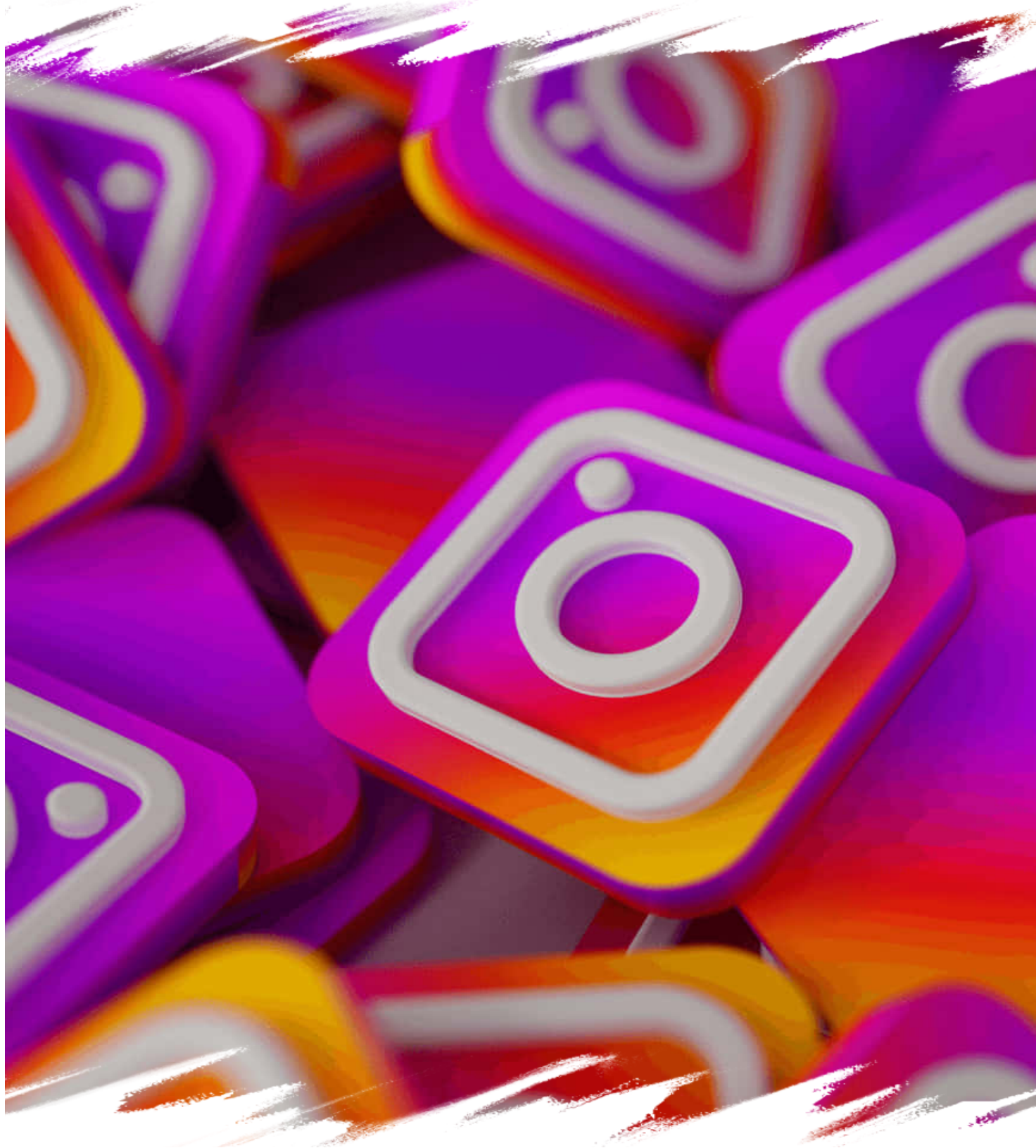


GUIA DE PRÁTICAS MULTILETRADAS E DIGITAIS NO INSTAGRAM:

***Práticas multiletradas de leitura e escrita para
professores de Língua Portuguesa***



**BELEM - PARÁ
2024**



UNIVERSIDADE DO ESTADO DO PARÁ-UEPA
GABINETE DA REITORIA
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENSINO
DE LÍNGUA PORTUGUESA E SUAS RESPECTIVAS LITERATURAS



LEIDIANE PEREIRA DE OLIVEIRA
ELIETE DE JESUS BARARUÁ SOLANO

GUIA DE PRÁTICAS MULTILETRADAS E DIGITAIS NO INSTAGRAM

Práticas multiletradas de leitura e escrita para professores de Língua Portuguesa

Belém/PA
2024





UNIVERSIDADE DO ESTADO DO PARÁ-UEPA
GABINETE DA REITORIA
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENSINO
DE LÍNGUA PORTUGUESA E SUAS RESPECTIVAS LITERATURAS



LEIDIANE PEREIRA DE OLIVEIRA

GUIA DE PRÁTICAS MULTILETRADAS E DIGITAIS NO INSTAGRAM:

Práticas multiletradas de leitura e escrita para professores de Língua Portuguesa

Artigo final apresentado como requisito para obtenção de grau de mestre ao Programa de Pós-Graduação em Ensino da Língua Portuguesa e suas Respectivas Literaturas do PPGELL, do mestrado profissional da Universidade do Estado do Pará.

Área de Concentração: Práticas Pedagógicas: interfaces entre o ensino de Língua Portuguesa e suas Literaturas.

Linha de Pesquisa: Estudos Linguísticos: Saberes e Práticas.

Orientadora: Professora Dra. Eliete de Jesus Bararuá Solano.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Antônia Zelina Negrão de Oliveira
(Membro externo - PPGEI/UEPA)

Prof^a. Dr^a. Valéria Cristian Soares Ramos
(Membro interno - PPGELL/UEPA)

Prof^a Dr^a. Eliete de Jesus Bararuá Solano
(Orientadora - PPGELL/UEPA)

Belém/PA

2024





Bem-vindo ao Guia de Práticas Multiletradas e Digitais no Instagram - produzido para professores de língua portuguesa da educação de jovens e adultos!

No contexto digital em que se vive hoje, tempos de *likes* e de múltiplos relacionamentos nas redes sociais, em que cada vez mais a população se comunica pelo ambiente virtual, a comunicação digital é um elemento essencial para a vida em sociedade, quer seja para o trabalho, negócios ou entretenimento.

Segundo o censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2023, 92,5% das pessoas acessavam a internet pelo telefone móvel celular, pois o aparelho facilita a comunicação à distância e a torna mais rápida por meio das redes sociais.

As redes sociais são grandes espaços para a comunicação, além de gratuitas, elas oportunizam um espaço de entretenimento e interação entre as pessoas de qualquer parte do mundo. Além disso, são meios de comunicação mais usados por pessoas de todas as idades. Com isso, há uma grande preocupação com a produção de conteúdo para comunicação no ambiente virtual.

Este guia visa propor estratégias didáticas de comunicação por meio de práticas multiletradas para o ensino da língua portuguesa para a educação de jovens e adultos. Objetiva também propor uma Matriz de Letramento Digital para desenvolver não só habilidades digitais de comunicação na rede social, mas principalmente desenvolver as competências linguístico-discursivas e digitais, a fim de contribuir para ampliação das capacidades expressivas dos estudantes no ambiente virtual.

BOM USO!

IMPORTANTE!

O desenvolvimento da competência leitora e discursiva em rede social inclui desenvolver tanto as habilidades linguísticas para comunicação (ouvir, falar, ler e escrever) quanto habilidades digitais para comunicação no ambiente virtual.





1. CONTEXTUALIZAÇÃO	05
2. PÚBLICO-ALVO DO GUIA	06
3. INSTAGRAM: UM RECURSO PEDAGÓGICO PARA O ENSINO E APRENDIZAGEM	07
4. LETRAMENTO DIGITAL NAS REDES SOCIAIS	08
5. HABILIDADES PARA COMUNICAÇÃO NAS REDES SOCIAIS	09
6. PRÁTICAS MULTILETRADAS	10
7. ELEMENTOS BÁSICOS PARA COMUNICAÇÃO NO INSTAGRAM	11
7.1. PÚBLICO-ALVO NA REDE SOCIAL	11
7.2. PERFIL DO INSTAGRAM	11
7.3. CONTEÚDO	12
7.4. POST	13
7.5. STORY	14
7.6. REEL	15
7.7. IGTV	16
7.8. LIVES	16
7.9. HASHTAG	17
7.10. LEGENDA	18
7.11. DIRECT	18
7.12. LINS E HIPERLINKS	19
8. DICAS PARA BOA COMUNICAÇÃO NAS REDES SOCIAIS	20
9. BOAS PRÁTICAS MULTILETRADAS PARA AULAS DE LP	23
9.1. PROPOSTA DIDÁTICA PARA O LETRAMENTO DIGITAL NO INSTAGRAM	23
10. MATRIZ DE HABILIDADES PARA O LETRAMENTO DIGITAL	32
11. CONSIDERAÇÕES FINAIS	34
REFERÊNCIAS	35
ANEXOS	36





A comunicação digital é uma maneira de se relacionar no ambiente virtual, compartilhar informações, investir em digitalização, interagir entre si e fazer negócios. E as redes sociais são ferramentas mais utilizadas para a comunicação digital.

As redes sociais que possuem maior acesso no Brasil são: *Youtube, Facebook, WhatsApp, Instagram, Messenger e Twitter*. Em 2023, o Instagram tinha cerca de 2 bilhões de usuários em todo planeta. No Brasil foram mais de 99 milhões que usaram o aplicativo, conforme relatório de pesquisa de 2023 do blog Opinion Box¹.

Cada vez mais os brasileiros têm mais acesso à internet no Brasil, principalmente às redes sociais, pois estas plataformas possuem recursos digitais que permitem maior visibilidade e relacionamento no ambiente virtual. Pelo menos 1/3 dos *Stories* visualizados tanto no *Facebook* quanto no Instagram são de empresas em busca de descobrir produtos novos no mercado.

Diante desse cenário, é possível investir mais em um trabalho pedagógico que inclua as tecnologias digitais de informação e comunicação na educação escolar, ainda que seja sem muitos recursos disponíveis. Basta que tenhamos estratégias e habilidades específicas para produzir conteúdo de qualidade no mundo da *web*.

Com a comunicação digital nas redes sociais, é possível desenvolver habilidades digitais linguístico-discursivas para comunicação e produção de textos. Com base nas contribuições teóricas do Círculo de Bakhtin, se propõe um guia didático para orientar professores para o desenvolvimento de práticas multiletradas e digitais de leitura e escrita a partir da perspectiva enunciativa da linguagem. Para o filósofo russo, a construção de sentidos de um texto “perpassa pelo papel ativo dos sujeitos interlocutores no processo de comunicação discursiva” (Bakhtin, 2016, p. 27), isto é, os sujeitos interlocutores do processo comunicativo esperam um dos outros uma resposta, que depende de uma “ativa compreensão responsiva” entre eles. O processo de interação e interatividade com o enunciado se constitui em torno da resposta entre os interlocutores. Dessa forma, sob esse viés, a proposta didática do guia dará enfoque à multiplicidade de linguagens e gêneros multissemióticos disponíveis no Instagram, que permitem ampla significação na relação dialógica com o enunciado no ambiente virtual.

¹Dados do site <https://blog.opinionbox.com/resultados-de-pesquisas/>





2. PÚBLICO-ALVO DO GUIA



O Guia é voltado para professores que atuam na modalidade da Educação de Jovens e Adultos (EJA). A educação de jovens e adultos é uma modalidade do ensino destinado para estudantes jovens e adultos que não puderam concluir seus estudos na idade adequada, conhecida como a EJA. São estudantes que possuem peculiaridades próprias e uma série de desafios para o acesso e a permanência na escola, e em específico as habilidades tecnológicas e digitais

No contexto digital, professores e estudantes estão cada vez mais conectados ao ambiente virtual por meio do aparelho de celular e isso exige deles novas habilidades, novos conteúdos e novas práticas de ensino-aprendizagem da língua associadas às novas tecnologias digitais de informação e comunicação - TDICs

Diante do contexto de uma geração de nativos digitais, cada vez mais conectada ao ambiente virtual, o presente Guia vem auxiliar a prática educativa de professores com a proposição de práticas multiletradas e digitais no Instagram e adequar o ensino-aprendizagem da língua portuguesa ao contexto digital.





3. INSTAGRAM:

UM RECURSO PEDAGÓGICO PARA O ENSINO E APRENDIZAGEM



A rede social - Instagram- é um suporte virtual de comunicação digital que ampliou o acesso das pessoas à internet. Permite rapidez nas informações e maior interação nas redes.

É um espaço virtual de maior acesso pelos jovens e adolescentes, o que corresponde a 92% de usuários que entram no Instagram pelo menos uma vez por dia. Em 2023, o Instagram passou a ser a rede mais utilizada e mais popular e isso só tem a crescer. No Instagram já foram mais de 2 bilhões de usuários ativos, uma das redes mais populares do mundo. Cerca de 80% dos usuários gastavam mais tempo assistindo vídeos no Instagram. Maior número de acessos foram para fins comerciais. Cerca de 79% dos usuários acreditavam que o Instagram pode aproximar pessoas de empresas, conforme relatório de pesquisa do blog Opinion Box².

Diante desse cenário, o Instagram pode ser um suporte pedagógico para o ensino-aprendizagem na escola, por meio da produção de conteúdo para *Post/Story/Reels* e por meio da interação de pessoas no ambiente virtual.

Todas essas ferramentas disponíveis no Instagram, sejam para postar uma foto, um vídeo, uma marca ou uma ideia, sejam para uso de legenda ou outro recurso, podem auxiliar no aprendizado da leitura e escrita para a formação do leitor/escritor na era digital. É um espaço de aprendizagem que pode ser utilizado por professores de todas as áreas de conhecimento.

² Dados do site <https://blog.opinionbox.com/resultados-de-pesquisas/>





No contexto de uma sociedade contemporânea e digital, ser letrado digital é ter habilidades específicas para o uso de tecnologias digitais de informação e comunicação no dia a dia, no contexto de ambiente virtual. É ser capaz de usar ferramentas digitais, manusear textos multimodais, hipertextos e textos multissemióticos. É ser capaz de acessar links, editar textos, utilizar e-mails, redes sociais, jogos, dentre outros recursos tecnológicos, mas é também ter habilidades essenciais cognitivas de leitura para recepção e produção de textos no ambiente virtual para diferentes finalidades. Todas essas habilidades e outras mais são necessárias para aumentar o nível de letramento tanto de professores quanto de alunos.

De acordo com o Xavier (2002, p.02), ser letrado digitalmente é muito mais que ter habilidades específicas de manusear textos digitais e ler hipertextos, pressupõem assumir mudanças nos modos de ler e escrever textos, verbais e não-verbais. O leitor digital é aquele que também ler e analisa os elementos semióticos nos textos, não basta saber manusear um texto digital, é preciso aprender se relacionar com ele uma vez que a forma de se relacionar com o texto impresso não é a mesma que relacionar-se com o texto em tela, da mesma forma que manusear um livro, não é o mesmo que manusear um texto em tela, e assim por diante.

O letramento digital é definido por Magda Soares (2002), de maneira especial, como “um certo estado ou condição que adquirem os que se apropriam da nova tecnologia digital e exercem práticas de leitura e escrita na tela, diferente do estado ou condição - do letramento - dos que exercem práticas de leitura e de escrita no papel” (Soares, 2002, p.151)

Nesse sentido, a escola é um espaço para formar sujeitos letrados digitais, isto é, não só leitores críticos, proficientes, criativos e colaborativos, mas também protagonistas do mundo contemporâneo digital.

IMPORTANTE!

O trabalho com as redes sociais para o letramento digital é um trabalho pedagógico, pois sugere participação, cooperação e compartilhamentos de informações e experiências, permitindo a produção de conhecimentos e o desenvolvimento de habilidades específicas para o contexto digital.





Para o desenvolvimento de habilidades para comunicação digital nas redes sociais, com competência leitora e discursiva, são necessárias algumas habilidades específicas, tanto técnicas quanto linguístico-discursivas para melhor engajamento e relacionamento no ambiente digital.

As habilidades cognitivas de leitura e escrita, oralidade e interpretação de textos são necessárias para a navegação no ambiente virtual, seja para pesquisa, localização de informações, seleção de conteúdos, seja para compreensão e interação com textos multissemióticos.

E se tratando de texto nas redes sociais, outras habilidades são mais específicas, como: produzir conteúdo, utilizar recursos e ferramentas digitais; produzir textos visuais com animações e vídeos, criar links, legendas e outras.

O importante é desenvolver capacidades cognitivas que atendam às necessidades do contexto digital contemporâneo e aos reais interesses dos usuários nativos digitais, de modo que os indivíduos sejam capazes de desenvolver “ações de usuários competentes” como definem Dias e Novais (2009). Os autores comentam sobre algumas habilidades necessárias para a comunicação digital nas redes sociais (Dias e Novais, 2009³), quais sejam:

- **Utilizar diferentes interfaces;**
- **Buscar e organizar informações em ambiente digital;**
- **Ler hipertexto digital;**
- **Produzir textos (orais e escritos) em ambientes digitais;**
- **Criar de link, hiperlinks; e**
- **Produzir vídeos.**

As aulas de língua portuguesa podem, com auxílio das novas tecnologias digitais de informação e comunicação, desenvolver habilidade técnicas e digitais de produção de textos multimodais, além de contribuir para o desenvolvimento da competência leitora e discursiva dos estudantes de qualquer faixa etária de ensino, tendo em vista não só o letramento digital, mas também o letramento crítico.

³ DIAS, Marcelo Cafiero; NOVAIS, Ana Elisa. Por uma matriz de letramento digital. Trabalho apresentado de discussão propostas pedagógicas mediadas por mídias digitais. III Encontro Nacional sobre Hipertexto. Belo Horizonte, MG – 29-31 de Out/2009.





6. PRÁTICAS MULTILETRADAS



No contexto atual, de múltiplas linguagens digitais, a formação do leitor/escritor multiletrados compreende a noção de multiletramentos na era digital, haja vista que a diversidade de textos que circulam no meio social é digital e que fazem parte do cotidiano das pessoas com maior frequência.

Interagir com essa variedade de gêneros discursivos no mundo da web, requer que os sujeitos leitores e escritores desenvolvam uma competência leitora e discursiva de modo que não só usem a língua com usuários na prática social, mas também aprendam a praticar a linguagem em sua multiplicidade por diferentes esfera de circulação de discursos (doméstica, familiar, do trabalho, escolar, acadêmica, jornalística, burocrática, religiosa, artística, etc.) em diferentes posições sociais, como receptores e produtores de discurso.

Um dos desafios desse Guia é mobilizar docentes para oportunizar aos estudantes práticas multiletradas no ambiente virtual e físico para o desenvolvimento de competências linguístico-discursivas e digitais, a fim de capacitá-los para o reconhecimento, análise e interpretação de textos multissemióticos no ambiente virtual das redes sociais.

Soares (2002, p.151) explica que letramento é oportunizar práticas sociais de uso da língua materna para a vida social do aluno, de modo que ele saiba muito mais que ler e escrever bem um texto. A prática social deve ser o ponto de partida para o letramento e letramentos na escola, para tanto, é necessário oportunizar diferentes práticas letradas que preparem os alunos para a vida social. E a escola tem papel essencial para desenvolver o letramento e os multiletramentos no ensino da língua materna, pois é uma agência de letramentos, um lugar de aprendizagens e de diferentes práticas sociais.

Segundo Ângela Kleiman (2007), o letramento deve ser o objetivo estruturante do trabalho escolar no ensino da língua materna, que deve ser organizado em torno de uma prática social e real de uso da língua, e vez de ser estruturado apenas em torno de conteúdos curriculares.





7. ELEMENTOS BÁSICOS PARA COMUNICAÇÃO NO INSTAGRAM



7.1 - PÚBLICO- ALVO NA REDE SOCIAL

É o grupo de usuários com características próprias e comuns aos quais se quer direcionar o conteúdo.

7.2 - PERFIL

O Instagram oferece três tipos de perfis: pessoal, comercial e criador. O perfil mostra sua biografia e suas publicações do Insta.

Você também pode optar por converter um perfil pessoal em um comercial ou de criador a qualquer momento.

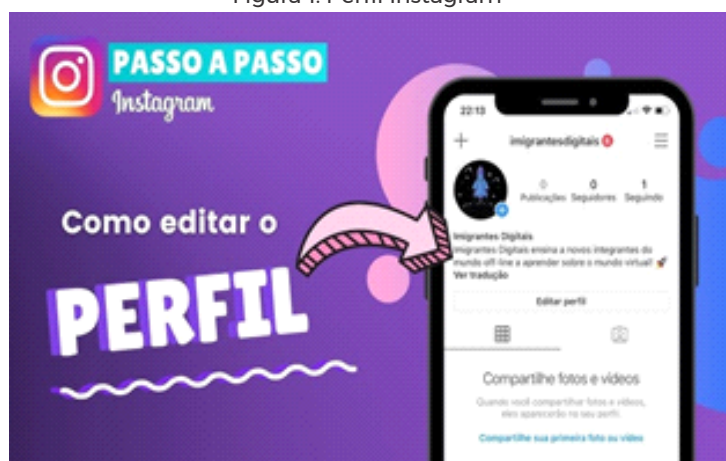
“Ter um perfil comercial para seu negócio não apenas profissionaliza sua rede, como também traz funcionalidades extremamente importantes para melhor conduzir seu marketing no meio digital” (Guia da produção de conteúdo para redes sociais: Instagram)

Exercitando o que aprendemos....

Dicas para criar o Perfil: o passo a passo

- Para acessar basta tocar na sua foto, no canto inferior direito.
- É importante que o visual do seu perfil seja convidativo e que os usuários identifiquem logo o assunto.
- Utilize a mesma foto, nome do usuário, caso tiver mais de uma rede.

Figura 1: Perfil Instagram



Fonte: <http://www.youtube.com/@imigrantesdigitais>

Acesse: <https://www.youtube.com/watch?v=4bOebvq72gQ>

IMPORTANTE!

Você precisa saber para que e para quem se quer produzir? Quais os interesses do leitor-usuário? Quais perfis digitais se quer atingir para produzir conteúdo?





7.3 - CONTEÚDO

O conteúdo a ser produzido para rede social precisa ser pensado e bem elaborado, no intuito de produzir conteúdo visual que chame atenção do leitor/usuário e permita maior visibilidade às postagens.

O conteúdo precisa atender perfis de usuários em diferentes contextos, portanto, saber qual perfil a rede social irá atender é determinante para a definição do conteúdo a ser publicado.

Como criar conteúdo nas redes sociais?

Quantas vezes você passou a seguir um perfil porque o conteúdo é relevante para você?

Para melhor engajamento nas redes sociais, criar conteúdo relevante é fundamental. Para tanto, é preciso pensar: Quem é o público que se quer alcançar? O que quero compartilhar vai fazer sentido para o esse público?

Além disso, pense no conhecimento que você tem e o que pode ser interessante para o leitor/usuário?

Exercitando o que aprendemos....

Que tal elaborar seu próprio conteúdo?

- Crie uma lista de palavras-chaves que esteja relacionada com a sua ideia/produto. Esta lista irá te ajudar a pensar no conteúdo, nos recursos semânticos e nas ferramentas disponíveis para a criação do conteúdo, como: hashtags, links e hiperlinks, legendas que você pode utilizar.
- Crie conteúdo que as pessoas falam sobre e queiram compartilhar.
- Registre e compartilhe os bastidores das suas produções/gravações para produzir mais conteúdo e visibilidade.
- Realizar sorteios na rede é uma forma de criar conteúdo e atrair mais likes/curtidas e seguidores.
- Crie conteúdos nas datas comemorativas, isso pode ser um gancho para promoções e divulgação.
- Informe seu público o seu produto ou ideia e faça-o conhecer melhor sua área de atuação.
- Não esqueça sempre de produzir bom conteúdo.

Como revisar o conteúdo?

- Revise o conteúdo antes da publicação na rede social.
- Elabore textos curtos, precisos e claros.
- A revisão ajuda a evitar ambiguidade, erros e falhas que podem confundir o leitor/usuário.
- Ao revisar o conteúdo, fique atento para concisão, correção gramatical e à segurança das postagens.





7.4 - POSTS

Post no Instagram é qualquer conteúdo publicado na plataforma, como foto, imagem, vídeo, enquetes e dicas. Os *Posts* podem ser publicados no *feed*, editados como *Reel*, se tiverem até 15 minutos, e podem também ser publicados na plataforma IGTV, onde usuários podem variar entre de 10 a 60 minutos.

Os *posts* de Instagram são textos que possibilitam alargar a interpretação textual do leitor/usuário, além do que tratam de assuntos úteis e sociais que ativam os conhecimentos prévios dos leitores, aguçam a imaginação e o espírito crítico diante das questões levantadas no mundo contemporâneo.

Quando bem analisado, sob uma perspectiva enunciativa e discursiva da língua, amplia os conhecimentos cognitivos e linguísticos do leitor/usuário, vez que não se trata apenas de uma mensagem, mas de um contexto linguístico e cultural de múltiplas interpretações.

Para edição dos *Posts*, o conteúdo (cultural e social) é selecionado de forma a interligar texto verbal e não-verbal, com auxílio de legendas explicativas, no intuito de despertar curiosidades no leitor/usuário para interagir por meio de comentários, de dúvidas, de elogios.

Nos *Posts* é possível a interação entre os interlocutores e a criação de novos enunciados, pois há uma reação do usuário com as postagens.

"Cada enunciado é um elo na corrente complexamente organizada de outros enunciados" (Bakhtin, 2011, p. 272).

O que é possível fazer nos *Posts*?

- Publica-se fotos, imagens e vídeos curto de interesse do leitor/usuário.
- Insere-se legendas, *weblinks*, localização geográfica e músicas.
- Marca-se pessoas para que sejam informadas da publicação.





7. ELEMENTOS BÁSICOS PARA COMUNICAÇÃO NO INSTAGRAM



7.5 - STORY

O Story é uma ferramenta da rede social, lançada em 2016 que mais gera engajamento, pois humaniza as mensagens e aproxima o público do seu Perfil.

No Story, de forma simples, criativa e rápida se produz mensagens, vídeos, imagens, enquetes, repostagens para interagir com os mais diversos perfis e usuários.

O Story fica salvo por 24 horas, mas pode ficar salvos no seu perfil pelo tempo que você quiser por meio dos “destaques” criado atualmente pelo Instagram.

O Instagram Story permite:

- Compartilhar momentos do cotidiano e experiências.
- Produzir conteúdo personalizados usando ferramentas de textos, áudio, vídeo, imagens e desenho.

Figura 2: Como Criar Story?



Fonte: <http://www.youtube.com/@imigrantesdigitais/>

<https://www.youtube.com/watch?v=Oq2X3R8LmtA>

O que são stickers?

O stickers é uma palavra inglesa que significa “adesivo”. No meio digital, o seu uso expandiu por meio de figurinhas (emojis e GIFs) utilizadas em conversa virtual. Os stickers podem ser utilizados para tornar as publicações nos Story mais atraentes, para permitir a interação dos seguidores com a plataforma e para fazer enquetes, testes, perguntas. (Guia de produção de Conteúdo para as Redes Sociais: Instagram⁴)

Figura 03: Como colocar emoji?



Fonte: <http://www.youtube.com/@TheagoTutoriais/>

<https://www.youtube.com/watch?v=nbRDsUXgEj4&t=26s>

GUIA de Produção de Conteúdo para Redes Sociais: Instagram. UNISINOS, RS Disponível em:

<https://cultura.rs.gov.br/upload/arquivos/carga20210326/10152656-ebook-guia-da-producao-de-conteudo-para-as-redes-sociais.pdf>. Acesso em: 11 jul. 2024.





7.6 - REELS

O *Reels* é uma ferramenta de vídeos curtos do Instagram, de até 90 segundos, semelhante ao padrão do Tik Tok e fica localizado no centro inferior do Insta, com uma aba só para ele.

No *Reels* é possível fazer gravações informais, espontâneas e dinâmicas, de curtíssima duração e podem ser gravados na própria plataforma ou externamente e depois ser carregado na rede.

Exercitando o que aprendemos....

Algumas habilidades específicas para criar Reels:

- Acessar ícone de *reels*
- Escolher modelo de *reels*
- Criar vídeos para fazer o *reels*
- Adicionar fotos, imagens, sons, efeitos, filtros.
- Avançar na publicação





7. ELEMENTOS BÁSICOS PARA COMUNICAÇÃO NO INSTAGRAM



7.7 - IGTV

O IGTV é uma ferramenta de vídeos mais longos para o Instagram de no máximo uma hora no formato vertical que aborda um conteúdo de relevância para o leitor/usuário.

O IGTV hoje chamado de Instagram TV está na tela inicial (canto superior direito)

O Instagram TV é também um ótimo recurso para o compartimento de conteúdos complementares de aulas que pode ser utilizado pelo professor.

O Instagram TV permite:

- Publicar vídeos de até 60 segundos, ao vivo.
- Criar e divulgar conteúdos, videoclipe.
- Acessar outros vídeos quanto se arrasta para o lado ou para cima.
- Mostrar os vídeos indicados para o seu perfil.

Exercitando o que aprendemos....

Algumas habilidades específicas para criar Instagram TV: passo a passo

- Acessar a ferramenta a tela inicial (canto superior direito).
- Selecionar um vídeo de sua galeria.
- Fazer edições que achar necessárias.
- Definir capa do vídeo e a legenda.
- Clicar para publicar.

7.8 - LIVE

A *live* é um recurso do Instagram Story que permite a produção de conteúdo por meio de gravação ao vivo e garante a interação entre públicos e atrai novos seguidores

As *lives* compartilham momentos em tempo real e permitem a participação de duas pessoas, dividindo a tela no meio, ótima ferramenta para shows, aulas e treinos que acontecem on-line e ao vivo.

Exercitando o que aprendemos....

Algumas habilidades específicas para criar LIVE no Insta:

- Escolher a opção “transmissão ao vivo”
- Abrir a câmara
- Pressionar o botão redondo na parte inferior para iniciar a gravação. O Instagram irá verificar a ligação e, em seguida, iniciar a transmissão.





7. ELEMENTOS BÁSICOS PARA COMUNICAÇÃO NO INSTAGRAM



7.9 - HASHTAG

Hashtag são letras, palavras ou expressões concatenadas e precedidas pelo símbolo cerquilha (#), muito usadas na internet com diversas funcionalidades, indo muito além de um agrupamento de assuntos.

Hashtag é uma estratégia utilizada nas redes sociais digitais como um recurso para demonstrar a opinião dos usuários, entre outras funções básicas, como indicar, realçar, agrupar e expressar para gerar engajamento e melhorar a participação das pessoas.

Hashtag no Instagram

As hashtag podem ser adicionadas a todos os formatos de conteúdo no Instagram, com stories ou posts no feed.

As *hashtags* são utilizadas para:

- Indicar o tópico da postagem
- Realçar um elemento da postagem para chamar atenção para algo específico, como se fosse um marca-texto virtual
- Agrupar pessoas e assuntos comuns, pois o usuário cria um *link*, capaz de inserir a postagem numa lista de todas as outras postagens com a *hashtag*, agrupando assuntos e pessoas que possuem o mesmo interesse e perfil.
- Serve para filtrar e disseminar o assunto.

As hashtags podem sugerir outros diálogos, opiniões e compartilhamentos e por isso melhora o alcance do público.

Exercitando o que aprendemos....

Algumas habilidades específicas para criar HASHTAG: passo a passo

- Basta colocar o símbolo de cerquilha (#) antes de uma palavra ou frase sem espaço, por exemplo: #ViagemDosSonhos. Essa combinação transforma-se em um hiperlink que para uma página com outras publicações relacionadas ao mesmo tema.
- Use termos curtos e de fácil assimilação.
- Não use *tags* de marcas já consagradas.
- Para marcar uma foto ou um vídeo com uma hashtag, toque em escreva uma legenda..., digite # insira o texto ou o emoji (#flor).

Figura 4: Imagem de Hashtag



“Uma dica é estar sempre atento às hashtag mais utilizadas para seu conteúdo, e usar da criatividade ao criar uma especialmente para seu negócio ou evento” (Manual da Produção de Conteúdos para as Redes Sociais).

Fonte: <https://www.searchenginejournal.com/how-to-use-hashtags-instagram/417550/>





7.10 - LEGENDAS

- Adicione legendas nos *Posts*, elas ajudam a contar detalhes que a imagem não mostra e ajuda no melhor engajamento.
- Aproveite as legendas para contar uma história sobre as suas publicações, complementando-as.

Exercitando o que aprendemos....

Algumas habilidades específicas para criar Legendas: passo a passo

- Toque em “Linha do tempo”, no canto superior esquerdo da tela, para encontrar a ferramenta de legenda no Insta.
- Abra as opções de edições de *reels* e encontre a ferramenta de legenda.
- Seleccionar a opção “Legendas” para iniciar a transcrição do áudio
- Escolha o idioma da legenda.
- Ajuste o texto da legenda e toque em “Legendas automáticas”
- Toque em “Continuar” para gerar o texto automático.

7.11 - DIRECT

O *Direct* no Instagram é uma função de mensagens privadas na plataforma, permitindo que usuários enviem e recebam mensagens, fotos e vídeos para contatos específicos ou grupos.

O *Direct* permite:

- Fazer comentários mais extensos, sem precisar se expor.
- Mais liberdade na expressão escrita com recursos próprios da internet.

Exercitando o que aprendemos....

Algumas habilidades específicas para mandar Direct:

- Basta clicar no ícone do canto superior direito da tela do aplicativo.
- Seleccionar as pessoas para as quais você deseja enviar uma mensagem e toque em Avançar.
- Digite uma mensagem ou você pode tocar em seleccionar vídeo ou foto.
- Toque em Enviar.





7. ELEMENTOS BÁSICOS PARA COMUNICAÇÃO NO INSTAGRAM



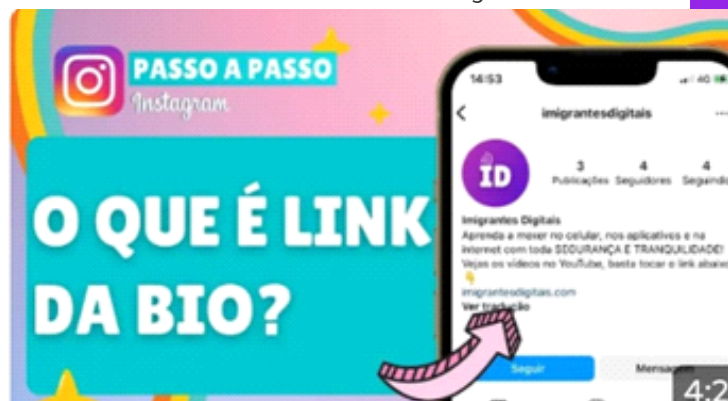
7.12 - LINKS, HIPERLINKS

O link no Instagram pode ser uma ferramenta para melhorar o engajamento e conectar mais seguidores ao seu Perfil.

Os links podem ser adicionados em vários espaços do Insta: na biografia, nos *stories*, nos vídeos do Instagram TV, nos *directs*. São exibidos em azul no perfil ou em preto quando formais de um link.

É possível realizar um *linktree*, basta inserir num site todos os links desejados numa página só, em forma de botões e com um design que você pode personalizar.

Figura 5: Link da Bio



Fonte: <http://www.youtube.com/@imigrantesdigitais>

<https://www.youtube.com/watch?v=Gvk4oEiPiJw&t=26s>

Exercitando o que aprendemos....

Habilidades específicas para criar link nos Stories: passo a passo

- Captura ou carregar um conteúdo para seu story.
- Tocar no ícone de adesivos na parte superior da tela.
- Selecionar o adesivo/figurinha "Link"
- Inserir um URL do site ou página que deseja.
- Tocar em "Concluído" para adicionar o link no story.
- Escolher onde quer que a figurinha apareça no story.
- Tocar na figurinha para vê-la em outras cores, personalizando o link.

Exercitando o que aprendemos....

Na Biografia: passo a passo

- Abrir a página principal do seu perfil e clicar em "Editar perfil".
 - Selecionar "Adicionar Link" e clicar em "Adicionar link externo" para inserir o título e URL de destino.
 - Confirmar a escola no canto superior direito.
- Pode adicionar até cinco links à sua biografia.

HIPERLINKS é um link de um documento para outro que abre a segunda página ou arquivo ao clicar nele, que aborde um conteúdo relacionado ao tema em questão. Pode também ser usado para criar uma pasta de trabalho. Os **hiperlinks** podem ser ícones, gráfico ou frases sublinhadas num documento que se liga a outro recurso ou página da web.





Boa conduta nas redes sociais

- Seja respeitoso com os leitores/usuários. Sua conduta terá um reflexo direto sobre o seu Perfil.
- Todos os Posts e comentários devem seguir diretrizes básicas de ética e segurança.
- Evite postagens com mensagens muito extensas.
- Responda comentários somente quando for necessário. Evite defender ou se proteger a cada comentário feito.
- Não seja rude ou grosseiro com suas respostas.
- Agilidade e responsabilidade são fundamentais nas redes sociais.
- Não responda nada no impulso.
- Evite compartilhar Fake News.
- Tome cuidado com o que faz ou diz nesse ambiente. O que acontece on-line é permanente.
- Deixe os leitores/usuários comentar, opinar, desabafar e responder. Isso faz parte da comunicação.
- Não viole direitos. Se precisar usar ou se referir ao conteúdo de outra pessoa, peça autorização e dê créditos.
- Tenha uma conduta ética nas redes sociais.

Boa oralidade

- O tom de voz na produção de conteúdo no mundo virtual precisa transmitir da melhor maneira possível o seu humor.
- Mitigue as possibilidades de interpretações equivocadas.
- Em caso de vídeos, mantenha sempre a respiração constante, respeitando as pausas naturais e a pontuação.
- Ao pronunciar as palavras, não deixe nenhuma sílaba de lado. Treine no espelho antes de produzir o enunciado.
- Invista na gravação de áudios sobre aquilo que você deseja falar e ouça para analisar as dificuldades e pontos a serem melhorados.
- Crie uma persona para facilitar a conexão entre o seu conteúdo e o seu público.

Boa escrita

- As informações escritas na rede social são de responsabilidade do produtor da mensagem.
- É importante conhecer um pouco do seu público-alvo.
- Escrever não é o mesmo que falar. Pense e revise antes de publicar, uma vez publicado, suas mensagens são indexadas quase que instantaneamente por outras redes, mesmo quando apagadas.
- O texto deve ser direto e objetivo, interessante ao leitor/usuário.
- Faça parágrafos curtos.
- Termine com uma chamada para ação.





A Imagem deve chamar a atenção do usuário para que ele pare e leia o texto

Legendas precisam estar alinhadas ao objetivo da mensagem. Use palavras-chaves relevantes para o seu perfil.

Você pode usar *emojis*, *hashtag* e incluir uma chamada de atenção.

Na Biografia você pode além de utilizar *emojis*, *hashtag* e palavras-chaves, incluir lista dos seus interesses.

Dividir as informações com espaçamento ou quebra de linhas e usar diferentes fontes.

Dicas de como criar metáforas

A palavra metáfora, de origem etimológica no grego *methaphorá*, indica mudança de transposição. Na poética, Aristóteles conceitua-a como “dar à coisa um nome que pertence a outra coisa (...) tendo como base a analogia”, ou seja, a metáfora é um recurso da linguagem usada para dar outros significados ao enunciado ou para dar ênfase as ideias de forma não convencional.

É um recurso que contribui para expressão de ideias, percepções, sentimentos, representações mentais e até experiências de vida que são transportadas para o texto por meio de imagens, expressões, símbolos, cores etc.

Metáfora é uma figura de linguagem para se fazer comparações subjetivas para se referir a algo de forma indireta.

Para criar metáforas você precisar pensar em algumas questões:

- A ideia que quero expressar já está clara e definida para mim? Qual conteúdo eu quero produzir? Para qual público? Qual tema/assunto? E principalmente para qual contexto situacional ou qual contexto atual se tem?
- Quais visões, sons, gostos, texturas ou emoções podem representar a minha ideia?
- Qual imagem ou imagens podem representar o que quero expressar?
- Quais palavras e expressões eu posso utilizar (adjetivos, substantivos)?
- Quais das ideias fazem mais sentido para o texto? (corte os excessos)
- Em quais *clichês* ou bordões posso me inspirar?
- Quais músicas, textos e até *memes* posso relacionar à mensagem?
- Quais meus sentimentos, medos e percepções do dia a dia podem me ajudar a fazer as analogias?

A metáfora é um recurso rico que pode melhorar o conteúdo nos *Post/Storys/Reel*, principalmente quando é criada dentro de um contexto.





Criar metáforas visuais

- Crie metáforas visuais fazendo conexões inesperadas num contexto para produzir conteúdo na web, com criatividade, originalidade e humor.
- Produza textos multimodais ou imagéticos, utilizando cores, contrastes, imagens para representar algo e músicas.

Importante!

As metáforas têm fortes força na comunicação digital nas redes sociais porque acionam as experiências do leitor/usuário e facilitam a compreensão da mensagem, possibilitando novas interpretações, novos significados e interações com a postagem. Além disso torna a mensagem mais envolvente e atrativa, aumentando o engajamento dos posts.

Figura 6: O que você vê na imagem?



Fonte: egolaboficial.com.br

Exercitando o que aprendemos....

Para criar metáforas você precisar pensar em algumas questões:: passo a passo

- A ideia que quero expressar já está clara e definida para mim? Qual conteúdo eu quero produzir? Para qual público? Qual tema/assunto? E principalmente para qual contexto ou qual contexto atual se tem?
- Quais visões, sons, gostos, texturas ou emoções podem representar a minha ideia?
- Qual imagem ou imagens podem representar o que quero expressar?
- Quais palavras e expressões eu posso utilizar (adjetivos, substantivos)?
- Quais das ideias fazem mais sentido para o texto? (corte os excessos)
- Em quais *clichês* ou bordões posso me inspirar?
- Quais músicas, textos e até *memes* posso relacionar à mensagem?
- Quais meus sentimentos, medos e percepções do dia a dia podem ajudar a fazer as analogias?
- Quais cores e contrastes podem representar a minha ideia?





9. BOAS PRÁTICAS MULTILETRADAS PARA AULAS DE LÍNGUA PORTUGUESA



Com vimos, o Instagram pode ser uma ferramenta educacional de grande potencial pedagógico para o desenvolvimento da competência leitora e discursiva e digital, desde que tenham uma função social e prática para a vida social, no âmbito da comunicação.

Para a produção de textos nas redes sociais, o leitor/usuário deve compreender a dimensão textual-discursiva da língua específica para a comunicação nas redes, com habilidades para ler, interpretar, se posicionar e produzir textos para diferentes públicos e finalidades.

As práticas multiletradas de leitura e escrita no Instagram visam subsidiar a prática educativa docente por meio de um trabalho sistemático com gêneros digitais e multissemióticos, a fim de desenvolver a competência leitora e discursiva de estudantes da educação de jovens e adultos, tendo em vista melhorar a sua atuação na sociedade e no mercado de trabalho no contexto digital.

A seguir apresentamos a proposta didática do guia e o passo a passo das atividades.



9.1. PROPOSTA DIDÁTICA PARA LETRAMENTO DIGITAL NO INSTAGRAM

A proposta didática deste Guia compreenderá atividades que desenvolvam habilidades específicas para leitura, interpretação e a produção de textos digitais e multissemióticos, conforme descrita no quadro a seguir:





9.1. PROPOSTA DIDÁTICA PARA LETRAMENTO DIGITAL NO INSTAGRAM



Tabela 1: Proposta Didática do Produto Educacional

1ª Oficina de leitura de texto no Instagram	2ª Oficina: Produção de textos no Instagram	3ª Oficina: Publicação de Post e Avaliação
• Reconhecimento e Contextualização dos gêneros discursivos digitais no Instagram • Leitura, compreensão e interpretação de textos.	• Transposição do texto impresso para a versão digital. • Produção de <i>Post</i> para Instagram. • Criação de vídeos de curtíssima duração para <i>Post/Story/Reel</i>.	• Compartilhamento dos <i>Posts</i> (em vídeo) na rede social. • Aplicação de um instrumento avaliativo.

Para cada etapa, propõe-se as seguintes atividades:

1º etapa: Oficina de leitura no Instagram

Tabela 2: Reconhecimento e contextualização do texto no Instagram

RECONHECIMENTO E CONTEXTUALIZAÇÃO DO GÊNERO DISCURSIVO DIGITAL	Pode ser feita por meio de uma atividade coletiva, numa roda de conversa, de análise da estrutura composicional, estilo, conteúdo e função social do gênero.
OBJETIVO DA ATIVIDADE	- Identificar e reconhecer os gêneros discursivos digitais nas redes sociais; - Levantar os conhecimentos prévios dos alunos, a fim de despertar o interesse pela leitura nas redes sociais; - Identificar o nível de letramento digital dos participantes da pesquisa; - Caracterizar o gênero discursivo no meio digital, sua funcionalidade, estilo e estrutura composicional, bem como verificar a diferença entre texto impresso e texto digital com suas múltiplas possibilidades de uso real na web.

1. Para este momento, é necessário fazer o levantamento dos conhecimentos prévios dos alunos para identificação e reconhecimento do gênero, no que se refere aos seguintes elementos:

2. Comunicação digital

3. Instagram: função e características

4. Link, hiperlink, hipertexto

5. Post/Story/Reels

6. Legendas

7. Hashtags

8. Conteúdo

9. Recursos visuais e sonoros: design, desenhos, cores, sons, imagens, fonte, recursos gráficos.

Para essa atividade, é necessário o suporte de recurso tecnológico como retroprojektor, computador, aparelho de celular e internet, para fins de reconhecimento da estrutura da plataforma Instagram dos recursos visuais e sonoros dentre outros aspectos.





9.1. PROPOSTA DIDÁTICA PARA LETRAMENTO DIGITAL NO INSTAGRAM



A 1ª oficina foi realizada com 24 (vinte e quatro) alunos da 3ª e 4ª do ensino fundamental. Foi a etapa de reconhecimento e contextualização do gênero discursivo digital no Instagram, da sua estrutura composicional, estilo e conteúdo temático. A oficina foi desenvolvida por meio de uma roda de conversa, de forma oral e compreendeu 02 tempos de aulas, cada momento com duração de 40 minutos.

Algumas questões norteadoras direcionaram esse momento que foi realizado com suporte da internet, aparelho de celular, notebook e retroprojeto, como por exemplo: *O que vocês entendem por texto digital? O que vocês entendem por link, hiper, hiperlinks e hipertextos? Como tais palavras são definidas no dicionário? A partir dos acessos na web, o que vocês entendem por comunicação digital? É possível esse tipo de texto estar impresso no papel? Quais textos são mais comuns na web? Como as redes sociais podem contribuir para a preparação para o trabalho? Quais as características que um texto tem num ambiente virtual? Quais são as características de um texto no Instagram? Você sabe criar um texto no Instagram? Você acredita que a rede social pode ser um instrumento para o ensino aprendizagem? Você tem um perfil no Instagram? Você sabe quais são os tipos de perfis que existem no Instagram?*

No segundo momento dessa atividade, foi realizada uma atividade de leitura (vide atividade anexa), com alunos e com auxílio do professor-participantes das turmas. Esta atividade foi composta de cinco (05) questões objetivas e quatro (04) subjetivas e teve como objetivo desenvolver habilidades linguístico-discursivas e digitais propostas pela Matriz de Habilidades para o Letramento Digital. Para este momento, participaram 19 (dezenove) alunos e foram utilizados dois (02) tempos de aulas de 40 minutos, mas podem ser utilizados mais tempo conforme o desempenho e a necessidade da turma. Vejamos a descrição a seguir:

Tabela 3: Leitura, compreensão e produção de texto

Leitura, compreensão e interpretação de textos (enunciados) disponíveis na rede Instagram

Atividade oral com o suporte da internet e atividade impressa para:

- Descrever, reconhecer e analisar o enunciado, suas características linguísticas e enunciativas;
- Compreender o enunciado (captar a temática/assunto);
- Interpretar e analisar as relações estabelecidas entre a gramática do texto e o enunciado, bem como identificar possíveis desvios gramaticais, considerando os aspectos semânticos,

OBJETIVO DA ATIVIDADE

Analisar o enunciado em sua totalidade, considerando tanto os aspectos semânticos, sintáticos e linguísticos, a partir de exemplares de usos reais encontrados na rede social;

Importante!

Para essa atividade, alunos e professores poderão pesquisar previamente textos (orais, escritos ou visuais) disponíveis nas redes sociais para as atividades de análise e leitura.





9.1. PROPOSTA DIDÁTICA PARA LETRAMENTO DIGITAL NO INSTAGRAM



Exercitando o que aprendemos...

Analise o texto a seguir e responda as questões de Leitura, Compreensão e Interpretação de Texto. Para melhor explorar o texto, acesse @priscilapacheco.psicanalista

A atividade foi elaborada a partir das seguintes questões norteadoras:

1. Em qual gênero textual, o texto extraído do Instagram pode ser classificado?
2. Quais os elementos que constituem o texto (recursos visuais, verbais e sonoros)?
3. Em qual ferramenta do Insta o texto aparece (*Post/Story/Reel*)? Com qual objetivo?
4. O texto faz abordagem de qual temática? Em qual contexto? De que forma é feita essa abordagem?
5. Qual a finalidade do texto (post)?
6. Qual estratégia foi utilizada para aproximar leitor do texto?
7. Quais recursos visuais foram utilizados no texto?
8. Quais recursos verbais (expressões, conjunção, advérbios, adjetivos, pontuação etc.) foram utilizados no texto?
9. A postagem possui links, legendas ou *hashtags*?
10. Para que foi utilizada a *hashtag* neste texto (postagem)?
11. Para que foi utilizada a legenda neste texto?
12. Qual a diferença de composição estrutural entre o texto digital e o texto impresso a seguir?
13. No texto há ironia? Explique de que forma podemos identificar a ironia no texto (desenhos, cores, sons, imagens, fonte, recursos gráficos, design).
14. O texto (postagem) possui Metáfora? Explique.
15. A pontuação do texto contribui para a compreensão do texto de que forma? Explique.

Figura 7: Texto extraído do Instagram



Fonte: @priscilapacheco.psicanalista

Nesta atividade, os alunos puderam identificar no texto recursos visuais e verbais, recursos sonoros e ferramentas do Instagram como legenda, hashtags, direct, link da Bio. Os textos multissemióticos são novos gêneros discursivos disponíveis na web e que possuem uma multiplicidade de linguagens que exigem dos leitores habilidades específicas para seu manuseio e compreensão. Além disso, os gêneros digitais apresentam estrutura composicional, estilo e características sociocomunicativas diferenciadas. Vejamos as habilidades desenvolvidas durante essa atividade:





9.1. PROPOSTA DIDÁTICA PARA LETRAMENTO DIGITAL NO INSTAGRAM



Tabela 4: Habilidades linguístico-discursivas e digitais

Habilidades linguístico-discursivas

- Identificar a ideia central do texto
- Reconhecer diferentes gêneros textuais.
- Localizar informações explícitas em um texto.
- Inferir o sentido de uma palavra e expressão.
- Inferir uma informação implícita no texto.
- Reconhecer e analisar elementos constitutivos de gêneros textuais diversos.
- Reconhecer diferentes modos de organização composicional de textos em versos.
- Distinguir fatos de opiniões em textos.
- Analisar a construção de sentidos de texto sem versos com base em seus elementos constitutivos.

Habilidades Digitais

- Reconhecer a área de trabalho na tela do Instagram.
- Identificar os elementos textuais do recurso Instagram, suas características: *posts/story/reels*; legendas, *hashtag*, *links*, *Direct*.
- Reconhecer a forma de nomeação do Perfil da rede e criar um Perfil.
- Identificar a presença de um link ou *hiperlink* a partir dos elementos visuais presentes no texto que se adequem a um objetivo pré-estabelecido de leitura.
- Identificar o assunto do texto na rede social e comparar com um texto impresso, fazendo inferências.
- Ler e extrair informações explícitas e implícitas do texto lido em tela considerando os elementos textuais: desenhos, cores, sons, imagens, fonte, recursos gráficos, design.
- Identificar a finalidade dos diversos gêneros textuais presentes na página Instagram.

De acordo com Rojo (2009, p.105-108), textos multissemióticos são textos que ampliam as possibilidades de relações entre elementos verbais e não verbais para construção de significados em diferentes contextos, visto que os recursos semióticos e midiáticos presentes no ambiente digital permitem a hipertextualidade no processo de leitura por meio da relação com outros textos ou com as outras camadas do mesmo hipertexto.

2º etapa: Produção de textos no Instagram

A terceira oficina da proposta didática do produto consistiu na produção de texto no Instagram que objetivou a produção de discurso na rede social pelos próprios alunos-participantes e desenvolver habilidades digitais para criação de *posts/textos*. Nessa etapa, tivemos a participação de poucos alunos, apenas 10 participaram, visto que o processo precisou ser interrompido devido ter iniciado o período de avaliação na escola. Para essa etapa, foram necessárias dois (02) tempos de aulas de 40 minutos cada e foi desenvolvida também com auxílio do aplicativo CANVA, internet e equipamentos tecnológicos. Vejamos a descrição das atividades desenvolvidas nesta etapa:





9.1. PROPOSTA DIDÁTICA PARA LETRAMENTO DIGITAL NO INSTAGRAM



Tabela 5: Produção textual no Instagram

Produção de textos no Instagram

1. Transposição do texto impresso (disponibilizado) para versão digital no Instagram com a inclusão de cores, sons, imagens, vídeos, áudios, seguindo o roteiro metodológico a seguir: definir o perfil; definir o conteúdo a partir da ideia central da mensagem (verbal) que se quer produzir; definir o projeto inicial com a ideia ou produto a ser vendido no Post; definir a trama audiovisual de como ilustrar a ideia/produto; definir se haverá diálogo ou não com o leitor, se o vídeo será falado ou mudo; descrever o cenário a ser utilizado (o espaço); definir os equipamentos e recursos tecnológicos a serem utilizados; definir se a produção será de *post/story/reels*; definir o tempo do vídeo, cerca de 30 a 90 segundos; selecionar as ferramentas digitais e softwares (gratuitos) que serão necessários para produção dos textos (oral, escrito, vídeo).

2. Criação do texto verbal para *Post* ou *Story* ou *Reels*: produção de para *Posts* de *Instagram*, utilizando os verbos no modo imperativo; revisar a gramática do texto (aspectos sintáticos, semântica e ortográfica); compartilhar o texto da própria autoria do estudante com temática do seu interesse, utilizando frases, imagens, cores, figuras de linguagem.

3. Criação de vídeos de curtíssima duração para *posts/story/reels*: editar vídeos a partir de uma linha de tempo, com inserção de efeitos, trilha sonora e movimentos; eliminar ruídos indesejáveis, escolhas das imagens e músicas (de livre utilização e gratuita); Definir o tempo do vídeo, se será de 30, 60 ou 90 segundos; Edite o vídeo com auxílio de aplicativos e ferramentas gratuitas.

OBJETIVO DA ATIVIDADE

- Desenvolver habilidades técnicas de produção de textos (verbais, visuais) para a rede social.
- Aprimorar a prática de produção de texto oral e escrito com dicas de boa oralidade e boa escrita na rede social.
- Produzir vídeos com suporte das ferramentas digitais gratuitas que tenham edição de vídeos, criação de efeitos de sonoros, incorporação de imagem, cores, vozes, movimentos, animações, personagens, entre outros recursos.

Algumas questões norteadoras poderão dar início a produção dos vídeos: Que mensagem queremos passar? Qual texto será utilizado? Tem narrador ou não? Que linguagem utilizar para transmitir a narrativa em vídeo? Que imagens podem ajudar a trabalhar a transmitir a ideia do texto?





9.1. PROPOSTA DIDÁTICA PARA LETRAMENTO DIGITAL NO INSTAGRAM



Para essa atividade, também foram dadas algumas orientações propostas no Guia didático, como: imaginar que você possui um Perfil comercial/profissional; definir qual o produto ou ideia (conteúdo) você quer vender; definir em qual espaço do Instagram será produzido o texto: Post/Story/Reel; utilizar os recursos visuais e verbais para produzir o texto visual, como: metáfora, legenda, hashtag, links; usar letras chamativas, em negrito; definir o tempo do vídeo, se será de 30, 60 (Story) ou 90 (Reels) segundos; editar o vídeo com auxílio de aplicativos e ferramentas gratuitas; reler e revisar o texto produzido para evitar ambiguidade; fazer a revisão da gramática do texto (aspectos sintáticos, semânticos e ortográficos) e do áudio do vídeo antes de publicar; verificar se precisa inserir efeitos, trilha sonora, movimentos e eliminar ruídos; criar links, hiperlinks, hashtags e legendas se achar necessário para melhorar o engajamento da sua postagem; ficar atento para as normas de boa conduta, boa oralidade e boa escrita para produção de conteúdo on-line; e criar metáforas visuais fazendo conexões inesperadas num contexto para produzir conteúdo na web, com criatividade, originalidade e humor.

Os vídeos deverão ser produzidos com o auxílio de computador ou dispositivo celular, com suporte das ferramentas digitais gratuitas quem tenham edição de vídeos, criação de efeitos de sonoros, incorporação de imagem, cores, vozes, movimentos, animações, personagens, entre outros recursos.

IMPORTANTE!

Edição de vídeos: a edição de vídeos pode ser feita por diferentes ferramentas e aplicativos, como **CANVA, INSHOT, LIGHTROOM**, que permitem postar vídeos inteiros ou vídeos com cortes, inserir áudios, aplicar cores e bordas, filtros e adicionar textos.

Edição de fotos: **PREMIERE e VSCO** são alguns aplicativos para edição de fotos que ajudam na manipulação da imagem, na criação de álbuns e apresenta filtros grátis para melhorar fotos.

Exercitando o que aprendemos....

Transformar um texto (verbal) numa peça publicitária para a uma versão digital (em vídeo de curtíssima duração) para Instagram a partir do roteiro abaixo:

- Imagine que você possui um Perfil comercial/profissional.
- Defina qual o produto ou ideia (conteúdo) você quer vender.
- Defina em qual espaço do Instagram será produzido o texto: *Post/Story/Reels*?
- Descreva o cenário que servirá de pano de fundo para o texto.
- Utilize os recursos visuais e verbais para produzir o texto visual, como: metáfora, legenda, *hashtag*, *links*.
- Use letra chamativas, em negrito.
- Defina o tempo do vídeo, se será de 30, 60 (*Story*) ou 90 (*Reels*) segundos.
- Edite o vídeo com auxílio de aplicativos e ferramentas gratuitas.
- Releia e revise o texto produzido para evitar ambiguidade.
- Verifique se os verbos estão no modo imperativo.





9.1. PROPOSTA DIDÁTICA PARA LETRAMENTO DIGITAL NO INSTAGRAM



- Atente para frases curtas.
- Faça a revisão da gramática do texto (aspectos sintáticos, semântica e ortográfica) e do *lout* do vídeo antes de publicar.
- Utilize recursos de referência, vocabulário apropriado ao gênero, recursos de coesão para produção de texto.
- Verifique se precisa inserir efeitos, trilha sonora, movimentos e eliminar ruídos.
- Crie *links*, *hiperlinks*, *hashtags* e legendas se achar necessário para melhorar o engajamento da sua postagem. Na legenda, escrever uma frase que considera importante para o usuário.
- Fique atento para as normas de boa conduta, boa oralidade e boa escrita para produção de conteúdo on-line.
- Crie metáforas visuais fazendo conexões inesperadas num contexto para produzir conteúdo na *web*, com criatividade, originalidade e humor.

3º etapa: Oficina de Publicação de Posts

Tendo sido feito o reconhecimento dos gêneros digitais e da plataforma Instagram, foi criado um Perfil para a turma para fins de publicizar as produções dos alunos e permitir o compartilhamento e interação no ambiente digital. Antes da criação do perfil, foram apresentados os tipos de perfis que podem ser criados no Instagram: criador. Ressaltou-se que para a criação de um Perfil, a pessoa precisava saber para quê e para quem se quer produzir, quais os interesses do seu público-alvo e quais perfis se quer alcançar. A ideia é criar um ambiente de interação e integração entre os participantes e ampliar as habilidades de uso da ferramenta e dos recursos disponíveis, compartilhar as produções escolares dos estudantes, fazer comentários, dar opinião e tirar dúvidas.

Vejamos de que forma foi realizada essa atividade:

Tabela 6: Criação de Perfil

Criação de um perfil de Instagram

Cada estudante-participante se torna seguidor e passa a interagir com as postagens no decorrer das atividades. O perfil pode ser criado coletivamente pela turma participante e cada aluno deverá seguir o perfil. Para a criação do perfil deverá ser definido: o público-alvo; o nome do usuário para identificar o perfil; escolha de imagem do perfil; elaborar uma minibiografia destacando os interesses, habilidades, produtos e identidade.

OBJETIVO DA ATIVIDADE

- Reconhecer os diferentes Perfis e a forma de nomeação do Perfil da rede
- Criar um Perfil no Instagram.





9.1. PROPOSTA DIDÁTICA PARA LETRAMENTO DIGITAL NO INSTAGRAM



Por fim, com base nessas orientações, o Perfil criado foi: @ejaler2024, posteriormente alterado para @educaler (<https://www.instagram.com/educaler/>), conforme demonstram as imagens a seguir:

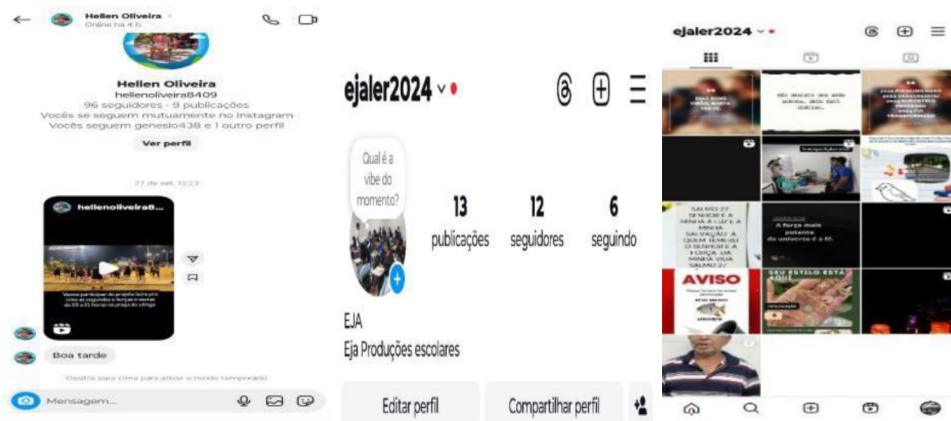


Figura 08: Print do Perfil criado no Instagram da Turma

Compartilhamento e Avaliação

Compartilhamento dos *Posts* no perfil da turma: após compartilhar os posts no perfil da turma criado para publicizar as produções dos alunos, cada estudante em sua rede social visitará o perfil da turma para interagir com as postagens, fazer comentários, dar opinião e tirar dúvidas. Chamar atenção para o cuidado com a organização da escrita nos comentários que não precisa ser formal, mas clara e objetiva. Cada participante poderá também o compartilhamento do *print* das postagens em seu próprio perfil.

Avaliação da competência leitora e discursiva dos alunos-participantes das oficinas que poderá ser realizada por meio um instrumento avaliativo impresso elaborado com os textos trabalhados durante as oficinas a partir de de uma ficha de avaliação sobre as atividades desenvolvidas

OBJETIVO DA ATIVIDADE

- Aprimorar habilidades específicas para produção de comentários, dar opiniões e tirar dúvidas com dica de boa conduta nas redes sociais.
- Verificar os resultados das atividades realizadas e a viabilidade do Guia metodológico proposto para as aulas de língua portuguesa.

Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora (2024)





10. MATRIZ DE HABILIDADES PARA LETRAMENTO DIGITAL NO INSTAGRAM



O Guia propõe uma matriz de desenvolvimento de habilidades para o letramento digital nas aulas de língua portuguesa, como demonstra o quadro de caráter sugestivo a seguir (Matriz de Referência de Língua Portuguesa e Matemática do SAEB⁵ e Matriz de Letramento Digital⁶):

Tabela 8: Matriz de Habilidades para o Letramento Digital

Competência Linguística e Tecnológica	Habilidades linguístico-discursivas	Habilidades Digitais
Leitura de textos em ambientes digitais – Instagram (Reconhecer, Analisar, Avaliar e Produzir)	- Identificar a ideia central do texto - Reconhecer diferentes gêneros textuais. - Localizar informações explícitas em um texto. - Inferir o sentido de uma palavra e expressão. - Inferir uma informação implícita no texto. - Reconhecer e analisar elementos constitutivos de gêneros textuais diversos. - Reconhecer diferentes modos de organização composicional de textos em versos. - Distinguir fatos de opiniões em textos. - Analisar informações apresentadas em gráficos, infográficos ou qualquer outro material gráfico no texto. - Analisar relações de causa e consequência. - Analisar o uso de recursos de persuasão em textos verbais e/ou multimodais. - Analisar os efeitos de sentido de recursos multissemióticos em textos que circulam em diferentes suportes. - Analisar a construção de sentidos de textos em versos com base em seus elementos constitutivos. - Avaliar a fidedignidade de informações sobre um mesmo fato veiculadas em diferentes mídias. - Analisar a construção de sentidos de textos em versos com base em seus elementos constitutivos. - Avaliar a fidedignidade de informações sobre um mesmo fato veiculadas em diferentes mídias.	- Reconhecer a área de trabalho na tela do Instagram. - Identificar os elementos textuais do recurso Instagram, suas características: <i>posts/story/reels</i>; legendas, <i>hashtag</i>, <i>links</i>, <i>Direct</i>. - Reconhecer a forma de nomeação do Perfil da rede e criar um Perfil. - Identificar a presença de um link ou hiperlink a partir dos elementos visuais presentes no texto que se adequem a um objetivo pré-estabelecido de leitura. - Identificar o assunto do texto na rede social e comparar com um texto impresso, fazendo inferências. - Ler e extrair informações explícitas e implícitas do texto lido em tela considerando os elementos textuais: desenhos, cores, sons, imagens, fonte, recursos gráficos, design. - Identificar a finalidade dos diversos gêneros textuais presentes na página Instagram. - Reconhecer a composição estrutural do texto digital no Instagram, formado não só por texto verbal, mas também por mídias, recursos visuais e sonoros (textos verbais e multimodais). - Diferenciar texto autoral dos comentários relacionados a ele, disponibilizados no Instagram. - Compreender a temática e posicionar-se criticamente diante de diversas visões de mundo presentes no ambiente digital. - Compreender a temática e posicionar-se criticamente diante de diversas visões de mundo presentes no ambiente digital.

⁵BRASIL. MEC. Sistema de Avaliação de Educação Básica. Documento de Referência 1.0. INEP. 2018. Disponível em: https://download.inep.gov.br/educacao_basica/saeb/2018/documentos/saeb_documentos_de_referencia_versao_1.0.pdf. Acesso em: 13 set. 2024.

⁶DIAS, Marcelo Cafiero; NOVAIS, Ana Elisa. Por uma matriz de letramento digital. Trabalho apresentado de discussão propostas pedagógicas mediadas por mídias digitais. III Encontro Nacional sobre Hipertexto. Belo Horizonte, MG – 29-31. Out/2009.





10. MATRIZ DE HABILIDADES PARA LETRAMENTO DIGITAL NO INSTAGRAM



Análise linguística e semiótica de textos digitais no Instagram

- Reconhecer o uso da pontuação e seus efeitos de sentido.
Analisar os efeitos de sentidos decorrentes da pontuação.
- Identificar os mecanismos de referenciação no texto.
- Identificar variedades linguísticas em textos.
- Identificar efeitos de ironia e humor nas postagens.
- Reconhecer o efeito e sentido decorrente do uso de uma palavra/expressão: adjetivos, advérbios, conjunção, verbo de enunciação.
- Julgar a eficácia de argumentos em textos.
- Identificar efeitos de ironia e humor nas postagens.

- Relacionar som, imagem, vídeo, animação e linguagem verbal para identificar efeito de ironia e humor nas postagens.
- Relacionar imagem à palavras e expressões para reconhecer os efeitos de sentido nas postagens.
- Estabelecer relações entre imagem e o texto lido.
- Analisar a pontuação do texto para reconhecer os efeitos de sentidos nas postagens.
- Compreender os efeitos de sentido produzidos em um texto a partir das relações entre as diversas mídias que o compõem.
- Estabelecer relações entre imagem e o texto lido.

Produção de textos para o ambiente virtual do Instagram

- Produzir texto em língua portuguesa, de acordo com o gênero textual e o tema demandado.
- Utilizar recursos de referenciação, vocabulário apropriado ao gênero, recursos de coesão para produção textual.
- Rer e revisar o texto produzido.

- Transformar o texto impresso para a versão digital no Instagram com parágrafos curtos ou frases e com a inclusão de cores, sons, imagens.
- Utilizar ferramentas/aplicativos específicos e gratuitos para a produção de texto no ambiente digital.
- Editar vídeos de curtíssima duração para postagens no Instagram a partir de uma linha de tempo, com inserção de efeitos, trilha sonora e movimentos; eliminação de ruídos indesejáveis, escolhas das imagens e músicas (de livre utilização e gratuita).
- Criar links, hiperlinks, hashtags adequados ao conteúdo para compor o hipertexto de forma organizada e de fácil apreensão pelos leitores.
- Criar legendas com frases que considera importantes para o leitor/usuário.
- Criar uma minibiografia do Perfil, destacando os interesses da página, habilidades e produtos.
- Conhecer e respeitar normas de boa conduta para produção de conteúdo on-line.
- Selecionar gêneros digitais adequados às condições de produção de conteúdo.
- Utilizar editores de textos e áudios disponíveis de forma gratuita para produção de conteúdo.
- Avaliar se o conteúdo produzido não fere as normas de publicação, de boa conduta, de produção, divulgação e reprodução de conteúdo on-line.
- Organizar informações no ambiente virtual por meio da criação de links e Destaques na página do Instagram.
- Criar metáforas visuais fazendo conexões inesperadas num contexto para produzir conteúdo na web, com criatividade, originalidade e humor.
- Produzir textos multimodais ou imagéticos, utilizando cores, contrastes, imagens para representar algo.
- Compartilhar Post produzidos pelos estudantes e oportunizá-los no Direct para fazer comentários, dar opinião e tirar dúvidas.





11. CONSIDERAÇÕES FINAIS



De fato, é um desafio desenvolver o letramento digital na escola pública, principalmente no que se refere ao acesso à internet na escola, a disponibilização de equipamentos e uso de ferramentas e softwares necessários para o desenvolvimento das atividades que garantam a inclusão digital na escola.

Com a proposta de um Guia didático que auxilia professores no desenvolvimento da competência leitora e discursiva de estudantes da educação de jovens e adultos-EJA, espera-se contribuir para a ampliação das habilidades docentes para o desenvolvimento do letramento digital na escola e aumentar o nível de letramento digital tanto de professores quanto de alunos por meio do uso das TDICs nas aulas de língua portuguesa.

O Guia de Práticas Multiletradas e Digitais no Instagram possibilita o compartilhamento de ideias, experiências e realidades diferentes, permitindo-se, assim, aos docentes, novas formas de ensinar, de estar e de ser digital na escola. Ressalta-se que a proposta didática desenvolvida pode compor o conteúdo escolar de língua portuguesa por um (01) bimestre, conforme recomendações das Base Nacional Comum Curricular (2018), desde que seja desenvolvida em mais tempo de aulas para melhor aproveitamento dos alunos e professores.

Concluiu-se que é uma proposta que atende à demanda do novo contexto tecnológico de manifestação de linguagens, à necessidade de inclusão de letramento digital na escola pública, por meio de práticas de multiletradas nas aulas de língua portuguesa.





ABRÃO, Jorge Antônio de M. **A metáfora no Processo de Interação On-line: uma abordagem semiótica e discursiva**. São Paulo, 2018, 119 p. Tese de Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Universidade de São Paulo – USP.

BAKHTIN, M. **Gêneros do Discurso. Estética da Criação Verbal**. Trad. São Paulo Bezerra. 6ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

_____, Mikhail. **Os gêneros do discurso**. São Paulo: Editora 34, 2016.

BOAS **Práticas Redes Sociais**. APEX BRASI, 2021. Disponível

em:<https://abcpública.org.br/wpcontent/upload/2021/06/apexbrasilBoaspraticasnasredessociais.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2024.

BRASIL. **Manual de Redes Sociais. Ministério da Economia**. Disponível em:

<https://www.gov.br/economia/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/guias-e-manuais/ManualdeRedesSociais.pdf>

. Acesso em: 12 ago. 2024.

BRASIL. **Agência IBGE Notícias**. Disponível em:

<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/41024-internet-foi-acessada-em-72-5-milhoes-de-domicilios-do-pais-em-2023#:~:text=Destaques,%25%20para%2081%2C0%25>. Acesso em: 11 jun. 2024. Acesso em: 11 jun. 2024.

BRASIL. MEC. **Matriz de Referência de Língua Portuguesa e Matemática do SAEB. INEP**, 2001. Disponível

em:https://download.inep.gov.br/publicacoes/institucionais/avaliacoes_e_exames_da_educacao_basica/matriz_de_referencia_de_lingua_portuguesa_e_matematica_do_saeb.pdf. Acesso em: 12 ago. 2024.

BRASIL. MEC. **Sistema de Avaliação de Educação Básica**. Documento de Referência 1.0. INEP. 2018. Disponível

em:https://download.inep.gov.br/educacao_basica/saeb/2018/documentos/saeb_documentos_de_referencia-versao_1.0.pdf. Acesso em: 13 set. 2024.

DIAS, Marcelo Cafiero; NOVAIS, Ana Elisa. **Por uma matriz de letramento digital**. Belo Horizonte, 2009. Trabalho apresentado no III Encontro Nacional sobre Hipertexto. 29-31 Out.

GUIA de **Produção de Conteúdo para Redes Sociais**: Instagram. UNISINOS, RS Disponível em:

<https://cultura.rs.gov.br/upload/arquivos/carga20210326/10152656-ebook-guia-da-producao-de-conteudo-para-as-redes-sociais.pdf>. Acesso em: 11 jul. 2024

KLEIMAN, Ângela B. **Letramento e suas implicações para o ensino da língua materna**. Signo, Santa Cruz do Sul, v. 32, n. 53, p. 1-25, 2007. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/signo/article/view/242>. Acesso em: 18/10/2024.

SOARES, Magda. **Linguagem e escola: uma perspectiva social**. 17. ed. São Paulo: Ática, 2002.

OPINION box. Disponível em: <https://blog.opinionbox.com/resultados-de-pesquisas/>.

Acesso em: 11 jun. 2024.

XAVIER, Antônio C.S. **O hipertexto na sociedade de informação: a constituição do modo de enunciação digital**, 2002.

Acesso em: 04 dez. 2024.





ATIVIDADE DE LEITURA E ESCRITA

ALUNO: _____

ESCOLA: _____

ANO/SÉRIE: _____

I Parte: Analise o texto a seguir e faça as questões de procedimento de leitura simples.

1. Em qual gênero textual, o texto (Post do Instagram) pode ser classificado

- a) Poema
- b) Miniconto
- c) Propaganda
- d) Bilhete

2. Qual a finalidade do texto (Post)?

- a) Fazer Reflexão
- b) Apresentar uma narrativa
- c) Vender uma ideia
- d) Entreter o leitor

3. Em qual ferramenta do Insta o texto aparece?

- a) Post
- b) Story
- c) Reel
- d) Perfil



4. Quais os elementos que constituem o texto (Post) (mídias, recursos visuais, verbais e sonoros)?

- a) Somente elementos verbais
- b) Elementos sonoros
- c) Elementos verbais e visuais
- d) Elementos verbais, visuais, sonoros.

5. Quais recursos visuais foram utilizados no texto?

- a) Cores e imagens
- b) Somente imagem
- c) Texto verbal
- d) Hashtags, links e legendas

6. Quais recursos verbais (linguísticos) foram utilizados no texto para construir o sentido do texto?

- a) Conjunção, substantivo e adjetivo.
- b) Substantivo, adjetivo e metáfora.
- c) Metáfora e ironia
- d) Somente metáfora





ATIVIDADE DE LEITURA E ESCRITA

II Parte. Analise o mesmo texto e responda as questões de Compreensão e Interpretação de Texto (miniconto digital extraído @tictactami_microoncontos / @instagram)

1.O texto faz abordagem de qual temática? Em qual contexto? De que forma é feita essa abordagem?

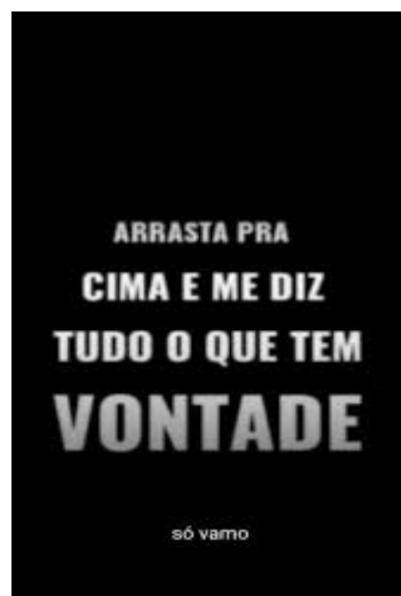
2.Qual é finalidade do texto?

3.O texto (postagem) possui Metáfora? Explique.

4.A pontuação do texto contribui para a compreensão do texto de que forma? Explique.



III-Parte. Compare o texto digital com o texto verbal que tratam do mesmo assunto e comente a relação entre eles, suas semelhanças e diferenças.







ATIVIDADE DE LEITURA E ESCRITA

IV Parte: Produza um texto para postagem no Instagram, fazendo a transposição do texto abaixo para uma versão digital.

 **arrasta**
PRA
CIMA

- Imagine que você possui um Perfil comercial/profissional.
- Defina qual o produto ou ideia (conteúdo) você quer vender
- Defina em qual espaço do Instagram será produzido o texto, post/story/reel?
- Use letra chamativas, em negrito
- Releia e revise o texto produzido para evitar ambiguidade.
- Verifique se os verbos estão no modo imperativo.
- Atente para frases curtas.
- Se quiser, crie metáforas visuais fazendo conexões inesperadas num contexto para produzir conteúdo na web, com criatividade, originalidade e humor.

Obrigada pela participação!





Governo do Estado do Pará
Universidade do Estado do Pará
Centro de Ciências Sociais e Educação PPGELL
Tv. Djalma Dutra s/n – Telégrafo www.uepa.com.br

