



**Projeto Resignificação  
de Práticas Pedagógicas:**  
o desenvolvimento dos  
multiletramentos no contexto  
pós-pandêmico em escolas de  
Educação Básica de Minas Gerais

# **SEQUÊNCIA DE ATIVIDADES DO(A) PROFESSOR(A)**

## **MATERIAL 4: TECNOLOGIA E SAÚDE MENTAL**

# **2025**

**Material do(a)  
professor(a)**





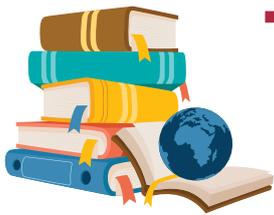
# Tecnologia e saúde mental \_produção textual



## Caro(a) professor(a),

Esta sequência de atividades, com o tema **Tecnologia e saúde mental**, foi pensado para alunos(as) do Ensino Fundamental II, especificamente, para turmas de 9º ano. *Professor(a), esta atividade pode ser trabalhada com outros anos, com as devidas adaptações.*

Com base no contexto pedagógico local, apresentado a seguir, foi elaborada uma proposta que busca aproximar o ensino de Língua Portuguesa das vivências e dos interesses dos(as) estudantes, considerando suas relações com as tecnologias digitais e a saúde mental.



# Tecnologia e saúde mental \_produção textual



## Contextualização

A escola para a qual foram pensadas as atividades a seguir está localizada em um bairro periférico de uma cidade na região Sul de Minas Gerais<sup>1</sup>. O material será aplicado em uma turma de 9º ano composta por alunos(as) que frequentemente demonstram resistência ao conteúdo tradicional, especialmente quando não percebem uma conexão direta com suas vivências. Os(As) estudantes demonstraram uma tendência a se ocupar, o tempo todo, com seus celulares<sup>2</sup>, o que reflete sua dificuldade de prestar atenção ao conteúdo e ao que é proposto em sala.

Nesse contexto, a disciplina de Língua Portuguesa será trabalhada de forma interdisciplinar, ao integrar gêneros textuais da esfera jornalística com uma videoanimação<sup>3</sup>, um gênero que dialoga com a realidade e os interesses dos(as) alunos(as).

<sup>1</sup>A escola participou do Projeto Ressignificação de práticas pedagógicas: o desenvolvimento dos multiletramentos no contexto pós-pandêmico em escolas de Educação Básica de Minas Gerais (Projeto Lalin-Fapemig, 2023), que teve apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (Fapemig).



# Tecnologia e saúde mental

## \_produção textual



### Contextualização

Nesse sentido, pode ser realizado um trabalho conjunto com as disciplinas de Ciências, Sociologia e Educação Física, em que os(as) respectivos(as) professores(as) também podem abordar o tema, para contribuir com o ensino-aprendizagem dos(as) alunos(as).

As atividades propostas buscam explorar a relação entre o cotidiano dos(as) estudantes, promovendo reflexão e interpretação crítica, incentivando-os(as) a fazer uma análise de mensagens implícitas, bem como refletir sobre como o uso do celular e suas tecnologias digitais podem ter efeitos negativos e positivos em sua saúde mental. Esta abordagem incentiva o engajamento e uma aprendizagem contextualizada.

<sup>2</sup>Na época em que a pesquisa foi realizada (2022 e 2023), da qual decorreram os dados que embasaram a elaboração deste material, ainda era permitido o uso de celular em sala de aula. A partir de 13 de janeiro de 2025, com a publicação da lei nº 15.100 (Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-n-15.100-de-13-de-janeiro-de-2025-606772935>. Acesso em: 8 mar. 2025), esse uso passou a ser restrito a fins estritamente pedagógicos ou didáticos, conforme orientação dos profissionais de educação.

<sup>3</sup>Para conhecer mais sobre o gênero videoanimação, sugerimos o livro: FERREIRA, Helena Maria; DIAS, Jaciluz; VILLARTA-NEDER, Marco Antonio (Orgs.). O trabalho com a videoanimação em sala de aula: múltiplos olhares. São Carlos, SP: Pedro & João Editores, 2019. O e-book está disponível para download em: <https://pedroejoaoeditores.com.br/produto/o-trabalho-com-videoanimacao-em-sala-de-aula-multiplos-olhares/>.



# Tecnologia e saúde mental \_produção textual



## Conteúdo geral a ser trabalhado

Abordagem do campo jornalístico, com base na videoanimação escolhida, para serem trabalhados, criticamente, os impactos e benefícios do uso das tecnologias digitais. Discussão sobre os mecanismos de persuasão presentes no discurso publicitário, a maneira como estimulam o consumo e as diferenças entre um anúncio publicitário e uma propaganda.

A videoanimação *Happiness*, escolhida para ser trabalhada com os(as) alunos(as), pode ser encontrada no canal *Steve Cutts*, no *YouTube*<sup>4</sup>, disponível no link: <https://www.youtube.com/watch?v=e9dZQelULDk>.

Ou acesse o QRCode para abrir o link:

<sup>4</sup>O uso dessas imagens teve, exclusivamente, objetivos educacionais, sem fins lucrativos, podendo, portanto, enquadrar-se na política de usos aceitáveis do YouTube (Disponível em: [https://www.youtube.com/intl/ALL\\_br/howyoutubeworks/policies/copyright/#copyright-exceptions](https://www.youtube.com/intl/ALL_br/howyoutubeworks/policies/copyright/#copyright-exceptions). Acesso em: 19 fev. 2025) e de uso das mídias para a formação cidadã, conforme prevê o Caderno comunicação e uso de mídias do Ministério da Educação - MEC (BRASIL, 2009), disponível em: <https://www.ced.seduc.ce.gov.br/wp-content/uploads/sites/82/2023/07/Comunicacao-e-Uso-de-Midias.pdf> (Acesso em: 19 fev. 2025).



# Tecnologia e saúde mental

## \_produção textual



### Conteúdo geral a ser trabalhado

A videoanimação *Happiness*, escolhida para ser trabalhada com os(as) alunos(as), pode ser encontrada no canal *Steve Cutts*, no *YouTube*<sup>4</sup>, disponível no link: <https://www.youtube.com/watch?v=e9dZQelULDk>. Ou acesse o QRCode para abrir o link:



A descrição do vídeo indica seu conteúdo: "A história da busca incessante de um roedor pela felicidade e realização" (No original: *The story of a rodent's unrelenting quest for happiness and fulfillment*). O vídeo mostra uma sociedade de ratos convivendo em locais repletos de anúncios publicitários. Os animais buscam suas realizações e a plena satisfação.



# Tecnologia e saúde mental \_produção textual



## Conteúdo geral a ser trabalhado

**Figura 1** - Capa do vídeo *Happiness*.



Happiness

53 mi de visualizações • há 7 anos

**Fonte:** <https://www.youtube.com/watch?v=e9dZQelULDk>. Acesso em: 11 mar. 2025.



## TURMAS



# INDICADAS

---

Para realizar esta sequência de atividades, foi escolhida a turma de 9º ano, uma vez que essa etapa escolar representa um momento de consolidação do pensamento crítico dos(as) alunos(as), que geralmente têm entre 14 e 15 anos. A proposta está alinhada às competências da Base Nacional Comum Curricular - BNCC (Brasil, 2018), incluindo a leitura, interpretação e análise crítica de textos multimodais. Ao explorar o campo jornalístico, os(as) estudantes são estimulados a refletir e participar ativamente do processo de aprendizagem.



# OBJETIVO

**Compreender a influência da tecnologia na saúde mental e nas emoções;**

•REC

## **Habilidades da BNCC em relação aos objetivos específicos**

(EF69LP07) Produzir textos em diferentes gêneros, considerando sua adequação ao contexto produção e circulação – os enunciadores envolvidos, os objetivos, o gênero, o suporte, a circulação –, ao modo (escrito ou oral; imagem estática ou em movimento, etc.), à variedade linguística e/ou semiótica apropriada a esse contexto, à construção da textualidade relacionada às propriedades textuais e do gênero), utilizando estratégias de planejamento, elaboração, revisão, edição, reescrita/redesign e avaliação de textos, para, com a ajuda do professor e a colaboração dos colegas, corrigir e aprimorar as produções realizadas, fazendo cortes, acréscimos, reformulações, correções de concordância, ortografia, pontuação em textos e editando imagens, arquivos sonoros, fazendo cortes, acréscimos, ajustes, acrescentando/ alterando efeitos, ordenamentos, etc.

## **Critérios de Avaliação**

**Participação:** Avaliar o nível de participação e as reflexões realizadas pelos(as) alunos(as) quanto ao conteúdo abordado durante a explicação, as atividades em grupo e a socialização;



# OBJETIVO

Desenvolver a leitura crítica  
de produções audiovisuais;

•REC

## 🕒 Habilidades da BNCC em relação aos objetivos específicos

(EF89LP01) Analisar os interesses que movem o campo jornalístico, os efeitos das novas tecnologias no campo e as condições que fazem da informação uma mercadoria, de forma a poder desenvolver uma atitude crítica frente aos textos jornalísticos.

### Critérios de Avaliação

**Produção de texto:** Propor uma atividade em grupo (jornal mural), a partir da análise da videoanimação e de outras fontes, pedindo que os(as) alunos(as) criem uma notícia a respeito do uso das tecnologias, justificando sua interpretação, seja positiva ou negativa. O texto deve ser argumentativo e ter coerência das ideias apresentadas;



# OBJETIVO

**Refletir sobre os impactos do consumismo e das redes sociais na busca pela felicidade, por meio de uma produção de um texto;**

•REC

## **Habilidades da BNCC em relação aos objetivos específicos**

(EF89LP07) Analisar, em notícias, reportagens e peças publicitárias em várias mídias, os efeitos de sentido devidos ao tratamento e à composição dos elementos nas imagens em movimento, à performance, à montagem feita (ritmo, duração e sincronização entre as linguagens – complementaridades, interferências etc.) e ao ritmo, melodia, instrumentos e sampleamentos das músicas e efeitos sonoros.

(EF89LP09) Produzir reportagem impressa, com título, linha fina (optativa), organização composicional (expositiva, interpretativa e/ou opinativa), progressão temática e uso de recursos linguísticos compatíveis com as escolhas feitas e reportagens multimidiáticas, tendo em vista as condições de produção, as características do gênero, os recursos e mídias disponíveis, sua organização hipertextual e o manejo adequado de recursos de captação e edição de áudio e imagem e adequação à norma-padrão.



# OBJETIVO

**Refletir sobre os impactos do consumismo e das redes sociais na busca pela felicidade, por meio de uma produção de um texto;**

## **Critérios de Avaliação**

**Produto final exposto no mural da escola ou na rede social: Criatividade e envolvimento na apresentação das produções.**

## Aula

## DESCRIÇÃO

### Aula #1

Introdução ao tema e análise da videoanimação

*Professor(a), nesse primeiro momento, será feita uma apresentação do conteúdo, para contextualizar os(as) alunos(as) sobre o tema da aula. Antes de começar, exiba a videoanimação em um projetor ou notebook com caixinha de som.*

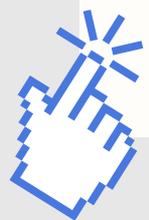
Depois que os(as) alunos(as) assistirem à videoanimação, faça algumas perguntas:



# Aula #1

## 1. Você notou alguma coincidência entre a videoanimação e o nosso cotidiano?

Resposta: Espera-se que o(a) aluno perceba algum dos seguintes elementos que aparecem na videoanimação e no cotidiano: no início do vídeo, os ratos usam ternos e outras roupas formais para trabalharem, semelhantes ao ser humano, além do uso de maletas, de bolsas e de celulares; os anúncios em cartazes e placas se assemelham a publicidades famosas (no minuto 0:50, o "happiness" entre dois pães de hambúrguer, fazendo referência ao Burguer King ou Mc Donald's; o símbolo invertido da Nike, com a frase "Be the best", representando a marca com outra frase, ao invés de "Just do it"; e em 0:53 a marca de refrigerante Soma, em azul, representando a Soda, marca original, porém na cor verde; no minuto 1:14, há três publicidades, a primeira representando o Starbucks, mas escrito "Happiness", a segunda representando a Nike, com a frase "Just buy it", reforçando a ideia de consumismo e, por último, o anúncio vermelho, novamente com a palavra "Happiness", representando a Coca-Cola).





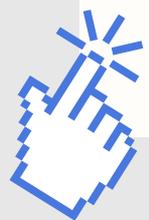
# Aula #1

**2. Você percebeu como os ratos se comportam na sociedade em que estavam vivendo? Quais emoções você conseguiu observar neles?**

Resposta: Os ratos se comportam como humanos, alguns vivendo de modo automático, enquanto correm para o trabalho, pegam metrô, usam escada rolante, dirigem. No minuto 1:33, percebe-se, também, outro comportamento semelhante, uma loja em promoção, como a Black Friday, onde vários ratos aguardam do lado de fora e, assim que a porta se abre, eles invadem o lugar, destruindo o ambiente e brigando por produtos. Muitos deles não demonstram emoções, por estarem vivendo de modo automático, mas há alguns, que a videoanimação enfoca, em que podemos observar a felicidade, a raiva, a decepção e o cansaço.

**3. Qual é a mensagem principal que a videoanimação apresenta?**

Resposta: A videoanimação transmite uma crítica ao consumismo desenfreado e à busca ilusória pela felicidade por meio do materialismo.



# Aula #1

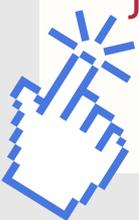


**4. Quais elementos visuais e sonoros contribuem para a construção da narrativa? Quais são os movimentos e os sons de fundo da animação? Como esses dois elementos se relacionam?**

Resposta: A videoanimação retrata um bando de ratos em um ambiente urbano caótico, simbolizando a sociedade moderna, onde os indivíduos constantemente correm atrás do sucesso, do dinheiro e de bens materiais, acreditando que isso trará realização. No entanto, essa busca nunca é suficiente, levando a um ciclo interminável de insatisfação e exaustão.

O uso de cores vibrantes nas propagandas e lojas contrasta com o ambiente cinzento da cidade, destacando a ilusão de felicidade prometida pelo consumismo. A animação mostra os ratos sempre correndo, empurrando-se uns aos outros, em busca de algo, criando uma sensação de pressa e desespero.

A música orquestral, que começa leve e se intensifica ao longo da animação, reforça a sensação de urgência e tensão, além dos sons urbanos, ruídos de buzinas, passos apressados e barulhos de multidão, criando um ambiente de caos e estresse. Em alguns momentos, há pausas sonoras que podem indicar o vazio existencial do protagonista, enfatizando a frustração com sua jornada.



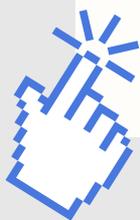


## **5. Como a videoanimação pode contribuir para motivar reflexões sobre a relação entre consumismo, tecnologia e saúde mental?**

Resposta: A videoanimação *Happiness*, ao abordar temas como consumismo, tecnologia e saúde mental, procura demonstrar como essa relação pode ser prejudicial, quando baseada em excessos e ilusões. A obra mostra como o indivíduo é constantemente levado a acreditar que a felicidade está no consumo de produtos vendidos pelo mercado. No entanto, essa busca nunca é satisfatória, gerando um ciclo de frustração e esgotamento.

A animação sugere que a tecnologia, especialmente a publicidade e o *marketing*, reforça o consumismo ao criar falsas necessidades. Lojas, outdoors e anúncios chamativos seduzem o protagonista, criando a ilusão de que há sempre algo faltando para alcançar a felicidade.

Após as perguntas, por mais ou menos 10 minutos, abra um momento de discussão em pequenos grupos, de 4 a 5 alunos(as), para socialização de ideias sobre a videoanimação e o tema da saúde mental envolvendo as tecnologias digitais. Motive os(as) alunos(as) a compartilharem suas experiências com as redes sociais, os aplicativos de compras e com anúncios publicitários sobre os produtos mais consumidos pela sociedade. Em seguida, peça aos(as) estudantes para formar um círculo na sala e compartilharem quais foram os relatos de seus grupos.



*Aula*

**DESCRIÇÃO**

**Aula #2**

Reflexão crítica: diferença entre anúncio publicitário e propaganda. Produção textual sobre o tema.

No início da aula, por aproximadamente 10 minutos, relembre com os(as) alunos(as) as discussões da aula anterior e aprofunde sobre o tema, com textos curtos sobre os impactos do uso de tecnologia na saúde mental.

## Textos



### **Texto 1 - Qual é o impacto das mídias sociais na saúde mental?**

De manhã, à tarde e à noite, as mídias sociais estão presentes em todos os momentos do nosso dia a dia, seja para trabalho ou lazer. A realidade é que estamos constantemente conectados. No entanto, quando o assunto é conciliar o uso das mídias sociais e a saúde mental, são necessários cuidados.

"É só uma olhadinha rápida" e lá se vão muitos minutos a mais do que o programado. Na última década, o uso das redes sociais cresceu exponencialmente. O Relatório de Visão Geral Global Digital de 2023, desenvolvido pela We Are Social, aponta que estamos cada vez mais dispendo do nosso tempo de forma online. O Brasil tem mais de 181 milhões de usuários conectados à internet e é um dos cinco países em que as pessoas ficam por mais tempo na vida virtual, chegando a ficar 09h32 em conexão com aplicativos e ferramentas de trabalho.

Essa alta exposição tem sido diretamente associada a um aumento no caso de doenças mentais como depressão, ansiedade e estresse. Isso porque, em uma sociedade marcada por constantes mudanças, pelo excesso de informação e pela pressa, parece que estamos sempre perdendo algo.

Confira o texto completo em: <https://g1.globo.com/ms/mato-grosso-do-sul/especial-publicitario/casems/noticia/2023/09/26/qual-e-o-impacto-das-midias-sociais-na-saude-mental-veja-orientacoes.ghtml>. (Acesso em: 10 mar. de 2025)

### **Texto 2- FOMO: saiba mais sobre a síndrome do medo de ficar de fora (principalmente do mundo digital)**

Um dos sinais de um possível excesso no uso de smartphones e de redes sociais é a síndrome de FOMO. A palavra é uma sigla em inglês de "fear of missing out", que, traduzida para o português, seria algo como "medo de ficar de fora" de várias situações, mas que afeta principalmente a vida digital.

- 📱 A FOMO é caracterizada por uma ansiedade relacionada ao mundo que acontece dentro das telas;
- 🕒 Esse medo gera um ritual de checagem constante de aplicativos, como redes sociais;
- 😞 A pessoa começa a sentir necessidade de ficar olhando o tempo todo e, quando não pode, como no trânsito, pode sentir irritação e nervosismo.

Confira o texto completo em: <https://g1.globo.com/saude/noticia/2023/02/13/fomo-saiba-mais-sobre-a-sindrome-do-medo-de-ficar-de-fora-principalmente-do-mundo-digital.ghtml>. (Acesso em: 10 mar. de 2025)

Depois da discussão, explique aos estudantes qual é a diferença entre um anúncio publicitário (ou publicidade) e uma propaganda.

### **Anúncio publicitário (ou publicidade):**

Tem o propósito de **promover um produto ou serviço, incentivando o(a) consumidor(a) a comprá-lo**. Geralmente, é **veiculado em meios pagos**, como TV, rádio, redes sociais e outdoors, e busca atrair clientes com argumentos persuasivos, apresentando benefícios do produto, preços e promoções.

### **Propaganda:**

Embora o termo seja usado popularmente como sinônimo de publicidade, tecnicamente, a propaganda está mais associada à **divulgação de ideias, valores ou causas, sem necessariamente visar o lucro**. Pode estar **ligada a campanhas políticas, religiosas ou sociais, buscando influenciar a opinião pública ou o comportamento das pessoas**.

### **Exemplo de anúncio publicitário:**



**Fonte:** Disponível em:

<https://consumidormoderno.com.br/relembre-as-melhores-campanhas-de-marketing-no-orkut/>. (Acesso em: 10 mar. 2025).

## Exemplo de propaganda

#CombataOMosquito

gov.br/combateaedes

DISQUE SAÚDE 136

f /misaude  
t /misaude  
y /MinSaudeBR  
i @MinSaude  
in /ministeriodasaude

DOR DE CABEÇA

FEBRE

DORES NAS ARTICULAÇÕES

MANCHAS VERMELHAS NA PELE

DOR ATRÁS DOS OLHOS

NÁUSEAS E DORES ABDOMINAIS

Caso apresente algum destes sintomas, procure uma Unidade de Saúde.

**Prestar atenção aos sintomas é com você, comigo, com todo mundo.**

SUS

MINISTÉRIO DA SAÚDE

PÁTRIA AMADA BRASIL GOVERNO FEDERAL

**Fonte:** Disponível em:

<https://www.gov.br/saude/pt-br/campanhas-da-saude/2021/mosquito>.

(Acesso em: 10 mar. 2025).



## #Aula2

Discuta com os(as) alunos(as) sobre publicidades e propagandas que aparecem nas redes sociais e como isso influencia a sociedade.

Durante 20 minutos, proponha uma produção de texto para os(as) alunos(as), a ser realizada em grupos (livre escolha da quantidade de membros). Cada grupo deverá elaborar um texto opinativo de suas percepções sobre o tema: **A influência das publicidades nas redes sociais: percepções e impactos na sociedade** ou **A influência das propagandas nas redes sociais: percepções e impactos na sociedade**.

*Professor(a), este trabalho escrito também vai integrar o jornal mural proposto para a próxima aula.*

Oriente os(as) estudantes para que o texto se baseie em argumentos consistentes, que podem ser inspirados nas reflexões propostas pela videoanimação, nos textos apresentados pelo(a) professor(a) ou nas discussões realizadas em aula.

Esta produção inicial do texto será acompanhada pelo(a) professor(a), que ajudará os(as) alunos(as), no decorrer da escrita. Ao final da aula, a produção deverá ser entregue, para que o(a) professor(a) revise e faça as devidas orientações.



# Aula

## DESCRIÇÃO

### Aula #3

Revisão, apresentação e produção dos textos para o jornal mural

Nesta última aula, devolva aos estudantes os textos revisados e peça para que cada grupo faça as correções sugeridas. Dê aproximadamente 10 minutos para que realizem as correções.

Em seguida, faça uma socialização das produções com todos os grupos. Os(as) alunos(as) devem compartilhar seus textos e discutir, uns com os outros, sobre os principais pontos abordados, refletindo sobre o impacto da tecnologia no dia a dia dos estudantes.

Inicie um debate sobre quais estratégias podem ser tomadas para um uso mais consciente da tecnologia e a importância do cuidado com a saúde mental.

Envolve os(as) alunos(as) para que pensem juntos em como criar uma reportagem para conscientizar as pessoas sobre esse impacto, e como podem reduzir o tempo de uso das redes sociais, diminuindo a exposição a informações, propagandas, anúncios etc.

Peça para que se juntem em quatro grupos e divida-os como se fosse uma empresa de jornal. O(a) professor(a) poderá nomear os jornais ou deixar essa responsabilidade a cargo do grupo. Usem a criatividade!

Os grupos, divididos em quatro jornais, terão as seguintes funções:

# Aula

## DESCRIÇÃO

### Aula #3

- 1. Repórteres:** Os(as) alunos(as) deste grupo deverão entrar em campo e buscar fontes para apurar informações sobre o impacto das tecnologias na saúde mental.
- 2. Editores:** Este grupo fará a revisão da matéria coletada pelos repórteres, vão selecionar e ajustar as informações, de acordo com a formatação do texto jornalístico.
- 3. Fotógrafos e cinegrafistas:** Os(as) estudantes deste grupo deverão capturar ou pesquisar imagens para ilustrar a matéria.
- 4. Diagramadores:** Este grupo será responsável pela organização do layout das páginas do jornal impresso (ou da versão digital para publicação na rede social da escola).

*Professor(a), as etapas deste trabalho podem ser divididas em mais de uma aula ou em tarefas para casa, a fim de que a correção também passe pelo(a) dono(a) da empresa do jornal (você). Oriente os(as) estudantes na publicação: seja no mural da escola, tendo cuidado para que as informações estejam completas; seja na rede social da escola, explicitando que é um trabalho feito pela turma de 9º ano.*



## **Trabalho Interdisciplinar**

### **Ciências**

Trabalhar com os alunos o estudo sobre os impactos fisiológicos do uso excessivo de telas e redes sociais no cérebro, e como isso afeta o ser humano e sua saúde mental.

### **Sociologia**

Analisar o comportamento social diante da tecnologia e suas influências nas interações humanas. Estudar como surgiu a tecnologia e como isso influenciou o ser humano desde a sua criação.

### **Educação Física**

Debater sobre a importância do equilíbrio entre o uso da tecnologia e a realização de atividades físicas para a saúde mental.

# Referências

ARAÚJO, Leonardo. **Relembre as melhores campanhas de marketing no Orkut**. Consumidor Moderno, 2014. Disponível em: <https://consumidormoderno.com.br/relembre-as-melhores-campanhas-de-marketing-no-orkut/>. Acesso em: 10 mar. 2025.

BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular (BNCC)**. Brasília: MEC. 2018. Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/>. Acesso em: 19 fev. 2025.

BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Continuada. **Caderno comunicação e uso de mídias**. Brasília: MEC, 2009. (Série Mais Educação). Disponível em: <https://www.ced.seduc.ce.gov.br/wp-content/uploads/sites/82/2023/07/Comunicacao-e-Uso-de-Midias.pdf>. Acesso em: 19 fev. 2025.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Mosquito**. Governo do Brasil, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/campanhas-da-saude/2021/mosquito>. Acesso em: 10 mar. 2025.

CASSEMS. **Qual é o impacto das mídias sociais na saúde mental? Veja orientações.** G1, 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/ms/mato-grosso-do-sul/especial-publicitario/cassems/noticia/2023/09/26/qual-e-o-impacto-das-midias-sociais-na-saude-mental-veja-orientacoes.ghtml>. Acesso em: 10 mar. 2025.

FERREIRA, Helena Maria; DIAS, Jaciluz; VILLARTA-NEDER, Marco Antonio (Orgs.). **O trabalho com a videoanimação em sala de aula: múltiplos olhares.** São Carlos, SP: Pedro & João Editores, 2019. Disponível em: <https://pedroejoaoeditores.com.br/produto/o-trabalho-com-videoanimacao-em-sala-de-aula-multiplos-olhares/>. Acesso em: 8 mar. 2025.

HAPPINESS. Direção de Steve Cutts. London, England, 2017. (4 min.), son., color. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=e9dZQelULDk>. Acesso em: 20 fev. 2025.

PAGNO, Marina. **FOMO: saiba mais sobre a síndrome do medo de ficar de fora (principalmente do mundo digital).** G1, 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/saude/noticia/2023/02/13/fomo-saiba-mais-sobre-a-sindrome-do-medo-de-ficar-de-fora-principalmente-do-mundo-digital.ghtml>. Acesso em: 10 mar. 2025.

# Referências

PROJETO LALIN-FAPEMIG. **Ressignificação de práticas pedagógicas:** o desenvolvimento dos multiletramentos no contexto pós-pandêmico em escolas de Educação Básica de Minas Gerais. Projeto de pesquisa (Chamada CNPq/MCTI N° 10/2023).

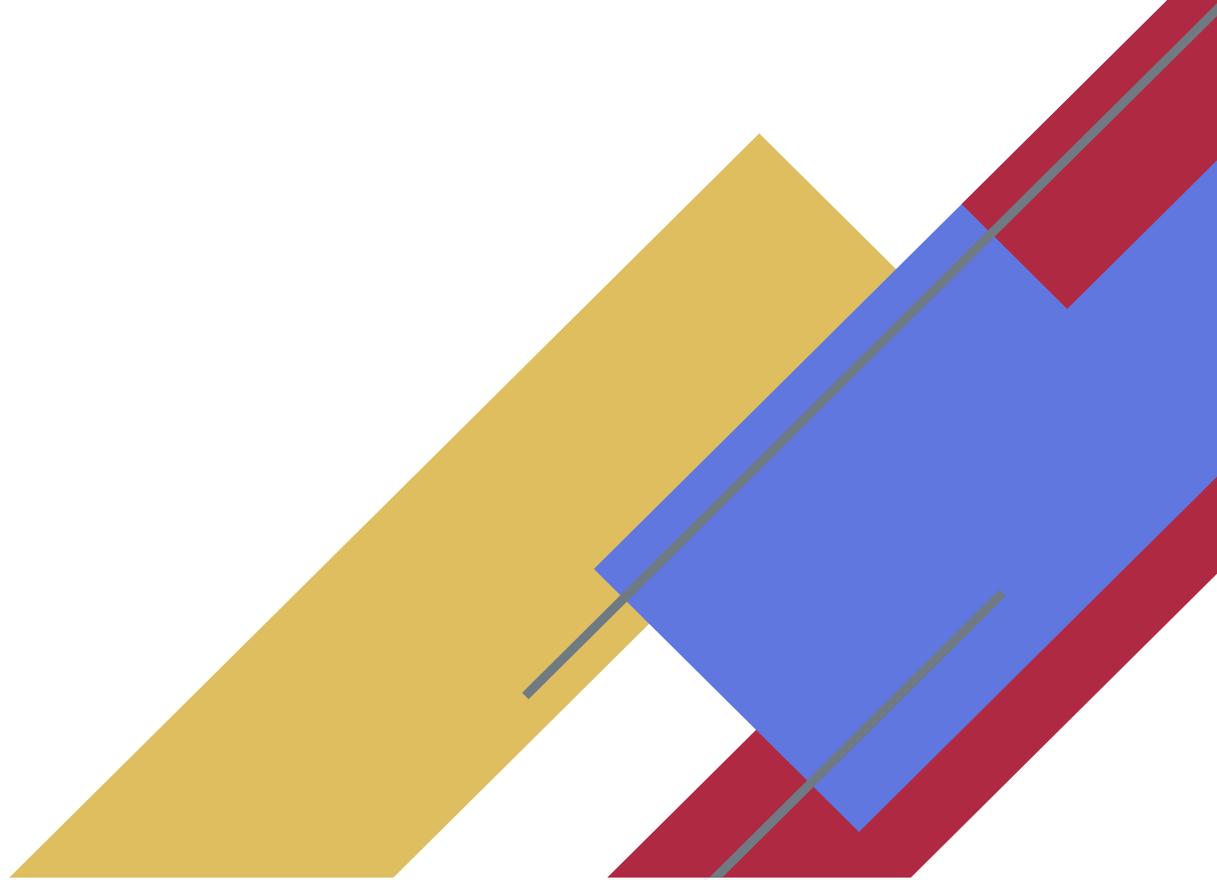
LALIN. Universidade Federal de Ouro Preto, 2023. Disponível em:

[https://docenciaemlinguagens.ufop.br/wp-content/uploads/2023/07/Anexo\\_1\\_Projeto\\_de\\_pesquisa-1-1.pdf](https://docenciaemlinguagens.ufop.br/wp-content/uploads/2023/07/Anexo_1_Projeto_de_pesquisa-1-1.pdf).

Acesso em: 19 fev. 2025.

YOUTUBE (org.). **Uso aceitável no YouTube.** [s.d.]. Disponível em:

[https://www.youtube.com/intl/ALL\\_br/howyoutubeworks/policies/copyright/#copyright-exceptions](https://www.youtube.com/intl/ALL_br/howyoutubeworks/policies/copyright/#copyright-exceptions). Acesso em: 19 fev. 2025.



## **Projeto Resignificação de Práticas Pedagógicas**

O desenvolvimento dos multiletramentos no contexto pós-pandêmico  
em Escolas de Educação Básica de Minas Gerais



# **2025**

**Material do(a) professor(a)**