



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ
DEPARTAMENTO DE LÍNGUA PORTUGUESA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO
MESTRADO PROFISSIONAL EM LETRAS –
PROFLETRAS



UNIDADE DIDÁTICO-DISCURSIVA (UDD)

**NO UNIVERSO DOS *STORIES*: OFICINAS DE LEITURA DISCURSIVA
PARA O 9º ANO DO FUNDAMENTAL**

Maringá
2023



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ
Centro de Letras, Comunicação e Artes
Mestrado Profissional em Letras – Profletras



PATRICIA MASSULO

NO UNIVERSO

DOS *STORIES*:

**OFICINAS DE LEITURA
DISCURSIVA**

**PARA O 9º ANO
DO FUNDAMENTAL**

Maringá

2023

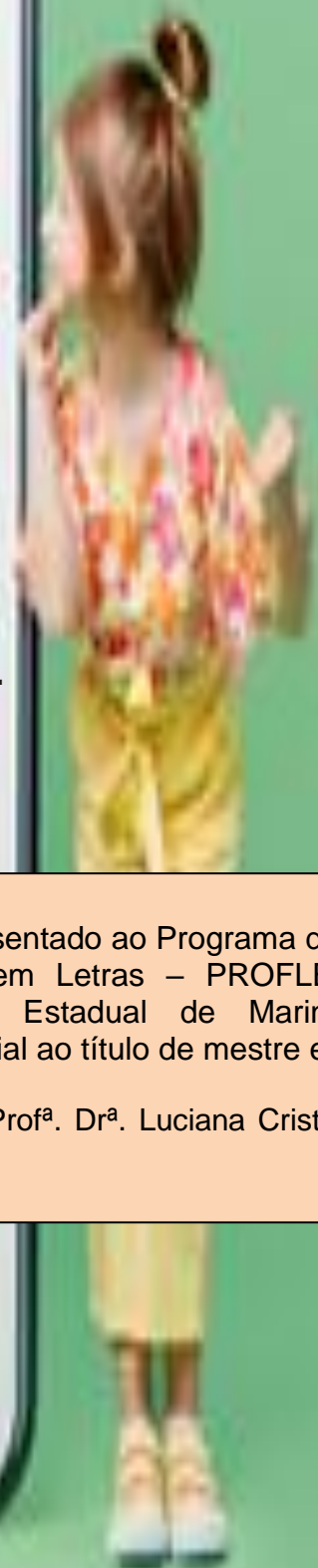
**PATRICIA
MASSULO**

**NO UNIVERSO
DOS *STORIES*:
OFICINAS
DE
LEITURA
DISCURSIVA
PARA O 9º ANO
DO FUNDAMENTAL**

Produto apresentado ao Programa de Mestrado Profissional em Letras – PROFLETRAS, da Universidade Estadual de Maringá, como requisito parcial ao título de mestre em Letras.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Luciana Cristina Ferreira Dias Di Raimo

Maringá
2023



Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)
(Biblioteca Central - UEM, Maringá - PR, Brasil)

M422u

Massulo, Patricia

No universo dos stories : oficina de leitura discursiva para o 9º ano do fundamental /
Patricia Massulo. -- Maringá, PR, 2024.
98 f.

Acompanha a dissertação de mestrado: *Stories jornalísticos no Instagram* . 213 f.
Orientadora: Profa. Dra. Luciana Cristina Ferreira Dias Di Raimo.

Produto - Mestrado Profissional - Universidade Estadual de Maringá, Centro de
Ciências Humanas, Letras e Artes, Departamento de Língua Portuguesa, Programa de
Pós-Graduação em Letras (PROFLETRAS) - Mestrado profissional, 2024.

1. Leitura discursiva. 2. Autoria. 3. Análise do discurso. 4. Histórias. I. Di Raimo,
Luciana Cristina Ferreira Dias, orient. II. Universidade Estadual de Maringá. Centro de
Ciências Humanas, Letras e Artes. Departamento de Língua Portuguesa. Programa de
Pós-Graduação em Letras (PROFLETRAS) - Mestrado profissional. III. Título.

CDD 23.ed. 401.41

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Rede social	14
Figura 2 – <i>Story</i> jornal nacional – Renata Vasconcellos	17
Figura 3 – Pesquisa	21
Figura 4 – <i>Story</i> Pelé.....	26
Figura 5 – Papel de parede vintage jornal.....	27
Figura 6 – <i>Story</i> Pelé.....	28
Figura 7 – O rei Pelé	31
Figura 8 – Messi.....	32
Figura 9 – Futebol	32
Figura 10 – Charge	33
Figura 11 – Speech balloon.....	38
Figura 12 – Ouvidoria.....	39
Figura 13 – <i>Story</i> Péricles	42
Figura 14 – YouTube.....	45
Figura 15 – Desenho de instrumento de música	47
Figura 16 – Lupa	49
Figura 17 – Emoji chorando	50
Figura 18 – Emoji triste	50
Figura 19 – Emoji triste png.....	50
Figura 20 – Ícone emoji decepcionado.....	50
Figura 21 – Emoji PNG 0075.....	50
Figura 22 – Triste vetor	50
Figura 23 – Emojis felizes	51
Figura 24 – Facepalm emoji gesture man	51
Figura 25 – Personagem cantando	51
Figura 26 – Emoji chorando alto.....	51
Figura 27 – Péricles no twitter	51
Figura 28 – Emoji cara de bravo	51
Figura 29 – <i>Story</i> Chris Martin.....	54
Figura 30 – Vetores de emoji de música	56

Figura 31 – <i>Story</i> Paredão do BBB	65
Figura 32 – Reprodução TV/Globo.....	67
Figura 33 – Audições às cegas	67
Figura 34 – The Masked Singer	67
Figura 35 – Prova de No Limite.....	67
Figura 36 – trabalho em equipe.....	72
Figura 37 – <i>Story</i> – Barbie	77
Figura 38 – Penso, logo crio.....	80
Figura 39 – Capas de filmes Barbie	81
Figura 40 – Redes sociais e ADS.....	83
Figura 41 – Barbie.....	84
Figura 42 – Barbie no espelho	85
Figura 43 – A rainha e o espelho mágico	85
Figura 44 – Banner vetor 3D	89
Figura 45 – Identidade real e digital	90

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Etapas constituintes da unidade didático-discursiva (UDD)	10
Quadro 2 – Enquete tipos de sujeitos 1	87
Quadro 3 – Enquete tipos de sujeitos 2	88

APRESENTAÇÃO

Este caderno intitulado Unidade Didático-discursiva - UDD “No universo dos *stories*: oficinas de leitura discursiva para o 9º ano do Ensino Fundamental”, foi elaborado a partir da ancoragem em teóricos da Análise do discurso (AD) de linha francesa (Orlandi, 1993; 1996; 1999; 2001; Coracini, 2005; 2010; Pfeiffer, 1995, 2003) e em sugestões metodológicos de Fernandes (2021) e Indursky (2019). Trata-se de um conjunto de procedimentos e encaminhamentos para oficinas de leitura. Tais procedimentos estão divididos em subprocessos, por sua vez, compostos de sugestões de práticas de leitura e escrita de *stories* jornalísticos.

As atividades sugeridas nesta unidade didático-discursiva (Fernandes, 2021) integram parte da dissertação de mestrado intitulada: “*Stories* jornalísticos no *Instagram*: oficinas de leitura discursiva para o 9º ano do fundamental”, defendida pelo Programa de Mestrado Profissional em Letras – Profletras, da Universidade Estadual de Maringá (UEM). Este produto educacional tem o propósito de desenvolver uma proposta de leitura discursiva de *stories* jornalísticos publicados pelo Instagram a fim de efetivar a autoria nas práticas de linguagem propiciadas pelas oficinas.

Pensar em atividades de leitura para nossos alunos da Educação Básica requer do professor estudo e preparo, pois muitos são os atrativos que nossos estudantes possuem fora da sala de aula. Assim sendo, é preciso motivá-los à aprendizagem significativa o que requer estudo e adaptações. Assim, procurei, nas atividades propostas, partir da realidade dos alunos e do universo de leitura com que eles estão envolvidos para pensar atividades e desenvolver uma prática de modo a contribuir para a efetivação da autoria em leitura em práticas de leitura. Assim, os textos escolhidos para estudo desta unidade foram os *stories* jornalísticos, abordando o tema das celebridades, já que são textos comuns e de grande acesso e interesse pelos estudantes desta etapa de ensino.

Durante o processo de pesquisa, foram primordiais o aprofundamento nos estudos de leitura discursiva e um enfoque nas condições de produção dos *stories*, o que contempla os sentidos históricos, bem como a busca por uma metodologia que melhor refletisse a concepção discursiva de leitura para a sua efetivação em sala de aula.

As atividades elaboradas procuram, assim, abranger as condições de produção, formulação, constituição e circulação dos *stories* selecionados e a produção

de efeitos de sentidos. As atividades foram distribuídas em três grandes subprocessos de leitura, dispostos em seis oficinas.

Dentro de uma perspectiva de leitura discursiva, nos assumimos como sujeitos históricos e sociais e é necessário nos filiar a redes de sentidos quando estamos envolvidos em nossas práticas de linguagem, na relação com os outros e com nós mesmos. Assim, compreendo que a sala de aula é um espaço de movimentação de sentidos e saliento que as atividades sugeridas nesta unidade são sugestões que podem ser modificadas diante da realidade de seus estudantes e de cada escola e podem também, ser adaptadas para outras turmas, em diferentes níveis de aprendizagem.

Assim sendo, o 1º. subprocesso abrange a construção de arquivos pedagógicos, neste caso, constituído por *stories* jornalísticos que foram selecionados do *Instagram*, a partir de publicações de 2022 e 2023. Além desse processo de organização do arquivo, busquei, primeiramente, me deter em uma leitura inicial/espontânea do material, no sentido de me colocar na escuta dos sentidos em opacidade. Esse processo de tateamento do material levou ao que designo de análise prévia dos materiais a serem estudados.

A partir dessa análise discursiva dos *stories*, tive condições de sugerir atividades que fazem parte do 2º. subprocesso designado “processo de identificação”, no qual o sujeito-leitor pode tomar uma posição com relação ao texto, se reconhecendo (ou não) nos sentidos.

Na sequência, no 3º subprocesso, são sugeridas atividades de modo a explorar o movimento de recorte de fios discursivos dos textos, visto que, ao tomar posição diante do que lê nos *stories*, o sujeito-aluno recorta do interdiscurso certos sentidos e relaciona a outros.

E, em uma ideia de fechamento da unidade, no 4º subprocesso, proponho uma atividade em que o sujeito-aluno possa assumir a função-autor e se colocar na posição de autor de seu texto, responsabilizando-se sobre o que é dito e o que é silenciado.

No quadro apresentado são detalhadas as etapas dessa construção metodológica, apresentando os itens e procedimentos que serão abordados nos subprocessos de análise dos *stories* selecionados para estudo nas oficinas.

Quadro 1 – Etapas constituintes da unidade didático-discursiva (UDD)

Conceito, condições de produção, formulação, constituição e circulação dos sentidos	Relação teoria/prática	Procedimentos didáticos
Subprocesso 1	Organização de arquivos de <i>stories</i> jornalísticos.	Análise prévia do material encontrado.
	Levantamento de interrogações discursivas.	Leitura interpretativa ou espontânea de arquivos pedagógicos.
Subprocesso 2	Trabalho com as histórias de leitura dos alunos.	Pesquisa.
	Discussão sobre conceitos de celebridade.	Leitura de <i>stories</i> jornalísticos.
	Dimensão da composição do <i>story</i> – linguagens, emojis, foto, <i>hashtags</i> .	Roda de conversa. Perguntas sobre as condições de produção e circulação do material.
Subprocesso 3	Movimento de recortes discursivos.	Atividades de leitura nas quais sejam explorados os efeitos de sentidos produzidos pelos <i>stories</i> .
	Exploração dos efeitos de sentido e diferentes gestos de leitura.	
	Enfoque na premissa de que a imagem tem memória.	
	As materialidades digitais como emojis, figurinhas, símbolos na produção de efeitos.	
	Identificação ou não com a temática trazida nos <i>stories</i> .	
Subprocesso 4	Processo de condução da autoria pelo sujeito-aluno.	Atividades de tomada de posição para efetivação da autoria.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Os subprocessos estão distribuídos dentro de 6 oficinas de estudo de textos e foram organizadas da seguinte forma:

- OFICINA 1: Texto 1 – *Story*: jornal nacional – Renata Vasconcellos;
- OFICINA 2: Texto 2 – *Story* Pelé;
- OFICINA 3: Texto 3 – *Story*: Péricles;
- OFICINA 4: Texto 4 – *Story*: Chris Martin;
- OFICINA 5: Texto 5 – *Story*: Paredão do BBB;
- OFICINA 6: Texto 6 – *Story*: Barbie.

Compreendo que o texto é uma superfície linguística tecida de discurso que precisa ser compreendido e interpretado pelos nossos estudantes, e assim como a escrita, amparada nas ideias de Indursky (2019), acredito que esta prática também precisa ser ensinada e produzida, pois dela resulta um processo que conduz o sujeito-leitor a identificar-se em meio aos sentidos, dando-lhes uma direção que identifique sua posição.

Em meio à organização das atividades, você encontrará orientações específicas sobre os movimentos de leitura sugeridos, a recomendação de leitura de outros textos de diferentes materialidades: notícias e manchetes de notícias, biografias, imagens, fotos, charges, verbetes, música. Caixas ou boxes explicativos com orientações também foram incluídos, a fim de auxiliar o processo de leitura do presente produto educacional.

Espero que as atividades sugeridas funcionem como um caminho para que a leitura discursiva adentre as nossas salas de aula, como um processo contínuo constituído de vários subprocessos e ajudem a contribuir para a trajetória que nossos estudantes percorrem em suas leituras.

A unidade elaborada parte dos meios de acesso à leitura, porém, não propõe destacá-los, ou mesmo enfatizar o gênero estudado, os quais também têm suas particularidades e importância, mas, acima de tudo, objetiva propor sugestões para o redimensionamento na forma de conduzir os nossos alunos à prática discursiva da leitura e a uma tomada de posição que os levem, posteriormente, a leitores mais qualificados e sujeitos de seu próprio dizer.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	8
OFICINA 1: Texto 1 – Story jornal nacional – Renata Vasconcellos	16
Subprocesso 1 – Organização de arquivos de <i>stories</i> jornalísticos e levantamento de interrogações discursivas	16
Subprocesso 2 – Condições de produção e circulação do <i>story</i> jornalístico	19
Subprocesso 3 – A composição verbo-visual do <i>story</i> : rodas de conversa e debates	22
OFICINA 2: Texto 2 – Story Pelé	26
Subprocesso 1 – Organização de arquivos de <i>stories</i> jornalísticos e levantamento de interrogações discursivas	26
Subprocesso 2 – Condições de produção e circulação do <i>story</i> jornalístico	29
Subprocesso 3 – A composição verbo-visual do <i>story</i> : rodas de conversa e debates	34
OFICINA 3: Texto 3 – Story Péricles	42
Subprocesso 1 – Organização de arquivos de <i>stories</i> jornalísticos e levantamento de interrogações discursivas	42
Subprocesso 2 – Condições de produção e circulação do <i>story</i> jornalístico	44
Subprocesso 3 – A composição verbo-visual do <i>story</i> : rodas de conversa e debates	47
OFICINA 4: Texto 4 – Story Chris Martin	54
Subprocesso 1 – Organização de arquivos de <i>stories</i> jornalísticos e levantamento de interrogações discursivas	54
Subprocesso 2 – Condições de produção e circulação do <i>story</i> jornalístico	57
Subprocesso 3 – A composição verbo-visual do <i>story</i> : rodas de conversa e debates	60
OFICINA 5: Texto 5 – Story Paredão do BBB	65
Subprocesso 1 – Organização de arquivos de <i>stories</i> jornalísticos e levantamento de interrogações discursivas	65
Subprocesso 2 – Condições de produção e circulação do <i>story</i> jornalístico	70
Subprocesso 3 – A composição verbo-visual do <i>story</i> : rodas de conversa e debates	71
OFICINA 6: Texto 6 – Story Barbie	77
Subprocesso 1 – Organização de arquivos de <i>stories</i> jornalísticos e levantamento de interrogações discursivas	77
Subprocesso 2 – Condições de produção e circulação do <i>story</i> jornalístico	79
Subprocesso 3 – A composição verbo-visual do <i>story</i> : rodas de conversa e debates	82

Subprocesso 4 – atividades de efetivação de autoria	89
CONSIDERAÇÕES FINAIS	92
REFERÊNCIAS	93

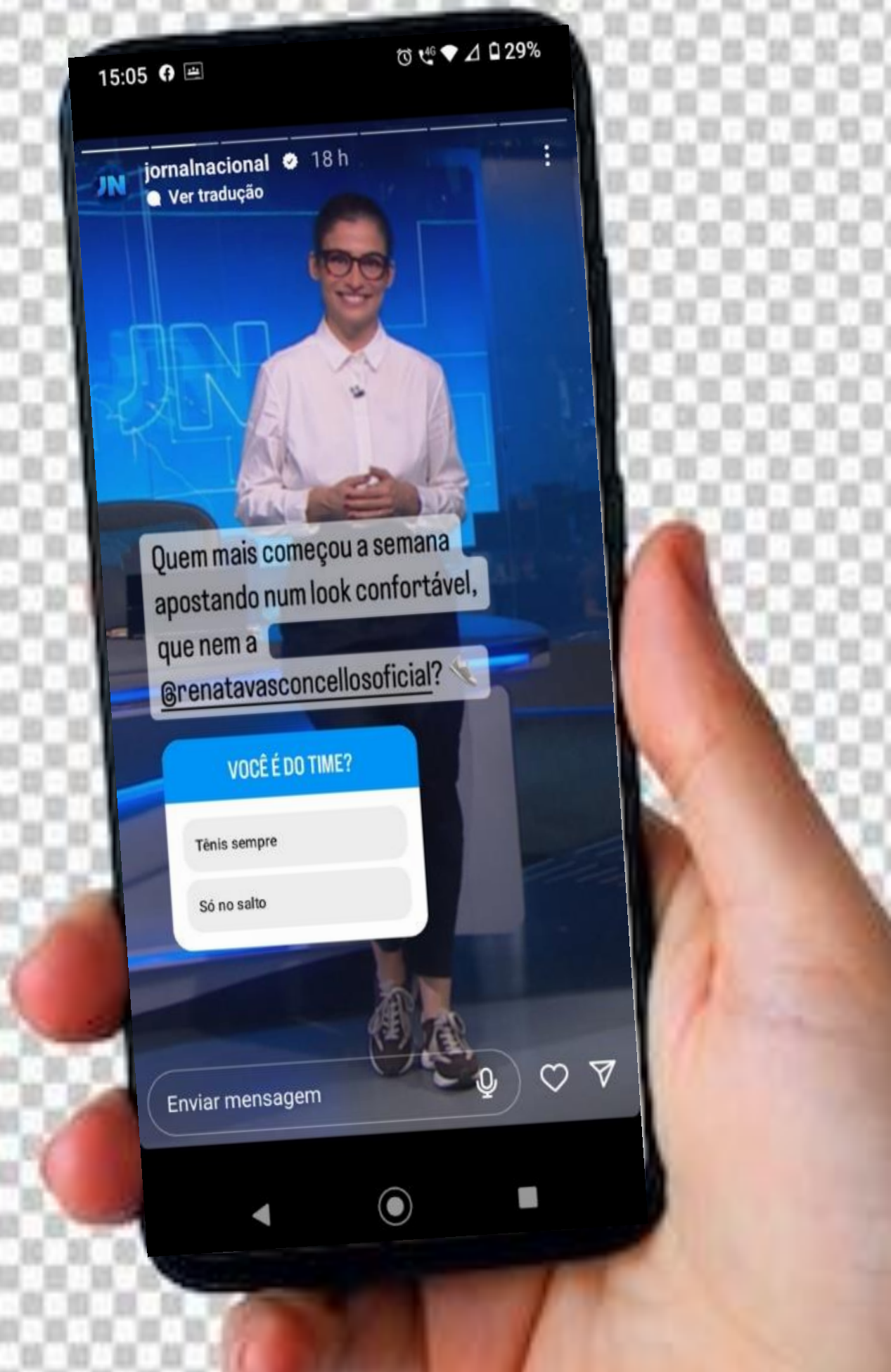
Figura 1 – Rede social



Fonte: <https://acijales.com.br/como-aumentar-as-views-dos-stories-do-instagram/>.

Acesso em: 21 nov. 2022.

OFICINA 1: Texto 1 – Story jornal nacional – Renata Vasconcellos




PONTO DE PARTIDA:

PROFESSOR(A): As oficinas 1 a 5 dividem-se em três subprocessos. No primeiro, são sugeridas atividades com o objetivo de abrir para uma leitura interpretativa do material selecionado. No segundo subprocesso, apresentam-se procedimentos relacionados às condições de produção e circulação de cada *story* selecionado para o estudo e, no terceiro subprocesso, são apresentadas sugestões de práticas de leitura que explorem a composição verbo-visual dos materiais em estudo. Na oficina 6, além dos três subprocessos de estudo citados, acrescenta-se o quarto subprocesso, com a inclusão de uma atividade de efetivação de autoria em escrita.


ORGANIZE-SE:

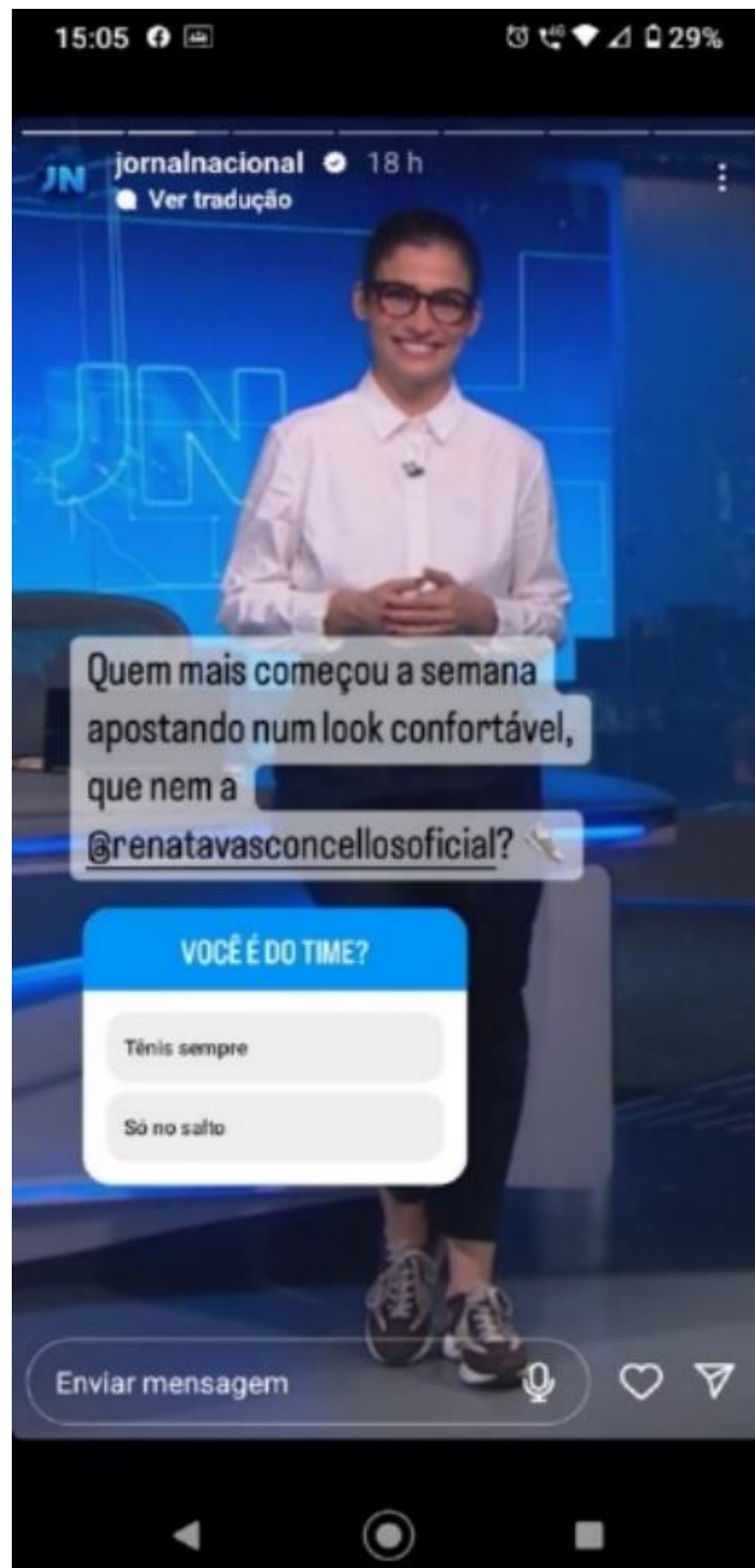
Antes de aplicar as atividades sugeridas, é fundamental que o(a) professor(a) conheça o texto a ser apresentado e estudado com os alunos, para isso, uma sugestão de análise é apresentada para cada *story* em estudo:

OFICINA 1: Texto 1 – Story jornal nacional – Renata Vasconcellos

SUBPROCESSO 1 – Organização de arquivos de *stories* jornalísticos e levantamento de interrogações discursivas

Prática de linguagem: análise prévia do material
Série: 9º ano
Objetivo: leitura interpretativa do material selecionado
Número de hora/aula: 1

Figura 2 – Story jornal nacional – Renata Vasconcellos



Fonte: *Instagram* Jornal Nacional. Acesso em: 21 nov. 2022.

SUGESTÃO DE ANÁLISE AO/À PROFESSOR(A):

O primeiro *story* selecionado circulou e foi veiculado na página do *Instagram* do Jornal Nacional e trouxe a apresentadora Renata Vasconcellos em primeiro plano. A apresentadora emerge como “garota propaganda” do telejornal e é clicada em tom mais descontraído do que o habitual. Historicamente, o chamado JN tem audiência expressiva no país e também tem uma história consolidada junto aos telejornais por ter tido grandes nomes como Cid Moreira, Sérgio Chapelin, Fátima Bernardes, Patrícia Poeta, William Bonner. Mas, atualmente, o jornal tem tentado, por meio da rede social *Instagram*, criar um novo canal de contato interativo com seus interlocutores ou tentando conquistar os mais jovens. A enquete apresentada no *story* – tênis ou salto – mobiliza os sujeitos-telespectadores em um processo subjetivo de tomada de posição, criando um efeito de intimidade com o outro. O *Instagram* funciona como canal que busca consagrar essa proximidade.

Para esse movimento de abordagem do *story*, é preciso apresentar o texto aos estudantes, de preferência em seu suporte original, com o auxílio de um projetor de slides, por exemplo, e Internet, se possível. Outra opção é apresentar o texto em papel A4 impresso grande e colorido.

PARA O ESTUDANTE:



VAMOS CONVERSAR:

Acredito que seria interessante, em termos de perguntas de leitura, propor aos estudantes reflexões sobre a jornalista e seu estilo. Sugiro, então, questões orais tais como:

1. Que fato desencadeou o *story*?

Uma possibilidade de resposta: O fato que desencadeou o *story* foi o fato de a apresentadora Renata Vasconcellos do Jornal Nacional estar usando tênis, em uma apresentação, e isso servir de mote para o perfil do jornal, no *Instagram*, lançar uma enquete com os sujeitos-internautas.

2. Você assiste ao Jornal Nacional?

Resposta pessoal.

3. Conhece a apresentadora Renata Vasconcellos?

Resposta pessoal.

4. Se substituíssemos a imagem de Renata Vasconcellos por outra celebridade/jornalista/apresentadora, os sentidos mudariam? Por quê?

Uma possibilidade de resposta: Se no *story* estivesse, por exemplo, a apresentadora Ana Maria Braga, seriam outros efeitos. Ana Maria é conhecida por ser espontânea, apresenta um programa de variedades mais leve (Mais você). Já a imagem da Renata Vasconcellos está associada à bancada do JN, em que a profissional precisa ter uma postura mais formal e séria. Assim, o *story* do JN surpreende o sujeito-leitor justamente por trazer um outro lado da jornalista que também pode ser descontraído.

5. Você acredita que o *story* está buscando um diálogo com os telespectadores?

Isso é comum? Justifique:

Uma possibilidade de resposta: Primeiro, o *story* busca um diálogo com os internautas, ao lançar uma pergunta sobre “Você é do time: () Tênis sempre ou () Só no salto? Além disso, o *story* tem uma linguagem bastante descontraída e próxima dos internautas, criando um efeito de proximidade. A jornalista também está sorridente e assumindo um estilo mais leve do que normalmente o telespectador encontra nas transmissões do JN.

SUBPROCESSO 2 – Condições de produção e circulação do *story* jornalístico

Prática de linguagem: leitura
Série: 9º ano
Objetivo: evidenciar as condições de produção e de circulação do texto.
Número de hora/aula: 1

PROFESSOR(A):

Para Orlandi (1999, p. 30), as condições de produção “compreendem fundamentalmente os sujeitos e a situação”, que em sentido estrito podemos dizer que

se trata das circunstâncias da enunciação, o contexto imediato e, em sentido amplo, as condições de produção abrangem também o contexto sócio-histórico, ideológico.

Em termos de composição do *story*, temos a imagem da apresentadora sorridente, usando camisa branca, calça preta e um tênis esportivo/casual. O enunciado verbal “Quem mais começou a semana apostando em um look confortável, que nem a @[renatavasconcellosocial?](#)”. Vale destacar que é sugerida uma enquete aos seguidores do perfil do Jornal Nacional no *Instagram*: Você é do time: Tênis sempre ou Só no salto. Com efeito, o estilo despojado da apresentadora – que na bancada no jornal assume um estilo sério e elegante –, é pauta e serve de mote para a rede social engajar os seguidores na enquete que, historicamente, constitui práticas de interação dos veículos de comunicação com seus telespectadores.

PARA O ESTUDANTE:

Tendo em vista uma abordagem do texto, algumas perguntas sobre condições de produção poderão ser lançadas aos estudantes no ato da apresentação do *story*.



REGISTRO DE IDEIAS

Observe o *story* apresentado, em seguida, responda as seguintes questões:

1. O *story* circula no *Instagram* a partir do perfil do Jornal Nacional. Comente sobre o papel do JN na TV brasileira e depois registre sua resposta:

Uma possibilidade de resposta: O JN é um jornal muito tradicional, de audiência expressiva e cujos conteúdos são, em grande parte, visualizados pelos telespectadores. Mas claro que a depender da posição do sujeito-telespectador, o jornal pode ser visto como não confiável, tendencioso.

2. Você considera a jornalista apresentadora Renata Vasconcellos popular?

Justifique:

Resposta pessoal.

3. Que sentidos estão em jogo quando pensamos na publicação de um *story* sobre o estilo de uma jornalista de um importante telejornal?

Uma possibilidade de resposta: Estão em jogo sentidos ligados a uma tentativa de o jornal se aproximar dos sujeitos-telespectadores. A jornalista, que é séria e precisa assumir uma posição firme/de credibilidade na bancada, está num momento descontraído e apostando num look confortável, apesar de não deixar de lado uma camiseta. O telejornal busca tornar a apresentadora mais próxima do público e, com isso, o jornal também se aproxima da rotina dos internautas.

PROFESSOR(A):

Vale ainda refletir sobre a forma como o JN utiliza a rede social do *Instagram*, como um canal de interação com o público a partir da figura da apresentadora que deixa de ter um ar sério e aparece, na imagem, mais leve e despojada. A apresentadora está mais próxima (com seu look confortável) do sujeito-internauta, que também pode se aproximar do JN.

Em virtude das plataformas de *streaming*, canais por assinatura, séries, muitos telespectadores deixaram de acompanhar jornais, novelas ou programas na TV aberta. Desse modo, é possível notar um esforço do jornal ou da rede Globo para criar um clima de proximidade com o internauta e/ou usuário da rede social. O tom amistoso e informal do *story*, seja nas marcas linguísticas a saber: apostando, look, que nem, seja no click da jornalista em um momento descontraído e sorridente, funciona como um recurso para trazer o internauta para a audiência do JN.

Também, é relevante considerar o papel do Jornal Nacional em termos de programa presente na TV brasileira há muitos anos e, assim, é interessante sugerir uma pesquisa na internet.

Faça uma pesquisa na Internet, a partir de uma busca no Google sobre a origem do JN – Jornal Nacional

Figura 3 – Pesquisa



Fonte: https://www2.ifal.edu.br/noticias/pro-reitoria-retifica-resultado-final-do-pibid-e-pibit/pesquisa.png/image_view_fullscreen. Acesso em: 10 nov. 2023

Uma possibilidade de resposta:

Jornal Nacional (também conhecido pela sigla JN) é um telejornal exibido pela Rede Globo, desde 1º de setembro de 1969, sendo um dos programas mais antigos a permanecer no ar. Foi criado por Armando Nogueira e é o telejornal com mais audiência na TV brasileira.

Fonte: Texto adaptado de wikipédia. Disponível em:

https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Jornal_Nacional&oldid=65562404. Acesso em: 25 mar. 2023.

Subprocesso 3 – A composição verbo-visual do *story*: rodas de conversa e debates

Prática de linguagem: leitura
Série: 9º ano
Objetivo: conduzir a leitura interpretativa e polissêmica/polêmica do texto.
Número de hora/aula: 1

PROFESSOR(A):

Em uma primeira entrada no material – texto 1: *story* Jornal Nacional – Renata Vasconcellos, o que chama a atenção é o estilo alternativo/despojado da jornalista que usa tênis e roupa esporte fino, em um *story* jornalístico, cujo efeito é de divulgação. A página do jornal, na rede social, coloca a apresentadora como alguém próximo do sujeito-internauta. Uma pergunta sobre o começo da semana “Quem mais apostou num look confortável que nem a [@renatavasconcellosocial?](#)” é um modo amigoso e familiar de manter o diálogo com o sujeito-telespectador.

Nesse caso, as atividades de rodas de conversa e debates servirão para que os alunos marquem suas posições de leitores e se filiem a redes de sentidos – se identificam com o estilo despojado de Renata neste *story*, preferem o estilo mais formal da apresentadora ou se identificam com um outro estilo?

De fato, é possível perguntar:

PARA O ESTUDANTE:

Uma jornalista/apresentadora pode ser referência?

Você conhece a jornalista e ex modelo Renata Vasconcellos?

Podemos pensar que ela é uma celebridade?

Você se identifica com o *look* de Renata? Prefere tênis ou salto?

Comumente as jornalistas ou apresentadoras usam que tipo de roupa/ calçado?

PROFESSOR(A):

É preciso dar escuta aos sujeito-leitores que não se identificam com o salto ou com o *look* da jornalista. Podemos pensar que os estudantes podem trazer outras posições, como: os que gostam de botas, roupa descolada, não combinar roupa social com tênis, por exemplo.

É possível trabalhar com a dimensão da imagem e dos elementos digitais (como o endereço do perfil, a figurinha de um tênis e símbolos relativos à rede social). A jornalista Renata Vasconcellos é trazida em primeiro plano, tendo ao fundo o cenário nas cores azul e branco do Jornal Nacional em que aparece a sigla JN, e está com um traje esporte fino e usa tênis. Essa combinação da camisa e calça social que remete a um estilo de mulher executiva e o tênis que está relacionado ao esporte, ao casual, pode gerar opiniões divergentes e representa tendências atuais na moda. Vale discutir *looks* nos quais se combinam vestido com tênis, blazer com um calçado mais esportivo. Também, comentar sobre a jornalista como celebridade ou pessoa pública é um movimento interessante.

PARA O ESTUDANTE:**CONSTRUÇÃO DO TEXTO: LINGUAGEM E SENTIDOS**

Agora que conversamos um pouco sobre o que observamos no *story*, vamos nos aprofundar na linguagem do texto. Para isso, responda, em seu caderno, as seguintes questões:

1. Como você considera a jornalista Renata Vasconcellos? Como ela é vista?

Resposta pessoal.

2. Como a empresa jornalística Globo é vista? A quem essa se dirige? Que tom a Globo usa ao falar com os internautas?

Uma possibilidade de resposta: A empresa é a maior e mais poderosa empresa jornalística do Brasil, normalmente líder em audiência em diversos horários. O *story* se dirige a um público que utiliza a rede social *Instagram*. A Globo (JN) usa um tom informal, mais próximo do sujeito-telespectador ou internauta.

3. Que sentidos podem ser atribuídos à imagem de Renata Vasconcellos, uma apresentadora cujo perfil é mais sério, quando ela aparece em um *story* sorridente e apostando no uso de um tênis?

Uma possibilidade de resposta: A imagem de Renata, em um momento leve e descontraído, traz um outro lado da profissional, buscando aproximar a jornalista do público. Ainda, há uma tentativa de desmistificar a moda ortodoxa, trazendo à tona um estilo que pode conjugar roupa social e calçados mais confortáveis.

4. O que é ser descolado ou alternativo, em termos de moda?

Resposta pessoal.

5. Na montagem do texto, percebemos alguns recursos, por exemplo, a figura do tênis. Quais sentidos ela sugere ao texto?

Uma possibilidade de resposta: O engajamento no *Instagram* é fundamental. Para essa finalidade, a figurinha para *stories* no *Instagram* se torna uma excelente opção, já que o seu objetivo é mesmo criar correntes de aproximação e interação, nesse caso, a figura do tênis produz um sentido de um estilo mais descolado, jovem e esportivo, sugerindo mais uma vez aproximação do jornal a um público mais jovem.

OFICINA 2: Texto 2 – Story Pelé



OFICINA 2: Texto 2 – Story Pelé

Subprocesso 1 – Organização de arquivos de *stories* jornalísticos e levantamento de interrogações discursivas

Prática de linguagem: análise prévia do material
Série: 9º ano
Objetivo: leitura interpretativa do material selecionado
Número de hora/aula: 2

Figura 4 – Story Pelé



Fonte: portal do *Instagram* Cianoticias. Acesso em: 17 fev. 2023.

SUGESTÃO DE ANÁLISE AO/À PROFESSOR(A):

O *story* jornalístico selecionado é relativo à morte do rei Pelé e foi publicado por Cianoticias, um portal de notícias da cidade de Cianorte e região, que publica notícias em tempo na rede do *Instagram*.

Considerando um sentido estabilizado e historicamente determinado no qual a notícia deva ter caráter de ineditismo, de novidade e furo, a morte do grande atleta

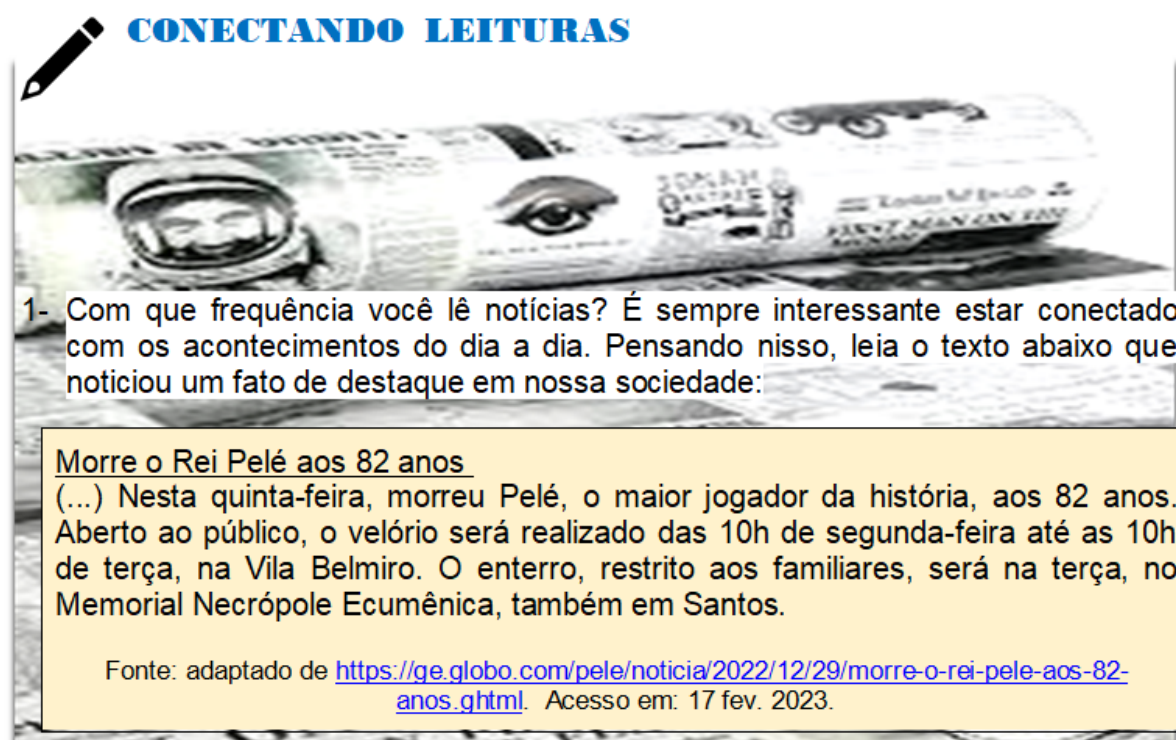
repercutiu em diversos meios de comunicação e foi amplamente comentada na imprensa.

Importante professor (a) que você trabalhe com o fato noticiado (morte de Pelé), a designação rei do futebol presente no *story*, a imagem visual da bola dourada, além do fundo em preto que reitera um sentido de luto.

Antes de trabalhar efetivamente com *story*, sugiro a leitura da notícia abaixo como atividade anterior à leitura e, a seguir, perguntas para preparar os alunos para a leitura do *story* que virá na sequência.

PARA O ESTUDANTE:

Figura 5 – Papel de parede vintage jornal



CONECTANDO LEITURAS

1- Com que frequência você lê notícias? É sempre interessante estar conectado com os acontecimentos do dia a dia. Pensando nisso, leia o texto abaixo que noticiou um fato de destaque em nossa sociedade:

Morre o Rei Pelé aos 82 anos
 (...) Nesta quinta-feira, morreu Pelé, o maior jogador da história, aos 82 anos. Aberto ao público, o velório será realizado das 10h de segunda-feira até as 10h de terça, na Vila Belmiro. O enterro, restrito aos familiares, será na terça, no Memorial Necrópole Ecumênica, também em Santos.

Fonte: adaptado de <https://g1.globo.com/pele/noticia/2022/12/29/morre-o-rei-pele-aos-82-anos.ghtml>. Acesso em: 17 fev. 2023.

Fonte: https://www.tacolado.com.br/linha-vintage/papel-de-parede-vintage-jornal?variant_id=85723. Acesso em: 10 nov. 2023.

Agora, observe o texto para conversarmos sobre as seguintes questões:

Figura 6 – *Story* Pelé



Fonte: portal do *Instagram* Cianoticias. Acesso em: 17 fev. 2023.

1. Que fato desencadeou o *story*?

Uma possibilidade de resposta: O *story* jornalístico foi desencadeado pelo falecimento do jogador Edson Arantes do Nascimento, Pelé, aos 82 anos de idade, no dia 29 de dezembro de 2022.

2. O *story* noticia a morte de um grande jogador brasileiro. Na sua opinião, por que Pelé é considerado uma celebridade?

Resposta pessoal. Aqui tanto o sujeito-leitor pode considerar que Pelé, de fato, foi o maior jogador de todos os tempos ou então considerar que Pelé foi um ótimo jogador no seu tempo, mas que atualmente há outros jogadores melhores, por exemplo.

3. Como a morte de Pelé repercutiu no mundo do futebol? A notícia de que havia falecido o jogador melhor/maior de todos os tempos trouxe polêmica se ele seria, de fato, o maior jogador da história? Comente:

Uma possibilidade de resposta: A notícia da morte do jogador repercutiu/circulou de modo bastante evidente, sobretudo, na internet. Muitas publicações de atletas, chefes de Estado, artistas, jogadores, lamentando a morte de Pelé, desejando descanso eterno, paz, força à família, elogiando seu talento, agradecendo seu legado. Contudo, no seu velório, muitos grandes jogadores não se fizeram presentes, o que gerou, na imprensa, muitas críticas. Além disso, a morte de Pelé gerou polêmicas quando emergiram perguntas em meio ao jornalismo esportivo: se Pelé realmente é/foi o melhor de todos os tempos, se foi um craque, mas somente no tempo em que jogava, se haveria um outro jogador que reunisse todas as qualidades do atleta brasileiro Pelé. Emergiram ainda discussões sobre o preparo dos jogadores, as diferenças das épocas, por exemplo, afirmações de que os jogadores da atualidade têm mais preparo físico que Pelé, melhores chuteiras e/ou maiores fortunas.

Subprocesso 2 – Condições de produção e circulação do *story* jornalístico

Prática de linguagem: leitura
Série: 9º ano
Objetivo: evidenciar as condições de produção e de circulação do texto.
Número de hora/aula: 2

PROFESSOR(A):

Primeiramente, em termos de condições de produção imediatas, vale frisar que o fato relacionado à morte de um grande atleta conhecido no mundo todo é o mote da produção do *story* que está relacionado a um efeito-notícia. A notícia da morte de Edson Arantes do Nascimento, o Pelé, ocorreu no dia 29 de dezembro de 2022, aos 82 anos, na cidade de São Paulo, foi trazida por diferentes meios de comunicação e sensibilizou pessoas comuns, torcedores e outros atletas. Desse modo, nesse momento, pode-se trazer outros textos que noticiaram a morte do jogador e solicitar,

inclusive, que os alunos pesquisem e tragam para a sala de aula imagens, textos que também divulgaram a morte do atleta.

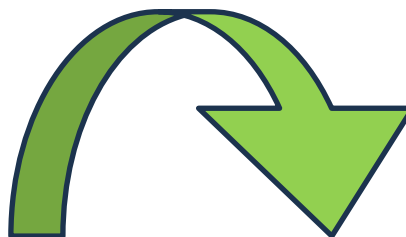
Em termos de condições sócio-históricas mais amplas, o *story* retoma sentidos ligados à memória do Brasil, país do futebol a partir do qual Pelé designado como “rei” e “atleta do século” emerge como representação de um brasileiro conhecido no mundo todo e de grande influência entre autoridades, políticos, chefes de estados, atletas e personalidades mundiais.

Para tanto, sugiro, professor(a), a construção de um arquivo de leitura, que será produto de pesquisas realizadas pelo próprio sujeito-aluno, de modo a propiciar a construção do conhecimento referente ao jogador Pelé.

PARA O ESTUDANTE:



SAIBA MAIS



Atividade proposta:

1. Pesquise na Internet, jornais ou revistas, textos sobre o jogador Pelé (textos verbais, imagens ou vídeos) e entregue para seu/sua professor(a) para juntos realizarmos algumas discussões.

PROFESSOR(A):

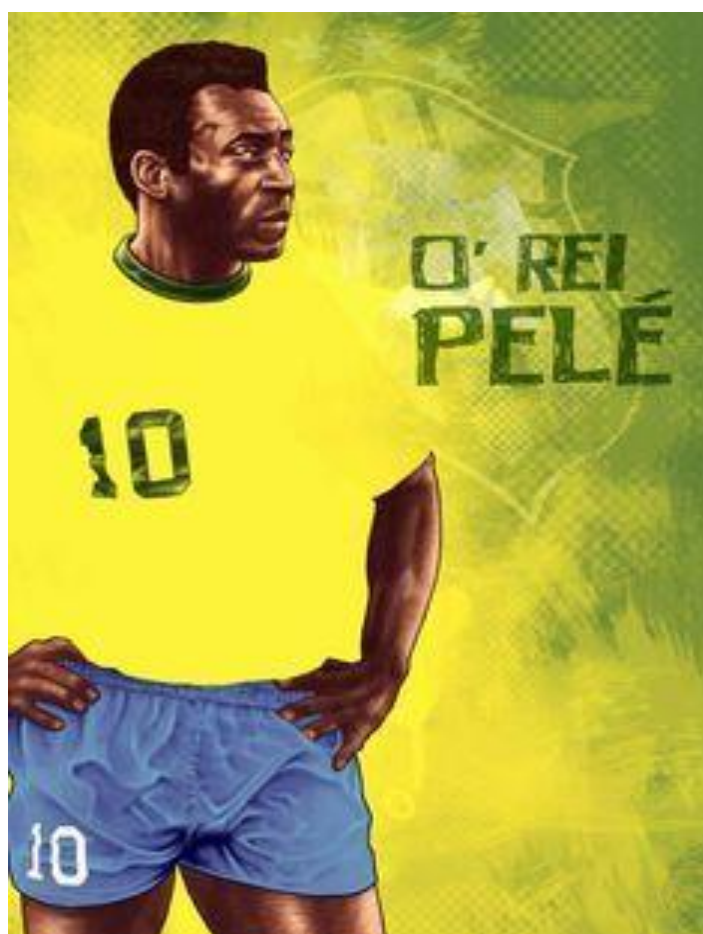
Simulando uma busca no site *Google*, encontramos algumas imagens e textos relacionados ao jogador Pelé que poderiam ser encontrados na pesquisa solicitada aos estudantes. Seguem abaixo outras materialidades para confronto e discussão, as quais, você professor(a), poderá apresentar aos estudantes complementando o debate.

BIOGRAFIA DE PELÉ

Pelé (1940-2022) foi um jogador brasileiro de futebol. Conhecido como "Rei Pelé", encantou o mundo com seus dribles e passes. Foi nomeado Embaixador Mundial do Futebol. Foi eleito o "Atleta do Século". Levou o Santos Futebol Clube, onde atuou por mais de duas décadas, a ganhar mais de quarenta títulos. (...)

Fonte: texto adaptado de <https://www.ebiografia.com/pele/>. Acesso em: 17 fev. 2023.

Figura 7 – O rei Pelé



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/629941066615405623/>. Acesso em: 17 fev. 2023.

PELÉ

Pelé é considerado o melhor jogador de futebol de todos os tempos, é o maior artilheiro do mundo, com 1281 gols, e foi o jogador mais jovem a vencer uma Copa do Mundo.

Fonte: <https://brasilecola.uol.com.br/biografia/pele.htm>. Acesso em: 17 fev. 2023.

Quantas vezes Pelé foi eleito o melhor jogador do mundo?

Maior jogador de futebol de todos os tempos só recebeu premiação após aposentadoria [...] O troféu da Fifa, que antes era conhecido como “Best Player of the year”, só foi criado em 1991, muitos anos após a aposentadoria de Pelé. Por isso, ele nunca pôde concorrer ao prêmio da entidade máxima do futebol. [...]

Fonte: adaptado de <https://www.lance.com.br/futebol-internacional/quantas-vezes-pele-foi-eleito-o-melhor-jogador-do-mundo.html>. Acesso em: 17 fev. 2023.

Revista inglesa elege Messi o melhor da história e Pelé aparece na quarta colocação

Revista ‘FourFourTwo’ coloca o camisa 30 do PSG na frente de Maradona, líder anterior

Figura 8 – Messi



Fonte: adaptado de <https://tntsports.com.br/melhorfuteboldomundo/Revista-inglesa-elege-Messi-o-melhor-da-historia-e-Pele-aparece-na-quarta-colocacao-20221010-0014.htm>. Acesso em: 1 out. 2022.

Figura 9 – Futebol



Fonte: adaptado de <https://celulapop.com.br/maradona-melhor-que-pele/>. Acesso em: 17 fev. 2023.

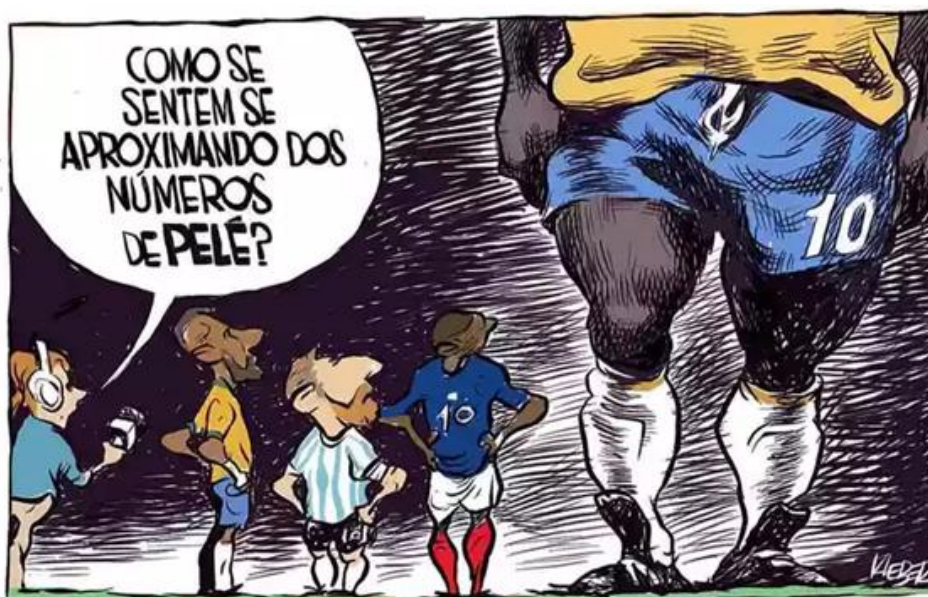
Morreu Diego Armando Maradona. Foi o maior jogador de futebol de seu tempo, talvez de todos os tempos. Foi vencido aos 60 anos após uma vida de abusos e intensidade, que lhe permitiu ser uma das pessoas mais conhecidas do planeta. Sinônimo de futebol, sinônimo de Argentina. De molecagem, talento, excesso, resistência, exagero. Maradona viveu e morreu como um mito. Um sujeito que era humano, errava a olhos vistos, não parecia ter papas na língua e não tinha medo de abraçar suas convicções. Era um cara progressista, de esquerda, que colecionava fotos com Fidel Castro, Lula, Hugo Chávez e outros líderes políticos de seu tempo. E as exibia. Porque Maradona era exibido. Ele gostava de ser como era. Abusava do corpo, mas devia pensar: ora, se a vida é essa aqui, então vou viver logo. E assim o fez. No meio do caminho, conquistou campeonatos, copas, taças, títulos e assinou seu nome embaixo de gols que entraram para o melhor do melhor futebolístico de todos os tempos.

[...] Maradona, melhor que Pelé? Eu acho. Pelo futebol, pela intensidade, pelas convicções políticas.

[...] Pelé foi o maior jogador brasileiro de todos os tempos. O que não é suficiente para que tenha sido o maior do mundo de todos os tempos.

Fonte: adaptado de <https://celulapop.com.br/maradona-melhor-que-pele/>. Acesso em: 17 fev. 2023.

Figura 10 – Charge



Fonte: Kleber Sales – <https://twitter.com/correio/status/1599697587677712384>. Acesso em: 17 fev. 2023.

O verbete:

“pe.lé adj m+f sm+f Que ou aquele que é fora do comum, que ou quem em virtude de sua qualidade, valor ou superioridade não pode ser igualado a nada ou a ninguém, assim como Pelé®, apelido de Edson Arantes do Nascimento (1940-2022), considerado o maior atleta de todos os tempos; excepcional, incomparável, único. Exemplos: Ele é o Pelé do basquete, ela é a Pelé do tênis, ela é a Pelé da dramaturgia brasileira, ele é o Pelé da medicina”.

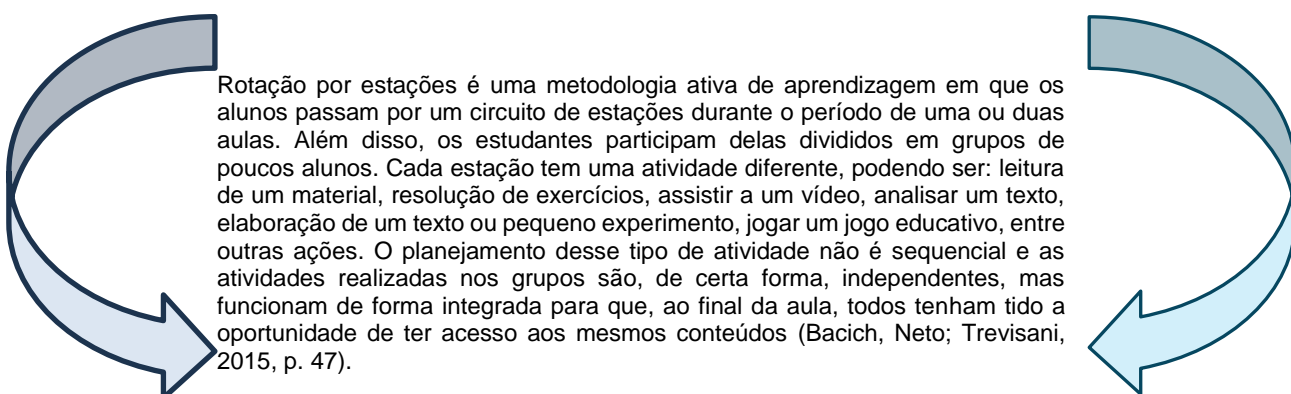
Homenagem do dicionário Michaelis para o Rei.

Fonte: https://cultura.uol.com.br/esporte/noticias/2023/04/26/5368_nome-de-pele-e-oficializado-como-verbete-no-dicionario-michaelis.html. Acesso em: 17 fev. 2023.



ROTAÇÃO POR ESTAÇÕES:

Depois de organizados, esses diferentes arquivos construídos podem ser colocados à disposição dos estudantes, a partir da metodologia de rotação por estações, onde os materiais poderão ser compartilhados, apreciados, discutidos e debatidos entre os grupos de alunos.



Subprocesso 3 – A composição verbo-visual do *story*: rodas de conversa e debates

Prática de linguagem: leitura
Série: 9º ano
Objetivo: conduzir a leitura interpretativa e polissêmica do texto.
Número de hora/aula: 4

PROFESSOR(A):

Na composição do *story*, destacamos pontos relevantes que devem ser levados em conta no processo de leitura: primeiro, temos a imagem do jogador, em primeiro plano, trajando uma camiseta preta, de olhos fechados, com a face serena, aparentemente feliz, com o rosto encostado em uma bola dourada, abraçando-a, o que pode sugerir um sentido de admiração, amor e gosto pelo esporte.

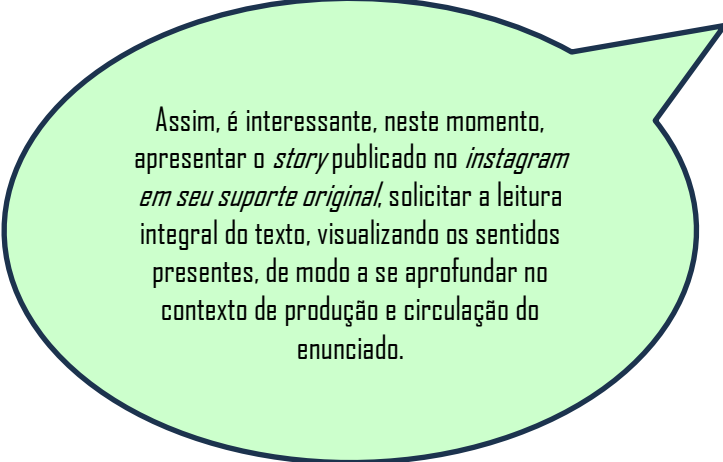
A bola aparece na cor dourada, lembrando a cor de ouro, o que nos traz um significado de vitória e dominação, simbolizando também a perfeição, o *ranking* de primeiro lugar. Podemos, ainda, associar a cor dourada a toda a riqueza conquistada pelo atleta e suas conquistas ao longo dos anos de carreira. Logo abaixo, temos o

texto verbal nas letras de cor branca “Morre o rei do futebol Pelé” em destaque, seguido de um pequeno subtítulo, também na mesma cor, explicando a razão de sua morte. Ao trabalhar com essas representações ligadas à bola dourada ou ao reinado do esportista, o *story* parece dar um destaque maior à celebridade que foi Pelé e não à razão de sua morte, algo que pode ser levantado nos movimentos de leitura do texto. Podemos pensar, também, na figura de linguagem utilizada para nomear o jogador: “rei do futebol”, uma metonímia que o caracteriza e, ao mesmo tempo, ficou marcada no mundo todo ao ser utilizada para designar o jogador. Além disso, temos no plano de fundo da composição do texto a cor preta que nos remete a luto e morte.

Um efeito de um sombreamento branco que segue o contorno da imagem do corpo do jogador remetendo a uma atmosfera angelical, sugerindo que o atleta, que tinha falecido, está/passou para/em outro plano ou ainda pensar que as pessoas, depois de seus falecimentos, podem ser lembradas somente por suas virtudes e se tornarem santificadas.

Dimensão verbal e visual do *story*: ativando relações

A fim de explorar a dimensão verbal e visual do *story*, pode-se apresentar algumas questões orais, explorando o aspecto visual, para que, na sequência, os estudantes possam responder a algumas questões por escrito.



Assim, é interessante, neste momento, apresentar o *story* publicado no *instagram* em seu suporte original, solicitar a leitura integral do texto, visualizando os sentidos presentes, de modo a se aprofundar no contexto de produção e circulação do enunciado.

PARA O ESTUDANTE:



CONSTRUÇÃO DO TEXTO: LINGUAGEM E SENTIDOS

1. Quem produziu esse *story*?

Uma possibilidade de resposta: O *story* foi produzido, possivelmente, por um sujeito-jornalista responsável pelas publicações de notícias no portal de notícias – Cianoticias.

2. Onde ele foi veiculado no ato da postagem?

Uma possibilidade de resposta: O *story* foi veiculado pelo portal de notícias – Cianoticias.

3. Podemos saber quando ele foi publicado? Explique:

Uma possibilidade de resposta: Sim, caso consigamos visualizá-lo nas 24 horas em que fica disponível.

4. Em qual suporte ele circulou no momento em que foi publicado?

- a. em uma revista digital;
- b. em um blog;
- c. um jornal;
- d. em uma rede social.

Resposta esperada: letra d.

5. Que elementos visuais presentes no *story* nos ajudam a perceber qual é o público alvo nesse *story*?

Uma possibilidade de resposta: A imagem do *story* nos remete a um público que se interessa por esportes, uma vez que traz o jogador Pelé considerado rei do futebol.

6. Que sentidos estão em jogo quando observamos a imagem de Pelé, levemente sorridente, com os olhos fechados e o rosto inclinado em uma bola?

Sugestão de resposta: Os sentidos possíveis remetem à memória do craque de futebol que tinha grande amor pela bola que, em termos de metonímia, é símbolo/parte do futebol. Essa bola é dourada e faz referência à excelência do jogador (ouro faz alusão ao primeiro lugar). A postura carinhosa do jogador em relação à bola reitera sentidos ligados à dedicação, amor e apreço que o jogador teve pelo futebol. O fundo

em preto faz referência ao luto, justamente, porque o *story* noticia o falecimento do atleta.

7. Que sentidos podemos atribuir no uso das letras maiúsculas para a mensagem “MORRE O REI DO FUTEBOL PELÉ” no centro do *story* e a não utilização deste recurso com a mensagem “O ex-jogador de 82 anos estava internado lutando contra câncer” que aparece como um subtítulo no texto?

Uma possibilidade de resposta: A expressão em letra caixa alta diz respeito à manchete da notícia, ou seja, seu título e produz o efeito de chamar a atenção do sujeito-leitor para o fato – morte de um grande jogador. Já a formulação que segue abaixo “o ex-jogador de 82 anos ...” diz respeito ao subtítulo e produz o efeito de ampliar a manchete (título da notícia). Nesse caso, a morte ganha mais destaque que a causa. Mas ao mesmo tempo, a causa também é materializada no *story*, visto que desperta o interesse dos sujeitos-leitores.

8. Como você avalia a escolha das cores pelo autor para a construção do *story*? Por que a escolha destas cores e não outras?

Uma possibilidade de resposta: A escolha da cor preta está relacionada ao luto, já o dourado, atinente à bola, retoma a memória de excelência do jogador que foi/é designado “o rei do futebol”. Não seria respeitoso um *story* com tons alegres. Além disso, o dourado/ouro historicamente representa o primeiro lugar em competições e o jogador sempre ocupou este patamar em sua carreira.

9. Como você avalia a escolha do termo REI para a construção do *story*? Por que a escolha deste termo e não outro?

Uma possibilidade de resposta: A escolha do termo rei tanto retoma um título dado ao jogador Pelé quanto reitera sentidos ligados à expressiva carreira que o atleta brasileiro teve, seu sucesso mundial, seu reconhecimento.

10. Marque a alternativa que demonstre a importância ou o valor dado pelo portal de notícia Cianoticias ao fato noticiado:

- a. a empresa demonstra não se interessar por fatos que envolvem o universo do futebol;
- b. a empresa pretende noticiar o ocorrido e demonstra se importar com fatos que envolvam esportes.

Resposta esperada: letra b.

Figura 11 – Speech balloon



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/907053181174460017/>.

Acesso em: 10 nov. 2023.

2. ATIVIDADE:



PROBLEMATIZANDO DISCURSOS

PROFESSOR(A):

Tal atividade será empreendida a partir da utilização de dicionários com o objetivo de problematizar os sentidos estabilizados em torno do termo: *celebridade*. O objetivo desta proposta de atividade, a partir da referência ao jogador Pelé, consiste em trabalhar com práticas de leitura a partir da palavra “*celebridade*” e “*subcelebridade*” como objeto de um debate, ancorado em uma prática de leitura polêmica, isto é, aberta a uma diversidade de sentidos.

O propósito, nesse caso, é o de desestabilizar os discursos em que “*celebridade*” remete a uma pessoa famosa e notável. Mas será que toda pessoa tida ou que se projeta como *celebridade*, de fato, faz algo de célebre, tem renome, é extraordinário(a)? Muitas vezes, a própria mídia se refere a tais pessoas públicas como “*subcelebridades*”. Esse neologismo é bastante interessante e permite a discussão sobre o paradoxo de a *subcelebridade* “ser famosa somente por ser famosa”. Em meio à escuta de outros sentidos possíveis, o enfoque no dicionário é ponto de partida para que, na sequência, os alunos possam discutir sobre e problematizar os sentidos cristalizados sobre a palavra “*celebridade*”.

ORGANIZANDO A CONVERSA

Solicitamos ao/à professor(a) que divida a turma em quatro grupos, de modo que dois grupos devem escrever sentidos de “celebridade” e os outros dois, sentidos de "subcelebridade". O objetivo será o de propor um levantamento de quais sentidos os alunos dariam a tais palavras, antes mesmo da consulta a um dicionário.

Na sequência, os grupos colocarão em confronto suas definições e, também, na relação com os sentidos encontrados no dicionário. Neste momento, será interessante haver um novo confronto em meio a outros sentidos levantados em uma busca por *sites* da internet, ou seja, sentidos que se relacionam às palavras celebridade e subcelebridade.

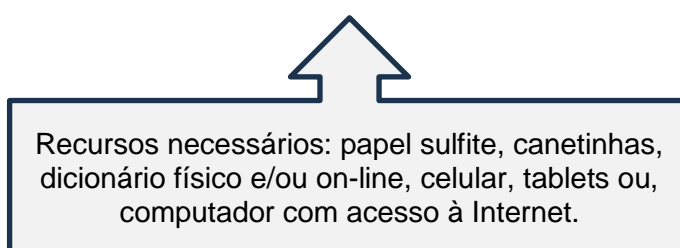


Figura 12 – Ouvidoria



Fonte: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.gov.br/ouvidorias/pt-br/ouvidorias/eventos/seminario-regional-de-ouvidoria-nordeste/apresentacoes/oficina-criacao-e-implementacao-de-ouvidorias-municipais.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2023.

Este movimento polêmico de confronto entre definições é uma sugestão de viabilizar um olhar para outros sentidos que foram apagados do/no dicionário. De fato, é preciso trabalhar com outras possibilidades de significação e deslocar o imaginário de que o dicionário abarca todos os sentidos de uma dada palavra.

Consultando *sites* de busca, foram encontradas definições interessantes que podem ser confrontadas:

Celebridade é a fama e atenção pública concedida pelos meios de comunicação pública entre as pessoas, animais, mas geralmente é aplicada a pessoas ou grupos de pessoas (casais de celebridades, famílias etc...) que recebem esse *status* de fama e atenção. O *status* de celebridade geralmente é associado à riqueza (geralmente conhecida como fama e fortuna), enquanto a fama através do entretenimento é geralmente associada ao status de celebridade,^{[1][2]} enquanto líderes políticos frequentemente se tornam celebridades. As pessoas também podem se tornar celebridades devido à atenção da mídia no seu estilo de vida, riqueza ou ações controversas, ou por sua conexão com uma pessoa famosa.

Fonte: <https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Celebridade&oldid=65724086>. Acesso em: 17 fev. 2023.

Subcelebridades

O termo subcelebridade é um neologismo, usado em meios de comunicação em geral^{[5][6]} para se referir a, entre outros casos, namoradas (ou ex-namoradas) de jogadores de futebol e artistas, ex-participantes de reality shows,^[7] ou pessoas conhecidas por seus dotes físicos exagerados, a exemplo no Brasil das “mulheres fruta”. Essas pessoas são, basicamente, “famosas por serem famosas”.

Diferente de uma celebridade, uma subcelebridade não é consolidada e nem tem profissão definida. Ela normalmente alcança fama com assuntos apelativos e exposição pessoal, de visível interesse do público, mantendo-se através de paparazzos e divulgação em meios de comunicação.^[8] Desde 2011, a mídia vem referindo-se a subcelebridade como “personalidade da mídia”.^{[9][10]}

Seu equivalente em inglês é “subcelebrity”.^[11]

Fonte: <https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Celebridade&oldid=65724086>. Acesso em: 17 fev. 2023.

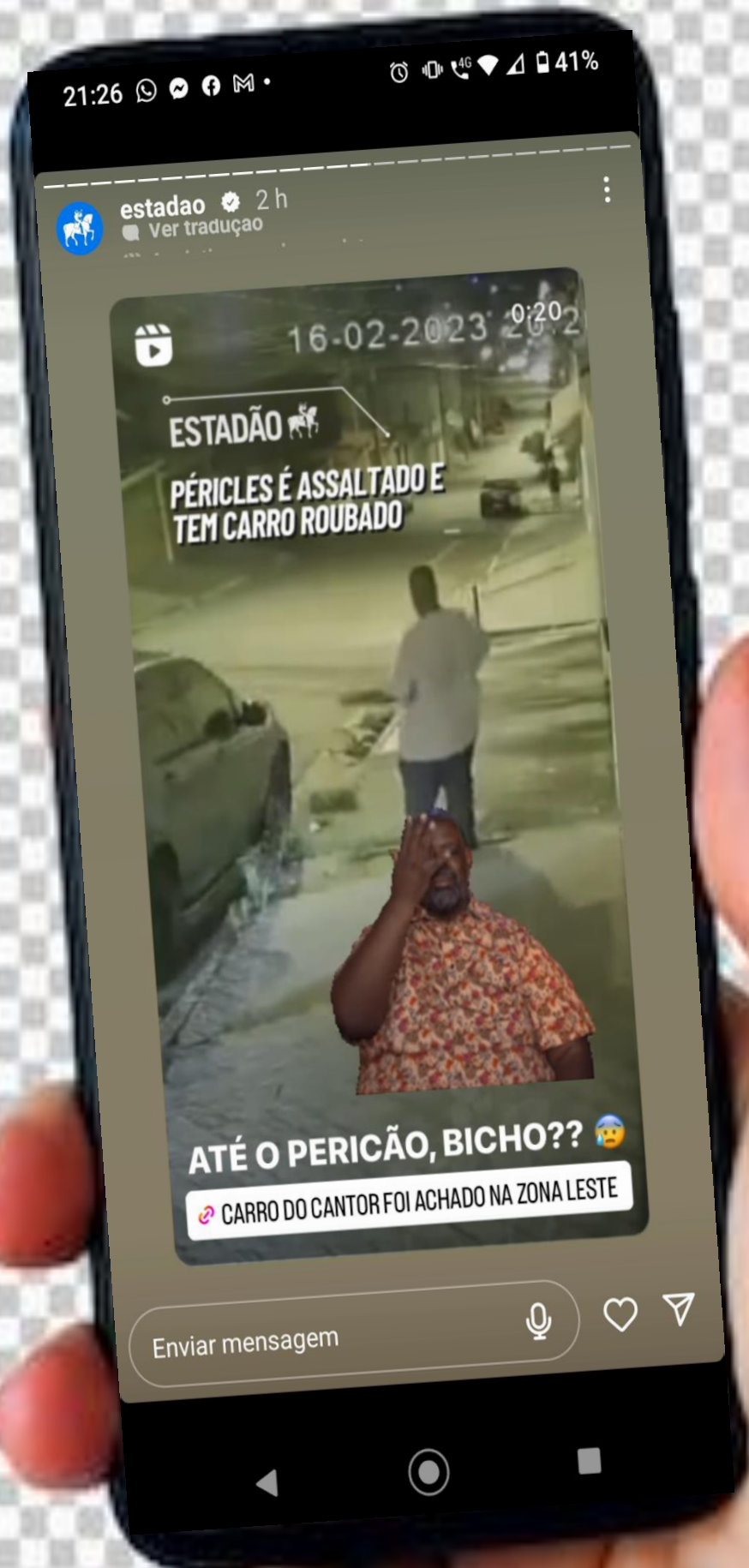
SUBCELEBRIDADES X CELEBRIDADES: ENTENDA COMO SE CRIA A IMAGEM PÚBLICA DE UM FAMOSO

Assessores explicam como aconselham seus clientes famosos para conseguir um lugar ao sol

Você abre os portais de notícias e lá estão elas com seus cliques do *Instagram*, mostrando a série de exercícios para o glúteo, fazendo biquinho em foto com o cachorro e dividindo com seus seguidores o prato do almoço repleto de vegetais e proteínas. **As subcelebridades alcançam a fama momentânea com assuntos polêmicos e namoros com famosos.** Trabalho? O trabalho delas é se manter nos assuntos do dia. Nem que seja com a famosa apelação ao corpo. Já as **celebridades** tentam de todo jeito descolar a imagem desse tipo de apelação. E fazem questão de frisar que a fama é consequência do trabalho, não um fim em si. Afinal, são anos de estrada, batalhando por um lugar ao sol.

Fonte: <https://entretenimento.r7.com/famosos-e-tv>. Acesso em: 17 fev. 2023.

OFICINA 3: Texto 3 – Story Péricles



OFICINA 3: Texto 3 – Story Péricles

Subprocesso 1 – Organização de arquivos de *stories* jornalísticos e levantamento de interrogações discursivas

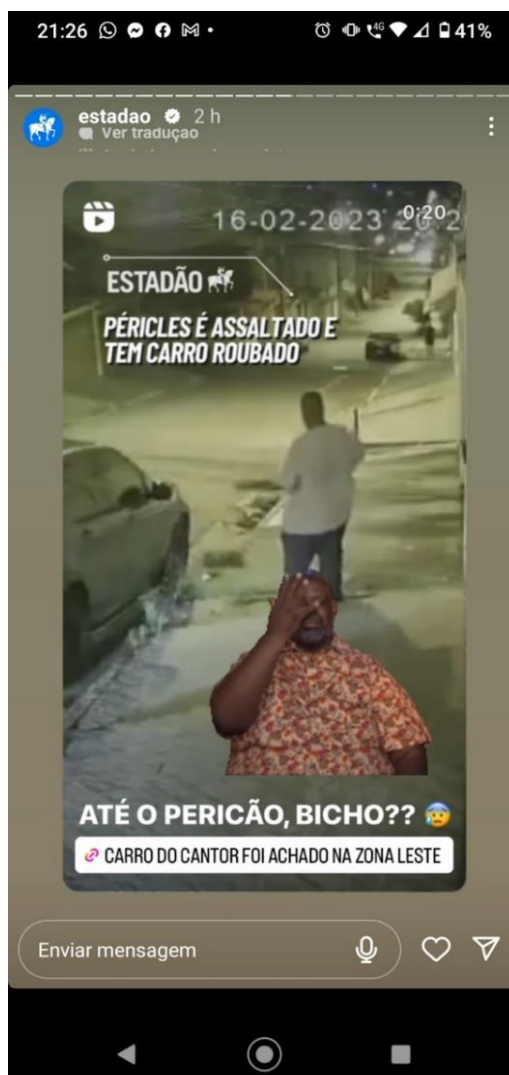
Prática de linguagem: análise prévia do material

Série: 9º ano

Objetivo: leitura interpretativa do material selecionado

Número de hora/aula: 30 minutos

Figura 13 – *Story Péricles*



Fonte: *Instagram* estadao. Acesso em: 17 fev. 2023.

SUGESTÃO DE ANÁLISE AO/Á PROFESSOR(A):

O *story* jornalístico publicado pelo Jornal O Estado de São Paulo (Estadão), acerca do assalto que o cantor Péricles sofrera na cidade de Santo André, grande São Paulo, traz uma imagem dupla do cantor Péricles: em um plano mais próximo da tela (primeiro plano), aparece a imagem do cantor com a mão na testa (que remete ao emoji da decepção) – ele está usando uma camisa estampada. Já, no plano de fundo do *story*, está materializada a imagem real do momento do assalto que foi capturado por câmeras de segurança nas ruas da zona leste. O crime ocorreu em frente à casa da mãe do sambista, em uma quinta-feira, dia 16 de fevereiro de 2023, na Vila Camilópolis, em Santo André, no ABC paulista. O cantor aparece usando uma roupa branca em meio a uma rua escura. Vale destacar que o crime assustou os fãs do artista, uma vez que o vídeo se espalhou/viralizou pela web. Mesmo não ocorrendo nada de grave, o assalto preocupou as pessoas e, em notas, a assessoria do cantor agradeceu aos fãs, amigos e familiares pelas mensagens de carinho enviadas ao sambista.

Duas questões podem ser sugeridas aos alunos para a leitura do *story*.

PARA O ESTUDANTE:



OBSERVAR E CONVERSAR

1. Observe atentamente o *story* publicado pelo Jornal O Estado de São Paulo (Estadão), e tente responder as seguintes questões oralmente:

a. Que fato ocorrido desencadeou a publicação do *story*?

Uma possibilidade de resposta: O assalto que ocorreu com o cantor Péricles, no dia 16 de fevereiro de 2023, na Vila Camilópolis, em Santo André, no ABC paulista.

b. Você conhece o cantor Péricles? É uma figura querida pelo público?

Sugestão de resposta: Resposta pessoal.

Subprocesso 2 – Condições de produção e circulação do *story* jornalístico

Prática de linguagem: leitura
Série: 9º ano
Objetivo: evidenciar as condições de produção e de circulação do texto.
Número de hora/aula: 3

PROFESSOR(A):

Neste subprocesso dedicado ao exame das condições de produção e circulação do *story*, é relevante destacar que o assalto sofrido pelo cantor Péricles repercutiu, de modo que o vídeo do assalto circulou pela rede. Nesse caso, vale, além do *story*, comentar com os alunos sobre o papel de câmeras de segurança que registram assaltos, crimes, acidentes, atualmente. A fim de abrir o debate nesse momento, vale ainda apreciar o vídeo que circulou nas redes sobre o fato.

O vídeo mostra/retrata o momento em que dois ladrões armados roubam o carro de luxo do cantor Péricles, de 52 anos, na noite de quinta-feira (16 de fevereiro de 2023), em Santo André, na Grande São Paulo.

Posteriormente, proponha como atividade a apresentação aos alunos de três manchetes sobre o assalto no sentido de comparar a forma como diferentes veículos de comunicação noticiaram o fato. Nesse caso, vale também citar uma definição de manchete para auxiliar os alunos a compreender o papel deste texto:

PARA O ESTUDANTE:

1. Assista ao vídeo e tente relacionar com o *story* em estudo:

Link do vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=Nw5kTpMWmPA>

Acesso em: 13 maio 2023.

Figura 14 – YouTube



Fonte: <https://www.significados.com.br/youtube/>.
Acesso em: 10 nov. 2023.

Você lembra o que é manchete? Leia o texto abaixo, para em seguida, conversarmos sobre os próximos textos:

“Manchete (s.f) título principal, de maior destaque, no alto da primeira página de jornal ou revista, alusivo à mais importante dentre as notícias contidas na edição” (Houaiss; Villar, 2007, p. 1829).

Agora, leia as seguintes manchetes que circularam em diferentes portais de notícias da internet, compare-as e, seguida, responda as seguintes questões em seu caderno:

1. G1 – Vídeo: Cantor Péricles tem carro de luxo roubado por ladrões armados na frente da esposa e filha em Santo André, Grande SP.

2. R7 – Péricles fala pela 1ª vez após assalto à mão armada contra a família: ‘Graças a Deus, sem consequências’.

3. CNN – Péricles é assaltado e tem veículo e pertences roubados em Santo André mas não reagiu.

1. Quais elementos o portal G1 enfatiza na manchete? Comente:

Uma possibilidade de resposta: O portal G1 assume um tom mais pessimista, dando ênfase ao fenômeno da violência urbana presente nas grandes cidades, ressaltando que se trata do cantor Péricles, diferente das outras manchetes que só nomeiam “Péricles”. Há uma especificação do local São André, Grande São Paulo. A partir do uso de marcas como “ladrões armados”, “carro de luxo”, “na frente da esposa e filha”, a posição do portal do G1 está em sintonia com a divulgação do fato violento ocorrido em uma grande cidade e direcionado a um artista.

2. O portal R7 traz uma outra perspectiva acerca do assalto. Qual seria?

Uma possibilidade de resposta: O portal R7 enfatiza, por sua vez, a experiência de Péricles, sem designá-lo como “cantor”, “sambista”. O artista na manchete fala sobre o assalto e agradece a Deus, já que não houve consequências, que, nesse caso, é uma palavra que entra no lugar de “violência” (ser agredido, baleado, por exemplo). A expressão “contra a família” também reitera a posição do portal da Record que assume um discurso religioso e em prol da família e ratifica que o assalto não afetou somente Péricles, mas também seus entes queridos – esposa e filha. Não há menção ao local onde ocorreu o assalto.

3. Como a CNN traz o fato aos leitores?

Uma possibilidade de resposta: A CNN não enfatiza o carro ou modelo (se é de luxo ou a marca), não designa Péricles como cantor, pagodeiro ou artista e ressalta somente o dano material sofrido pelo cantor – veículo e pertences roubados. Também quanto ao local, o portal CNN não faz referência à Grande São Paulo, mas somente é citado o nome da cidade, Santo André. Ao final da manchete, o portal traz uma informação de que o artista não reagiu ao assalto. Assim sendo, a posição da CNN é a de ressaltar a conduta adequada do artista perante o assalto e não somente tratar o fato em si.

PARA O/A PROFESSOR(A):

O *story* do Estadão, além de trazer um texto verbal que funciona como manchete (título da notícia) e está no alto da página “Péricles é assaltado e tem carro roubado”, também, traz como “legenda” um enunciado informal seguido de um emoji com lágrimas. O enunciado “Até o Pericão, bicho??” pode servir de base para uma roda de conversa sobre essa linguagem presente no *story*. A linguagem, não apenas imprime um tom de informalidade ao *story*, como também materializa um modo especial de chamar o sambista, apelido muito utilizado por seus fãs, seguidores e outros artistas que admiram a carreira de Péricles.

Mas, por que razão o *story* que circula no *Instagram* justamente utiliza uma linguagem mais informal, dando a impressão de que o jornal Estadão quer ser próximo do internauta? Talvez mais uma vez a empresa jornalística busque em meio à rede social, este sujeito-leitor que está distante do jornal impresso, um leitor que deseja que a imprensa utilize uma linguagem mais coloquial. Vale discutir com os alunos tais questões.

Figura 15 – Desenho de instrumento de música

Péricles Aparecido Fonseca de Faria, mais conhecido apenas pelo nome artístico de Péricles ou como Pericão (Santo André, 22 de junho de 1969), é um cantor, compositor e instrumentista brasileiro de samba, da vertente pagode. Foi vocalista do grupo Exaltasamba desde os primeiros anos da carreira do grupo até o final de fevereiro de 2012, quando decidiu seguir carreira solo.



Fonte: https://br.freepik.com/vetores-premium/desenho-de-instrumento-de-musica_5339707.htm. Acesso em: 10 nov. 2023.

Professor(a), sugerimos que você comente com os alunos a partir de referências na web sobre o modo carinhoso pelo qual o artista é chamado por amigos, artistas e fãs, Pericão. Assim, considerando a trajetória do artista é possível encontrar no youtube vídeos ou mesmo DVDs e shows do cantor intitulados “Pagode do Pericão”, shows de pré-carnaval chamados “Pericão folia” ou ainda um projeto do artista designado Pericão Retrô.

Subprocesso 3 – A composição verbo-visual do *story*: rodas de conversa e debates

Prática de linguagem: leitura
Série: 9º ano
Objetivo: conduzir a leitura interpretativa e polissêmica do texto.
Número de hora/aula: 3

PARA O/A PROFESSOR(A):

Na composição do *story*, temos uma imagem composta por dois planos. No primeiro plano, vemos a imagem de meio corpo de cantor Péricles, na parte inferior do *story*, trajando uma camisa colorida, o que remonta ao ar tranquilo e despojado do cantor. Traz, ainda, uma das mãos encobrindo parcialmente o rosto, sugerindo um ar de decepção e desapontamento.

Ainda, no primeiro plano, na parte superior esquerda do *story* temos o símbolo da empresa jornalística: Estadão e logo abaixo, em letras caixa alta, o enunciado que funciona como “manchete”: “Péricles é assaltado e tem carro roubado”, o que mostra um certo destaque dado pelo jornal ao fato ocorrido.

Na parte inferior do texto, também, destacada em letras maiúsculas temos a frase: “Até o Pericão, bicho??” seguida de dois pontos de interrogação e de um emoji de carinha triste e chorando. A linguagem utilizada mostra-se em tom bem informal, já que há a marca linguística “bicho” utilizada em tom de gíria. Os dois pontos sugerem que o cantor não merecia passar por isso, por ser uma pessoa considerada do bem, famoso e popular.

A fim de completar o sentido de tristeza diante da situação vivida pelo cantor, temos o acréscimo do recurso de um emoji, simbolizando o momento de agonia vivido por Péricles, mas que também pode ser vivido por outras pessoas diante da violência que ocorre lamentavelmente nas grandes cidades.

Vale abrir uma discussão neste momento a fim de questionarmos por que a violência só é notada e gera discussões quando atinge pessoas públicas.

Em segundo plano, em um *print* de vídeo, possivelmente, o vídeo do momento do assalto, registrado por câmeras de segurança, temos, novamente, a foto do cantor, na rua, em frente da casa de sua mãe, em Santo André, na Grande São Paulo, seguida da data e horário de registro da filmagem. Na frente do cantor, aparece parte da imagem do possível carro levado pelos assaltantes. Na imagem de corpo todo e de lado, o cantor aparece com as mãos levantadas.

Por último, ainda na parte inferior do *story*, aparece linkada a frase “carro do cantor foi achado na zona leste” surgindo como continuidade para uma leitura acerca do fato e abrindo caminho para que o leitor possa clicar no link e seguir lendo a notícia completa. Esse é um dos vários recursos disponíveis para compor o *story* utilizados comumente por portais de notícia, dentre os outros recursos que a ferramenta

apresenta. Vale lembrar que são recursos visuais que não somente ilustram, mas também produzem efeitos de sentidos na conjunção verbal e visual.

Assim, professor(a), é interessante propor um trabalho com esses recursos utilizados na composição dos *stories*, como o emoji que constitui sua textualidade.

Saiba Mais >>>

De acordo com Dafne Braga (2017), “a palavra “emoji” vem da união de “e” (絵), que significa imagem em japonês e “moji” (文字), que significa letra. Ou seja, são símbolos que representam uma ideia, palavra ou frase completa”. De origem japonesa, eles têm sido muito usados em mensagens eletrônicas, páginas da internet e aplicativos em diversas partes do mundo. Suas principais categorias são: expressões faciais, animais, comida, veículos, lugares, objetos e clima e, atualmente, fazem parte da escrita.

Nesse primeiro momento, será importante trabalhar com o emoji, a fim de que o aluno compreenda, por meio da imagem, como se dá a sua leitura no contexto do digital. Em seguida, elencar outros/novos emojis e pedir para que os alunos os relacionem ao cantor a fim de que possam produzir gestos de leitura.

Figura 16 – Lupa

PARA O ESTUDANTE:



Fonte: https://www.flaticon.com/br/icone-gratis/pesquisar_5427430.
Acesso em: 10 nov. 2023.



CONSTRUÇÃO DO TEXTO: LINGUAGEM E SENTIDOS

1. Pesquise emojis no site Emojipedia e, em seguida, escolha um emoji que, na sua visão, represente o cantor Péricles:

PARA O/A PROFESSOR(A): Professor(a), sugerir a pesquisa a respeito de emojis que expressam tristeza – no *story* está materializado um rosto triste com lágrimas no sentido de expressar tristeza a respeito do ocorrido com o cantor.

Os emojis tristes mais comuns são

Figura 17 – Emoji chorando

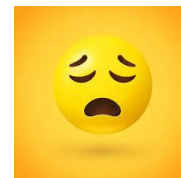


rosto chorando

Fonte: <https://pixabay.com/pt/illustrations/triste-emoji-emoticon-triste-5593352/>.

Acesso em: 17 fev. 2023.

Figura 20 – Ícone emoji decepcionado



rosto triste com boca franzida

Fonte: <https://www.istockphoto.com/br/vetor/%C3%ADcone-emoji-decepcionado-gm1318016911-405281502>. Acesso em: 17 fev. 2023.

Figura 18 – Emoji triste



rosto triste com lágrimas

Fonte: https://br.freepik.com/vetores-premium/emoji-chorando-cara-de-emoticon-triste-com-lagrima_44310892.htm.

Acesso em: 17 fev. 2023.

Figura 21 – Emoji PNG 0075



rosto triste com sobrancelhas franzidas

Fonte: <https://www.imagenspng.com.br/16827/sem-categoria/emoji-png-0075/>.

Acesso em: 17 fev. 2023.

Figura 19 – Emoji triste png



rosto triste com olhos fechados

Fonte: <https://www.imagenspng.com.br/emoji-triste-png/>.

Acesso em: 17 fev. 2023.

Figura 22 – Triste vetor



rosto triste com olhos arregalados

Fonte: https://pt.pngtree.com/freepng/flat-vector-cartoon-face-shows-relief-through-tearssad-emoji-vector_12641859.html.

Acesso em: 17 fev. 2023.

2. Observe outros emojis. Circule aquele ou aqueles que, em sua opinião, se relacione(m) com o cantor Péricles:

Figura 23 – Emojis felizes



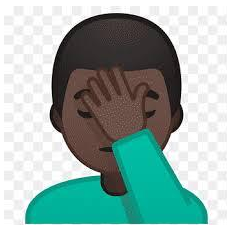
Fonte: <https://www.dicionariopopular.com/emojis-felizes/>. Acesso em: 17 fev. 2023.

Figura 26 – Emoji chorando alto



Fonte: https://br.freepik.com/vetores-premium/emoticon-de-alta-qualidade-emoji-chorando-alt-o-emoticon-amarelo-com-rios-de-lagrimas-elementos-de-bate-papo-populares_44310906.htm. Acesso em: 17 fev. 2023.

Figura 24 – Facepalm emoji gesture man



Fonte: <https://www.pngegg.com/pt/png-eonah>. Acesso em: 17 fev. 2023.

Figura 27 – Péricles no twitter



Fonte: <https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2019/04/16/o-emoji-do-pericles-no-twitter-e-a-melhor-coisa-que-aconteceu-hoje.htm>. Acesso em: 17 fev. 2023.

Figura 25 – Personagem cantando




Fonte: <https://pt.dreamstime.com/emoji-personagem-cantando-e-tocando-viol%C3%A3o-desenho-animado-guitarra-isolado-em-fundo-branco-image217340907>. Acesso em: 17 fev. 2023.

Figura 28 – Emoji cara de bravo



Fonte: https://br.freepik.com/vetores-premium/cara-de-bravo-emoji-amarelo-mal-humorado-simbolo-de-irritacao-isolado-no-fundo-branco_20859149.htm. Acesso em: 17 fev. 2023.

3. COPIE, PENSE E RESPONDA: Observando o *story* publicado pelo jornal *estadão*, percebemos que ele utilizou alguns recursos próprios na construção do texto, dentre eles o símbolo a seguir:  seguido da frase: “carro do cantor foi achado na zona leste”. O que ele significa?

Uma possibilidade de resposta: o símbolo é um dos recursos que podem ser usados na publicação de *stories* no *Instagram*. Este representa dois elos da corrente de prata, inclinados em um ângulo de 45 graus. Este emoji geralmente significa links e também pode significar conexões de páginas da web (hipertexto). Nesse caso, o símbolo indica que o leitor pode complementar o assunto trazido pelo *story* com outros textos.

4. Caso você tenha disponível seu celular e o aplicativo do *instagram*, em grupo ou individual, tente visualizar o recurso descrito na atividade 2. Em seguida, desenhe ou cole outro recurso também disponível para a criação de *stories* que achou interessante, registrando sua possível funcionalidade:

Resposta pessoal.

5. O que os dois pontos de interrogação utilizados na frase: “ATÉ O PERICÃO, BICHO??” podem sugerir?

- a. () dúvida;
- b. () indignação;
- c. () sugestão.

Resposta esperada: letra b.

6. Observe a linguagem verbal utilizada na composição do *story* “ATÉ O PERICÃO, BICHO??” Quais sentidos podemos pensar sobre o fato a partir deste texto?

Uma possibilidade de resposta: a frase composta por uma linguagem mais informal sugere que o cantor não merecia passar por isso, por ser uma pessoa do bem, famoso, preto, ser do samba, popular. Se for o cidadão comum parece que a violência fica normatizada.

OFICINA 4: Texto 4 – Story Chris Martin



OFICINA 4: Texto 4 – Story Chris Martin

Subprocesso 1 – Organização de arquivos de *stories* jornalísticos e levantamento de interrogações discursivas

Prática de linguagem: análise prévia do material

Série: 9º ano

Objetivo: leitura interpretativa do material selecionado

Número de hora/aula: 30 minutos

Figura 29 – Story Chris Martin



Fonte: *Instagram* estadao. Acesso em: 24 mar. 2023.


SUGESTÃO DE ANÁLISE AO/Á PROFESSOR(A):

O *story* selecionado tem como ponto de referência à agenda de shows da banda britânica Coldplay e sua turnê no Brasil em março de 2023. De acordo com o site Antena 1, o Coldplay nasceu no ano de 1996, na Universidade de Londres, e se tornou uma das mais emblemáticas bandas de rock alternativo de todos os tempos.

A banda é muito famosa no Brasil e, em meio a posts do evento, o jornal Estadão, nome utilizado pelo Jornal O Estado de São Paulo, por meio de sua página no *instagram*, também procurou divulgar notícias sobre o vocalista que, por sinal, é muito conhecido pelo público.


Em especial, o *story* selecionado traz em seu plano de fundo uma rua de São Paulo com estabelecimentos comerciais e alguns carros estacionados em frente aos prédios. Do outro lado da rua, temos alguns jovens reunidos na calçada, aparentemente sorridentes, mostrando conversarem entre si, junto deles, de perfil e meio corpo, de forma amigável e descontraída, temos o vocalista da banda Coldplay, Chris Martin, fazendo parte da roda de conversa.

Logo abaixo, na parte inferior do *story*, encontramos a mensagem com letras destacadas em branco: “Mais um rolê aleatório”, seguida do símbolo do tíquete em

círculo verde  ¹. Nesse caso, a formulação visual da marca de tíquete geralmente utilizada no processo de checagem se liga a uma lista de compromissos (o chamado checklist) a partir da qual uma pessoa vai checando o que foi realizado e que funciona ou como elemento organizador da rotina ou mesmo como ferramenta de trabalho e organização de ações dentro de um projeto. Evidentemente, no caso do cantor, o *check* está relacionado a uma lista de compromissos ou participações relativas à sua agenda no Brasil. E rolê aleatório é o rolê imprevisto, inesperado de acompanhar uma roda de samba, algo popular e tipicamente brasileiro.

Na sequência, em um quadro colorido, logo abaixo, aparece a mensagem: “Chirs Martin finaliza agenda do Coldplay em SP com a ida à roda de samba”. Na parte esquerda do *story*, ao lado das fotos dos jovens e do cantor, se sobrepõe outra foto do cantor, também em meio corpo, mas com o rosto agora de frente, cantando, como se estivesse fazendo um dos seus shows.

¹ Fonte: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Sinal_de_visto#:~:text=utilizada%20para%20indicar%20o%20co%20nheiro,\(em%20papal%20de%20vota%C3%A7%C3%A3o\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Sinal_de_visto#:~:text=utilizada%20para%20indicar%20o%20co%20nheiro,(em%20papal%20de%20vota%C3%A7%C3%A3o).). Acesso em: 24 mar. 2023.

Novamente, o *story* traz mais um símbolo: o clips –  , seguido da frase: “veja outros rolês do cantor por aqui”, que ligado ao gesto de anexar, seria um link (hipertexto) para que o sujeito-leitor tivesse acesso a outros rolês da agenda do cantor. Vale o(a) professor (a) destacar que a empresa jornalística projeta a imagem de um leitor jovem cuja linguagem seja mais descolada. Daí o uso da expressão rolê.

É importante, que, em um primeiro momento, seja feito esse levantamento a fim de realizarmos uma leitura apreciando a materialidade do texto. Sugerimos que você, professor(a), proponha essa ação oralmente a fim de auxiliar os estudantes na compreensão das informações explícitas, bem como, as informações subentendidas.

DE QUEM É A MÚSICA?

Figura 30 – Vetores de emoji de música



Fonte: https://br.freepik.com/vetores-premium/conjunto-de-vetores-de-emoji-de-musica-emoji-emoticon-com-fones-de-ouvido-cantando-e-ouvindo-a-colecao-de-icone_22153642.htm.

Acesso em: 10 nov. 2023.

Para abrir esse movimento, sugiro que, antes da apreciação do *story*, seja apresentado um trecho de uma das músicas do cantor, solicitando que os estudantes adivinhem de quem seria a voz da canção.

Esse momento visa instigar os estudantes em relação ao assunto a ser tratado no *story*, por meio da troca de ideias com os colegas, a fim de verificar os conhecimentos que já possuem em relação ao tema a ser abordado no texto.

Na sequência, apresenta-se o *story* selecionado para o estudo, com auxílio de um projetor de slides, seguindo com questionamentos que explorem as condições de produção e circulação do texto.

Subprocesso 2 – Condições de produção e circulação do *story* jornalístico

Prática de linguagem: leitura
Série: 9º ano
Objetivo: evidenciar as condições de produção e de circulação do texto.
Número de hora/aula: 2

PROFESSOR(A):

Nessa etapa, é preciso se aprofundar no estudo das condições de produção e circulação do *story*. A fim de possibilitar uma leitura dos diversos sentidos possíveis no texto, no desenvolvimento das atividades relacionadas ao *story* citado, professor(a), peça aos estudantes que realizem uma nova leitura do texto e, em seguida, respondam às questões propostas, as quais podem ser reproduzidas na lousa ou entregues de forma impressa.

Posteriormente, a fim de retomar o contexto de produção do *story*, sugere-se a leitura da notícia “*Coldplay começa maratona de 11 shows no Brasil nesta sexta-feira em São Paulo*”, publicada pelo site G1, que poderá ser projetada no datashow para melhor explorar o suporte onde o texto foi publicado. Com o texto projetado, uma leitura coletiva pode ser realizada, seguida das questões abaixo, que, primeiramente, podem ser exploradas oralmente, para depois serem respondidas e registradas no caderno.

PARA O ESTUDANTE:

A. Que fato desencadeou o *story*?

Uma possibilidade de resposta: o que desencadeou o *story* foi o fato do vocalista Chris Martin, da famosa banda Coldplay, conversar e passear pelas ruas da cidade de São Paulo parando para conversar com jovens como uma pessoa comum.



SAIBA MAIS

B. Agora, acesse o link abaixo, em seguida, leia o texto publicado pelo site G1: “Coldplay começa maratona de 11 shows no Brasil nesta sexta-feira em São Paulo”:



<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2023/03/10/coldplay-comeca-maratona-de-11-shows-no-brasil-nesta-sexta-feira-em-sao-paulo.ghtml>



REGISTRANDO A CHECAGEM DE INFORMAÇÕES:

Agora que você já realizou a leitura e pode conhecer mais sobre a banda Coldplay e sua maratona de shows pela cidade de São Paulo, responda as questões abaixo em seu caderno:

1. Quem produziu essa notícia?

Uma possibilidade de resposta: a notícia foi produzida pelo site G1.

2. Qual é o público-alvo da notícia?

Uma possibilidade de resposta: o público-alvo, possivelmente, são adolescentes e jovens, ou qualquer pessoa, que gosta das músicas da banda britânica de rock Coldplay.

3. Qual é o local de circulação?

Uma possibilidade de resposta: a notícia foi publicada no site: <https://g1.globo.com/>.

4. Qual a finalidade desta notícia?

Uma possibilidade de resposta: a finalidade da notícia foi divulgar os possíveis shows da banda Coldplay em São Paulo e outras cidades do Brasil.

5. Agora, retorne ao story apresentado e responda: quem produziu esse story?

Uma possibilidade de resposta: o story foi produzido pelo *instagram* do jornal “O Estado de São Paulo” – Estadão.

6. Qual a relação do *story* com a notícia apresentada?

Uma possibilidade de resposta: percebemos que, o *story* elaborado pelo Estadão, parece complementar a notícia publicada no site: <https://g1.globo.com/>, ao divulgar sobre o cantor e seus passeios pela cidade de São Paulo, deixando o público atualizado sobre a banda, já que se trata de um conjunto de rock de grande sucesso, e isso também pode gerar audiência ao *instagram* do jornal em questão.

7. Observando o *story* produzido e a imagem de alguns jovens na cena, qual o estado de espírito dessas pessoas?

- a) () Tristes e desmotivadas;
- b) () Tensas e preocupadas;
- c) () Bravas e irritadas;
- d) () Alegres e tranquilas.

Resposta esperada: letra d.

8. Podemos dizer que a imagem produzida no *story* reflete uma visão positiva ou negativa do cantor?

Uma possibilidade de resposta: a foto do cantor foi apresentada de perfil como se estivesse bem à vontade, ouvindo e conversando com as demais pessoas aparentemente, na calçada da rua, o que traz uma visão positiva do cantor, que, mesmo sendo famoso, se dispõe a conversar com as pessoas estranhas e fazer amizades.

9. Qual foi a possível intenção do jornal Estadão ao produzir o *story*?

Uma possibilidade de resposta: ao mesmo tempo que informa e divulga a notícia sobre o fim da agenda de shows da banda Coldplay na cidade de São Paulo, o jornal Estadão ao produzir o *story* busca atrair o público jovem e apreciadores do grupo de rock a seguir também o jornal, usando uma linguagem acessível ao público jovem, objetiva conquistar essa faixa etária na leitura de suas notícias. Martin é mostrado como um artista aberto a conhecer o ritmo samba, bastante característico da nossa cultura nacional.

Subprocesso 3 – A composição verbo-visual do *story*: rodas de conversa e debates

Prática de linguagem: leitura
Série: 9º ano
Objetivo: conduzir a leitura interpretativa e polissêmica do texto.
Número de hora/aula: 3

PARA O/A PROFESSOR(A):

Este é o momento de sugerir atividades de leitura que explorem os diferentes recursos linguísticos que um texto pode apresentar, e, nesse caso, o *story* possibilita, de forma ímpar, essa experiência, já que oferece inúmeros elementos não-verbais.



Sendo assim, alguns questionamentos podem ser feitos no intuito de aprofundar a análise interpretativa do *story*, a fim explorar os efeitos de sentido produzidos pelo emprego dos recursos expressivos, estilísticos e gráfico-visuais utilizados na produção do texto e sua relação com a história.


É importante, nesse momento, que você, professor(a), interaja com os estudantes para que eles se tornem ainda mais participativos. Assim, poderão ser propostas as seguintes atividades que poderão também ser registradas no caderno de classe.

PARA O ESTUDANTE:



CONSTRUÇÃO DO TEXTO: LINGUAGEM E SENTIDOS

1. Muitos recursos são utilizados na produção de *stories*: cores, emojis, enquetes, links, músicas e até vídeos. Observando o *story* produzido pelo jornal Estadão, na frase: “Mais um rolê aleatório ”, quais efeitos de sentido que o ícone  utilizado no final da frase dá ao texto?

Uma possibilidade de resposta: o ícone  – check na cor verde – é oficialmente chamado de botão de caixa de seleção, mas também é conhecido como

ícone de verificado e de visto (ou visualização). Indica que o cantor fez uma lista de compromissos no Brasil e precisava a cada evento realizado marcar essa indicação de tarefa concluída. Podemos entender que mais um passeio do cantor pelas ruas da cidade de São Paulo foi concluído, finalizado dentro de uma lista de eventos. No contexto do *story*, esse momento foi realizado, visto e apreciado tanto pelo jornal, quanto pelas pessoas que o admiram.

2. Nas mensagens produzidas no *story* fica claro o uso da linguagem informal, com a utilização do termo: “rolê”. O que esse termo sugere e por que o uso desta palavra e não outra?

Uma possibilidade de resposta: a escolha da linguagem informal pelo jornal busca adequar o texto à linguagem do público mais jovem, utilizando gírias, como “rolê” comum a esse grupo.

3. Você conhece a origem do termo: rolê aleatório? Leia no quadro a seguir algumas informações sobre a origem do termo:

O que é um rolê?

A origem imediata do rolezinho é óbvia: a gíria brasileira rolé (ou rolê), já velha de algumas décadas, usada quase exclusivamente na locução “dar um rolé (ou rolê)” e que significa “pequeno passeio, volta”. Daí também o surgimento do termo: Rolezinho (diminutivo de rolê ou rolé, gíria brasileira, significa “fazer um pequeno passeio com um grupo de amigos” ou “dar uma volta”) é um neologismo para definir um tipo de coordenação de encontros simultâneos de centenas de pessoas em locais como praças, parques públicos e shopping centers. Por extensão, a expressão: “**rolê aleatório**” é muito usada nas redes sociais para resumir situações ou encontros improváveis. O maior expoente do rolê aleatório até hoje é o Ronaldinho Gaúcho, que simplesmente surge sem aviso prévio nos lugares mais inesperados.

Fonte: <https://treinamento24.com/library/lecture/read/545439-o-que-e-um-role>; <https://quicando.blog/osfera.uol.com.br/2019/08/28/brasileiro-role-aleatorio-estilo-de-vida/?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 24 mar. 2023

4. Considerando o contexto, se a palavra “rolê” fosse substituída pelo substantivo: “passeio”, alteraria o sentido do texto? Justifique.

Uma possibilidade de resposta: ao trocar a palavra “rolê” por “passeio”, temos o uso da linguagem informal por um termo mais formal, o que poderia configurar um sentido mais sério para o *story*, fugindo talvez, do seu objetivo, atrair o público mais jovem a leitura e apreciação do jornal.

5. O que podemos entender da expressão “Mais um”, utilizada na frase: “Mais um rolê aleatório” na composição do *story*?

Uma possibilidade de resposta: a expressão aditiva “Mais um” sugere que o cantor não fez apenas aquele passeio pelas ruas de São Paulo, possivelmente, o vocalista realizou outros.

6. Considerando a imagem do comércio e dos carros no fundo do *story*, podemos entender que a imagem produz um efeito de:

- a) () Perigo e violência;
- b) () Mistério e medo;
- c) () Tranquilidade e normalidade.

Resposta esperada: letra c.

7. O que a escolha da imagem de fundo e das pessoas sugere em relação a cidade de São Paulo?

Uma possibilidade de resposta: geralmente, a cidade de São Paulo, considerada uma grande metrópole, é vista como uma cidade agitada e violenta, no entanto, a imagem retratada no *story* nos mostra outra perspectiva, ao trazer aparentemente, a foto de uma rua, com carros estacionados à frente dos comércios, sem estarem protegidos em estacionamentos, sugerindo a cidade um ambiente com um certo ar de tranquilidade.

8. Para a empresa Estadão, qual é a finalidade de produzir esse *story*?

Uma possibilidade de resposta: a empresa Estadão é uma empresa brasileira jornalística, de origem conservadora, fundada na cidade de São Paulo desde 1875. No entanto, desde então, vem tomando posições mais liberais no âmbito social e político. Notamos essa posição ao ver o jornal fazer uso das redes sociais para

divulgar suas notícias, por exemplo. O *story* se dirige a um público que utiliza a rede social Instagram. Ao usar um tom informal, o jornal pretende estar mais próximo do sujeito-telespectador ou internauta, adolescentes e jovens que também utilizam esse ambiente.

OFICINA 5: Texto 5 – Story Paredão do BBB



OFICINA 5: Texto 5 – Story Paredão do BBB

Subprocesso 1 – Organização de arquivos de *stories* jornalísticos e levantamento de interrogações discursivas

Prática de linguagem: análise prévia do material

Série: 9º ano

Objetivo: leitura interpretativa do material selecionado

Número de hora/aula: 2

Figura 31 – Story Paredão do BBB



Fonte: *Instagram* estadual. Acesso em: 10 abr. 2023.

SUGESTÃO DE ANÁLISE AO/À PROFESSOR(A):

O *story* “Paredão do BBB” selecionado para a nossa prática de leitura foi elaborado pela RPC Paraná – rede televisão e telejornal de Curitiba, Paraná, e veiculado em seu *Instagram*. Relaciona-se ao Programa BBB 23 – Big Brother Brasil, um *reality show* de confinamento, produzido e televisionado anualmente pela Rede Globo.

Nesse caso, professor(a), sugerimos que sejam explorados alguns elementos. O *story* traz como fundo a cor rosa, um tom jovial e alegre, que pode fazer referência aos jovens e adolescentes, lembrando o público que também aprecia o programa. Na parte central superior, vemos uma foto de meio corpo, de três participantes do evento indicados ao paredão: Bruna Griphao, Fred Nicácio e Sarah Aline. Vale considerar que, na foto, os três participantes estão com um semblante de preocupação pela participação no paredão e evidentemente ansiosos com a possibilidade de eliminação do *reality show*. Logo abaixo, seguido pelo nome “Paredão”, em letras de caixa-alta, na cor branca, o desenho de parte de um muro também na cor rosa aparece abaixo das imagens dos três participantes.

Na parte inferior, no centro do *story*, abaixo da palavra “paredão”, aparece uma caixa de enquete com a seguinte pergunta: “Quem você quer eliminar?”, seguido dos três nomes dos participantes, na ocasião, a serem eliminados: Bruna Griphao, Fred Nicácio e Sarah Aline.

PARA O ESTUDANTE:

FIQUE DE OLHO



Observe a figura apresentada e responda oralmente:

Figura 32 – Reprodução TV/Globo



Fonte: <https://spinoff.com.br/entrete/eliminados-do-bbb-2023/>. Acesso em: 12 jul. 2023.

A. O que vocês observam na imagem?

Uma possibilidade de resposta: a imagem lembra o símbolo utilizado no programa do BBB – Big Brother Brasil, um olho observador de tudo o que pode acontecer na casa “mais vigiada do planeta” segundo a TV.

B. O que ela te lembra?

Resposta pessoal.

2. Observe as imagens abaixo e discuta em pequenos grupos. O que elas te lembram:



Fonte: <https://www.folhape.com.br/cultura/the-voice-brasil-tem-terceira-noite-de-audicoes-as-cegas/204260/>. Acesso em: 12 jul. 2023;
<https://www.uol.com.br/splash/noticias/2023/04/09/the-masked-singer-chega-ao-fim-quem-criou-as-fantasia-do-programa.htm>. Acesso em: 12 jul. 2023;
<https://amazonasatual.com.br/nova-temporada-de-no-limite-sera-em-lugar-inospito-na-amazonia/>. Acesso em: 12 jul. 2023.

Após as discussões, anote em pequenos tópicos, nos quadros abaixo, as semelhanças e diferenças entre os eventos e, em seguida, responda:

--	--	--

1.O que estes eventos têm de semelhante ou diferente do BBB – Big Brother Brasil?

Uma possibilidade de resposta: aqui os alunos e alunas podem discutir sobre o BBB como programa que é um reality show popular no qual os participantes, durante cerca de três meses, ficam confinados sem contato com o mundo exterior. Há provas físicas e psicológicas para garantir a permanência do jogo e obter o prêmio. O BBB traz como atração festas, participações de cantores, polêmicas, romances, intrigas e amizades. A casa é vigiada por câmeras e as pessoas são julgadas por suas ações e declarações e podem ser tanto amadas quanto canceladas. Já os outros reality shows musicais enfocam a competição no quesito desafio musical. De fato, entram em jogo o talento e performance dos participantes, mas a superação e capacidade de aprender são relevantes. Tanto no reality *The Masked Singer* quanto no *The Voice*, além do talento musical, afinação e voz, a performance dos participantes, carisma e interação com o público são elementos fundamentais para vencer a competição.

O reality “No limite” traz como elementos fundamentais as relações entre pessoas das equipes em um ambiente hostil e valoriza a capacidade de sobrevivência e de resolução de problemas e desafios. Assim, em todos os realities, a superação, a emoção, a convivência, o aprendizado e o esforço são ingredientes que movimentam

a audiência, mas cada qual apresenta suas especificidades – sobrevivência, talento, intrigas/relacionamentos.



APROFUNDANDO A DISCUSSÃO

Professor(a), leia as informações do quadro em voz alta, solicitando a colaboração dos alunos. Nesta atividade, será relevante mobilizar os conhecimentos dos alunos e, em seguida, solicitar que eles respondam à pergunta que segue:

The Voice – é um reality musical em que os participantes são selecionados somente por conta de suas vozes. Depois de selecionados nas audições às cegas, os participantes são preparados por consagrados e renomados artistas (times) e vão sendo eliminados em novas disputas. O vencedor recebe prêmio em dinheiro e gravação de um clip.



The Masked Singer Brasil – é um reality comandado por Ivete Sangalo em que personalidades/celebridades de diversas áreas se enfrentam em um desafio musical com fantasias de tirar o fôlego. A cada semana o eliminado é desmascarado. O programa tem grande adesão do público infantil e agita as redes sociais com as tentativas de palpites sobre a identidade dos fantasiados.



No Limite – reality show brasileiro produzido pela TV Globo e exibido desde 23 de julho de 2000, nas noites de domingo com uma variação de horários, mas sempre após o programa do Fantástico. No programa, os participantes passam por testes de resistência e provas. Eles convivem na floresta depois de obterem seu resultado final.



Com qual tipo de reality você mais se identifica?

Resposta pessoal.

Subprocesso 2 – Condições de produção e circulação do *story* jornalístico

Prática de linguagem: leitura
Série: 9º ano
Objetivo: evidenciar as condições de produção e de circulação do texto.
Número de hora/aula: 1

PROFESSOR(A):

O *story* selecionado para as oficinas nos remete ao contexto do programa Big Brother Brasil - BBB. Portanto, a fim de evidenciar essas condições de produção e circulação do texto, algumas questões podem ser exploradas com os estudantes, oralmente e, na sequência, registradas no caderno de classe:

PARA O ESTUDANTE:

CONSTRUÇÃO DO TEXTO: LINGUAGEM E SENTIDOS

1. Considerando o contexto de produção responda:**a. Qual é o público-alvo do *story*?**

Uma possibilidade de resposta: o público-alvo do *story* são aqueles interessados no programa Big Brother Brasil- BBB e também os leitores do jornal.

b. Por quem o texto foi produzido?

Uma possibilidade de resposta: o texto foi produzido para os leitores do *Instagram*, possivelmente por um jornalista da RPCparaná, especialmente, para os interessados no BBB – Big Brother Brasil e que acompanham o programa. Vale destacar que a RPC deu grande ênfase à participante Amanda que é do Paraná e venceu o *reality* na edição de 2023.

c. Qual o local de circulação?

Uma possibilidade de resposta: o *story* foi postado no *instagram* da RPC Paraná.

d. Considerando as condições de produção do *story*, ele traz necessariamente o anúncio de uma notícia? Justifique:

Uma possibilidade de resposta: o *story* estudado não traz necessariamente o anúncio de uma notícia, mas a divulgação de uma enquete sobre quem será o próximo participante do Big Brother Brasil – BBB a deixar o programa.

e. Em sua opinião, qual foi a finalidade de uma empresa jornalística produzir um texto como esse?

Resposta pessoal.

Uma possibilidade de resposta: a finalidade da empresa jornalista RPCparaná divulgar um *story* sobre o programa pode ser o fato de a empresa procurar interagir mais com os jovens e adolescentes, convidando também esse público para ler mais suas postagens e publicações e assim, se interessar por suas postagens.

Subprocesso 3 – A composição verbo-visual do *story*: rodas de conversa e debates

Prática de linguagem: leitura
Série: 9º ano
Objetivo: conduzir a leitura interpretativa e polissêmica do texto.
Número de hora/aula: 3

PROFESSOR(A):

Nesse momento, a fim de procurar descrever e compreender os sentidos em funcionamento no texto, é interessante explorar alguns recursos expressivos e multissemióticos que o compõem o *story* no sentido de explorar efeitos de sentido advindos do emprego desses elementos em sua composição.

Assim, a ideia é projetar o texto na lousa, de preferência, em tamanho maior do que o original a fim de que, em grupo, os estudantes identifiquem quais são os recursos e elementos próprios do *story* que foram utilizados em sua composição e seus sentidos, por meio do seguinte procedimento:

Figura 36 – trabalho em equipe



Fonte: <https://br.stockfresh.com/image/1034946/teamwork-help>. Acesso em: 10 nov. 2023.

HORA DA PARCERIA!

Divida os alunos em dois ou três grandes grupos. Distribua para cada grupo um tíquete de identificação. Nesse caso, pode ser um pequeno círculo autocolante. Em seguida, peça para que os estudantes o utilizem para marcar no próprio texto quais são os recursos gráficos-visuais identificados por eles na composição do *story*.

Depois de identificados quais possam ser esses recursos pelos alunos nos grupos, peça para que um representante de cada grupo vá até o texto, anexado no quadro, e cole o ticket marcando o recurso identificado por eles no próprio texto. Esse procedimento deverá ser feito com todos os grupos.





Finalizado esse movimento de leitura, o/a professor(a), pode oralmente, discutir com os estudantes, quais foram os elementos destacados por eles e os possíveis efeitos de sentidos na construção do texto.

PARA O ESTUDANTE:

FIQUE LIGADO!



Dentre os elementos visíveis na construção do *story* que podem ser notados, temos:

1. Desenho do muro		Sugerindo ideia de “parede”, ou ainda, retomando o sentido do termo usado pelo programa “paredão”. Este termo “paredão” não foi invenção da própria Globo. A princípio, o paredão, isto é, o risco da eliminação do reality foi chamado de berlinda. Em meio ao tempo de confinamento no reality, o participante do BBB1 chamado Adriano Castro, um artista plástico, comparou a ida dos brothers para a berlinda com um paredão, em referência ao local nos quais os regimes ditatoriais mandavam fuzilar presos políticos, que eles consideravam inimigos. Veja mais em https://www.uol.com.br/splash/noticias/2023/01/12/voce-sabia-termo-paredao-usado-no-bbb-faz-referencia-a-ditadura . A comparação, por mais descabida que seja, se difundiu entre os fãs do programa e foi institucionalizada pela Globo, que usa o termo ainda hoje nas edições subsequentes.
2. Quadro da enquete		Recurso usado pelas plataformas para interagir com o público-leitor.
3. Desenho do coração		Elemento que pode também ser lembrado pelos estudantes utilizado para curtir o <i>story</i> .
4. Desenho de ícone		Símbolo utilizado para o compartilhamento de uma publicação de um feed para outro no Instagram.
* Imagens próprias adaptadas de Parente (2023).		

Agora, que você já conheceu e se aprofundou nos significados de alguns símbolos, copie e responda as seguintes questões:

1. O termo “paredão” faz referência a quê?

Uma possibilidade de resposta: A ida para o paredão pode significar a eliminação de um dos participantes da competição e o adeus ao prêmio concedido pela Globo ao vencedor. Outros termos já usados pela emissora foram: “guilhotina” e “berlinda”. Vale também comentar a criação do termo por um participante, Adriano Castro, que esteve




na primeira edição do "Big Brother Brasil". O termo paredão se referia aos ditadores que encaminhavam seus opositores e desafetos para a frente de uma parede ou um muro em que eram mortos a tiros.

2. Observe as cores predominantes da composição do *story* e considerando seu contexto de produção, marque o possível efeito de sentido que as cores utilizadas podem produzir:




- a. sensação de força;
- b. sensação de tensão;
- c. sensação de alegria.

Resposta esperada: letra b.

3. Observe a expressão facial dos participantes na foto do texto. O que elas sugerem?

PARTICIPANTES DO BBB		POSSÍVEIS SENTIDOS SUGERIDOS PELAS EXPRESSÕES FACIAIS
	Bruna Griphao	
	Fred Nicácio	
	Sarah	

Uma possibilidade de resposta:

PARTICIPANTES DO BBB		POSSÍVEIS SENTIDOS SUGERIDOS PELAS EXPRESSÕES FACIAIS
	Bruna Griphao	Bruna Griphao, com a mão apoiada no rosto, sugere um certo ar de apreensão e dúvida.
	Fred Nicácio	Fred Nicácio, sem sorrir, sugere um ar de serenidade, também confiança, quem sabe solicitando ao telespectador ou leitor que ele não deve ser a sua escolha na eliminação do programa
	Sarah	Sarah, com ar mais apreensiva, seu rosto parece sugerir medo, tristeza por ter sido indicada ao “paredão” ou, até mesmo, um certo descrédito, ou pedido de socorro, por acreditar que a qualquer momento, pode ser eliminada.

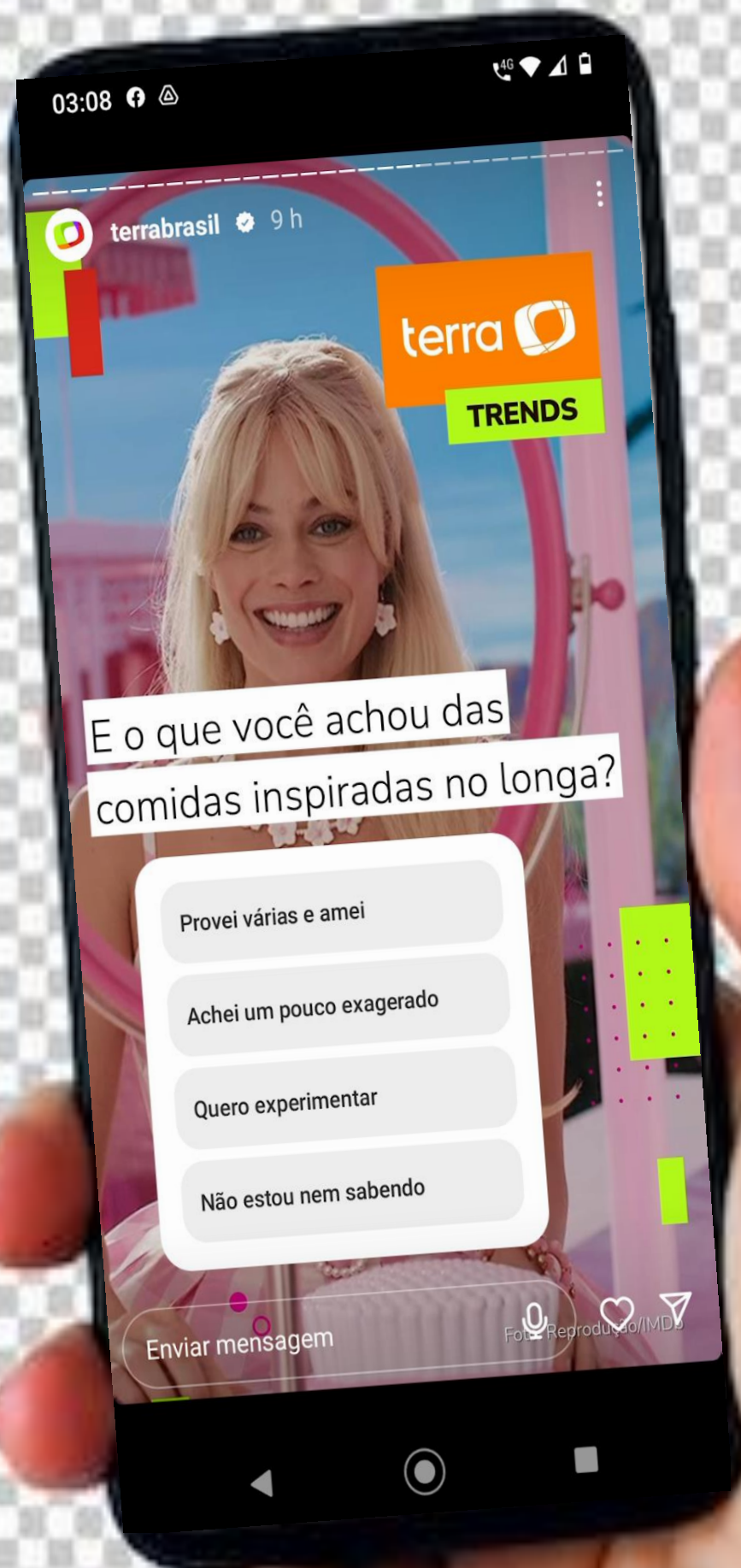
4. Qual o sentido do *Instagram* de RPCParaná utilizar o recurso de uma enquete na composição do *story*?

Uma possibilidade de resposta: a enquete é um dos recursos muito utilizado pela rede *instagram*. É uma ferramenta que busca aumentar o engajamento dos usuários diante dos assuntos e temas apresentados, fazendo os internautas interagirem com as histórias apresentadas. Nesse caso, o jornal parece buscar também utilizar esse recurso para se familiarizar e se envolver mais com seu público leitor.

5. Observe a posição das fotos dos participantes no *story*. Se, ao invés da menina: Sarah Aline aparecer no final da sequência de fotos (à direita), a foto dela fosse incluída na primeira opção (à esquerda), essa mudança traria algum outro sentido para a composição do *story* e conseqüentemente ao programa a que ele se refere?

Resposta pessoal.

OFICINA 6: Texto 6 – Story Barbie



OFICINA 6: Texto 6 – Story Barbie

Subprocesso 1 – Organização de arquivos de *stories* jornalísticos e levantamento de interrogações discursivas

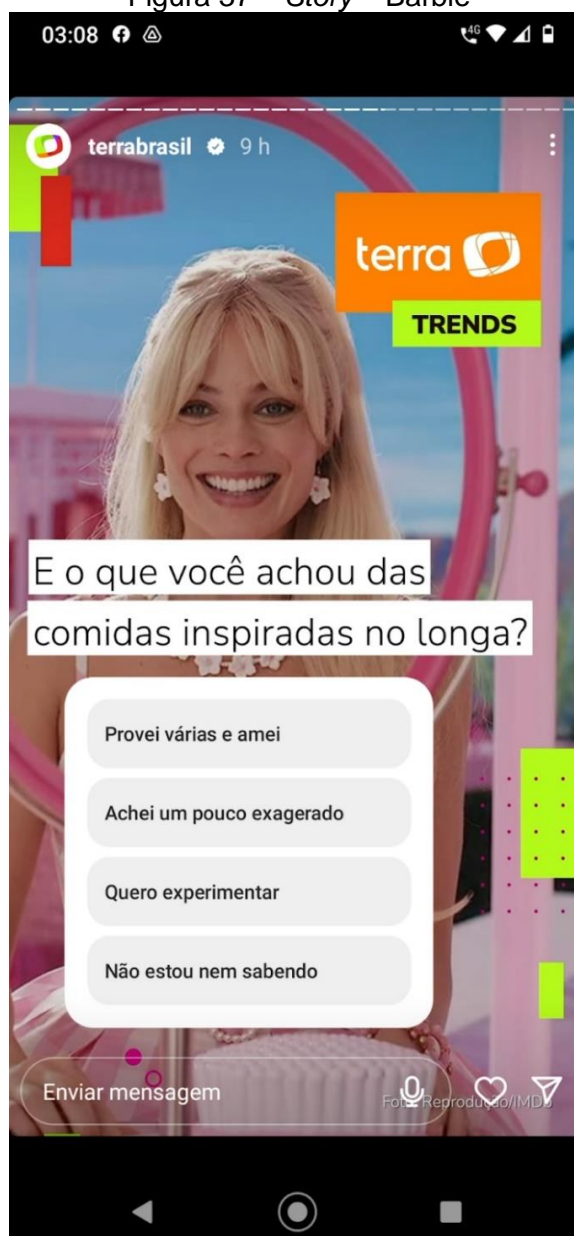
Prática de linguagem: análise prévia do material

Série: 9º ano

Objetivo: leitura interpretativa do material selecionado

Número de hora/aula: 1

Figura 37 – Story – Barbie



Fonte: *Instagram*. Acesso em: 22 jul. 2023.

SUGESTÃO DE ANÁLISE AO/À PROFESSOR(A):

O último *story* selecionado circulou e foi veiculado na página do *Instagram* do Portal Terra Brasil e traz o filme *Barbie* como mote para sugerir uma enquete aos seus seguidores sobre a onda rosa que invadiu até mesmo o serviço de vendas de comidas/alimentação, vitrines de *shopping* ou o fenômeno decorrente do fato de os sujeitos-espectadores do filme que foram ao cinema assistir ao longa na cor rosa. Vale destacar que até mesmo a ferramenta de busca Google tingia de rosa toda a sua tela quando se pesquisava por “Barbie”.

O *story* do portal Terra Brasil projeta imaginariamente um sujeito-internauta que possa ou não estar acompanhando o sucesso do longa, os memes, resenhas e até mesmo polêmicas sobre assistir ou não ao filme da Barbie. Nesse caso, temos uma enquete com várias opções de escolhas que se abrem para os sujeitos que se identificam ou não com o filme. O interesse da enquete é o de abrir à polêmica. Ou seja, pelas opções sugeridas, temos diversas possibilidades de identificação dos sujeitos-espectadores, a saber: a posição “provei e amei” instaura um sujeito que se identifica plenamente com a onda rosa nas vendas de produtos na cor rosa-brigadeiro, queijo cheddar, chantily; já a posição “achei um pouco exagerado” diz respeito a um sujeito que não se identifica com onda rosa na alimentação ou mesmo com o uso da cor rosa (roupas, sapatos, acessórios) como muitos espectadores que povoaram as salas de cinema quando o filme fora exibido. A posição sujeito “quero experimentar” já marca um sujeito que está aberto a provar, mas que não é tão fã/ligado ao fenômeno Barbie a ponto de já ter provado e apreciado essas opções de alimentos “no tom rosa”. A última posição “não estou nem sabendo” aponta para um sujeito-internauta que não necessariamente vive o “mundo rosa” de Barbie. Um sujeito que talvez aprecie outros tipos/gêneros de filmes – cult, alternativo, de heróis, terror.

Nesse sentido, o *story* acerca do filme Barbie, longa-metragem dirigido por Greta Gerwig, traz uma tensão entre posições: apreciar ou não o longa, desejar experimentar ou simplesmente desconhecer as comidas inspiradas no filme, a saber: lanche com molho rosa, fritas do Ken, *milk shake* e donuts rosa, sugerido pela rede Burger King, *hambúrguer*, combo BK Barbie, sorvete – *Cold Stone Creamery*, entre outras.

Aliado a essa onda de cores, percebe-se o tom rosa também presente no visual da atriz protagonista que interpreta a boneca Barbie, bem como na maioria da

composição do plano de fundo do *story* que retoma as cores rosa em tons sobre tons. A cor rosa, de fato, domina o *live-action*, como se pode notar em diversas cenas do filme: a casa da Barbie é rosa, assim como seu carro, suas roupas, as ruas da cidade, os aviões voando e até a areia da praia. Além disso, em termos de condições de produção, podemos destacar a estética designada *barbiecore* – que se trata de um movimento de moda inspirado na boneca. Além do excesso da cor rosa, é um movimento marcado por tons roxo e amarelo, permeados por glitter e pelúcia.

Subprocesso 2 – Condições de produção e circulação do *story* jornalístico

Prática de linguagem: leitura
Série: 9º ano
Objetivo: evidenciar as condições de produção e de circulação do texto.
Número de hora/aula: 2

PROFESSOR(A):

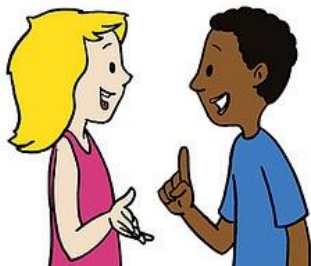
Este subprocesso abriga um exame da materialidade do texto e suas possíveis relações com o contexto de produção e circulação em que foi elaborado.

Para tanto, formulamos algumas atividades no intuito de fomentar possíveis leituras que se abram nesta direção relacionada ao Filme *Barbie* e sugerir debates sobre o *story* em questão, tendo em vista que o sujeito-leitor lê a partir de uma posição, se identifica com certos sentidos, é preciso também ouvi-lo e oferecer a ele um percurso discursivo que complemente e amplie seus horizontes de leitura, ao mesmo tempo em que, também o nosso próprio horizonte seja ampliado. De fato, o filme *Barbie* pode abrir para a emergência de posições sujeitos que não marcam uma homogeneidade de leituras, mas sim colocam em cena um espaço de diferenças, conflitos e leituras singulares. Justamente, a enquete nos abre para a escuta de diferentes possibilidades de identificação com a chamada “onda rosa” produzida pelo longa.

Algumas questões como as citadas, podem ser sugeridas oralmente e, depois, registradas no caderno de classe.

PARA O ESTUDANTE:

Figura 38 – Penso, logo crio



Fonte: <https://pensarecriar.wordpress.com/2011/11/18/o-ensinamento/>. Acesso em 10 nov. 2023.

VAMOS CONVERSAR!

1. O que o *story* te recorda em uma primeira leitura?

Uma possibilidade de resposta: lembramos em uma primeira leitura do *story* do filme Barbie que viralizou entre o público mais jovem.

2. Onde e por quem ele foi produzido?

Uma possibilidade de resposta: o *story* foi produzido pelo portal Terra Brasil em seu *Instagram*.

3. Quem é o público-alvo do *story*?

Uma possibilidade de resposta: o *story* destina-se principalmente aos leitores do portal Terra, também ao público interessado em entretenimento, adolescentes e jovens.

4. Observe a frase que dá entrada para a enquete no *story*: “E o que você achou das comidas inspiradas no longa?” Quem seria esse “você” que está sendo interpelado pelo texto?

Uma possibilidade de resposta: o termo “você” se refere ao leitor do *story*.

5. Em sua opinião, por que o autor do *story* resolveu apresentar uma enquete ao interlocutor?

Uma possibilidade de resposta: o autor do *story* parece, ao apresentar a questão em sua enquete, trazer um espaço em que os leitores pudessem se expressar em relação às comidas inspiradas pelo filme, no entanto, ao formular a pergunta, o portal abre espaço à própria divulgação do filme, trazendo uma perspectiva positiva de sua divulgação.

6. Observe as imagens abaixo e, em seguida, converse com o(a) professor(a) e colegas sobre as possíveis relações entre elas e comente:

Figura 39 – Capas de filmes Barbie



Fontes: Toledo (2003); Vogue (2023).

Uma possibilidade de resposta: as imagens apresentam capas de DVDs de alguns dos inúmeros filmes protagonizados pela personagem Barbie, desde o primeiro filme da boneca, lançado em 1987, “Barbie: a estrela do Rock”, a segunda e a terceira imagem “Barbie Rapunzel” e “Barbie em a vida de sereia” que retomam a menina como uma das princesas dos clássicos infantis, outro que apresenta a personagem envolvida em um mundo mais adolescente em *Diário da Barbie*, seguido por *Barbie*

video game heroes que parece adentrar o mundo mais moderno e tecnológico dos videogames. Fechando as imagens, a foto da capa de *Barbie – o filme*, em que a personagem mostra-se envolvida com o mundo jovem e adulto.

7. Considerando a parte verbal e visual do *story*, o que podemos pensar sobre a posição do portal de notícias a respeito do filme?

Uma possibilidade de resposta: o portal através do *story* sugere uma visão positiva sobre o filme, já que o usa para apresentar uma enquete das comidas que foram inspirados por ele, porém, ao apresentá-la, abre espaço para outros sujeitos se identificarem ou não com essa “onda”, mostrando que está aberto a aceitar também outros posicionamentos.

Subprocesso 3 – A composição verbo-visual do *story*: rodas de conversa e debates

Prática de linguagem: leitura
Série: 9º ano
Objetivo: conduzir a leitura interpretativa e polissêmica do texto.
Número de hora/aula: 2

PROFESSOR(A):

Na perspectiva da Análise de Discurso, é importante não apenas destacar os elementos linguísticos ou visuais que compõem o texto como unidade, mas buscar mecanismos para compreender como o texto produz efeitos de sentido em função da sua historicidade, da situação em que é produzido.

Para isso, sugiro as seguintes questões que poderão ser debatidas e registradas pelos estudantes para abordar essa etapa.

PARA O ESTUDANTE:

Figura 40 – Redes sociais e ADS



Fonte: <https://www.volarecomunicacao.com/services-view/redes-sociais-e-ads/>. Acesso em: 10 nov. 2023.

1. Um dos recursos utilizados pelo portal na composição do *story* foi o uso do termo: TRENDS. Converse com seus colegas e traga uma possível definição para esse termo:

Sugestão de resposta: *Trend*, termo em língua inglesa, significa tendência em português. Essas tendências são conteúdos gerados pelos usuários do *Instagram* que estão se propagando rapidamente na plataforma, indicando que estão se tornando um conteúdo viral, ou seja, estão se tornando tendências e “bombando” na rede. Nesse caso, foram inúmeras as notícias e “trends” do *Instagram* sobre o filme *Barbie*. Ou seja, o portal já deixa marcado que o conteúdo relativo ao filme *Barbie* é uma *trend* e está sendo replicado por uma grande quantidade de usuários.

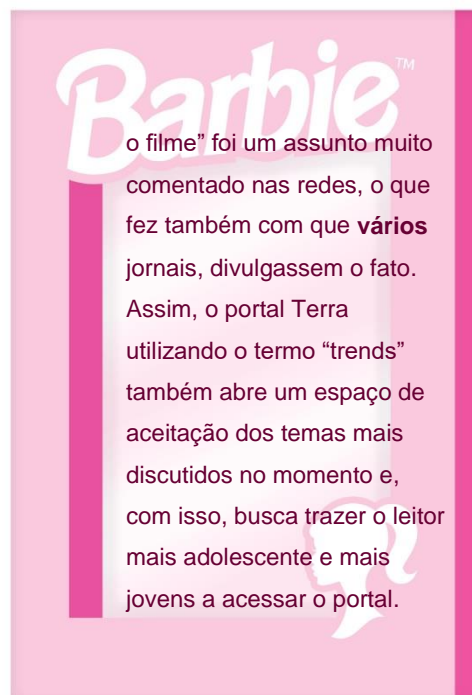
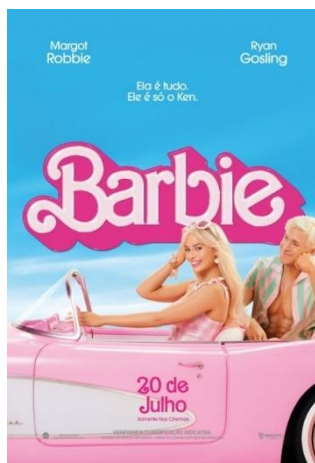
2. Por que razão esse termo “Trend” foi utilizado pelo portal na composição do *story*?

- a) () O termo “*trends*” foi usado para chamar a atenção dos jovens e adolescentes, já que é uma gíria muito utilizada por este público;
- b) () O termo “*trends*” é um termo em inglês e foi escolhido pelo portal para chamar a atenção dos estrangeiros;

- c) () O termo “*trends*” traz o sentido de tendências e abre espaço para aceitação no portal para os temas mais discutidos no momento;
- d) () O termo “*trends*” tem, unicamente, o sentido de convidar os jovens e adolescentes a assistir o filme em questão.

Resposta esperada: letra c.

Figura 41 – Barbie



Fonte: <https://www.itaucinemas.com.br/filme/barbie>. Acesso em: 10 nov. 2023.

3. Observe as cores utilizadas na composição do *story*. Qual é o efeito de sentido que elas sugerem ao texto?

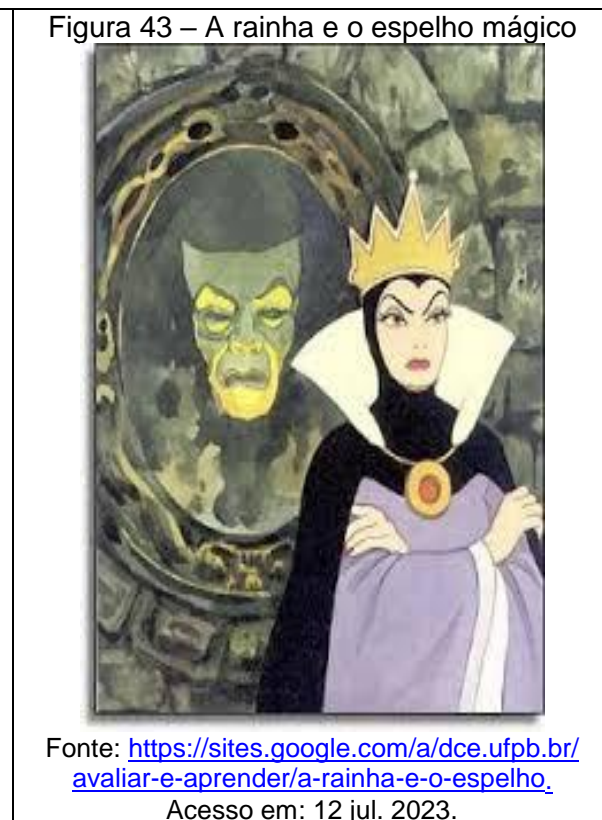
Sugestão de resposta: as cores são as preferidas da personagem do filme e atriz principal, retomam e mantém o clima infantil desde os primeiros filmes lançados pela Mattel. A cor rosa significa romantismo, ternura, ingenuidade e está culturalmente associado a características como beleza, suavidade, pureza, fragilidade e delicadeza. Geralmente é uma cor muito usada no universo feminino.

4. Notamos na composição do *story* a figura de um espelho. Observe as imagens abaixo. O que elas te recordam e o que podem ter em comum?

Imagem I



Imagem II



Sugestão de resposta: ao visualizarmos o desenho do espelho na imagem 1, pode-se relacionar a uma superfície que reflete o próprio visual/imagem, neste caso, o rosto da personagem Barbie representada pela atriz Margot Robbie.

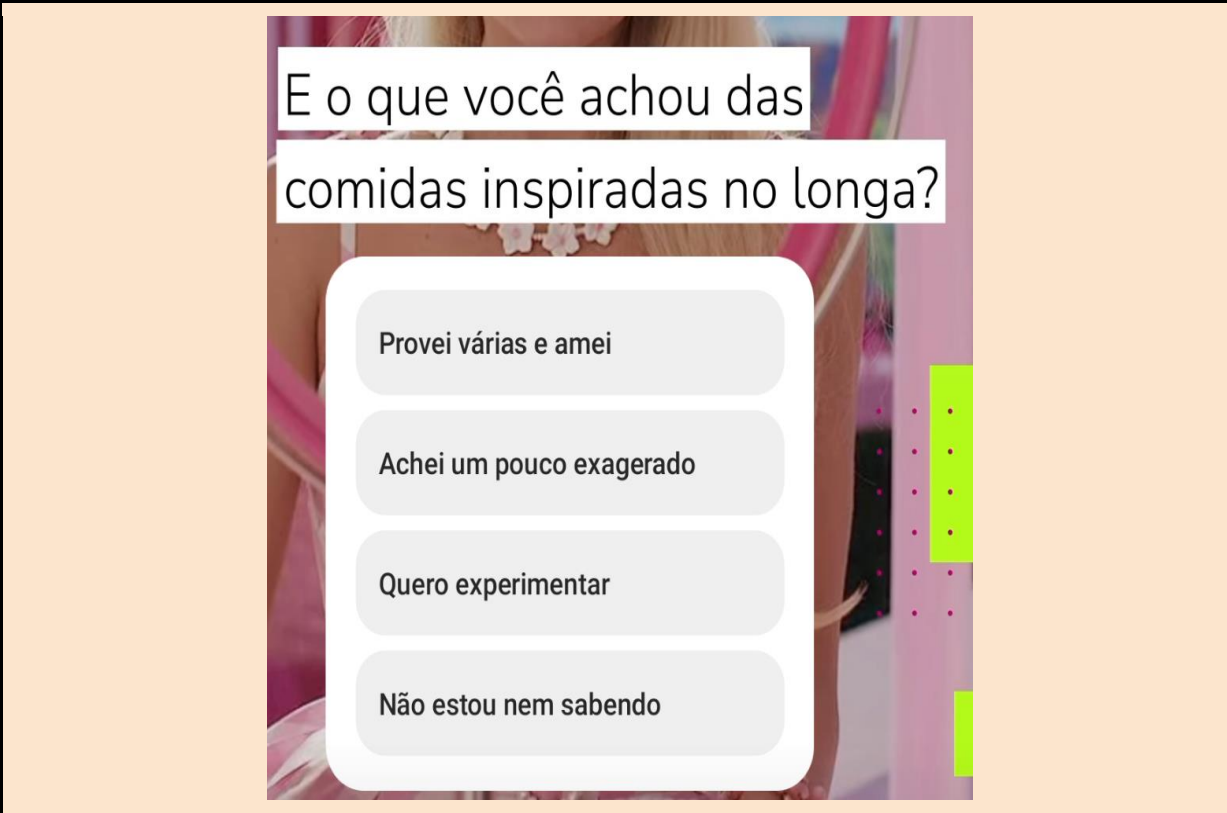
Destaco que o espelho oco ou fundo falso que aparece na imagem 1 justamente remonta às brincadeiras infantis, em que os objetos e brinquedos nem sempre correspondem à realidade (o suco é de mentirinha, a mamadeira pode ser maior que a boneca). No filme, há uma série de momentos nos quais Barbie está justamente representando este efeito do simulacro típico das brincadeiras infantis.

Além disso, o espelho é elemento já-visto/lido nas histórias infantis. Neste objeto em especial, presente na imagem 2, habita o escravo do Espelho Mágico, um espírito aprisionado, semelhante a uma máscara teatral, rodeada por fumaça e fogo. Nesse caso, por um efeito de memória, posso dizer que o espelho da Barbie faz ressoar o clássico Branca de Neve e os sete anões. No conto de fadas clássico, o objeto espelho representa a magia e é consultado todos os dias pela madrasta da

Branca de Neve que exige saber quem é a mais bela de todas: “espelho, espelho meu existe alguém mais bela do que eu?”. Assim sendo, por associação ou analogia, a partir da imagem de um espelho na composição do *story*, pode-se dizer, também, que se produz um efeito de que não exista alguém mais bela que a Barbie, visto que a retomada do objeto parece (re)afirmar uma representação de beleza inquestionável.

5. Notamos que um dos recursos utilizados como elemento gráfico-visual na composição do *story* foi a criação da enquete, um jogo de investigação que tem como objetivo fazer uma avaliação dos conhecimentos dos internautas sobre determinado assunto. Observe a enquete elaborada e tente identificar que tipos de sujeitos ela sugere a partir das respostas apresentadas, relacionando-as no Quadro:

Quadro 2 – Enquete tipos de sujeitos 1

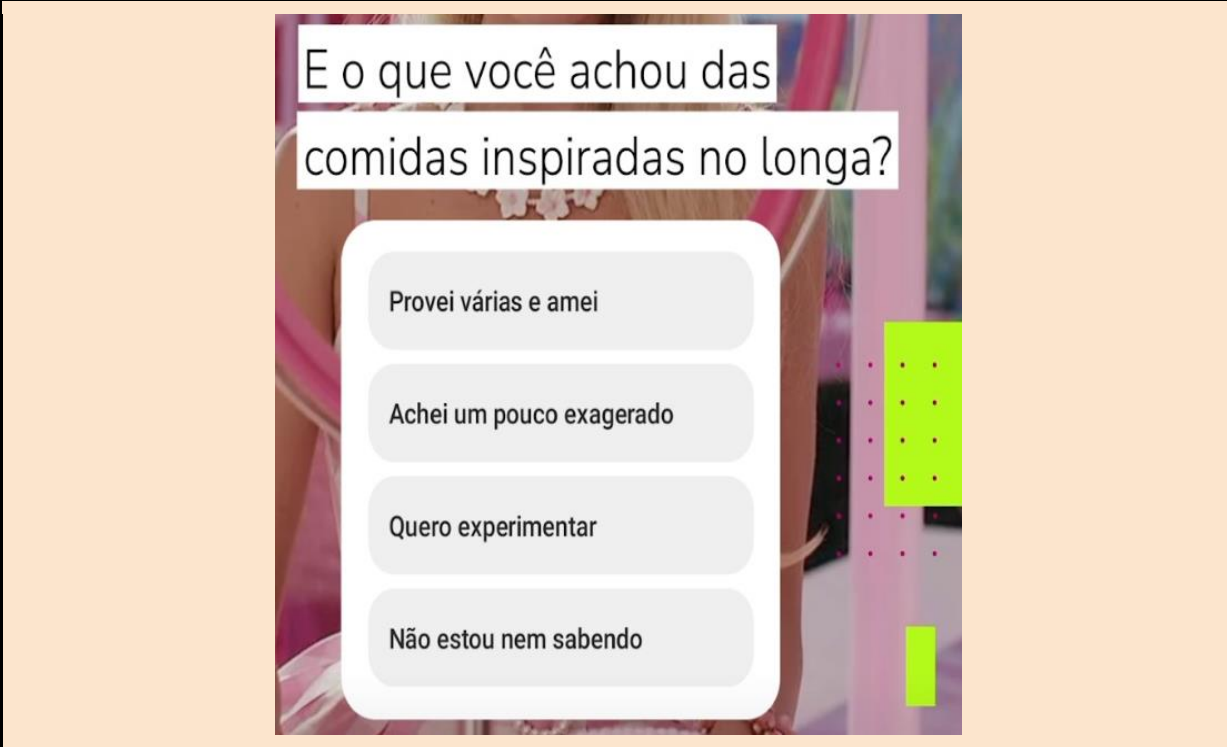


(1) “Provei várias e amei”	() um sujeito que está aberto a provar, mas que não é tão fã/ligado ao fenômeno Barbie a ponto de já ter provado e apreciado essas opções de alimentos “no tom rosa”.
(2) “Achei um pouco exagerado”	() um sujeito que não se identifica com onda rosa na alimentação ou mesmo com o uso da cor rosa (roupas, sapatos, acessórios) como muitos espectadores.
(3) “Quero experimentar”	() um sujeito-internauta que não necessariamente vive o “mundo rosa” de Barbie. Um sujeito que talvez aprecie outros tipos/gêneros de filmes – cult, alternativo, de heróis, terror.
(4) “Não estou nem sabendo”	() um sujeito que se identifica plenamente com a onda rosa e mostra-se aberto a novidades.

Fonte: Elaborado pela autora (2023), adaptado de Terra (2006).

Sugestão de resposta:

Quadro 3 – Enquete tipos de sujeitos 2



(1) “Provei várias e amei”	(3) um sujeito que está aberto a provar, mas que não é tão fã/ligado ao fenômeno Barbie a ponto de já ter provado e apreciado essas opções de alimentos “no tom rosa”.
(2) “Achei um pouco exagerado”	(2) um sujeito que não se identifica com onda rosa na alimentação ou mesmo com o uso da cor rosa (roupas, sapatos, acessórios) como muitos espectadores.
(3) “Quero experimentar”	(4) um sujeito-internauta que não necessariamente vive o “mundo rosa” de Barbie. Um sujeito que talvez aprecie outros tipos/gêneros de filmes – cult, alternativo, de heróis, terror.
(4) “Não estou nem sabendo”	(1) um sujeito que se identifica plenamente com a onda rosa e mostra-se aberto a novidades.

Fonte: Elaborado pela autora (2023), adaptado de Terra (2006).

6) Agora, com base na questão anterior, marque: qual das opções da enquete, você escolheria e comente por quê:

- a.() “Provei várias e amei”
- b.() “Achei um pouco exagerado”
- c.() “Quero experimentar”
- d.() “Não estou nem sabendo”.

Resposta pessoal.

Subprocesso 4 – atividades de efetivação de autoria

Prática de linguagem: leitura
Série: 9º ano
Objetivo: conduzir o estudante a assumir um processo de autoria.
Número de hora/aula: 2

PROFESSOR(A):

Este subprocesso tem por objetivo apresentar um possível fecho ao ciclo de leitura de *stories* jornalísticos. Assim, a ideia é propor uma atividade na qual o sujeito-aluno se colocará na posição de autor, produzindo um efeito de originalidade e criatividade, além de um efeito-unidade à sua produção textual. Vale lembrar que essa etapa será realizada a partir da leitura de todos os *stories* selecionados, propondo um possível fechamento do estudo das oficinas. A proposta é solicitar aos estudantes que, a partir de todas as leituras realizadas, pensem na produção de um *story* que os faça refletir sobre a seguinte questão: *Quem você considera uma celebridade ou quem pelo menos deveria ser?*

A resposta para essa questão será compartilhada por meio da produção do *story*. Lembrando que tomar o *story* como composição demanda que sejam articuladas diversas linguagens, como: inclusão de texto-verbal, visual, links, emojis, hashtags, filtros e outros efeitos.

Nesse momento é relevante possibilitar a tomada de posição sobre o *story*, buscando dar escuta a seus gestos de leitura.

Figura 44 – Banner vetor 3D



Fonte: <https://pt.vecteezy.com/arte-vetorial/8079342-recebendo-rede-social-mensagens-via-smartphone-3d-vetor-banner-com-espaco-de-copia>. Acesso em: 10 nov. 2023.

PARA O ESTUDANTE: AGORA É COM VOCÊ!

Figura 45 – Identidade real e digital



<https://milasotomayor.wordpress.com/>. Acesso em: 10 nov. 2023.

Caro estudante, cada vez mais, vemos surgir inúmeras pessoas que se destacam nas redes sociais, por seu estilo de vida ou trabalho, seu jeito de ser. Muitas delas são consideradas celebridades. Usam as redes para divulgar seus serviços ou produtos ou para promover programas e negócios. Pensando no conceito de celebridade e de como podemos expressar nossa opinião e ponto de vista sobre o mundo, através das redes sociais, elabore

um *story* que será postado na rede social do seu colégio, de modo a expor sua visão sobre a seguinte questão: o que é celebridade para você? Seja criativo!

SIGA ALGUMAS DICAS:

1. Pense em uma imagem para compor seu texto que possa representar sua visão sobre celebridade.
2. Pense na linguagem mais adequada ao texto.
3. Use diferentes cores.
4. Pode fazer uso de sons, emojis, links....
5. Pode também fazer uso de diferentes recursos como: enquetes, perguntas, figuras, gifts....
6. Pode também adicionar áudio ou vídeo.
7. Faça um print de sua produção quando finalizada, uma vez que, por ser um *story*, ao ser publicado, ele desaparecerá em 24 horas.
8. Compartilhe, na rede social de seu colégio, a sua produção.

PROFESSOR(A):

As atividades sugeridas nessa Unidade didático-discursiva visam leitura, diálogo e mediação para se atingir a profundidade requisitada pelos estudos

discursivos. Consideramos o trabalho do(a) professor(a) essencial para garantir o bom desempenho dos procedimentos e encaminhamentos de leitura dos textos, portanto, esperamos o seu sucesso com a utilização e adaptação desse material.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Professor(a), esperamos que este produto educacional possa servir de inspiração para um trajeto/percurso de leitura em sala de aula que possibilite colocar em cena diferentes possibilidades de interpretação e posições dos sujeitos-alunos em seus gestos de leitura singulares.

Os *stories* jornalísticos como material de grande potência e abrangência, nas redes sociais, entre nossos alunos podem contribuir para que a leitura e a escrita sejam vistas não como lugares fixos e homogêneos, mas sim abertos a deslocamentos e ao movimento dos sentidos. Assim sendo, tomamos a sala de aula como espaço de produção de sentidos, em que o sujeito-aluno leitor/escritor, ao significar, se significa.

REFERÊNCIAS

ABRALIN. Entrevista: Eni Orlandi. **Youtube**. 1 set. 2019. 1 vídeo (1h21min13s.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BdWBAZPEKoY>. Acesso em: 9 set. 2023.

ANGELO, Cristiane Malinoski Pianaro; MENEGASSI, Renilson José. Conceito de leitura e ensino de língua. *In*: ANGELO, Cristiane Malinoski Pianaro; MENEGASSI, Renilson José; FUZA, Ângela Francine (org.). **Leitura e ensino de língua**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2022. p. 13-84.

ANTENA 1. **Coldplay**. Disponível em: <https://www.antena1.com.br/artistas/coldplay>. Acesso em: 2 set. 2023.

BACICH, Lilian; TANZI NETO, Adolfo; TREVISANI, Fernando de Mello (org.). **Ensino híbrido: personalização e tecnologia na educação**. Porto Alegre: Penso, 2015.

BATISTA, Queila Maria dos Santos. **Centro e periferia em debate na escola: uma proposta de leitura e escrita**. 2020. 143 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Letras) – Universidade do Estado de Mato Grosso, Cáceres, 2020.

BOLOGNINI, Carmen Zink (org.). **Discurso e ensino: o cinema na escola**. Campinas: Mercado de Letras, 2007.

BOLOGNINI, Carmen Zink. O desafio para o professor a exemplo do filme 2001: Uma odisséia no espaço. *In*: BOLOGNINI, Carmen Zink; PFEIFFER, Claudia; LAGAZZI, Suzy Maria. **Discurso e ensino: práticas de linguagem na escola**. Campinas: Mercado das Letras, 2009. p. 39-46.

BOLOGNINI, Carmen Zink; PFEIFFER, Claudia; LAGAZZI, Suzy Maria. **Discurso e ensino: práticas de linguagem na escola**. Campinas: Mercado das Letras, 2009.

BRAGA, Dafne. O que são os emojis, de onde vieram e como fazer marketing com eles. **Rockcontent**, 10 abr. 2017. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/emoji/>. Acesso em: 12 maio 2023.

BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular: educação é a base**. Brasília, DF: MEC, dez. 2018. Disponível em: http://basenacionalcomum.mec.gov.br/images/BNCC_EI_EF_110518_versaofinal_site.pdf. Acesso em: 9 dez. 2022.

CAZARIN, Ercília Ana. A leitura: uma prática discursiva. **Linguagem em (Dis)curso – LemD**, Tubarão, v. 6, n. 2, p. 299-313, maio/ago. 2006. Disponível em: https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/Linguagem_Discurso/article/view/336/358. Acesso em: 10 jan. 2024.

COELHO, Taysa. Emoji de check e significado do ícone de verificado. **DPopular**. Disponível em: <https://www.dicionariopopular.com/check-emoji-descubra-significado-nome>. Acesso em: 11 jul. 2023.

COLDPLAY. Viva la vida (Official video). **Youtube**. 4 ago. 2008. 1 vídeo (4min2s.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dvgzkm1xwpe>. Acesso em: 11 jul. 2023.

CORACINI, Maria José Rodrigues Faria. Concepções de leitura na (pós-) modernidade. *In*: LIMA, Regina Célia de Carvalho Paschoal (org.). **Leituras: múltiplos olhares**. Campinas: Mercado de Letras; São João da Boa Vista: Unifeob, 2005. p. 15-44

CORACINI, Maria José. **O jogo discursivo na aula de leitura: língua materna e língua estrangeira**. 3. ed. Campinas: Pontes, 2010.

DALCICO, Eliane Cristina. **Novos gestos de interpretação: o desafio de “ensinar” a ler**. 2015. 121f. Dissertação (Mestrado Profissional em Letras) – Universidade do Estado de Mato Grosso, Cáceres, 2015.

DI RAIMO, Luciana Cristiana Ferreira Dias. Discurso e Ensino no Profletras: um percurso de idas e vindas entre reflexões teóricas e práticas. *In*: NASCIMENTO, Cláudia Lopes; KAILER, Dircel Aparecida; NASCIMENTO, Elvira Lopes; BORGES, Maria Isabel; SANT’ANNA, Jaime dos Reis (org.). **Mediações formativas para o ensino de língua portuguesa: experiências no PROFLETRAS II**. São Paulo: Fonte Editorial, 2019a. p. 21-28.

DI RAIMO, Luciana Cristiana Ferreira Dias. Proposta de leitura da crônica “A Carne”, de Luis Fernando Veríssimo: autoria e discurso. *In*: DIAS DI RAIMO, Luciana Cristiana Ferreira; STEFANIU, Luciana Fracassi (org.). **N(os) movimentos de uma articulação: análise de discurso e ensino**. Campinas: Pontes, 2019b. p. 13-36.

DI RAIMO, Luciana Cristiana Ferreira Dias; LUTESKI, Michelly. Nas teias da leitura do artigo de opinião Celebidades descelebradas: condições de produção e funcionamento dos sentidos no/pelo texto. *In*: DI RAIMO, Luciana Cristiana Ferreira; CORSI, Margarida da Silveira; GRECO, Eliana Alves. **Propostas didático-pedagógicas de língua portuguesa e literatura: múltiplos olhares**. Jundiaí: Paco Editorial, 2022. p. 257-268.

DIAS, Cristiane. **Análise do discurso digital: sujeito, espaço, memória e arquivo**. Campinas: Pontes, 2018.

ENCICLOPÉDIA SIGNIFICADOS. Significado de quiz. **Enciclopédia Significados**. Disponível em: <https://www.significados.com.br/quiz/#:~:text=Quiz%20%C3%A9%20o%20nome%20de,quantidade%20de%20respostas%20para%20ganhar>. Acesso em: 2 set. 2023.

FERNANDES, Carolina. **A resistência da imagem: uma análise discursiva dos processos de leitura e escrita de textos visuais**. 2013. 225 f. Tese (Doutorado em Letras) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

FERNANDES, Carolina. Nem autoritário, nem cínico, apenas polêmico: as formas do discurso pedagógico atual e seus processos de identificação. **Pensares em Revista**, São Gonçalo, n. 17, p. 92-112, jan. 2020. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/pensaresemrevista/article/view/46881/31850>. Acesso em: 6 set. 2023.

FERNANDES, Carolina. Procedimentos para uma intervenção pedagógica na perspectiva discursiva. **Revista Linguagem & Ensino**, Pelotas, v. 24, n. 3, p. 398-421, jul./set. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/index.php/rle/article/download/20026/13582>. Acesso em: 12 jan. 2024.

FERNANDES, Carolina; SANTOS, Matheus Rodrigues. A escrita escolar a partir da Análise de Discurso: o discurso pedagógico polêmico em prol do desenvolvimento de um aluno-autor. **Scripta**, Belo Horizonte, v. 23, n. 48, p. 165-178, 2º quadrimestre 2019. Disponível em: <https://periodicos.pucminas.br/index.php/scripta/article/view/19293/15855>. Acesso em: 6 set. 2023.

FERREIRA, Emmanoel; COSTANTINO, Fernandes Angelo; LIMA, Juliana Souza. Cotidiano e instagram: efemeridade e narrativas de si no recurso *stories*. **Esferas**, Brasília, DF, ano 6, n. 11, p. 151-167, jul./dez. 2017. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/view/8686/5764>. Acesso em: 12 jan. 2024.

G1.Coldplay começa maratona de 11 shows no Brasil nesta sexta-feira em São Paulo. **G1**, Rio de Janeiro, 10 mar. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2023/03/10/coldplay-comeca-maratona-de-11-shows-no-brasil-nesta-sexta-feira-em-sao-paulo.ghtml>. Acesso em: 11 jul. 2023.

GARCIA, Ana Paula Munhoz; MARTINS, Brenda Tarouco; OLIVEIRA, Crystian dos Santos; COMASSETO, Leandro Ramiris. Instagram *stories* e jornalismo: análise da utilização da ferramenta pela folha de São Paulo. *In: SALÃO INTERNACIONAL DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO*, 10., 2018. Santana do Livramento. **Anais [...]**. Santana do Livramento: SIEPE/Pampa 2018. p. 1-5.

GONÇALVES, Matilde; MUNIZ-LIMA, Isabel. Tecnodiscurso, interatividade e suporte na mídia *Instagram*. **Calidoscópio**, Porto Alegre, v. 19, n. 3, p. 306-319, set./nov. 2021. Disponível em: https://run.unl.pt/bitstream/10362/129156/1/23294_Texto_do_Artigo_60790342_1_10_20211207.pdf. Acesso em: 7 abr. 2023.

GRECO, Eliana Alves; LISBOA, Marfiza Rosa Caetano. Formação de professores Parfor e as concepções de leitura. *In: PAINI, Leonor Dias; CHICARELLE, Regina de Jesus; CELORIO, José Aparecido (org.). Parfor – Plano Nacional de Formação de Professores, dialogicidade entre a educação básica e a universidade: compartilhando saberes*. Maringá: Massoni, 2019. p. 243-255.

HASHIGUTI, Simone Tiemi. Nas teias da leitura. *In: BOLOGNINI, Carmen Zink (org.). Discurso e ensino: prática de linguagem na escola*. Campinas: Mercado de Letras 2009. p. 19-29.

HASHIGUTI, Simone Tiemi. Nas teias da leitura. *In: BOLOGNINI, Carmen Zink (org.). Discurso e ensino: prática de linguagem na escola*. Campinas: Mercado de Letras, 2015. p. 19-29.

HOUAISS, Antonio; VILLAR, Mauro de Salles. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2007.

INDURSKY, Freda. Da heterogeneidade do discurso à heterogeneidade do texto e suas implicações no processo da leitura. *In*: ERNST-PEREIRA, Aracy; FUNCK, Susana Bornéo (org.). **A leitura e a escrita como práticas discursivas**. Pelotas: Educat, 2001. p. 27-42.

INDURSKY, Freda. Estudos da linguagem: a leitura sob diferentes olhares teóricos. *In*: TFOUNI, Leda Verdiani (org.). **Letramento, escrita e leitura**. Campinas: Mercado de Letras, 2010. p. 163-178.

INDURSKY, Freda. Leitura, escrita e ensino à luz da análise do discurso. *In*: NASCIMENTO, Lucas (org.). **Presenças de Michel Pêcheux da análise do discurso ao ensino**. Campinas: Mercado das Letras, 2019. p. 97-120.

JORNAL NACIONAL. *In*: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2023. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Jornal_Nacional&oldid=65562404. Acesso em: 25 mar. 2023.

KATO, Mary Aizawa. **No mundo da escrita**: uma perspectiva psicolinguística. São Paulo: Ática, 1986.

KOCH, Ingedore Villaça; ELIAS, Vanda Maria. **Ler e escrever**: estratégias de produção textual. São Paulo: Contexto, 2009.

LEMO, André; SENA, Catarina de. Mais livre para publicar: efemeridade da imagem nos modos “galeria” e “stories” do instagram. **Mídia & Cotidiano**, Niterói, v. 12, n. 2, p. 6-26, ago. 2018. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/10035#:~:text=Resumo,nos%20m%C3%A9todos%20utilizados%20pelos%20usu%C3%A1rios>. Acesso em: 7 abr. 2023.

LIMA, Fabiana. O que é streaming? Entenda como funciona e para que serve. **Remessa Online**, 28 jul. 2023. Disponível em: <https://www.remessaonline.com.br/blog/o-que-e-streaming/#:~:text=Streaming%20%C3%A9%20a%20transmiss%C3%A3o%20de,%20tablet%20computador%20ou%20notebook>. Acesso em: 12 maio 2023.

NEIL PATEL. O que é instagram: tudo que você deve saber sobre a rede social. **Neil Patel**. Disponível em: <https://neilpatel.com/br/blog/instagram-o-que-e/>. Acesso em: 15 jul. 2023.

NUNES, José Horta. Dicionários: história, leitura e produção. **Revista de Letras**, Taguatinga, v. 3, n.1/2, ano 3, p. 6-21, dez. 2010. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/rl/article/view/1981/1305>. Acesso em: 4 dez. 2023.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Discurso e leitura**. Campinas: Cortez, 1993.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **A linguagem e seu funcionamento**: as formas do discurso. 4. ed. Campinas: Pontes, 1996.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Análise do discurso**: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 1999.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Discurso e texto**: formulação e circulação de sentidos. Campinas: Pontes, 2001.

PARENTE, Carolina. BBB: como surgiu o reality mais popular do Brasil? Veja história. **OPovo**, 16 jan. 2023. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/divirtase/bbb/2023/01/16/bbb-como-surgiu-o-reality-mais-popular-do-brasil-veja-historia.html>. Acesso em: 12 jul. 2023.

PFEIFFER, Cláudia Regina Castellanos. **Que autor é esse?**. 1995. 146 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1995.

PFEIFFER, Cláudia Regina Castellanos. O leitor no contexto escolar. *In*: ORLANDI, Eni Pulcinelli (org.). **A leitura e os leitores**. 2. ed. Campinas: Pontes, 2003. p. 87-104.

POLIDORO, Lurdes de Fátima; STIGAR, Robson. A transposição didática: a passagem do saber científico para o saber escolar. **Ciberteologia**, São Paulo, ano 7, n. 27, p. 1-6, 2008. Disponível em: http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/2010/artigos_teses/2010/Ensino_religioso/transposicao_didatica.pdf. Acesso em: 15 jan. 2024.

ROJO, Roxane. Blog nos anos iniciais do fundamental 1: a reconstrução de sentido de um clássico infantil. *In*: ROJO, Roxane; MOURA, Eduardo. **Multiletramentos na escola**. São Paulo: Parábola Editorial, 2012a. p. 35-53.

ROJO, Roxane. Pedagogia dos letramentos: diversidade cultural e de linguagem na escola. *In*: ROJO, Roxane; MOURA, Eduardo. **Multiletramentos na escola**. São Paulo: Parábola Editorial, 2012b. p. 11-31.

SAIBA DE TUDO. Cantor Péricles é assaltado em Santo André e tem carro levado por ladrão. **Youtube**. 17 fev. 2023. 1 vídeo (1min35s.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Nw5kTpMWmPA>. Acesso em: 13 maio 2023.

SANTOS, Janete Silva dos. Leitura numa perspectiva discursiva na formação docente: alguns questionamentos. **Revista Linguagem em (Dis)curso**, Tubarão, v. 12, n. 1, p. 129-153, jan./abr. 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ld/a/VMwrx3BMVMJy773hcYnCd5G/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 18 jan. 2024.

SANTOS, Maria José dos; SARIAN, Maristela Cury. Das injunções institucionais à constituição da autoria: uma via para o trabalho com a leitura e a escrita na escola. **Investigações**, Recife, v. 31, n. 2, p. 339-367, dez. 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/index.php/INV/article/view/237522/31085>. Acesso em: 18 jan. 2024.

SILVA, Lúcio Flávio Gondim da. O uso do Instagram como ferramenta pedagógica. *In*: SANTANA, Onélia Maria M. L. de (org.). **Educação do Ceará em tempos de pandemia – Docência**: novas formas de ensinar e aprender. Ceará: Ed. EdUECE, 2021. p. 60-67.

TERRA. 22 maio 2006. Disponível em: <https://mundodasmarcas.blogspot.com/2006/05/terra-conectando-o-mundo.html>. Acesso em: 9 set. 2023.

TOLEDO, Marina. Filmes da Barbie: veja 10 lançamentos da boneca mais famosa do mundo. **CNN Brasil**, São Paulo, 20 jul. 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/barbie-relembre-todos-os-filmes-ja-lancados-com-historias-da-boneca-mais-famosa-do-mundo/>. Acesso em: 9 set. 2023.

VOGUE. 'Barbie – O Filme' divulga elenco com pôsteres em mood feminista. **Vogue**, São Paulo, Cultura, 4 abr. 2023. Disponível em: <https://vogue.globo.com/cultura/noticia/2023/04/barbie-o-filme-divulga-elenco-com-posters-de-pegada-feminista.ghtml>. Acesso em: 12 jul. 2023.