecimentos prévios.

**Objetivo da atividade para o letramento digital:** Usar as ferramentas de busca para encontrar reportagens sobre o assunto. Selecionar a reportagem mais interessante, explicando os motivos da escolha e do que os levou a descartar outras opções de texto.

## ATIVIDADE 03 – Lendo sobre dismorfia devido a filtros

### Passo 1: Seleção do material

**Com acesso à internet:** Peça que seus alunos acessem um motor de buscas como o Google (não se esqueça de pedir que o Google seja configurado para a língua em que se está trabalhando) e procurem por *reportagens* que falem sobre:

*Snapchat Dysmorphia*

*Selfie Dismorfia*

é interessante aqui discutir com os alunos como eles podem fazer essa busca no Google, selecionando a visualização especificamente de **notícias** e mostrando que é possível, ao clicar em *Instrumentos*, selecionar os artigos mais recentes.

Em seguida, peça que escolham uma reportagem para ler e que expliquem as razões da escolha.

**Objetivo:** Estimular e refletir sobre o processo com que escolhemos as notícias que iremos ler ou não. Portanto, é interessante que a professora/o professor coloque algumas questões durante o processo: Quando utilizamos um motor de busca como o Google, quais resultados me atraem? O que levo em consideração? Quais são os elementos que me fazem considerar quais fontes são confiáveis e quais não. Pedir que os alunos expliquem como esse processo se dá ajuda a refletir sobre as escolhas feitas.

*Abrindo essa discussão para o grupo, podemos colocar em questão como saber se o artigo escolhido para a leitura é de uma fonte confiável ou não. Peça que os estudantes elenquem os elementos que acreditam fazer parte de um texto confiável ou não.*

*Fique atenta/o para comentários que apontem para uma descrença na necessidade de saber se algum texto é confiável ou não. Questione as razões do não interesse e procure argumentar e fazer com que todos participem do debate.*

**Sem acesso à internet:** Neste caso, é interessante que a/o docente faça uma seleção de reportagens sobre o tema e as leve impressas para os alunos. Peça que escolham qual reportagem preferem ler e que expliquem as razões da escolha.

**Objetivo:** *O mesmo daquele descrito para a atividade com acesso à internet. Mas como aqui é a professora/o professor quem escolherá os textos, sugerimos que o faça tentando levar materiais de diferentes fontes, para que a discussão sobre fontes confiáveis, elementos para escolha da leitura etc., possam ser feitas.*

*Também aqui se repete o ponto de atenção na discussão, mencionado anteriormente.*

Na próxima página deixamos uma lista de *links* para artigos como sugestão.



Herring disponibiliza em um website um modelo de processo de habilidades em letramento informacional que ele chama de *PLUS (Purpose, Location, Use, and Self-Evaluation)* que pode ser um bom começo para guiar a seleção das informações. Você pode encontrar esse modelo disponível clicando [AQUI!](#)

Uma outra dica é propor que os estudantes criem uma lista de dicas para saber se uma informação é confiável ou não. Dá uma olhadinha no **material extra**, pois deixamos lá algumas indicações legais sobre o tema para você!

### **Passo 2: Leitura do texto**

Nesta etapa os alunos deverão ler os textos que eles selecionaram. Explique de antemão que eles deverão explicar o que entenderam sobre o tema para um pequeno grupo de colegas.

### **Passo 3: Exposição aos colegas**

Em duplas ou trios (os grupos podem ser um pouco maiores para classes maiores) peça que cada um explique aos colegas o que entendeu do assunto e que justifique a escolha do texto e se ele correspondeu às expectativas iniciais do momento de seleção.

**Objetivo:** Verificar a capacidade de cada um resumir e explicar a outra pessoa o que leu e poder discutir se acreditam que a notícia seja confiável ou não e quais foram os elementos que os fizeram acreditar que sim ou que não.

Pode ser interessante colocar juntos, inicialmente, alunos que leram o mesmo texto para discutí-lo, dessa forma é possível verificar se a compreensão do texto é parecida e se não houve incompreensão por desconhecimento de vocabulário etc. E, em seguida, propor que se forme um grupo com leitores de diferentes textos.

#### **Passo 4: Verificação em grupo**

Faça, em seguida, uma verificação do grupo sobre como poderiam definir o que é *Snapchat Dysmorphia* / *Selfie Dismorfia*.

Aqui abaixo é possível encontrar uma lista com algumas sugestões de reportagens que você pode levar para seus alunos:

- [People are getting surgery to look like their Snapchat selfies – BBC Three](#)
- [Faking it: how selfie dysmorphia is driving people to seek surgery – The Guardian](#)
- [From 'Instagram Face' To 'Snapchat Dysmorphia': How Beauty Filters Are Changing The Way We See Ourselves – Forbes](#)
- [What is 'Snapchat dysmorphia,' and why is it concerning? – Medical News Today](#)
- [What is 'Snapchat dysmorphia'? – Deseret News](#)

- [Selfie dismorfia: il nuovo trend in medicina estetica è l'effetto filtri di Snapchat – iO Donna](#)
- [La selfie dismorfia e quell'ossessione dei filtri bellezza](#)
- [La "Snapchat dysmorphia" è essere disposti a tutto per un viso da selfie. Anche a un intervento chirurgico | L'HuffPost](#)
- [Che cos'è la Selfie dysmorphia](#)
- [Body positivity e selfie dismorfia, i due opposti su bellezza e perfezione – Beauty & Fitness – ANSA.it](#)

Você trabalha com aulas particulares?  
Sem problemas!  
Todas as atividades aqui propostas podem ser realizadas nas/adaptadas para as aulas individuais! Basta pensar que os momentos de troca e conversa acontecerão entre professor e aluno e não entre os colegas!



### ATIVIDADE 3 – Para ler sobre o tema (alternativa)

**Objetivo:** Interpretar, aprofundar o conhecimento, dialogar sobre aspectos psicológicos e refletir sobre o impacto das mídias na dismorfia.

#### Passo 1: Preparação

Prepare os alunos para a leitura de um infográfico sobre o assunto. Pergunte o que eles acham que o texto apresenta. Dessa forma, eles estarão demonstrando e compartilhando conhecimento sobre o gênero.

#### Passo 2: Exercício

Em grupos de 4 estudantes: De acordo com as informações no texto, como você acha que as mídias sociais, os noticiários e a publicidade afetam positiva ou negativamente as pessoas que sofrem de Distúrbio da Dismorfia Corporal (DDC)? Fale sobre as possíveis respostas a essa questão.

#### Passo 3: Exercício

Conectando cada aspecto do que você falou, crie uma tabela explicando como eles afetam quem sofre de DDC e as informações do infográfico ao lado.

Exemplo:

Positive	Negative
<p>a) (...) <u>TV</u></p> <p>b) (...)</p>	<p>a) Doesn't usually depict normal or fat body type as positive stereotypes, which contribute to sufferers placing "greater emphasis on how they look".</p> <p>b) (...)</p>

**Definition:** a severe form of body image disturbance characterized by an excessive concern or preoccupation with one's appearance and weight

**The key trait of BDD sufferers?**  
They perceive a serious defect in how they look and worry intensely about how others see them — even though the parts of their appearance they are concerned with most are greatly exaggerated, imaginary or viewed inaccurately

BDD affects about 2 percent of the adult population in the U.S.

Occurs in both men and women almost equally

They think about their real or perceived flaws for hours each day

Positive Body Image	Negative Body Image
<ul style="list-style-type: none"> <li>+ sense of self-acceptance</li> <li>+ realistic about the goals concerning appearance</li> <li>+ feels comfortable in their own skin</li> <li>+ can accurately depict how others see their body</li> <li>+ their appearance is not the most important aspect of their sense-of-self</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- place greater emphasis on how they look</li> <li>- fixate on their shortcomings</li> <li>- unhappy with what they see in the mirror no matter what</li> <li>- susceptible to influence from others who contribute to low self-esteem</li> </ul>

**RELATED BODY IMAGE ISSUES/DISORDERS**

obsessive compulsive disorder	anxiety disorder
orthorexia	muscle dysmorphia (affects mostly men)
anorexia bulimia	depression
social phobia	

Dr. Axe  
FOOD & MEDICINE

Zoom in:  
[https://img.iftunn.com/images/hec812652aae23af9c372039d451bc46542825547dcd027798497e3d29e266f0\\_1.jpg](https://img.iftunn.com/images/hec812652aae23af9c372039d451bc46542825547dcd027798497e3d29e266f0_1.jpg)



# Discutindo a dismorfia e a relação com as redes sociais

Nesta etapa do nosso trabalho, gostaríamos de refletir e discutir com os alunos qual o papel das redes sociais na auto-percepção, quais aspectos positivos e negativos dessas redes e como podemos tornar o ambiente virtual mais acolhedor.

## ATIVIDADE 04 – Os 7 pecados capitais

### Passo 1: Os 7 pecados capitais – reconhecendo

Primeiro, verifique se eles conhecem todos os chamados *7 pecados capitais* e seus equivalentes na língua que estão estudando. Para isso, é interessante escrever as palavras na língua em questão e pedir que eles identifiquem e expliquem de qual pecado se trata e ao que diz respeito.

**Objetivo:** *Verificar a capacidade de inferir o significado dos termos na língua que estão estudando com base em conhecimento prévio sobre o tema na própria língua materna além do reconhecimento lexical na língua estrangeira. Portanto, estimule a discussão com base no quanto reconhecem do assunto e da formação das palavras, possíveis semelhanças etc. Propor que trabalhem por eliminação, partindo daquela que conhecem melhor.*

Uma dica de letramento crítico que pode ser desenvolvida aqui é propor aos estudantes que discutam a concepção de “pecado” e ao que ela está associada. Existe essa concepção em outras religiões?

Para que a ideia de pecado serve? A quem serve? Não é nossa intenção aqui seguir por esse caminho, mas caso você se interesse em trabalhar um pouco mais sobre isso, dê uma olhadinha no **material extra**, pois deixamos alguns *links* separadinhos para você!



### Passo 2: Redes Sociais e os Pecados

Em grupos, peça que eles associem cada pecado a uma rede social diferente. É interessante ter isso em cartões que eles possam manipular ou que eles possam conectar virtualmente, se for o caso. A *Jamboard* do Google é um recurso acessível em que podemos criar blocos de notas com as palavras a serem ligadas. (Quer saber mais como? Dê uma olhadinha no nosso [Tutorial Jamboard](#) e veja alguns exemplos de atividades).

**Objetivo:** *Identificar uma característica que defina cada uma dessas redes sociais e explicar as razões da escolha e da associação com um pecado específico. Isso nos dará a entrada para depois discutirmos como eles se sentem ou se comportam em cada uma dessas redes.*



Algumas associações que podemos encontrar na internet:



[https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcR0CVKf6ueAldaj\\_CuLzLzSHDdyI\\_o1IRDNYd4rC-I4M0XBToJiC5Ei0W8jQCZqKX3le6c&usqp=CAU](https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcR0CVKf6ueAldaj_CuLzLzSHDdyI_o1IRDNYd4rC-I4M0XBToJiC5Ei0W8jQCZqKX3le6c&usqp=CAU)



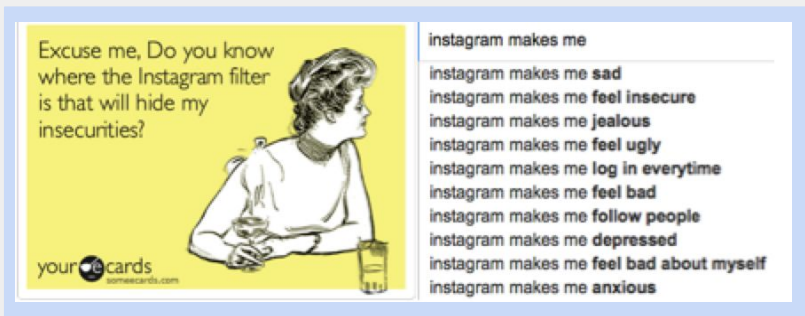
[https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project\\_modules/max\\_1200/93f3ca93084229\\_5e5c205e99d47.jpg](https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/max_1200/93f3ca93084229_5e5c205e99d47.jpg)

Depois que eles fizerem a ligação das palavras com as redes sociais, discuta os motivos de tais associações e se há grupos com respostas divergentes. A partir daí, você pode perguntar para os alunos o que essas redes provocam neles:

### Passo 3: Redes Sociais e os próprios sentimentos

Nesta etapa, discuta como os alunos se sentem usando as redes sociais. Para isso, você pode partir de algumas perguntas como:

- O que vocês gostam de fazer nas redes sociais (postar foto, comentários, publicar conteúdo, seguir pessoas, só olhar as redes dos amigos etc.);
- Qual tipo de conteúdo preferem ver?
- Quais redes sociais gostam mais e menos e por quê?
- Quantas das informações da figura abaixo vocês compartilham?



<https://gcml.org/wp-content/uploads/2017/04/Screen-Shot-2017-04-10-at-8.53.15-AM.png>



Figura livremente traduzida da original em inglês:

<https://gcml.org/wp-content/uploads/2017/04/Screen-Shot-2017-04-10-at-8.53.15-AM.png>

**Objetivo:** Retomamos, aqui, a importância de refletir sobre o seu contexto ao utilizar essa proposta. Alunos adultos costumam ter uma abertura para abordar diversos temas e é interessante que as discussões alcancem pontos de vista diferentes dos que vemos serem explorados nas mídias. Pensamos em pontos como a opinião dos alunos, suas próprias experiências, os contextos nos quais circulam, e demais informações pessoais que eles queiram compartilhar.

#### **Passo 4: Quem é você nas redes sociais?**

A proposta aqui é de criar um perfil “fake”, com uma manipulação de como você gostaria que as pessoas te conhecessem. Pode se inventar como um personagem. Pense na escolha das informações que você vai divulgar, nas fotos, nas descrições das fotos. Ao final, faremos com que todos do grupo escolham o perfil mais convincente e discutiremos as razões dele ser considerado o mais convincente (quais são os detalhes que dão mais credibilidade? e quais são aqueles que dão menos credibilidade?)

**Objetivo:** Observar e analisar a manipulação das informações e da própria imagem para “vender” uma ideia. Podemos, a partir disso, discutir tanto o fato de que se impõem padrões de beleza inatingíveis quanto como é possível fazer recortes para divulgar uma imagem que pode ser bem diferente da realidade. E, em seguida, avaliar como isso é feito com as notícias e informações, se a vida dos influencers é realmente aquilo que dizem ser etc.



Se estiver trabalhando com menores de idade ou mesmo se quiser evitar a exposição dos seus alunos na rede, sugerimos a criação de uma página em um app gratuito como o [GoogleSites](#), pois ele permite, na hora da publicação, que o acesso à página seja limitado às pessoas às quais você permite esse acesso. Recomendamos, portanto, essa opção de compartilhamento.

Dessa forma, podemos ter a atividade compartilhada apenas com o grupo que a está trabalhando e preservamos a privacidade dos nossos estudantes. Além disso, o GoogleSites é um app de interface bem intuitiva, o que facilita a construção da página pelos estudantes.



**DICA:** Tente estabelecer prazos para que essa atividade ocorra sem que se prolongue demais e acabe desestimulando a participação dos alunos, mas com tempo suficiente para eles criarem o próprio perfil. Considerando que a discussão em grupo sobre os elementos que consideraram terem sido de maior importância para que uma página fosse verossímil, peça que levem um elenco desses elementos já anotados para a discussão.

Que tal entrar na atividade como participante também e criar seu perfil para que os alunos possam ver como você o organizaria? Isso te permite, inclusive, usar sua própria página para discutir com o grupo elementos que ache pertinentes.

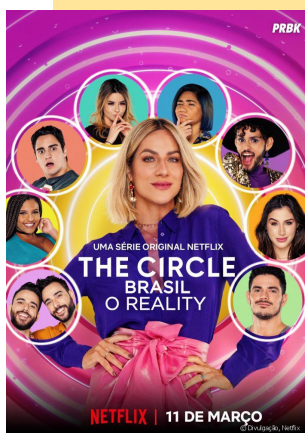
## Para ter uma ideia de como a atividade pode ser:

Você já assistiu o reality **The Circle**, na Netflix?

Estão disponíveis no canal de streaming as versões Brasil, Estados Unidos e França.

Nesse reality, os participantes não entram em contato pessoal uns com os outros. Todos vão morar no mesmo prédio, cada um em um apartamento. E eles só interagem por uma rede social chamada *The circle*. Assim que entram no programa, eles são convidados a criar o próprio perfil, com o qual poderão interagir com os outros participantes. É nesse momento que os participantes decidem se criarão um perfil fake ou real. Então, ninguém sabe quem é real ou não no programa.

O primeiro e o segundo episódios da primeira temporada no Brasil mostram essa discussão “fake x real”, envolvendo a escolha da primeira pessoa a ser eliminada.



A classificação etária para o reality na versão brasileira é de 12 anos. Enquanto a dos Estados Unidos e da França é de 16 anos.

É interessante lembrar que podemos, na Netflix, selecionar outras línguas tanto para a dublagem quanto para as legendas, caso queira usar alguma cena nas aulas.

### Outra dica disponível na Netflix: *O dilema das redes*



É um filme-documentário que discute os perigos das redes sociais, trazendo depoimentos de pessoas que estiveram envolvidas na criação e desenvolvimento delas.

# MATERIAL EXTRA



Clique nas imagens para acessar os links sugeridos.

## A PALAVRA *SELFIE* E A LÍNGUA VIVA

Alguns materiais para falar sobre a palavra *selfie*, considerada a palavra do ano em 2014, pelo *Oxford Dictionary*.

Essa discussão pode abordar as mudanças linguísticas, de como a resistência a algumas mudanças não é exclusividade dos nossos tempos, e de como língua, cultura e sociedade são peças de um mesmo quebra-cabeças.



Histórico da palavra *selfie* na língua italiana.



ACCADEMIA DELLA CRUSCA  
IL PIÙ BEL FIOR NE COGLIE



Vale a pena dar uma olhadinha nessa entrevista com Gabriel Nascimento e no vídeo com Rita Von Hunty.



## SELECIONANDO FONTES CONFIÁVEIS

Seguem aqui algumas dicas que discutem a checagem de fatos, fontes confiáveis etc.

NOVA  
escola

Mapa da Pesquisa  
Confiável na Internet

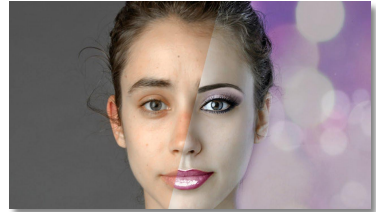
A Agência Lupa, da Revista Piauí é uma agência de checagem de fatos do Brasil. Clicando na foto você pode ler um pouco sobre como eles trabalham.



Esse episódio do Podcast *Café da Manhã* traz uma entrevista com Patrícia Blanco com dicas para não cair em *fake news*.

## PADRÃO DE BELEZA

Para esta discussão, sugerimos o uso dos vídeos que mostram como a mesma foto seria alterada seguindo os padrões de beleza locais de diversos países:



## DISMORFIA CORPORAL

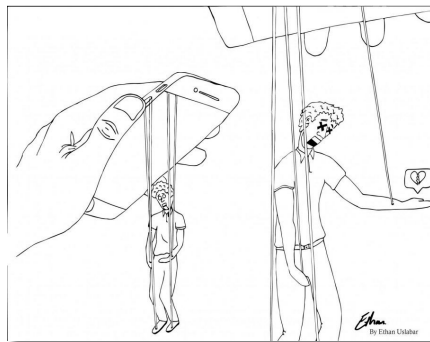
Seguem aqui alguns outros materiais que podem ser incorporados ao tema:



Live do jornal italiano *Il Fatto Quotidiano* para discutir o aumento de busca por intervenções estéticas durante a quarentena.

Clique na imagem ou aqui:

[https://www.youtube.com/watch?v=H3Wn\\_fDOTic](https://www.youtube.com/watch?v=H3Wn_fDOTic)



<https://advancetitan.com/wp-content/uploads/2019/04/socialmedia-900x697.jpg>

Uma alternativa para desenvolver a atividade do infográfico proposta para o inglês. Seguem aqui alguns *links* que podem ajudar os alunos a fazer essa atividade:

- [Distúrbio da dismorfismo corpóreo;](#)
- [Podcast su Dismorfia Corporea;](#)
- [Cos'è la dismorfobia](#)

### I segnali della Dismorfobia:

Preoccupazione eccessiva per uno o più difetti fisici che gli altri non notano o che appaiono all'esterno in modo lieve. Tali preoccupazioni causano un forte disagio e vanno a compromettere la sfera lavorativa, scolastica, e/o sociale.

Comportamenti ripetitivi: check corporei (allo specchio o in foto), ricerca di rassicurazioni, azioni mentali di confronto con gli altri o con il sé del passato ecc.

Paola Leone



## SOBRE FILTROS DE IMAGENS



Trevor Noah vai discutir neste episódio como os filtros das redes sociais têm afetado nossa saúde mental.

Stephanie Lange trabalha com maquiagem e tem esse canal no qual se dedica também a mostrar como as fotos de influencers são manipuladas. Neste vídeo ela vai mostrar um app que muda a forma do seu corpo enquanto você grava um vídeo.



## OS 7 PECADOS CAPITAIS

Aqui trazemos alguns *links* para termos mais informações sobre os 7 pecados capitais e a ideia de pecado.

É importante reforçar aqui, no entanto, nosso desconhecimento sobre as religiões e, portanto, não foi nossa intenção trazer um elenco exaustivo e podemos ter “pecado” (olha o trocadilho!) na escolha dos materiais, mas queríamos apenas apontar para o fato de que vivemos em uma sociedade que é cristocêntrica e nosso olhar sobre algumas coisas, mesmo que inconscientemente (ainda), tendam a se dar por essa ótica. (Basta pensar em quantos dos nossos feriados nacionais são relacionados à religião católica...)

Se o assunto te interessa, fica a dica também para o livro de Jean Delumeau, *O pecado e o medo*. (Quer ler uma resenha sobre o livro? Clique [AQUI](#). Quer ler um artigo sobre a educação e as religiões de matriz africana? Clique [AQUI](#).)

- [Podcast – Como dizia minha vó – Os 7 pecados capitais](#)
- [El País – A culpa, o instrumento de controle das religiões](#)
- [Super interessante – Quem definiu os sete pecados capitais?](#)
- [Super Interessante – Qual a origem dos sete pecados capitais?](#)
- [Vídeo – Existe pecado no Budismo?](#)
- [O pecado e o Candomblé](#)

## LEITURA PARA O PROFESSOR

Por fim, apresentamos na próxima página algumas opções bibliográficas para ampliar os conhecimentos, estudos e pesquisas.

## REFERÊNCIAS

COSCARELLI, Carla Viana; CORRÊA, Hércules Tolêdo. As boas influências: Pedagogia dos Multiletramentos, Paulo Freire e BNCC. **Revista Linguagem em Foco**, v.13, n.2, 2021. p. 20-32. Disponível em: <https://revistas.uece.br/index.php/linguagememfoco/article/view/5572>. Acesso em: 28 out 21.

DELUMEAU, Jean. **O pecado e o medo: a culpabilização no ocidente (séculos 13-18)**. Bauru: EDUSC, 2003.

GRUPO NOVA LONDRES. Uma Pedagogia dos Multiletramentos: Projetando Futuros Sociais. Tradução de Deise Nancy de Moraes, Gabriela Claudino Grande, Rafaela Salemm Bolsarin Biazotti, Roziane Keila Grandó. **Revista Linguagem em Foco**, v.13, n.2, 2021. p. 101-145. Disponível em: <https://revistas.uece.br/index.php/linguagememfoco/article/view/5578>. Acesso em: 28 out 21.

HERRING, James E. A critical investigation of students' and teachers' views of the use of information literacy skills in school assignments. **American Association of School Librarians**, v.9, p. 1-37, 2006. Disponível em: [https://www.ala.org/aasl/sites/ala.org/aasl/files/content/aaslpubsandjournals/slr/vol9/SLMR\\_CriticalInvestigation\\_V9.pdf](https://www.ala.org/aasl/sites/ala.org/aasl/files/content/aaslpubsandjournals/slr/vol9/SLMR_CriticalInvestigation_V9.pdf). Acesso em: 03 dez 2021.

RIBEIRO, Ana Elisa. Que futuros redesenhamos? Uma releitura do manifesto da Pedagogia dos Multiletramentos e seus ecos no Brasil para o século XXI Diálogo das Letras, **Pau dos Ferros**, v. 9, p. 1-19, e02011, 2020. Disponível em: [https://www.academia.edu/43797284/Que\\_futuros\\_redesenhamos\\_Uma\\_releitura\\_do\\_manifesto\\_da\\_Pedagogia\\_dos\\_Multiletramentos\\_e\\_seus\\_ecos\\_no\\_Brasil\\_para\\_o\\_s%C3%A9culo\\_XXI](https://www.academia.edu/43797284/Que_futuros_redesenhamos_Uma_releitura_do_manifesto_da_Pedagogia_dos_Multiletramentos_e_seus_ecos_no_Brasil_para_o_s%C3%A9culo_XXI). Acesso em: 29 out 21.

ROJO, Roxane. Pedagogia dos multiletramentos. In: ROJO, R.; MOURA, E. (org.) **Multiletramentos na escola**. São Paulo: Parábola Editorial, 2012. p. 11-31.

PEDAGOGIA dos multiletramentos: parte 1. [S. l.] 1 vídeo (13 minutos). Publicado pelo canal OlimpiadaLP Cenpec. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IRFrh3z5T5w>. Acesso em: 27 out 21.

PEDAGOGIA dos multiletramentos: parte 2. [S. l.] 1 vídeo (12 minutos). Publicado pelo canal OlimpiadaLP Cenpec. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=uj4gNjksb88>. Acesso em: 27/10/21.

As ilustrações utilizadas que não estão com *link* para referência foram retiradas gratuitamente do site Pixabay.

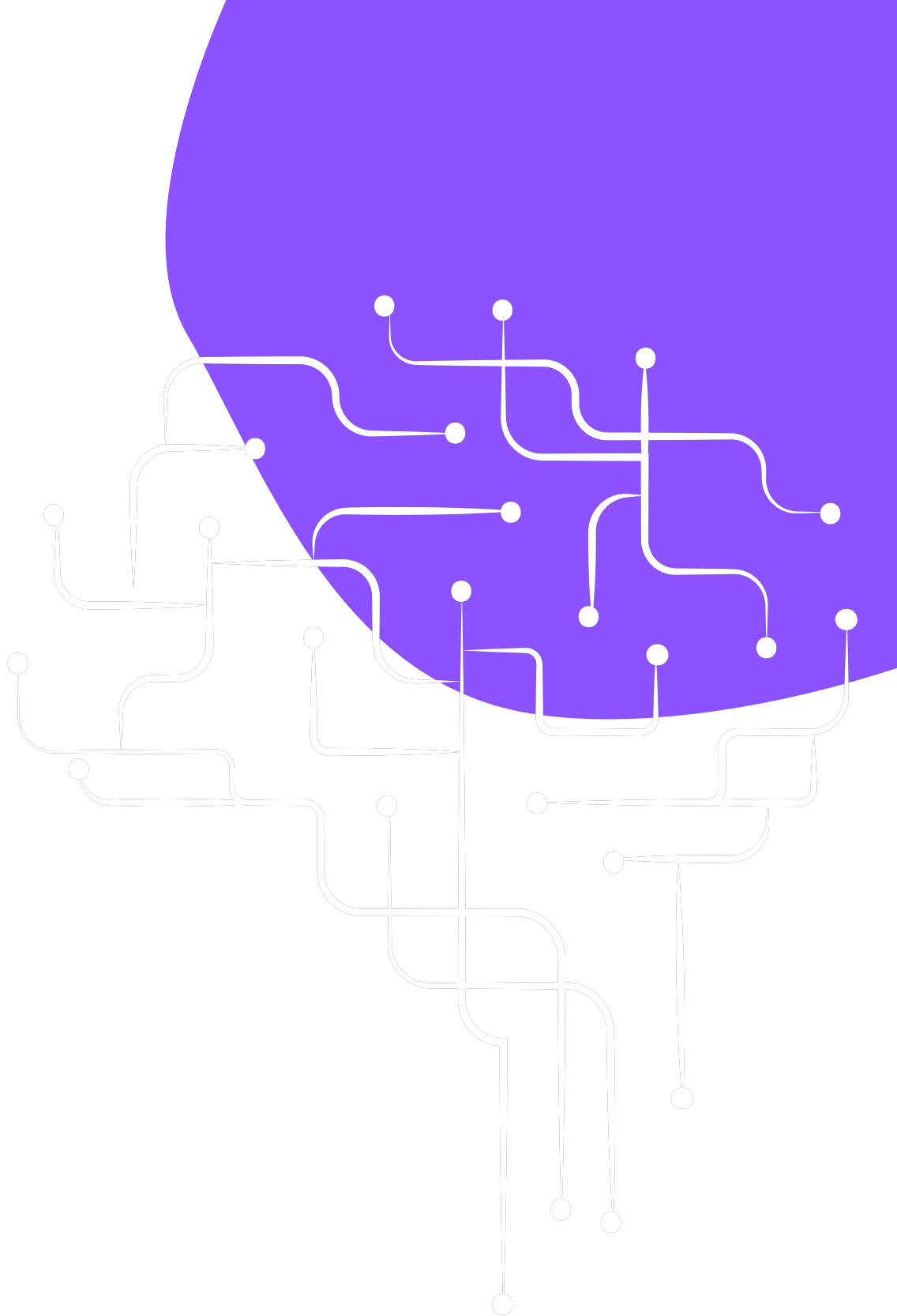
# sobre as autoras

**Alessandra H. B. Fukumoto** é bacharela e licenciada em Língua e Literatura Italiana pela Universidade de São Paulo. É mestra em Língua, Literatura e Cultura Italianas pela mesma universidade. Atualmente, é doutoranda em Linguística Aplicada pela Universidade Federal de Minas Gerais. Atua como professora de língua italiana para adultos em cursos livres desde 2006. Seus principais interesses de pesquisa são: ensino crítico de línguas, formação de professores, ensino de língua italiana e decolonialidade. E-mail: [alessandra-fukumoto@ufmg.br](mailto:alessandra-fukumoto@ufmg.br)



**Lillian Aparecida Vimieiro Pascoal** é licenciada pela Universidade Federal de Ouro Preto, mestra pela Universidade Federal de Minas Gerais e doutoranda na mesma universidade. Atua como professora de língua inglesa na educação básica e, em universidades, na formação de professores de língua inglesa. Seus principais interesses são: letramentos, multimodalidade, tecnologia, ensino crítico, formação de professores e língua inglesa. E-mail: [lilianapvimieiro@ufmg.br](mailto:lilianapvimieiro@ufmg.br)





# Letramento digital e ensino de linguagens

coletânea didática para a prática docente

