

ESCRITA CRIATIVA: IMAGINÁRIOS SOCIODISCURSIVOS E EDUCAÇÃO

Creative writing: social discursive imaginaries
and education

Luana Borges Scarpini de Brito¹

Lucas Martins Flores²

¹ Instituto Federal Farroupilha, Campus Jaguari, Jaguari, RS, Brasil.
luanascarpinib@gmail.com - <https://orcid.org/0000-0002-5195-7166>

² Instituto Federal Farroupilha, Campus Jaguari, Jaguari, RS, Brasil.
lucas.flores@iffarroupilha.edu.br - <https://orcid.org/0000-0002-9010-7420>

RESUMO

Este trabalho objetiva analisar e comparar o discurso sobre escrita criativa presente na rede social *Instagram* e na Base Nacional Comum Curricular (BNCC), lançando mão da teoria semiolinguística da análise do discurso. Almejou-se, assim, entender se a noção de escrita, fortemente circulada atualmente em meios virtuais, também consta nos documentos oficiais para o ensino. Também se realizou um levantamento de textos teóricos sobre o tema em questão e construíram-se reflexões a partir disso. A metodologia de pesquisa adotada foi a exploratória. Por fim, considerou-se que o imaginário presente na rede social *Instagram* sobre escrita é fortemente comercial, com a ideia de aprendizagem rápida. Já na BNCC, há um imaginário sociodiscursivo sobre escrita com uma perspectiva discursiva, mas sem considerar o texto literário.

PALAVRAS-CHAVE: escrita criativa; literatura; imaginários sociodiscursivos.

ABSTRACT

This work aims to analyze the discourse about creative writing present on the social media *Instagram* and the National Common Curricular Base, comparing them, using the semiolinguistic theory of discourse analysis. We aimed to understand whether the notion of writing currently heavily circulated in virtual media is also included in official documents about education. The specific objectives are limited to carrying out a survey of theoretical texts to be explored on the topic in question and building reflections based on this. The research methodology adopted is exploratory. Finally, nowadays the imagery present on social media *Instagram* about writing is strongly commercial, with the idea of quick learning. In BNCC, there is a socio-discursive imaginary about writing with a discursive perspective, but without considering the literary text.

KEYWORDS: creative-writing; literature; social discursive imaginaries.

1 Introdução

Atualmente, a expressão “escrita criativa” vem sendo muito abordada no meio virtual. De acordo com Amabile (2020), apesar de a escrita criativa ter surgido a partir dos anos 1970 e, nos últimos anos, ter ganhado força em espaços institucionais brasileiros, seu conceito continua, nas palavras do autor, “nebuloso” (Amabile, 2020, p. 133). Desse modo, justamente por ser pouco discutida nesse meio, é pertinente trazer essa temática para os estudos científicos e pensá-la sob outras perspectivas, sobretudo, com um olhar teórico. Assim, a escrita criativa pode ser pensada no âmbito do ensino de literatura e de língua portuguesa, em relação aos caminhos metodológicos de ensino, abordagens dos conteúdos e aos objetivos que se tem com as práticas de produção de texto no dia a dia escolar. Desse modo, foi nessa linha de pensamento que a proposta deste trabalho se construiu. Porém, foi preciso ampliar o conhecimento acerca da escrita criativa aqui abordada, através dos questionamentos: o que a literatura acadêmica aborda sobre ela? Quem são os sujeitos envolvidos na produção discursiva sobre essa ideia? Qual o contexto de produção discursiva a respeito dela?

Assim, o objetivo geral deste trabalho foi analisar o discurso sobre escrita criativa presente na rede social *Instagram* e comparar com a noção de escrita na Base Nacional Comum Curricular (BNCC) (Brasil, 2018), lançando mão da noção do ato de encenação da linguagem e do conceito de imaginários sociodiscursivos da teoria semiolinguística da análise do discurso.

2 Metodologia

A metodologia da pesquisa inicialmente foi baseada em uma revisão teórica, a fim de levantar dados teóricos, textos, autores e relacionar duas áreas de conhecimento - ensino de literatura e de língua portuguesa e escrita criativa. Desta forma, buscaram-se reflexões e aplicações na educação básica, no componente curricular de língua portuguesa. Para as buscas, foram utilizadas

as plataformas de circulação de textos acadêmicos, como *Google Acadêmico*, SciELO, Periódicos Capes, Jstor e em banco de textos de universidades.

Após essa etapa, foram selecionados três textos na rede social Instagram a respeito da escrita criativa. Estes foram escolhidos a partir da busca com as palavras “escrita criativa”. Foram selecionados os três primeiros resultados, três posts com linguagem verbal e não verbal. Os documentos foram analisados conforme o aparato teórico-metodológico da teoria semiolinguística da análise do discurso, conforme Charaudeau (2008) e Charaudeau (2017).

Além desses textos, também se analisou a Base Nacional Comum Curricular (Brasil, 2015; Brasil, 2018). Com isso, buscou-se compreender como é o imaginário acerca de escrita, construído a partir do discurso da rede social e relacionando-o à noção de escrita presente na Base. Foram buscados tópicos em comum entre esse discurso e a BNCC, refletindo sobre a presença (ou ausência) da escrita em sala de aula e como esse possível imaginário pode influenciar no ensino e formação dos e das estudantes de educação básica do Brasil.

3 Resultados e Discussão

A escrita criativa não é tema de amplas discussões na academia brasileira, nos cursos de Letras ou em cursos que fomentam o trabalho metodológico do ensino da escrita. Entretanto, essa abordagem é muito presente em espaços não científicos, como oficinas e cursos *online* realizados por escritores contemporâneos. Segundo Amabile (2020, p. 143), escrita Criativa é um “ambiente que estimula a leitura, a pesquisa e, sobretudo, a produção de textos com recursos literários”.

As concepções de escrita criativa trazidas por Amabile (2020) se referem a cursos, oficinas e disciplinas em faculdades. Contudo, no Brasil, apesar de existirem cursos de escrita criativa em universidades, é no meio virtual das redes sociais que esse assunto tem repercutido em maior escala.

Ao se pesquisar sobre escrita criativa em redes sociais, como o *Instagram*, encontra-se uma série de informações, cursos, relatos e orientações

de escritores. Outras vezes, verificaram-se postagens com a intenção de ensinar a vender, ou fazer vender, fazer as pessoas não só escreverem, mas venderem o que escrevem e atingirem grandes números de venda, produzindo *best-sellers*. Em alguns casos, há a promessa de fazer isso em um curto espaço de tempo, de forma rápida, prática, que se molde à rotina das pessoas. Como exemplos, citam-se os conteúdos presentes em alguns perfis da rede *Instagram* que vendem cursos de escrita criativa, os quais foram analisados: uma biografia e um post de um autor A, além de biografia e dois posts de um autor B.

Considerando essa materialidade textual e a situação comunicativa em questão, é possível identificar os seguintes sujeitos: no circuito interno, o enunciador autor A é um “autor best-seller” como ele mesmo se auto-apresenta. O destinatário compreende o público-alvo dele, ou seja, pessoas que querem aprender a escrever, especialmente de forma rápida. Ao ir para o circuito externo, o sujeito comunicante é ainda o mesmo, vendedor de livros e de curso, juntamente à plataforma do *Instagram*, a qual oferece inúmeras ferramentas para alcance do público e promoção de vendas. Esses sujeitos, com suas vozes imbricadas, promovem uma interlocução que traz uma enunciação argumentativa acerca do processo de escrita: há a promessa de aprendizado da escrita, de forma rápida - “[...] em 3 meses.”, de forma simples e prática - “[...] com 6 passos [...]” prometendo um resultado de se tornar *best-seller*.

Essas ideias também se repetem em outros textos que constroem esse discurso sobre escrita ativa nas redes sociais, contribuindo para formar um imaginário. Analisando-se outro perfil, encontram-se escolhas lexicais - da palavra “missão” e do verbo “impulsionar” - que revelam o motivo da presença de alguns autores no *Instagram*, um motivo comercial. Encontra-se também, buscando credibilidade, um tipo de argumento muito utilizado no marketing digital, o de que o autor já teve “mais de 200” alunos anteriormente, utilizando números, na procura de evidenciar uma experiência no assunto.

Assim, é possível perceber como o imaginário que está sendo construído sobre escrita, nesse contexto do meio virtual, segue uma perspectiva comer-

cial, como uma atividade que pode ocorrer de forma rápida, simples, sem processos mais elaborados, planejados, acompanhados de leitura, estudo, reconhecimento de gêneros textuais, reflexão e discussões. Além disso, o enunciador possui, em muitos casos, o interesse em vender seu curso, logo, de convencer a comprar, com o objetivo de venda.

Dessa maneira, toda a enunciação será atravessada por essa intencionalidade, que poderá influenciar no conteúdo do texto, em seu formato, na presença ou ausência de alguma informação e em outros aspectos. Isso pode ocorrer porque, para se vender, busca-se uma série de estratégias para que o possível comprador se identifique com o que é enunciado, dê atenção e se agrade do que é vendido, sendo convencido a comprar.

Brasil (2015) também discorre sobre quem está na recepção dessas oficinas e cursos de escrita, ou seja, o Eu Interpretante - do circuito externo, traçando um breve perfil desse público em que atualmente há grande presença de jovens. Esse público atual não quer somente melhorar seus textos, mas seguir carreira literária com intenção profissional e “não tolera nenhum pacto com o autodidatismo” (Brasil, 2015, p. 106). É possível notar uma sutil crítica do autor à geração mais jovem, que seria resistente a aprender de forma individual, sozinha, buscando ser ensinada. No que tange à escrita em sala de aula, pode-se pensar um perfil de estudante que, como Brasil (2015) diz, faz parte de uma geração mais jovem que quer ser ensinada e não se comprometer com um processo de aprendizagem um pouco mais autônomo.

A escola é um ambiente de construção de aprendizados de forma coletiva a partir de trocas experiências, bem como de socialização. Isso é fato. Porém, é necessário jogar luz às metodologias, abordagens teóricas e práticas pedagógicas que envolvem o ensinar a escrever, bem como ao perfil daqueles que participam desse processo. É mesmo possível ensinar alguém a escrever sem que essa pessoa passe também por um processo individual, sozinha e sem que ela busque e queira aprender? É possível aprender a escrever de forma rápida e em pouco tempo? Buscar o ensino mais prescritivo e com fórmulas em um curso de curta duração é uma tentativa de acelerar o processo de aprendizagem da escrita? Essas perguntas levantam

muitas outras a respeito do processo de aprendizagem que não pretende-se discutir neste momento, mas que são importantes para se pensar os sujeitos sociais existentes no mundo atual, capitalista, com um estilo de vida marcado pela pressa, pelo imediatismo. Tratando-se do contexto atual cultural, mais especificamente editorial, também se encontra essa pressa, junto a tentativas de “sucesso”, sucesso de vendas, de obtenção de lucros e do alcance de um grande número de pessoas.

Dessa forma, o imaginário presente no discurso sobre escrita criativa nas redes sociais permeia as ideias de que escrever rápido é possível, de que pode ser uma habilidade aprendida por meio de cursos e oficinas virtuais, com orientação de um professor, o qual pode ser um(a) escritor(a). Também nota-se a concepção comercial do processo de aprendizagem da escrita como um produto a ser vendido e comprado.

Em relação às ideias sobre escrita presentes na BNCC, Nascimento e Araújo (2018) verificaram, através de uma pesquisa documental, a frequência da palavra “escrita” relacionada a alguns conceitos explícitos e a alguns conceitos associáveis. Assim, apreendeu-se que “[...] a BNCC valoriza a utilização da escrita nos eventos sociais. Com isso, o ensino dessa dimensão da língua precisa ser vinculado às necessidades reais do aluno, visando torná-lo um cidadão funcionalmente letrado” (Nascimento; Araújo, 2018, p. 118).

Porém, quando se fala de escrita literária, bem como do estudo da literatura, a “BNCC precariza a potência de fato formativa do literário e daquilo que não tem uma aplicabilidade imediata” (Cechinel, 2019, p. 1). Isso ocorre também porque tratar de escrita não é necessariamente tratar de escrita literária, bem como tratar de língua não é tratar de literatura. O texto literário tem suas especificidades e precisa ser tratado com base nisso. Assim, uma das maiores críticas realizadas à BNCC por profissionais das subáreas das Letras especialmente dos estudos literários, é em torno dessa questão do tratamento do texto literário, que foi “combinada” ao tratamento de outros tipos de texto, tirando essa especificação do estudo da literatura na escola.

4 Considerações finais

Ao pensar no ensino de literatura e de língua portuguesa, é fundamental a presença de atividades de produção de texto, o que é um desafio no contexto educacional atual. Isso porque há turmas com grandes quantidades de estudantes e uma carga de trabalho grande para o professor, fazendo com que seja difícil a correção detalhada de tantos textos, bem como possíveis reescritas. Além disso, como os alunos estão pouco acostumados com produções escritas, muitos possuem dificuldade para começar um texto, para elaborar ideias e, assim, podem criar uma resistência para esse tipo de atividade. Logo, é preciso pensar ideias, materiais e abordagens de metodologias para educação básica no que se refere ao ensino de literatura, de português e até mesmo de outras disciplinas, em propostas interdisciplinares, pois a produção de texto está presente, inclusive, na produção textual material e dialógica das diferentes áreas de conhecimento.

A presença da escrita em sala de aula possibilita a expressão dos estudantes, a presença de suas vozes, abrindo espaço entre o que Ferrarezi Junior (2014) chama de pedagogia do silenciamento. Segundo esse autor, há “um silêncio academicamente ensinado, escolasticamente repetido, metodologicamente desenvolvido, totalmente proliferado, infelizmente acalentado” (Ferrarezi Junior, 2014, p. 12). Nesse contexto, a produção de textos ajuda a romper esse silêncio das escolas. Porém, esse ensino se faz possível sem a idealização do imediatismo, do prático, da noção de útil, pois isso não cabe à literatura, pelo menos não da forma como o discurso das redes sociais sobre escrita criativa colocam. Portanto, é preciso tomar cuidado com esse discurso, pois os discursos se entrecruzam e por meio deles também construímos imaginários, que influenciam nossas práticas cotidianas, profissionais, de pensamento, de comunicação, de vida.

Referências

- AMABILE, L. R. Do que estamos falando quando falamos de Escrita Criativa. **Criação & Crítica**, n. 28, p. 132-149, 2020. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/criacaoecritica/article/view/172813>. Acesso em: 28 ago. 2022.
- BRASIL, L. A. A. A escrita criativa e a universidade. **Letras de Hoje**, v. 50, supl., 2015. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/fale/article/view/23146>. Acesso em: 25 abr. 2024.
- BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Básica. Conselho Nacional de Educação. **Base Nacional Comum Curricular** (Ensino Médio). Brasília: MEC, 2018.
- CHARAUDEAU, P. O ato de linguagem como encenação. In: CHARAUDEAU, P. **Linguagem e Discurso**. São Paulo: Contexto, 2008. p. 43-63.
- CHARAUDEAU, P. Os estereótipos, muito bem. Os imaginários, ainda melhor. **Entrepalavras**, v. 7, p. 571-591, 2017. Disponível em: <http://www.entrepalavras.ufc.br/revista/index.php/Revista/article/viewFile/857/433>. Acesso em: 11 mar. 2024.
- CECHINEL, A. Semiformação Literária: a instrumentalização da literatura na nova BNCC. **Educação & Realidade**, v. 44, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/edreal/a/jbxZ5fBBCsXLpYKKdKkZLbM/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 2 maio 2024.
- FERRAREZI JÚNIOR, C. **Pedagogia do silenciamento**: a escola brasileira e o ensino de língua materna. São Paulo: Parábola Editorial, 2014.
- NASCIMENTO, M. C.; ARAÚJO, D. L. De que Escrita estamos falando? Concepção de Escrita na BNCC. **Instrumento: Revista de Estudo e Pesquisa em Educação**, v. 20, n. 1, p.1-11, 2018.