



KULT
LÍNGUA E CULTURA ALEMÃ EM APP:
CULTUREMAS NO ENSINO DE ALEMÃO À
LUZ DA TECNOLOGIA

Lucas Correa Guiotti

SUPERVISOR TÉCNICO
Cláudia Cristina Ferreira

TIPO
Aplicativo

CONTEXTO
Ensino Médio, Instituto de idiomas e Ensino Superior

PÚBLICO ALVO
Estudantes e Professores de Alemão

LÍNGUA
Alemão

ANO DE DEFESA
2020

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Muitos estudos assinalam a relevância de ensinar e de aprender uma língua estrangeira/adicional em contexto, sinalizando a indissociabilidade da língua e da cultura (DURÃO, 2002; FERREIRA, 2012, 2018; ARAÚJO, FIGUEIREDO, 2015; SILVA, 2016). Uma vez que toda aprendizagem de uma língua (materna e estrangeira/adicional) se baseia em vivências, experiências, ideologias, tradições, olhares, sentimentos e comportamentos compartilhados e acordados por determinada comunidade linguística (HALL, 1993), contemplar os culturemas (FERREIRA, 2018) nas aulas vem a corroborar com a completude do ensino da língua-meta, possibilitando-lhe maior fluência e repertório léxico-fraseológico-cultural-pragmático e, conseqüentemente, otimizando o processo de ensino e aprendizagem.

Desse modo, esta pesquisa destaca alguns culturemas presentes em expressões idiomáticas, sobretudo, os que versam sobre gastronomismos, viabilizados por um aplicativo para *smartphones* desenvolvido à luz de uma perspectiva intercultural para o processo de ensino e aprendizagem de língua alemã. Nesse sentido, a metodologia empregada para dar forma ao produto educacional (aplicativo para *smartphones*) está organizada em quatro partes, a saber: apresentação do conceito de expressão idiomática, contextualização de seu uso por meio de curiosidades ou sobre sua origem, exemplo de como ela frequentemente aparece na língua-meta, e, por fim, uma atividade para ilustrar o conteúdo abordado.

Como é possível aprofundar e otimizar estudos científicos relacionados ao processo de ensino e aprendizagem de culturemas, este trabalho reitera a necessidade de implementar e dominar culturemas em alemão, pois os benefícios que se almejam com o uso do aplicativo em questão são, por exemplo, desde o desenvolvimento da própria competência comunicativa na língua-meta, como maior motivação do aprendiz e até o estímulo ao respeito à diversidade linguístico-cultural, evitando, combatendo ou minimizando estereótipos e preconceitos.

Em suma, espera-se, com a presente pesquisa, ter contribuído com o processo de ensino e aprendizagem de alemão sob o viés dos culturemas, sobretudo gastronomismos, por meio de um aplicativo para *smartphones*.

2 METODOLOGIA

Os programas de mestrado profissional foram criados a partir da necessidade em se estabelecer uma nova perspectiva para que os cursos de pós-graduação conseguissem se configurar com um aspecto mais profissionalizante. Pensando nisso, a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), em 2011, elaborou um documento intitulado *Mestrado no Brasil – a situação e uma nova perspectiva*, e, a partir disso, converge-se da visão de Barros, Valentim e Melo (2005, p. 8) que asseveram que

o mestrado profissional pode ser pensado como um tipo de formação pós-graduada que envolve uma grande diversidade de formatos específicos para o seu funcionamento. É a capacitação para a prática profissional transformadora por meio da incorporação do método científico. Volta-se para um público preferencialmente oriundo de fora da academia e destina-se à gestão, produção e aplicação do conhecimento orientado para a pesquisa aplicada, a solução de problemas, a proposição de novas tecnologias e aperfeiçoamentos tecnológicos.

Esta pesquisa, portanto, atende às exigências do programa da universidade ao passo que ele apresenta como produção final um produto educacional: um aplicativo para *smartphones* com o intuito de otimizar o processo de ensino e aprendizagem de culturemas sob o recorte, sobretudo, de gastronomismos.

2.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Esta pesquisa enquadra-se como sendo uma pesquisa explicativa, pois ela proporciona continuidade a outros tipos de pesquisas científicas do mesmo tema que esta, buscando aprofundar o conhecimento em questão, unificando as teorias que deram base a este estudo e criando uma lei geral. Segundo Gil (2017), as pesquisas explicativas têm como propósito identificar fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência de fenômenos.

Ademais, este estudo é caracterizado, primordialmente, em ser qualitativo, ou seja, “busca-se compreender, com base em dados qualificáveis, a realidade de determinados fenômenos, a partir da percepção dos diversos

atores sociais” (CERVO, BERVIAN, 2002; GIL, 2017), e descritivo-bibliográfico, pois foi realizado um levantamento de informações e descrição dos objetos de estudo, com o intuito de promover uma análise interpretativa das relevantes informações sobre o tema deste estudo (GIL, 2017). Para isso, obras que abordam os objetos deste estudo foram levantadas, etapas que foram detalhadas na próxima subseção. Além disso, esta pesquisa apresenta objetivo emancipatório (HABERMAS, 1972), uma vez que ela sugere intervenção na sociedade, almejando a liberdade e a autonomia dos participantes.

2.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para desenvolver esse aplicativo, processos metodológicos foram adotados. Inicialmente, fez-se uma busca de artigos, publicações em revistas e em anais de eventos, dissertações e teses em bases de dados para o início da etapa do processo de leitura da literatura científica dos temas que norteiam este projeto. Para tanto, no mês de setembro de 2018, delimitou-se a quantidade de 26 referências sobre os temas centrais desta pesquisa.

Ao fazer as buscas, os seguintes filtros utilizados: “interculturalidade”, “Fraseologia” e “aplicativos no ensino”, não fazendo delimitação de período de publicação, mas, em um primeiro momento, tendo como preferência os textos publicados apenas em língua portuguesa. Com relação às bases de dados escolhidas podemos listar o Banco de Dissertações e Teses da Capes, Google Acadêmico e o acervo da Universidade Estadual de Londrina.

Em um segundo momento, ao pensar sobre a parte prática deste estudo, sobretudo, na elaboração do produto educacional, realizou-se uma consulta no *Google Play*, em seu aplicativo de busca *Play Store*, para verificar a quantidade de aplicativos para celulares que possuem a mesma proposta e o mesmo enfoque do aplicativo em questão. Há no mercado três tipos de aplicativos para *smartphones*: Aplicativos nativos, *Web Apps* e Aplicativos híbridos. A escolha feita para este trabalho foi a criação de um aplicativo híbrido, devido às suas características. Ele pode ser executado por um navegador e quando o programa reconhece que o usuário está acessando o site por meio de um *smartphone*, ele se adapta.

Constatou-se que há muitos aplicativos que são voltados ao ensino do idioma alemão, preocupando-se com a ênfase gramatical (*Deutsche Grammatik, Learn Deutsch Grammatik, 14000 Deutsche Verben*) ou alguns aplicativos que são voltados para a aquisição de vocabulário (Aprenda palavras em alemão, *Deutsch lernen mit Quiz, Deutsch wordcads, Wort des Tages*) que não apresenta uma perspectiva intercultural de ensino desse vocabulário, algumas vezes feita de forma descontextualizada, portanto, pretendeu-se não registrar na pesquisa alguns desses expoentes, mas, sim, relatar a experiência com o desenvolvimento e com a utilização do produto educacional no contexto pelo qual ele foi originado, os resultados e as contribuições, se houver, obtidos a partir de seu uso em sala de aula.

Na etapa anterior à criação do objeto educacional, definiram-se as diversas necessidades que deveriam ser atendidas para que fosse criado um aplicativo que, de fato, conseguisse contribuir e auxiliar para o ensino e a aprendizagem desse conteúdo.

2.3 ESCOLHA E LEITURA DE IMAGENS: COMPREENSÃO CRÍTICA DA CULTURA VISUAL

Ao desenvolver o produto educacional deste trabalho, começaram a surgir alguns questionamentos. Dentre eles, um despertou a atenção em específico: será que é necessário mais um aplicativo para aprender alemão? Essa pergunta assombrou alguns dias o desenrolar da pesquisa e proporcionou reflexões sobre o produto que será entregue à sociedade.

Uma vez que o mundo abriu suas fronteiras não só para trocas comerciais e econômicas, mas também culturais, não seria nada de se espantar que a realidade que é apresentada hoje é de uma sociedade padronizada pela cultura de massa. Ela é definida por Marangon, Maciel e Santos (2013, p. 36) da seguinte maneira:

*A cultura de massificação é o conjunto informal de ideias, atitudes, símbolos, mitos, técnicas e todo um bojo de valores culturais e morais, preferidos e adotados por uma geração, que, mantêm no consumo dos produtos da indústria cultural, *mainstream*, a realização para a insaciável sede humana por conforto, prazer e bem-estar.*

Sendo assim, as especificidades de cada cultura própria de um povo são constantemente ameaçadas pela padronização de comportamento, de ideologias e de crenças que assolam as culturas que se apresentam mais abertas ao novo. Outro fator a ser destacado neste trabalho também com relação à escolha das imagens é o cuidado ao evidenciar as imagens que concebem as expressões idiomáticas. O estímulo visual é almejado não só como pretexto ilustrativo, a fim de exemplificar o texto, bem como objetivando que o usuário possa expandir seu próprio letramento digital/visual, pois é no meio da prática cotidiana na sociedade contemporânea que se é exposto a tantas imagens a todo o momento e que os indivíduos perdem a capacidade de filtrar o que são as imagens que de fato vão influenciar em sua formação e opiniões. Para Trevisan (2002, p. 96), “fazemos parte da ‘civilização da imagem’, em que as mais diferentes naturezas imagéticas se tornaram os elementos motores dessa nova forma de mundo exterior, totalmente artificial, que se construiu a nossa volta e que se constituiu como uma cultura”.

Nesse cenário, é possível concluir que o aplicativo elaborado se torna um produto fruto de uma realidade massificada em que a maioria dos aprendizes brasileiros que estudam alemão se enquadra. Ora, se o aplicativo foi desenvolvido a partir das necessidades de um determinado contexto, ele adquire também esse *status quo*. Porém, destaca-se o fato de que positivamente o acesso ao produto em questão também é facilitado pela própria uniformização de se adquirir bens de consumo. Dessa maneira, não é possível afirmar que a cultura de massa deturpa a cultura local de maneira prejudicial, mas sim, ela pode acrescentar e potencializar visões de mundo e conhecimentos específicos.

Outro aspecto relevante, ao observar o aplicativo é o trabalho com as imagens. Atualmente, o modo como se faz leitura de mundo é diferente de como era no século XIX. Com a chegada do cinema e da fotografia, e, em seguida, do computador e de vídeos, a maneira como a sociedade reage ao imagético é o grau de subjetividade que se atribui às imagens. Desse modo, o retrato que se tem é de que os indivíduos não mais conseguem harmonizar as palavras ou gestos com a hipervelocidade de estímulos visuais que captam, fazendo também a consciência acelerar, modificando seu princípio de realidade. Partindo dessa premissa, de que nossa realidade também está em

constante modificação por meio da cultura de massa, é provável que a maneira como são selecionados os conteúdos é não arbitrária e aleatória. Por conseguinte, tem-se o acúmulo de figuras, ícones, cenas, textos imagéticos que são colocados em produtos para serem consumidos com suas ideologias atreladas. Segundo Calvino (1990), p.107),

Hoje somos bombardeados por uma tal quantidade de imagens a ponto de não podermos distinguir mais a experiência direta daquilo que vimos há poucos segundos na televisão. Em nossa memória se depositam, por traços sucessivos, mil estilhaços de imagens, semelhantes a um depósito de lixo, onde é cada vez menos provável que uma delas adquira relevo.

Isto é, no meio de tantas imagens, a experiência que chega até o indivíduo é a de garimpo, em que ele procura selecionar aquilo que julga importante e o restante desprezível ainda fica disponível no meio do amontoado de incitações visuais. Paralelamente ao que foi exposto, o aplicativo desenvolvido apresenta imagens porque a própria sociedade espera que ele apresente esses tipos de elementos. Ao quebrar esse paradigma, possivelmente diminuiria o interesse e estímulo para a sua utilização.

3 PROJETO E DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO EDUCACIONAL *KULT*

O aplicativo desenvolvido é caracterizado como um produto educacional de apoio ao processo de ensino e aprendizagem de língua alemã, contribuindo para o ensino de unidades fraseológicas, pensando nas vantagens do uso de aplicativos, tais como: mobilidade, interação, estímulo à autonomia, espontaneidade no acesso às informações, dentre outros fatores já elencados no referencial teórico deste trabalho.

Nesta seção, há a apresentação do protótipo, abordando o seu projeto e desenvolvimento. Em relação à parte de estruturação do aplicativo, nas subseções, serão elencados alguns pontos de escolhas que foram feitos ao passo que a ferramenta era desenhada.

3.1 O SISTEMA DO APLICATIVO

O aplicativo foi desenvolvido para dispositivos de interação móvel sensíveis ao toque, *smartphones*¹, para os sistemas *Android*² e *iOS*³.

3.2 DISPOSIÇÃO GRÁFICA E IMAGENS DO APLICATIVO

Pensando na disposição gráfica do aplicativo em questão e seu uso de imagens, é elucidado que a primeira parte a ser desenvolvida foi sua interface. É na tela inicial que o usuário capta as informações necessárias para sua melhor experiência. Interface é definida como “um sistema interativo compreende toda a porção do sistema com a qual o usuário mantém contato físico (motor ou perceptivo) ou conceitual durante a interação” (MORAN, 1981).

A partir da interface, há os ícones “Quem somos nós”, “Proposta Pedagógica”, “Como usar?” e “Seções”. Foi listado dessa maneira e nessa

¹ *Smartphones* configura-se como sendo a evolução dos telefones comuns, trazendo tecnologias muito além de ligações e de mensagens de texto, ou seja, são telefones com a complexidade tecnológica de computadores. Possuem tamanhos diversos, com telas sensíveis ao toque e há um sistema operacional complexo, como o *Android*, *iOS* ou *Windows Phone*.

² *Android* é um sistema operacional móvel baseado no núcleo *Linux* e atualmente desenvolvido pela empresa de tecnologia *Google*.

³ *iOS* é o sistema operacional móvel da *Apple Inc.*, desenvolvido para *iPhone*, que também é usado em outros produtos como o *iPod touch*, o *iPad* e a *Apple TV*.

ordem, pois há primeiramente a apresentação do aplicativo (*app*) e do porquê ele foi criado, seguido do tipo de abordagem que ele almeja propor. Em seguida, uma instrução de como utilizar as unidades e, por fim, as seções propriamente ditas. Em cada uma dessas partes foram utilizadas imagens. As imagens utilizadas foram selecionadas seguindo critérios primordiais que são sua representatividade e sua relação com a expressão idiomática abordada. Elas servem no aplicativo para estimular e sensibilizar o aprendiz baseando e levando em consideração seu próprio repertório de mundo e assim fazendo novas associações. Também se deve considerar o apelo imagético que elas expressam. Uma imagem tratada profissionalmente eleva o impacto visual causada por elas, assim auxiliando na marcação precisa da combinação texto escrito com texto imagético. O *app* foi construído, portando, prezando pela facilidade em uso balanceando os elementos imagéticos e o seu conteúdo escrito. Todas elas foram retiradas dos *sites canva* e *pixabay* para que se utilizassem imagens disponibilizadas para uso sem conter direitos autorais.

3.3 AS CORES DO APLICATIVO

Segundo Santos (2000, p. 10),

Cada indivíduo reage de diferentes formas a determinada cor, dependendo de sua intensidade, luminosidade e saturação. Entretanto os psicólogos estão de comum acordo quando atribuem certos significados a determinadas cores que são básicas para qualquer indivíduo que vive dentro de nossa cultura. As cores constituem estímulos psicológicos para a sensibilidade humana, influenciando no indivíduo, para gostar ou não de algo, para negar ou afirmar, para se abster ou agir. Muitas preferências sobre as cores se baseiam em associações ou experiências agradáveis tidas no passado, e portanto, torna-se difícil mudar a preferência sobre as mesmas. (SANTOS, 2000, p. 10)

Nessa perspectiva, as cores verde, branca, azul e preta foram escolhidas. Branca, por representar neutralidade, clareza, delicadeza, simplicidade (HELLER, 2000), está presente no nome do aplicativo, na identificação de cada seção, além de se referir ao destaque nos textos de cada expressão idiomática. Já azul foi selecionada para a mensagem que aparecerá ao serem respondidas incorretamente às questões de aplicação, pois pode proporcionar sensação de tranquilidade, amabilidade, paciência e serenidade

(HELLER, 2000). A cor preta que aparece nas fontes dos textos do aplicativo elegância pode representar poder e sofisticação (HELLER, 2000).

A cor verde foi escolhida para ser predominante, pois ela remete à neutralidade e possui áurea de tranquilidade e de esperança, conforme Kandinsky [1912]/(2010)⁴,

O verde absoluto é a cor mais tranquila que existe: ela não se move em direção alguma e não se faz acompanhar por qualquer tom de alegria, tristeza ou paixão; nada exige ou evoca. Essa ausência constante de movimento é uma característica que atua de forma positiva sobre as pessoas e os espíritos que estão cansados; mas, depois de algum tempo, todo esse sossego vai se tornando monótono. Os quadros que são pintados em verde harmonia dão testemunho disso... o verde passa a agir apenas de forma monótona, tediosa... A passividade é a mais característica propriedade do verde absoluto, e ela vem perfumada de um tipo de untuosidade, de autossuficiência (KANDINSKY, 2010, p. 213).

3.4 ESCOLHA DO NOME DO APLICATIVO

O nome escolhido para esta ferramenta foi “Kult” que é o encurtamento da palavra *Kultur* (cultura) sendo de fácil pronúncia e de grafia curta. Uma vez que a interculturalidade é todo o cenário para que as expressões idiomáticas se apresentem, o título resume toda a proposta do aplicativo.

3.5 ESCOLHA DAS EXPRESSÕES IDIOMÁTICAS

As expressões idiomáticas abordadas foram selecionadas seguindo dois critérios maiores: que elas fossem de gastronomismos e que as expressões idiomáticas (Eis) se encaixassem para aprendizes de alemão entre os níveis A2 e B1, seguindo o quadro comum de referência europeu.

3.6 PARTE ESTRUTURAL DO PRODUTO EDUCACIONAL

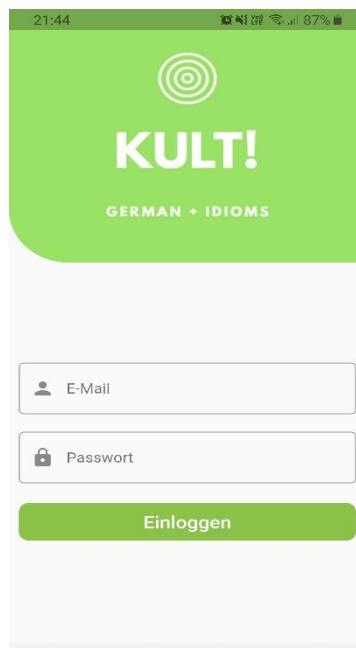
Partindo do desenvolvimento da tela principal, foram definidos a interface e os conteúdos de cada tela. Para o acesso do aprendiz à plataforma, deve ser feito o *download* por meio da loja de aplicativos de *smartphones* com

⁴ A data entre colchetes indica o ano de publicação original da obra; que só será indicada na primeira citação da obra no texto, a data entre parênteses refere-se à edição consultada.

tecnologia *Android* e *iOS* (*Google Store – Play Store* e *App Store*), além de ser necessária a criação de um *login* com seu *e-mail* pessoal e senha (Figura 1):

Figura 1 – Tela de *login* do

aplicativo



Fonte: Guiotti; Lima (2020)

A tela inicial do aplicativo (*app*) consta com três abas explicativas, são elas: “Quem somos?”, “Proposta Pedagógica” e “Como usar?” (Figura 2)

Figura 2 – As abas explicativas da tela inicial do aplicativo



Fonte: Guiotti; Lima (2020)

A primeira aba chama-se “Quem somos?” em que se é apresentado a criação, a relevância e o público-alvo do aplicativo (Figura 3):

Figura 3 – A aba "Quem somos?"



Fonte: Guiotti; Lima (2020)

Em seguida vem a aba denominada “Proposta Pedagógica” (Figura 4), em que se deixa claro a concepção do aplicativo e sua abordagem almejada:

Figura 4 – A aba "Proposta Pedagógica"



Fonte: Guiotti; Lima (2020)

A terceira aba tem o nome de “Como usar?” (Figura 5) na qual brevemente é explicado ao usuário como foram estruturadas as unidades pelas quais ele vai perpassar ao longo da experiência com o *app*:

Figura 5 – A aba "Como usar?"

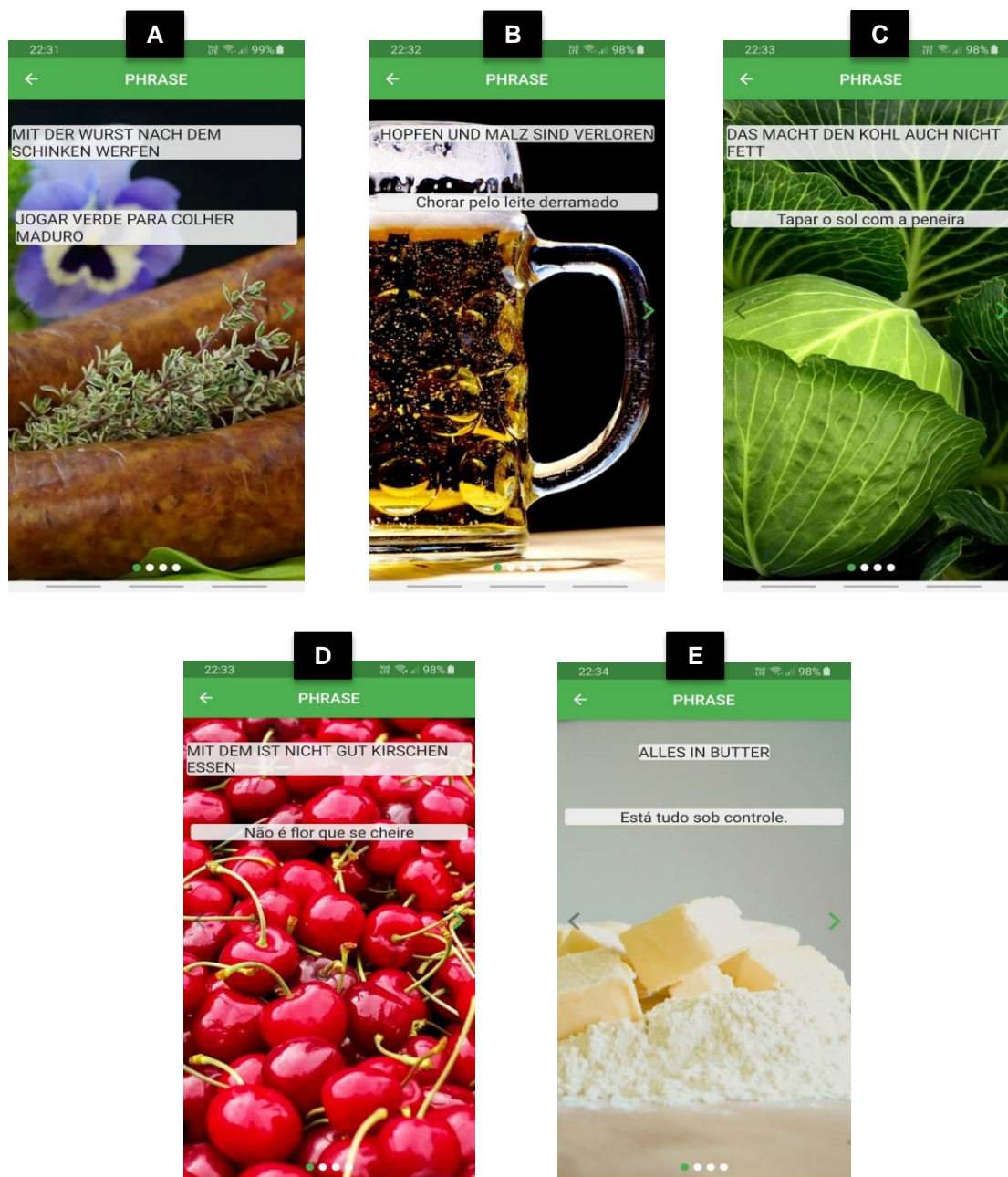


Fonte: Guiotti; Lima (2020)

3.7 AS SEÇÕES DO PRODUTO EDUCACIONAL

As seções do aplicativo foram estruturadas da seguinte forma: na primeira tela, há a apresentação da unidade fraseológica com sua tradução em português por acreditar que a língua materna auxilia no aprendizado e faz o campo de interlíngua ser menor (Figura 6):

Figura 6 – Expressões Idiomáticas: (A) *Jogar verde para colher maduro/Mit der Wurst nach dem Schinken werfen*, (B) *Chorar pelo leite derramado/Hopfen und Malz sind verloren*, (C) *Tapar o sol com a peneira/Das macht den Kohl auch nicht fett*, (D) *Não é flor que se cheire/Mit dem ist nicht gut Kirschen essen*, (E) *Está tudo sob controle/ Alles in Butter*



Fonte: Guiotti; Lima (2020)

Para exemplificar os gastronomismos elencados no aplicativo, serão expostos alguns símbolos da gastronomia alemã. A salsicha é conhecida por ser um dos maiores expoentes da base da alimentação na Alemanha. Tãmanha é sua representatividade, que na língua alemã se pode encontrar

inúmeras expressões idiomáticas que refletem o vocábulo “salsicha”. Por exemplo, pode-se citar a expressão *Das ist mir Wurst* (“isso é linguiça pra mim”) que significa “tanto faz”. Também há a expressão *Alles hat eine Ende, nur die Wurst hat zwei* (“tudo tem um final, só a linguiça tem dois”) que significa “tudo tem um fim, a vida é finita”. Pode-se notar também a presença da expressão *Es geht um die Wurste* (“trata-se da linguiça”) que significa “vamos ao que realmente interessa, a grande hora chegou”.

Ainda no âmbito dos embutidos, há a expressão idiomática *Mit der Wurst nach dem Schinken werfen* (“Jogar a salsicha para conseguir o presunto”) que denota a ação de tentar conseguir algo fazendo uso do que você já possui. Aparentemente, a expressão vem da Idade Média. As crianças, quando ganhavam uma salsicha, a jogavam contra o presunto, dependurado num lugar mais alto da casa, na esperança de que ele caísse. Convém destacar que a expressão pode ser usada ao contrário, mas nesse caso significa “fazer um esforço sem sentido, para obter algo pior”.

Nesse contexto, há a expressão *Die beleidigte Leberwurst spielen* (“Ficar se fazendo de salsicha de fígado ofendida”) que oferece a percepção de quando alguém fica se fazendo de ofendido em alguma situação. A respeito disso, historiadores apontam que o fígado entrou na história porque, na Idade Média, as pessoas idealizavam algumas emoções negativas, como a raiva, associando-as ao fígado.

Ainda sobre salsichas, *Eine Extrawurst kriegen* (“Receber uma salsicha a mais”) é receber algo além do que outras pessoas receberam, pode ser uma cobertura a mais no sorvete. Para finalizar, há a expressão *Armes Würstchen* (“Pobre salsichinha”) que apresenta a ideia irônica de sentir pena de alguém, significa que alguém é visto como um coitadinho.

Há o peixe como sendo um alimento representativo e relevante para a comunidade alemã e, decorrente disso, há a expressão *Jetzt Butter bei der Fisch* (“Agora manteiga sob o peixe”), que pode ser entendida como: “vamos logo à parte que realmente nos interessa”.

Uma fruta típica da região da floresta negra na Alemanha é a cereja. Ela é comumente consumida e utilizada em preparo de doces, inclusive no bolo floresta negra *Schwarzwaldtorte*, um dos expoentes gastronômicos da região da Baviera. A esse respeito, encontra-se a expressão *Mit dem ist nicht gut*

Kirschen essen (“Com ele não é bom comer cerejas”), que carrega a imagem de alguém de caráter duvidoso, com o qual não é desejável compartilhar da companhia. Pode-se traduzi-la como “ele não é flor que se cheire”.

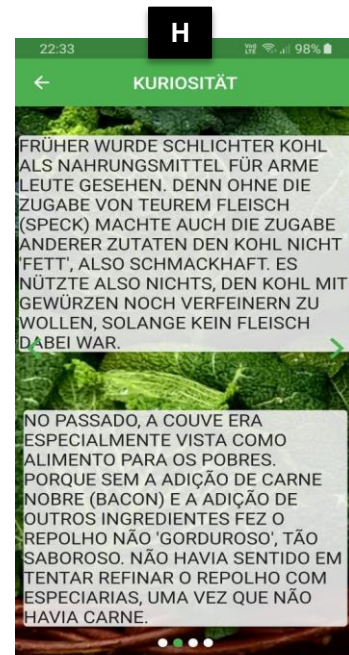
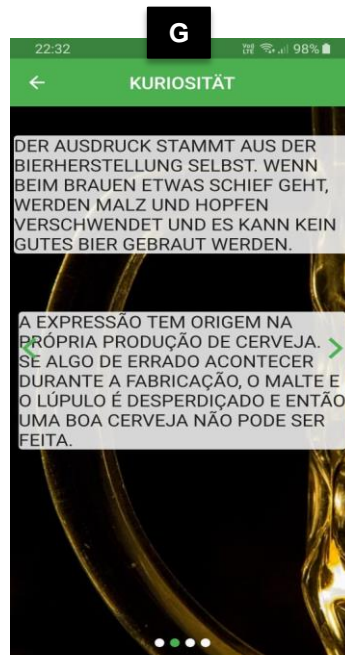
Ainda no âmbito gastronômico, a bebida mais difundida na Alemanha é a cerveja. Sua produção vai desde a fabricação artesanal em que cada cidadezinha possui com orgulho a sua própria receita, até as fabricadas e exportadas em larga escala. A cerveja, portanto, possui fundamental papel na sociedade alemã e por isso, também se pode observar algumas expressões idiomáticas advindas da bebida. Se em uma conversa, surgir a expressão: *Hopfen und Malz ist verloren* (“Lúpulo e o malte estão perdidos”), então quer dizer que talvez seja melhor desistir porque se trata de uma causa perdida. A origem da expressão data da própria produção da cerveja. Se alguma coisa errada acontecer ao longo do processo, o malte e o lúpulo foram desperdiçados e a cerveja não será de qualidade. Sobre a cerveja, há outra expressão: *Das ist nicht mein Bier* (“Isso não é minha cerveja”), que pode ser entendida como “Isso não é problema meu”.

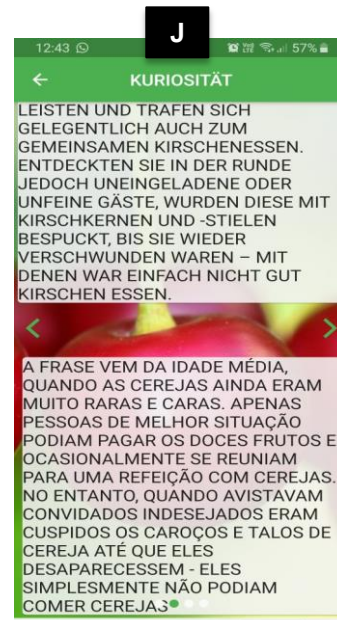
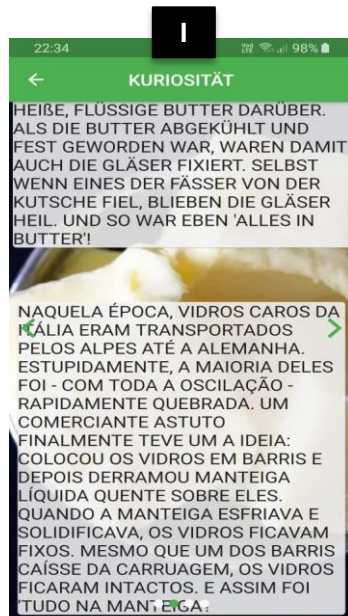
O chocolate também tem destaque na cultura alemã, por isso, pode-se citar a expressão *Schokoladeseite zeigen* (“mostrar o lado chocolate”) que se entende como “mostrar seu lado bom, suas melhores características”.

Há uma gama de exemplos que denotam matizes culturais por meio da gastronomia de determinada comunidade linguístico-cultural, suas especificidades locais e características regionais que tornam a língua rica.

Na próxima tela (Figura 7), há uma curiosidade sobre a expressão idiomática em que a aba oferece de forma informal alguma excentricidade sobre cada expressão. Dessa forma, reforçando o entendimento da expressão por meio de elementos culturais que a língua carrega, culminando na origem da expressão:

Figura 7 – Curiosidades sobre as expressões: (F) *Jogar verde para colher maduro/Mit der Wurst nach dem Schinken werfen*, (G) *Chorar pelo leite derramado/Hopfen und Malz sind verloren*, (H) *Tapar o sol com a peneira/Das macht den Kohl auch nicht fett*, (I) *Não é flor que se cheire/Mit dem ist nicht gut Kirschen essen*, (J) *Está tudo sob controle/ Alles in Butter*

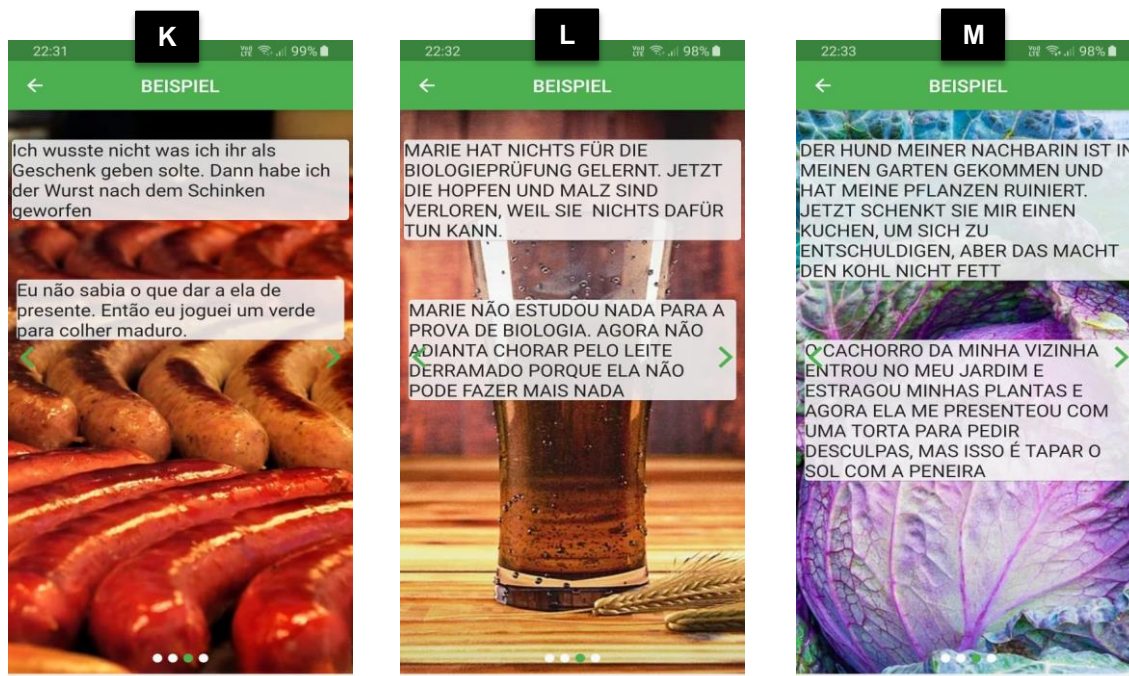


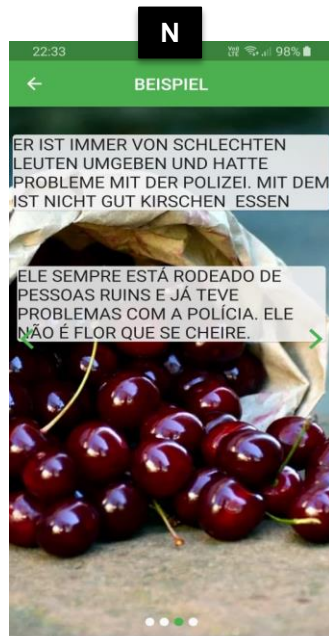


Fonte: Guiotti; Lima (2020)

Na terceira etapa (Figura 8), há a contextualização da expressão idiomática para que ela seja exibida de forma situada e assim, encaixando-a em alguma situação hipotético-ilustrativa:

Figura 8 – Exemplos das expressões: (K) *Jogar verde para colher maduro/Mit der Wurst nach dem Schinken werfen*, (L) *Chorar pelo leite derramado/Hopfen und Malz sind verloren*, (M) *Tapar o sol com a peneira/Das macht den Kohl auch nicht fett*, (N) *Não é flor que se cheire/Mit dem ist nicht gut Kirschen essen*, (O) *Está tudo sob controle/ Alles in Butter*

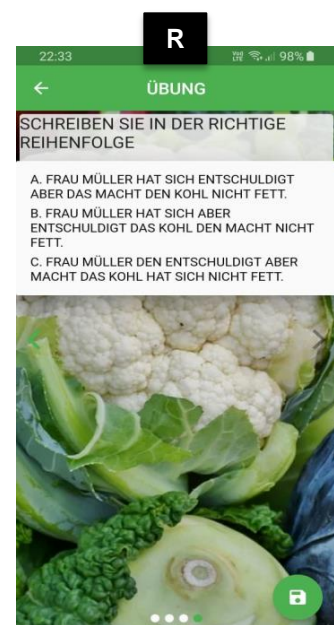


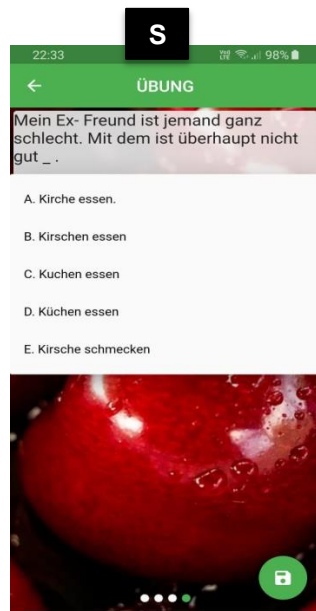


Fonte: Guiotti; Lima (2020)

Por fim, há uma atividade de aplicabilidade (Figura 9) em que o usuário consegue realizar a expressão idiomática após perpassar pelas outras três telas (Figuras 6, 7 e 8). Nesse exercício, o aprendiz deve preencher as lacunas faltantes com unidades retiradas da expressão idiomática:

Figura 9 – Atividades das expressões: (P) *Jogar verde para colher maduro/Mit der Wurst nach dem Schinken werfen*, (Q) *Chorar pelo leite derramado/Hopfen und Malz sind verloren*, (R) *Tapar o sol com a peneira/Das macht den Kohl auch nicht fett*, (S) *Não é flor que se cheire/Mit dem ist nicht gut Kirschen essen*, (T) *Está tudo sob controle/ Alles in Butter*

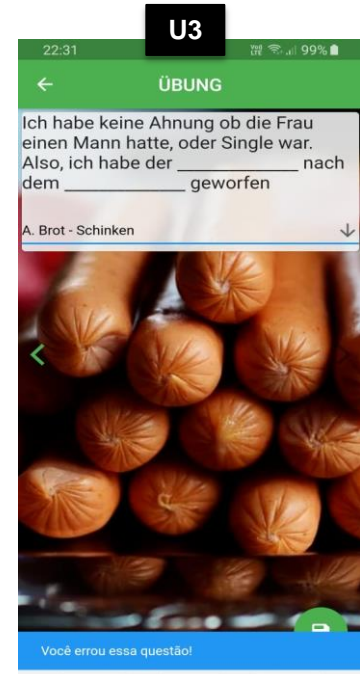
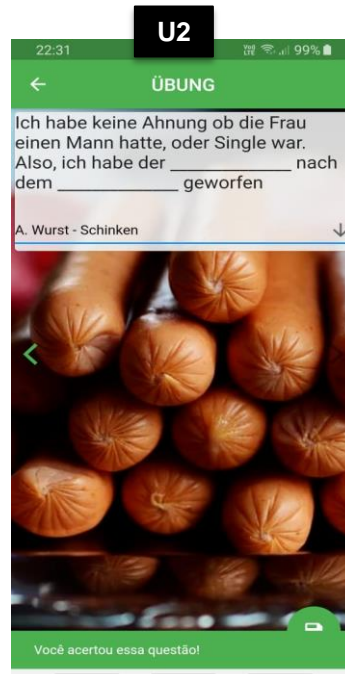




Fonte: Guiotti; Lima (2020)

Após a realização da atividade, o usuário receberá a mensagem de que escolheu a alternativa correta ou incorreta ao final da página, sinalizando seu desempenho, conforme poderá ser observada na Figura 10:

Figura 10 – Sequência da resolução das atividades das expressões: (U1) Tela da atividade, (U2) Tela apresentada ao aprendiz ao acertar o exercício, (U3) Tela apresentada ao aprendiz ao errar o exercício.

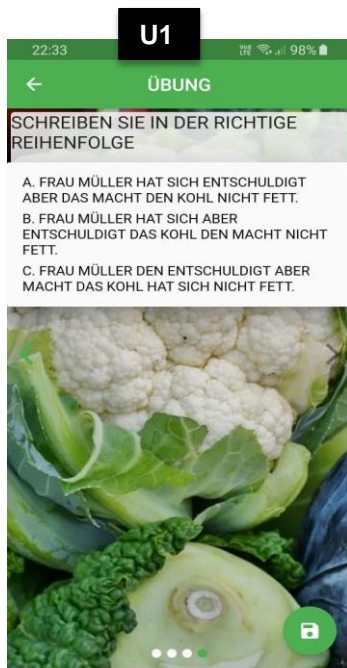


U2

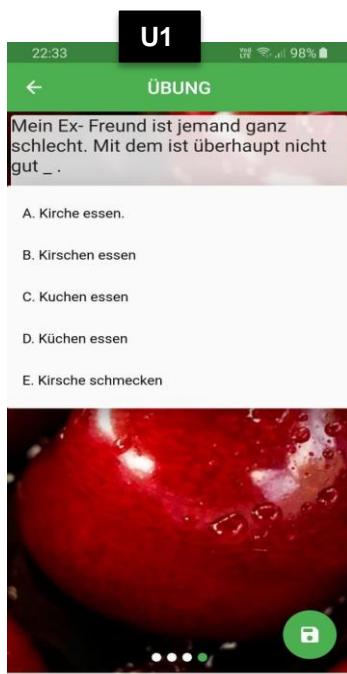


Continua

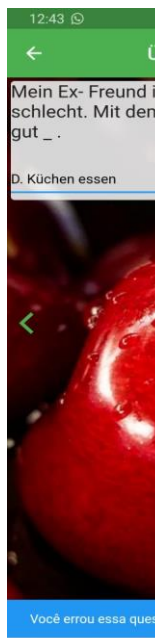
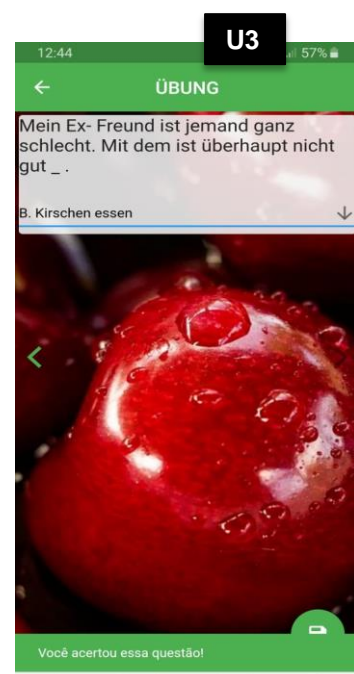
Figura 10 – Sequência da resolução das atividades das expressões: (U1) Tela da atividade, (U2) Tela apresentada ao aprendiz ao acertar o exercício, (U3) Tela apresentada ao aprendiz ao errar o exercício. (Continuação).



U2



U2



Continua

Figura 10 – Sequência da resolução das atividades das expressões: (U1) Tela da atividade, (U2) Tela apresentada ao aprendiz ao acertar o exercício, (U3) Tela apresentada ao aprendiz ao errar o exercício (Continuação).



Fonte: Guiotti; Lima (2020)

É necessário ressaltar que essas sequências de telas foram elaboradas a partir da perspectiva de Leffa (2007), no que se refere à criação de uma unidade didática.

O ensino baseado na tarefa tem sido o mais usado no desenvolvimento de materiais por dar suporte aos alunos para que haja maior aproximação entre situações vistas em sala de aula e situações reais, tentando transpor a distância entre as duas instâncias.

Sobre o ordenamento de atividades, é visto que os critérios básicos de utilização são facilidade e necessidade. O primeiro sempre partirá do pressuposto de que primeiramente devem vir as atividades mais fáceis, até gradualmente chegar as mais complexas, já a necessidade seria o uso de atividades de caráter mais útil, necessárias em um primeiro momento.

Para facilitar esse emparelhamento, é dada a ordenação em categorias, tais como: garantir atenção, informar os objetivos, acionar conhecimento prévio, apresentar o conteúdo, facilitar a aprendizagem (exemplos), solicitar desempenho (discutir), fornecer *feedback*, avaliar o

desempenho, reter e transferir (lembrar o que já aprendeu e usar e relacionar com o novo).

Pensando nisso, a fase inicial caracteriza-se como a apresentação do conteúdo, em seguida há a facilitação da aprendizagem por meio do exemplo, há ainda a discussão sobre a expressão idiomática na fase de solicitação de desempenho e, por fim, a fase de avaliação do desempenho proposta pela atividade.

Para a sua ideal completude, deve-se levar em consideração quatro etapas fundamentais: “(1) análise, (2) desenvolvimento, (3) implementação e (4) avaliação. Idealmente essas quatro etapas devem formar um ciclo recursivo, onde a avaliação leve a uma nova análise, reiniciando um novo ciclo” (LEFFA, 2007, p. 15).

Pensando na parte estrutural da criação do aplicativo, foi necessária uma parceria com colaboradores da área de Tecnologia de Informação (TI), que conseguem respaldar o produto com relação à elaboração de *layout*, ao desenvolvimento técnico e com auxílio posterior, para possíveis ajustes futuros, melhorias ou correções.

Salienta-se o fato de que a ferramenta estará em constante alimentação, recebendo esporadicamente outras expressões de gastronomismos e futuramente versará sobre outros conteúdos, conforme observada a necessidade dos usuários. O *app* constará de uma aba denominada “sugestões” para a sondagem das novas necessidades.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se constatar que os culturemas ainda proporcionam um amplo *locus* para estudos, uma vez que as pesquisas datam do final dos anos 90, consolidando a necessidade de estudos mais aprofundados, pavimentando o caminho investigativo para tal fenômeno.

Com relação ao produto criado e à escolha em ser um aplicativo para *smartphones*, conclui-se que se deve fornecer aos alunos não só o *input* léxico-fraseológico-cultural e pragmático, mas proporcionar um ambiente que favoreça o ensino e aprendizagem mediante uso de tecnologias de modo que haja o enlace de saberes da maneira mais espontânea possível. Propiciar um meio em que o ensino e a aprendizagem visem à prática pedagógica transformadora para abrir portas, ampliar horizontes e diminuir preconceitos linguístico-culturais (in/trans)formando, conseqüentemente, um aprendiz reflexivo e sensível às mudanças da sociedade.

Espera-se que o trabalho com culturemas elaborado por meio de expressões idiomáticas venha corroborar com o ensino e a aprendizagem de culturemas na língua alemã e que o público-alvo possa pensar na sua prática futura, uma vez que os aprendizes estão em processo de formação para serem professores da língua.

Retomando as perguntas de pesquisa que nortearam este trabalho (1) Qual é o papel dos culturemas no processo de ensino e aprendizagem da língua alemã? (2) Como aplicativos podem contribuir com o processo de ensino e aprendizagem de alemão?, conclui-se que a função que os culturemas assumem no processo de ensino e aprendizagem é vital, pois é por meio deles que foi possível construir a ponte entre as expressões idiomáticas escolhidas para compor a ferramenta e a proposta de abordagem intercultural visada pelo uso do aplicativo como fonte de *input* cultural.

Nesse sentido, assinala-se que os culturemas não foram pretexto para o ensino das expressões idiomáticas, porém foram um fio condutor para que os aspectos culturais fossem salientados, motivando o usuário a usar a plataforma. No que se refere aos benefícios do uso do produto educacional *Kult* no processo de ensino e aprendizagem de alemão, compreende-se que a portabilidade, a interação usuário/tecnologia e a facilidade de manuseio de uma

ferramenta educacional foram os fatores de benefícios que puderam ser salientados neste trabalho. Uma vez que o aplicativo tem como características primordiais essas elencadas anteriormente, quebra-se, desse modo, o paradigma da visão do processo de ensino e aprendizagem tradicionais em que a aula é realizada dentro de uma sala de aula apenas, seguindo um determinado *script* de tempo/espço. Assim sendo, expandindo-se para uma visão na qual o processo de ensino e aprendizagem acontece de forma significativa com o aprendiz sendo centro de sua autonomia, ao ter a liberdade para acessar conteúdos onde e quando julgar necessário.

No que tange aos desdobramentos futuros deste trabalho, esclarece-se que ficarão, em um futuro próximo, a aplicação da ferramenta em contexto educacional para o público pelo qual ele foi desenvolvido. A partir disso haverá, posteriormente, a observação e a coleta de dados sobre a receptividade dos usuários, a experiência que eles tiveram com o aplicativo e os pontos a serem melhorados e/ou adicionados.

Com relação às perspectivas futuras do que propõe este trabalho, assinala-se a necessidade em trazer os estudos fraseológicos atrelados aos estudos tradutórios com mais afinco nos cursos de licenciatura em línguas estrangeiras/adicionais para formar professores reflexivos e que, ao confeccionarem seus materiais didáticos, eles possam abranger também as unidades fraseológicas de forma a contemplarem não como um mero apêndice, mas plenamente incorporadas ao ensino da língua estrangeira, atreladas a suas especificidades contextuais. Também é um desejo continuar as investigações no campo das unidades fraseológicas, corroborando com os trabalhos de criação de dicionários fraseológicos monolíngues que contemplem e consigam abranger campos semânticos não só relacionados à culinária, mas também a outras temáticas, tais como vestuário, animais, entre outros. Dessa maneira, reconhece-se o valor em continuar os estudos dos fenômenos fraseológicos nas línguas e espera-se que o presente trabalho traga luz ao tema e contribua com estudos posteriores.

REFERÊNCIAS

- ABRANTES, Cília de Almeida. **A idiomaticidade das cores em vocabulários e expressões da língua portuguesa no Brasil**. 2009. 80 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/colecao.php?strSecao=resultado&nrSeq=15110@1>. Acesso em: 07 fev. 2020.
- ALVES, Fábio. Unidades de tradução: o que são e como operá-las. In: PAGANO, Adriana; MAGALHÃES, Célia; ALVES, Fábio (org.). **Traduzir com autonomia: estratégias para o tradutor em formação**. São Paulo: Contexto, 2010, p. 113-128.
- ARAÚJO, Marco André Franco de; FIGUEIREDO, Francisco José Quaresma de. Cultura, interculturalidade e sala de aula de língua estrangeira: múltiplas perspectivas. **Revista de Educação, Linguagem e Literatura da UEG-Inhumas**, Inhumas, v. 7, n.1, p. 63-76, jun. 2015.
- BAKHTIN, Mikhail Mikhailovitch. (1979) **Estética da criação verbal**. Tradução de Maria Ermantina Galvão G. Pereira. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997. Título original: Estetika slovesnogo tvortchestva.
- BARROS, Elinora Cavalcanti de; VALENTIM, Márcia Cristina; MELO, Maria Amélia Aragão. O debate sobre o mestrado profissional na Capes: trajetória e definições. **Revista Brasileira de Pós-Graduação**, Brasília, DF, v. 2, n. 4, p. 124-138, jul. 2005. Disponível em: <http://ojs.rbpg.capes.gov.br/index.php/rbpg/article/view/84/80>. Acesso em: 02 maio 2019.
- BIDERMAN, Maria Tereza Camargo. Unidades complexas do léxico. In: RIO-TORTO, Graça Maria de Oliveira e Silva, FIGUEIREDO, Olívia Maria, SILVA, Fátima (org.) **Estudos em homenagem a Mario Vilela**. 1. ed. v. II. Porto: Faculdade de Letras do Porto, 2005. p. 747-757. Disponível em: <https://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/4603.pdf>. Acesso em: 07 fev. 2020.
- BIECHELE, Markus.; PADRÓS, Alicia. **Didaktik der Landeskunde**. Fernstudieneinheit 31. Berlin, München: Langenscheidt, 2003.
- CALVINO, Ítalo (1988). **Seis propostas para o próximo milênio**. Tradução de Ivo Cardoso. São Paulo: Companhia das Letras, 1990. Título original: Lezioni americane: Sei proposte per il prossimo millennio.
- CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. (1972). **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Diferentes, desiguales y desconectados**. Mapas de la interculturalidad. Barcelona: Gedisa Editorial, 2004.

CHOI, Junho H.; LEE, Hye-Jin. Facets of simplicity for the smartphone interface: A structural model. In: **International Journal of Human-Computer Studies**, 70, 2011. p.129-142.

CORPAS PASTOR, Gloria. **Manual de fraseología española**. Madrid: Gredos, 1996.

COSTA, Giselda dos Santos. **Mobile learning**: explorando potencialidades com o uso do celular no ensino - aprendizagem de língua inglesa como língua estrangeira com alunos da escola pública. 2013. 180 f. Tese (Doutorado em Letras) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2013. Disponível em: <http://www.repositorio-rio.ufpe.br/bitstream/handle/123456789/11333/TESE%20Gi-selda%20dos%20Santos%20Costa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 28 ago. 2019.

COOK, Vivian James. Language functions, social factors, and second language learning and teaching. **Revista Internacional de Linguística Aplicada em Ensino de Idiomas**, v. 23, ed. 1-4, p. 177-197, ago. 1985.

DOWNES, Stephen. **Connectivism and connective knowledge**: essays on meaning and learning methods. Ottawa: National Research Council Canada, versão 1.0, maio 2012. Disponível em: https://www.downes.ca/files/books/Connective_Knowledge-19May2012.pdf. Acesso em: 02 maio 2019.

DURÃO, Adja Balbino de Amorim Barbieri. A importância da explicitação de matizes culturais particulares no ensino de língua estrangeira. **Signum**: estudos da linguagem, v. 2, p. 139-154, 1999. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/signum/article/view/4455/12663>. Acesso em: 02 maio 2019.

DURÃO, Adja Balbino de Amorim Barbieri. Psiu? Você quer saber mais sobre as línguas? 5: É preciso conhecer hábitos culturais para falar bem uma língua estrangeira? **Folha Nossa**, ano 2, v. 12, p. 6, jul. 2002.

DURÃO, Adja Balbino de Amorim Barbieri; DURÃO, Aylton Barbieri. (org.). **De horizonte a horizonte**: traduções comentadas. Florianópolis: Insular, 2017, v. 1, 256 p.

FERREIRA, Cláudia Cristina. (Inter)Culturalidade em prol da competência Comunicativa na Aula de línguas Estrangeiras ou Línguas Adicionais. In: FERREIRA, Cláudia Cristina; LOPES, Silvana Salino Ramos; REIS, Marta A. Balbino Oliveira dos; NOGUEIRA, Sônia Regina (org.). **Tessituras teórico-metodológicas sobre o ensino e a aprendizagem de línguas estrangeiras**: conjugação entre saberes e fazeres. 1. ed. Londrina: UEL, 2012, v.1, p. 49-78.

FERREIRA, Cláudia Cristina. Mais um abacaxi para descascar ou uma mão na roda? Os culturemas no processo de ensino e aprendizagem de línguas estrangeiras/adicionais. In: FERREIRA, Cláudia Cristina (org.). **Vade mecum**

do ensino das línguas estrangeiras/adicionais, Campinas: Pontes, 2018. p. 491-524.

FINARDI, Kyria Rebeca; VIEIRA, Gicele Vergine. Mobilidade e ensino-aprendizagem de línguas estrangeiras. **Polifonia: estudos da linguagem**, Cuiabá, Mato Grosso, v. 24, n. 35/1, p. 32-49, jan-jun. 2017. Disponível em: <http://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/polifonia/article/view/6032/3918>. Acesso em: 02 maio 2019.

FLEISCHER, Wolfgang. **Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache**. Leipzig: VEB Bibliographisches Institute, 1982.

FONSECA, Heloísa de Cunha. **O jeitinho brasileiro: culturema e a formação de unidades fraseológicas**. Simpósio 37 – Estudos do léxico e do dicionário de português, 2017, p. 3875-3890.

GIL, Antonio Carlos. (1946). **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed: Atlas, 2017.

GIRACCA, Mirella Nunes. **Os culturemas presentes nos folhetos turísticos da Região Sul do Brasil: as técnicas utilizadas pelos tradutores**. 2013. 151 f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Tradução) – Programa de Pós-Graduação em Estudos da Tradução, UFSC, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/107198/318716.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 02 maio 2019.

GIRACCA, Mirella Nunes; OYARZABAL, Myrian Vasques. Culturemas: um breve histórico e as possibilidades de ressignificação na tradução. In: FERREIRA, Cláudia Cristina (org.). **Vade mécum das línguas estrangeiras/adicionais**. Campinas: Pontes, 2018. p. 491-524.

GONZÁLEZ REY, Maria Isabel. A Fraseodidáctica: un eido da fraseoloxía aplicada. **Cadernos de Fraseoloxía Galega**, 2004, v. 6, p. 113-130.

GUIOTTI, Lucas; LIMA, Jaílson. **Aplicativo Móvel Kult**, 2020.

HABERMAS, J. (1968) **Knowledge and human interests**. Tradução de Jeremy J. Shapiro. Verlag. Boston: Beacon Press, 1972, 356p. Título original: Erkenntnis und Interesse

HALL, Joan Kelly. The role of oral practices in the accomplishment of our everyday lives: the sociocultural dimension of interaction with implications for the learning of another language. **Applied Linguistics**, v. 14, n. 2, p. 145-166, jun. 1993.

HELLER, Eva. **A Psicologia das Cores: Como as cores afetam a emoção e a razão**. São Paulo: Garamond Ltda., 2000.

HURTADO ALBIR, Amparo. **Traducción y Traductología**. Introducción a la Traductología. Madrid: Ediciones Cátedra, 2001.

HOUAISS, Antônio. **Dicionário digital da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

KANDINSKY, Wassily. (1912). **Do espiritual na arte**. Tradução: Maria Helena de Freitas. 8ª ed. Lisboa: Dom Quixote, 2010, 130 p. Título original: *Über das Geistige in der Kunst, ins besondere in der Malerei*.

KERRES, Michael. Gestaltungsorientierte Mediendidaktik und ihr Verhältnis zur Allgemeinen Didaktik. In: DIECKMANN, Bernhard; STADTFELD, Peter. **Allgemeine Didaktik im Wandel**. Bad Heilbrunn: Klinkhardt Verlag, 2005. Disponível em: <https://d-nb.info/974017566/04>. Acesso em: 02 maio 2019.

KUKULSKA-HULME, Agnes; SHIELD, Lesley. An overview of mobile assisted language learning: From content delivery to supported collaboration and interaction. **ReCALL**, v. 20, ed. 3, p. 271-289, set. 2008. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/journals/recall/article/an-overview-of-mobile-assisted-language-learning-from-content-delivery-to-supported-collaboration-and-interaction/55FE8FC0F278B5A2E55A8501F059F14C>. Acesso em: 02 maio 2019.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**. Um Conceito Antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2006.

LEE, Penny. Formulaic language in cultural perspective. In: Skandera, Paul (ed.). **Topics in English Linguistics: Phraseology and Culture in English**. Berlin: de Gruyter, 2007, p. 471-496.

LEFFA, Vilson José. **Produção de materiais de ensino: teoria e prática**. In: LEFFA, Vilson José (org). 2. ed. rev. – Pelotas: Educat, 2007, 206 p.

LEFFA, Vilson José; IRALA, Valesca Brasil. O ensino de outra(s) língua(s) na contemporaneidade: questões conceituais e metodológicas. In: LEFFA, Vilson José; IRALA, Valesca Brasil. **Uma espiadinha na sala de aula: ensinando línguas adicionais no Brasil**. Pelotas: Educat, 2014. p. 21-48.

LIMA, Lucielena Mendonça de. Uma análise de expressões idiomáticas em livros didáticos de PLE. In: ORTIZ ÁLVAREZ, María Luísa. (org.). **Tendências atuais na pesquisa descritiva e aplicada em fraseologia e paremiologia**. Campinas: Pontes, 2012, v. 2, p. 133-145.

LOW, Leonard; O'CONNELL, Margaret. Learner-centric design of digital mobile learning. In: **Learning on the Move**. Brisbane, Austrália: OLT, 2006 p.71-82. Disponível em: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid=A9B81A0FAE9540CD AFEA58957520D49E?doi=10.1.1.123.48&rep=rep1&type=pdf>. Acesso em: 09 fev. 2020.

LUQUE DURÁN, Juan de Dios. El diccionario intercultural e interlingüístico y su aplicación a la traducción de culturemas. In: ORTEGA, Emilio; MARÇALO,

Maria João. (org.). **Linguística e Tradução na Sociedade do Conhecimento**. Évora: Universidade, 2009. p. 177-188.

LUQUE NADAL, Lucía. Los culturemas: ¿unidades lingüísticas, ideológicas o culturales? **Language Design**, v. 11, p. 93-120, 2009.

MAEDA, John. **The laws of simplicity**: Design, Technology, Business, Life. Massachusetts: MIT Press, 2006. Disponível em: https://designopendata.files.wordpress.com/2014/05/lawsofsimplicity_johnmaeda.pdf. Acesso em: 09 fev. 2020.

MARANGON, Frederico; MACIEL, Marco Antônio Cazelato; SANTOS, Vitor Devechiaty Rodrigues dos. Mídia, Cultura de Massa e Cultura Local: Conflitos Culturais. In: WORKSHOP DE GEOGRAFIA CULTURAL: A multiplicidade da cultura no espaço e suas territorialidades, 2013, Alfenas-MG. **Anais [...]** Alfenas: Universidade Federal de Alfenas, 2013, p. 33-46. Disponível em: <https://www.unifal-mg.edu.br/geografia/sites/default/files/MIDIA33-46.pdf>. Acesso em: 07 fev. 2020.

MARSON, Isabel Cristina Vollet; SANTOS, Ademir Valdir. A Formação continuada de docentes de língua inglesa: Contribuições didático-pedagógicas do uso de ambientes virtuais de aprendizagem, **E-Mosaico**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 7, p. 40-51, 2015. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/e-mosaicos/article/view/17119/12588>. Acesso em: 28 ago. 2019.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Dênis de. (org.) **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006, p. 51-79.

MIGUEL, Thalita Aguiar Molin. **Aspectos culturais do espanhol sob a ótica das unidades fraseológicas no eixo contrastivo português língua materna e espanhol língua estrangeira**. 2015. 50 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Ensino de Línguas Estrangeiras) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2015.

MOLINA MARTINEZ, Lucía. **EL otoño del pingüino**: análisis descriptivo de la traducción de los culturemas. Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I, D.L., 2006 (Coleção Estudis sobre la traducció n. 13).

MONTEIRO-PLANTIN, Rosemeire Selma. **Fraseologia**: era uma vez um patinho feio no ensino de língua materna. Fortaleza: Edições UFC, 2012. v.1. Disponível em: http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/10310/1/2014_liv_rsmplantin.pdf. Acesso: 02 maio 2019.

MONTEIRO-PLANTIN, Rosemeire Selma. Fraseologia: uma mão na roda na construção do sentido. **Synergies**, Tunisie, n. 3, p. 161-168, 2011. Disponível em: <https://www.gerflint.fr/Base/Tunisie3/monteiro-plantin.pdf>. Acesso em: 02 maio 2019.

MONTEIRO-PLANTIN, Rosemeire Selma. ReVEL na Escola: Fraseologia e Paremiologia: para que ensinar, se todo o mundo sabe? **ReVEL**, v. 15, n. 29, 2017. Disponível em: <http://www.revel.inf.br/files/7e02a7f4cb22a2e4935d77ae89882e69.pdf>. Acesso em: 07 fev. 2020.

MORAIS, Dyego Carlos Sales de; ALENCAR, Antônio D. P. C; SOUZA, Rodrigo de. Jogo baseado em m-learning e aprendizado tangencial para auxílio ao ensino de Teoria da Computação. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE INFORMÁTICA NA EDUCAÇÃO, 22.; WORKSHOP DE INFORMÁTICA NA ESCOLA, 17., 2011, Aracaju. **Anais [...]**. Aracaju: Universidade Federal de Sergipe, 2011, p. 554-557. Disponível em: <http://www.br-ie.org/pub/index.php/sbie/article/view/1838/1600>. Acesso em: 02 maio 2019.

MORAN, Thomas. The Command Language Grammar: A representation for the user interface of interactive computer systems. **International Journal Of Man - Machine Studies**, 1981, p. 3-50.

OXFORD, Rebecca L. Language learning styles and strategies: Concepts and relationships, **Revista Internacional de Linguística Aplicada em Ensino de Idiomas**, Berlin, v. 41, ed. 4, p. 271-278, 2003.

PAMIES BERTRÁN, Antonio. Comparaison inter-linguistique et comparaison interculturelle. In: QUITOUT, Michel (ed.) **Traduction, proverbes & traductologie**. Paris: Éditions L'Harmattan, 2008, p. 143-156.

PAMIES BERTRÁN, Antonio. O projeto “dicionários culturais”. In: ORTIZ ÁLVAREZ, María Luísa. (org.). **Tendências atuais na pesquisa descritiva e aplicada em fraseologia e paremiologia**. Campinas: Pontes, 2012, v.1, p. 345-354.

PAMIES BERTRÁN, Antonio. The Concept of Cultureme from a Lexicographical Point of View. **Open Linguistics**, v. 3, p 100-114, 2017.

PIAGET, Jean. (1969). **Psicologia e Pedagogia**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1976. Título original: *Psychologie et Pédagogie*.

POSTMAN, Neil. (1992) **Tecnopólio: a rendição da cultura à tecnologia**. Tradução de Reinaldo Guarany. São Paulo: Nobel, 1994. Título original: *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*

PUPPI, Maicon Bernert. **Diretrizes para o design de interface de aplicativos em smartphones para alemão como língua estrangeira: um estudo sobre mobile learning**. 212 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

RÖSLER, Dietmar. **Deutsch als Fremdsprache**. Eine Einführung. Stuttgart: J.B. Metzler, 2012.

SANTOS, Carlos Roberto Antunes dos. A Comida como lugar de história: as dimensões do gosto. **História: questões & debates**. v. 54, n.1, 2011. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/historia/article/view/25760/17202>. Acesso em 26 maio 2020.

SANTOS, Sílvio Eduardo Teles dos. **Psicologia das Cores**. 2000. 28f. Artigo (Graduação em Design). Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2000.

SCHLENKER, Adriana Cristiane. Aplicativos como ferramenta mediadora no ensino-aprendizagem da língua alemã no Brasil: ein plus ou ein minus? **Revista Trama**. v.14. n. 31. 2018. p. 143 – 151

SCHNEIDER, Maria Nilse. Abordagem de ensino e aprendizagem de línguas: comunicativa e intercultural. **Revista Contingentia**, Porto Alegre, v. 5, n. 1, p. 68-75, 2010.

SECO, Mariele. **Gastronomismos nas Expressões Idiomáticas do português do Brasil e seus correspondentes em francês da França**. 2017. 188 f. Dissertação (Mestrado em Estudos Linguísticos) – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas, São José do Rio Preto, 2017. Disponível em: https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/151706/seco_m_me_sjrp.pdf?sequence=3. Acesso em: 09 fev 2020.

SHARPLES, Mike. Mobile learning: research, practice and challenges. **Distance Education in China**, v.3, n.5, 2013. p.05-11

SIEMENS, George. **Knowing knowledge**, 2006. Disponível em: <https://archive.org/details/KnowingKnowledge/page/n1>. Acesso em 02 maio 2019.

SILVA, Paula de Almeida. Cultura e interculturalidade no ensino de línguas: descobrindo caminhos possíveis. **Diálogo das Letras**, Pau dos Ferros, v. 5, n. 2, p. 245-265, jul./dez. 2016. Disponível em: <http://periodicos.uern.br/index.php/dialogodasletras/article/view/2127/1183>. Acesso em: 02 maio 2019.

TRAXLER, John. Current State of Mobile Learning. In: ALLY, M. **Mobile Learning Transforming the Delivery of Education**. 1.ed. Edmonton, CA: AU Press, 2009. p.09-24

TREVISAN, Amarildo Luiz. **Pedagogia das imagens culturais: da formação cultural à formação da opinião pública**. Ijuí: Ed. da UNIJUÍ, 2002.

VERMEER, Hans Josef. **Esboço de uma teoria de tradução**. Porto: Edições Asa, 1983.

VOERKEL, Paul. Ensinar “cultura” em sala de aula de LE – novos paradigmas *made in Germany*. **Muitas Vozes**, Ponta Grossa, v. 5, n.1, p. 15-32, 2016.

VOLKMANN, Laurenz. Aspekte und Dimensionen interkultureller Kompetenz. In: VOLKMANN, L; STIERTORFER, Klaus; Gehring, Wolfgang. (hrsg.) **Interkulturelle Kompetenz: Konzepte und Praxis des Unterrichts**. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 2002, 11-48.

VYGOTSKY, Lev Semenovitch. (1934). **Pensamento e Linguagem**. Tradução de Paulo Bezerra. São Paulo: Martin Fontes, 1991. Título original: Michliêníe I. Rieteh.

ZAVAGLIA, Adriana; XATARA, Claudia; SILVA, Maria Cristina Parreira. **Xeretando a linguagem em francês**. 1ª reimpr. Barueri: DISAL, 2010.