

**Da retórica à Educomunicação:
uma proposta de 'Educação menor' nas aulas de a partir de vlogs**

***De la retórica a la Educomunicación:
una propuesta de 'Educación menor' de vlogs***

Renan Paulo BINI¹
Solange Goretti Moreira PIZZATO²
Eliane NOVAK³

Resumo

Para a proposição deste estudo, parte-se da perspectiva de que não existe neutralidade na língua e que é dever dos professores de Língua Portuguesa possibilitar que seus alunos desenvolvam a leitura crítica a partir de diversos gêneros e meios, para que possam compreender que os textos são resultados de determinado contexto de produção e dotados de intencionalidade. Considerando a leitura como o processo de compreensão de todos os tipos do fazer humano e, não apenas um processo mecânico de associação de fonemas à grafemas, objetiva-se, com o auxílio da Nova Retórica e da Educomunicação, propor aos professores de Língua Portuguesa o uso de *vlogs*, em sala de aula, como instrumento de leitura. A proposta tem o intuito de provocar nos alunos a reflexão crítica sobre estes conteúdos, viabilizando desterritorialização, conexões com outros conhecimentos e visões de mundo e reflexões políticas a partir da valorização das singularidades de cada sala de aula e seu respectivo contexto, caracterizando-se como uma proposta de 'Educação Menor'.

Palavras-chave: Educomunicação. Retórica. Educação menor.

Resumen

Para la proposición de este estudio, se parte del punto de vista de que no hay neutralidade en el lenguaje y es deber de los maestros de portugués posibilitaren a sus estudiantes el desarrollo de la lectura crítica de varios géneros y medios de comunicación, para que entiendan que los textos son resultados de determinado contexto de producción y dotados de intencionalidad. Teniendo en cuenta la lectura como el proceso de comprender todo tipo de actividad humana, y no sólo un proceso mecánico de asociación fonemas a grafemas, el objetivo es, con la ayuda de Nueva

¹ Mestrando em Letras pela Unioeste; E-mail: renanpaulobini@hotmail.com.

² Especializanda em Educação a Distância com Ênfase na Formação de Tutores, na Faculdade São Braz, e na especialização Formação continuada de professores de língua inglesa.
E-mail: solange_pizzatto@hotmail.com.

³ Graduanda do Curso de Pedagogia da Unioeste. E-mail: elianenovak11@gmail.com

Retórica y Comunicación para la Educación, proponer a los profesores de lengua portuguesa el uso de vlogs, en el aula, como instrumento de lectura. La propuesta tiene el propósito de provocar en los alumnos la reflexión crítica sobre estos contenidos, viabilizando desterritorialización, conexiones con otros conocimientos y visiones del mundo y reflexiones políticas a partir de la valorización de las singularidades de cada aula y su respectivo contexto, caracterizándose como una propuesta de "Educación Menor".

Palabras clave: Educomunicación. Retórica. Educación menor.

Introdução

Para o desenvolvimento do presente trabalho, parte-se do pressuposto de que para que a sociedade evolua, o papel da escola é fundamental, já que se torna responsável pelo incentivo à formação de cidadãos críticos. Para que isso ocorra, no processo de letramento que acompanhará os alunos durante todo o processo de ensino, torna-se necessário, além da compreensão e da associação de fonemas à grafemas, por meio da interpretação dos signos linguísticos, que os alunos aprendam a relacioná-los à exterioridade, compreendendo as reais intenções de seus interlocutores nos diversos locais onde circularão.

Neste processo, é notório o papel da mídia. Considerando a fugacidade da vida moderna, nota-se que o público se torna passivo em relação às informações que recebe. Admite-se que a objetividade não existe, isto, porque as informações veiculadas pela mídia passam por um filtro subjetivo dos profissionais envolvidos. Além disso, a própria seleção do léxico, durante a comunicação, acarreta em um determinado posicionamento atravessado pela história, papel social de quem diz e pela ideologia.

Considerando os nativos digitais, de acordo com Palfrey e Gasser (2011), a influência dos conteúdos midiáticos é muito maior, uma vez que a formação da identidade nesse grupo é interpelada pela experimentação e reinvenção de identidades e por diferentes modos de expressão, “como o YouTube e os blogs” (p. 31). Por meio de recursos retóricos e imagéticos, os produtos midiáticos tornam-se instrumentos de influência no processo de desenvolvimento subjetivo dos alunos; e esta influência é visível não apenas a partir da publicidade, mas também, e principalmente, de forma

velada por meio de propaganda ideológica que atravessa os produtos da Indústria Cultural.

Considerando o desenvolvimento tecnológico, bem como a recente democratização dos meios de comunicação digital no Brasil, entende-se que cada vez mais cedo os alunos têm à disposição os produtos da Indústria Cultural. Assim, entende-se que se torna também papel dos profissionais da educação, desenvolver a reflexão e a criticidade de seus alunos a partir do meio no qual estão inseridos.

O pilar da teoria educacional pós-moderna, de acordo com Porto (2006), é o de que o conhecimento é resultado das relações de poder na sociedade a que o indivíduo se insere a partir de seu papel social (poder político ou econômico, poder masculino, o poder do homem branco, o poder do europeu etc.), sendo este, moldado por interesses, retira-se do conhecimento (inclusive científico) qualquer objetividade.

A partir destes aspectos e da perspectiva de Martins (1994), em considerar a Leitura como o processo de compreensão de todos os tipos do fazer humano; buscar-se-á propor, a partir da Nova Retórica e da Educomunicação, o letramento de *vlogs* em sala de aula, considerando este processo como uma proposta de ‘Educação Menor’.

Retórica, letramento, educomunicação e ‘educação menor’

Segundo Martins (1994, p. 30), é preciso considerar a leitura “como um processo de compreensão de expressões formais e simbólicas, não importando por meio de que linguagem”. Além disso, a pesquisadora destaca que “aprender a ler significa também aprender a ler o mundo, dar sentido a ele e a nós próprios”. Nessa perspectiva, considerando o processo de letramento como um ato de empoderamento singular, na medida em que os indivíduos se tornam críticos diante do mundo biopsicossocial circundante, concordamos que a simples Educação Bancária, como afirma Freire (1987), é ineficaz para que este processo se concretize.

Se as metodologias tradicionais de ensino não são eficazes, quais alternativas estão à disposição aos professores de Língua Portuguesa para possibilitar que seus alunos se tornem leitores críticos? Para Gallo (2002), uma educação é eficaz quando promove desterritorialização, valoriza as singularidades dos alunos e o contexto social e

promove ramificação política. Segundo o pesquisador, metodologias que tentem fugir dos modelos tradicionais e que possibilitem a valorização das singularidades podem ser definidas como ‘Educação Menor’:

A educação menor é uma aposta nas multiplicidades, que rizomaticamente se conectam e interconectam, gerando novas multiplicidades. Assim, todo ato singular se coletiviza e todo ato coletivo se singulariza. Num rizoma, as singularidades desenvolvem devires que implicam em hecceidades. Não há sujeitos, não há objetos, não há ações centradas em um ou outro; há projetos, acontecimentos, individualizações sem sujeito. Todo projeto é coletivo. Todo valor é coletivo. Todo fracasso também (GALLO, 2002, p. 176).

Considerando estes aspectos e o contexto social e cultural em que os nativos digitais inserem-se, destacamos que a inserção dos instrumentos tecnológicos e a utilização de produtos midiáticos em sala de aula não apenas como recursos pedagógicos, mas também como instrumentos de leitura, é essencial. Apesar disso, nota-se que ainda há resistência por parte de alguns professores em relação ao uso tecnológico com estes fins.

De acordo com a Motter (2006), as razões para manter os gêneros audiovisuais, como filmes e as telenovelas fora da sala de aula são diversas: argumentos dos órgãos superiores de ensino, da direção, dos pais, dos professores e da sociedade. Porém, não se pode negar que os alunos “assistem, gostam, comentam e encontram seus momentos diários de ficção” (p. 159) nas mídias. A partir desse ponto de vista, entende-se que a Mídia passa a ter papel central na formação subjetiva das crianças dividindo espaço com as demais instituições, como escola e família. Assim, considerando o poder lúdico-retórico dos meios de entretenimento e a forma como discutem, constroem e desconstroem paradigmas, visões de mundo e aspectos culturais; a inserção destes meios como instrumentos de leitura em sala de aula torna-se indispensável.

Segundo Lopes (2011), a “Educação para os Meios” se constituiu, em seus inícios, como uma linha de trabalho com os receptores, mais de denúncia do que pedagógica, herdeira direta dos estudos críticos de comunicação da década de 70, desenvolvidos dentro da perspectiva teórica da Escola de Frankfurt. Combinavam-se nesses estudos, de um lado, a rejeição global da indústria cultural por reproduzir a

dominação através de mensagens ideológicas, persuasivas e conformistas e, por outro, uma concepção essencialista de cultura popular como conjunto de manifestações a ser preservado e protegido.

A preocupação de as escolas formarem leitores críticos dos meios de comunicação, inicia-se com estudos realizados na Escola de Frankfurt na Alemanha. A partir de 1920 surgem duas correntes teóricas de análise sociológica dos desdobramentos da evolução midiática: ‘A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica’ de Walter Benjamin, e a ‘Dialética do Esclarecimento’ de T. Adorno e M. Horkheimer.

A teoria de Benjamin, com visão utópica, considera a evolução das novas mídias positiva, já que a cultura da elite pode ser barateada e, conseqüentemente, democratizada por meio das mídias, deixando de ser exclusiva da burguesia (a Monalisa, por exemplo, apesar de estar confinada no museu do Louvre, na França, é conhecida mundialmente, inclusive em países pobres). A teoria de Adorno e Horkheimer mostra-se mais pessimista devido à influência do contexto nazista, quando foi desenvolvida. De acordo com Lopes (2011, p. 42),

Essa visão teórica dicotômica levou o esforço pedagógico dos programas de Educação para os Meios a se concentrarem na desmistificação do sentido ideológico das mensagens pelos receptores, tentando vaciná-los contra os conteúdos veiculados. Os meios de comunicação foram assumidos quase sempre como malefícios que deviam ser combatidos. Quase sempre a forma de combate era a construção de sistemas de informação alternativos e paralelos, levando ao prejuízo do "marginalismo", insistentemente assinalado por Martín-Barbero (LOPES, 2011, p. 42).

Considerando que na época da II Guerra Mundial o governo Alemão utilizou-se da mídia, de uma forma geral, e, por meio de instrumentos retóricos, conseguiu convencer aos cidadãos alemães de que as atrocidades cometidas em nome da Pátria eram naturais e legítimas, na visão dos teóricos, os meios de comunicação serviam apenas como meios eficazes para se propagar ideologia e para alienar.

Segundo Adorno e Horkheimer (1985), a indústria cultural funciona como “facilitadora” da criatividade, como forma de conduzi-la a seus caminhos. Isso faz com

que tudo que fuja a determinação dessa totalidade seja considerado sem relação a ela, funcionando como filtro, classificando verdades e inverdades.

Considerando a teoria da Retórica, descrita ainda por Aristóteles na Grécia Clássica; ao analisar os discursos utilizados para convencimento, a mídia utiliza-se de recursos visuais e discursivos para convencer o público-alvo a determinado ponto de vista, o que ocorre, geralmente de maneira velada e influencia, além dos adultos, aqueles que estão em processo de formação subjetiva, conseqüentemente mais vulneráveis (crianças e adolescentes).

Entendemos que argumentar é um ato de persuasão que se origina a partir da relação entre *Ethos* (categoria inicialmente proposta por Cícero e posteriormente ampliada por Quintiliano), *Pathos* (categoria proposta por Platão) e *Logos* (categoria inicialmente proposta por Aristóteles e posteriormente estudada por teóricos como Perelman e Olbrechts-Tyteca e Ducrot). Considerando as definições contemporâneas destes termos, apontamos, aqui, os estudos de Eggs (2016).

Assim, considerando estudos de teóricos como Eggs (2016), Ducrot (2004) e Perelman e Olbrechts-Tyteca (2017), compreendemos que, na contemporaneidade, *Logos* é o poder dialético do discurso com o intuito da adesão a partir da razão, ou o próprio discurso, uma vez que demonstra algo ou parece demonstrar; *Pathos* ocorre no fato de colocar os interlocutores em certa disposição a partir do lugar em que se inserem (convenções sociais e culturais, contexto e comportamento); e *Ethos* caracteriza-se pela imagem de confiabilidade que o orador inspira. É importante destacar que estas categorias representam um olhar atualizado a partir de observações já tecidas por Aristóteles, conforme apresentado anteriormente. De acordo com Ducrot (2004), considerando a argumentação retórica,

a persuasão exige que apresentemos não somente razões, formando aquilo que chamamos de *logos*, mas que desenvolvamos igualmente no ouvinte o desejo do crer verdadeiro (o *pathos*) e enfim, que o ouvinte tenha confiança no orador, que deve lhe parecer alguém confiável, sério e bem intencionado. O orador deve, portanto, oferecer em seu próprio discurso uma imagem favorável de si, correspondendo àquilo que a retórica clássica chama de *ethos* (DUCROT, 2004, p. 4-5).

Considerando a influência do *Ethos* no contexto dos nativos digitais, destaca-se que, recentemente, de acordo com o jornal Folha de São Paulo (2017), o Governo Federal pagou a Youtubers para elogiarem as reformas do Ensino Médio de forma velada:

Um vídeo no YouTube que explica "tudo que você precisa saber sobre o ensino médio" já tem mais de 1,6 milhão de visualizações. Com conclusões positivas sobre a reforma, o material tem a aparência de espontaneidade, mas trata-se de publicidade disfarçada do MEC (Ministério da Educação). O governo Michel Temer pagou R\$ 65 mil para o canal Você Sabia falar bem da reforma. Comandado por dois jovens, o canal no YouTube conta com 7,1 milhões de assinantes. No vídeo, publicado em 31 outubro de 2016, os youtubers Lukas Marques e Daniel Molo explicam benefícios da reforma. "Com esse vídeo você aí deve estar dando pulo de alegria. Se eu tivesse que fazer o ensino médio e soubesse dessa mudança eu ficaria muito feliz", diz um deles. Nada no vídeo diz que se trata de conteúdo pago. Pelo contrário. "A gente achou o tema bastante interessante, uma galera [estava] discutindo nas redes sociais, e então falamos: deixa com nós que a gente explica direitinho", reforça um deles no final (FOLHA DE S. PAULO, 2017, s.p.).

Sobre a maneira como os meios de comunicação influenciam crianças e adolescentes, Martín-Barbero (2000, p. 148), argumenta:

Sua identidade e subjetividade estão muito relacionadas com as variáveis demográficas (idade, sexo, classe social, etnia). Querem saber como superar as frustrações da vida, como desenvolver sua autoestima, como viver em família e, em muitos casos, como enfrentar problemas como o álcool, as drogas, desvios sexuais, a violência, o racismo. (Certamente estes problemas são mais urgentes para eles que os da ideologia política.) Por sua parte a TV promete modelos que confrontam situações similares às vividas pelos adolescentes. Apresenta soluções (verdadeiras ou falsa) a seus problemas diários e oferece respostas sobre sua identidade pessoal, social e sobre seu destino (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 148).

Considerando os pensamentos defendidos pelos pesquisadores da Escola de Frankfurt e o uso da Retórica, refletindo criticamente sobre os meios de comunicação, pode-se afirmar que a mídia se desdobra não mais apenas como instrumento de

manipulação ideológica, mas também como veículo de informação e utilidade pública, e assim surge a Educomunicação. De acordo com Baccega (2011, p. 19):

As tradicionais agências de socialização – escola e família – vêm se confrontando, nos últimos tempos, com os meios de comunicação, que se constituem em outra agência de socialização. Há entre elas um embate permanente pela hegemonia na formação dos valores dos sujeitos, buscando destacar-se na configuração dos sentidos sociais. Essa disputa constitui o campo comunicação/ educação (educomunicação), que propõe, justifica e procura pistas para o diálogo entre as agências (BACCEGA, 2011, p. 19).

Considerando a forte presença da mídia na cultura de um modo geral, Baccega (2011) argumenta:

A questão “Devemos ou não usar os meios no processo educacional ou procurar estratégias de educação para os meios?”, já não se coloca. Trata-se, agora, de constatar que eles são também educadores, uma outra agência de socialização, e por eles passa também a construção da cidadania. É desse lugar, o qual procura colocar em sintonia mídia e escola, aceitando que a escola já não é mais o único lugar do saber, que devemos relacionar-nos com os meios. E é esse o lugar em que temos de esclarecer que modalidade de programação da mídia queremos para pavimentar as mudanças sociais no sentido da construção da efetiva cidadania (BACCEGA, 2011, p. 20).

Por isso, de acordo com Baccega (2011), comunicação/educação inclui, mas não se resume à educação para os meios, à leitura crítica dos meios, ao uso da tecnologia em sala de aula, à formação do professor para o trato com os meios etc. “Tem, sobretudo, o objetivo de construir a cidadania, a partir do mundo editado devidamente conhecido e criticado” (2011, p. 20). Nesse campo cabem: do território digital à arte-educação, do meio ambiente à educação à distância, entre muitos outros tópicos, sem esquecer os múltiplos suportes, os vários gêneros – televisão, rádio, teatro, cinema, jornal, cibercultura, etc. “Tudo percorrido com olhos de congregação das agências de formação: a escola e os meios, voltados sempre para a construção de uma nova variável histórica” (BACCEGA, 2011, p. 20).

De acordo com Martín-Barbero (2011), a compreensão crítica oferece ao indivíduo um grau de poder e controle sobre seus processos de interpretação. Assim, por meio da Educomunicação, as habilidades perceptivas ensinarão as crianças a distinguir entre o conteúdo do programa e a intenção comercial. No entanto, esse treinamento não pode ficar apenas nas escolas primárias. A hábil análise da informação (com as limitações de cada fonte) é um requisito de aprendizagem permanente para uma cidadania informada e deve prosseguir das demais séries, considerando os novos produtos midiáticos nos quais as crianças serão expostas. Segundo Orozco-Gómez (2011, p. 159),

A tríade comunicação, educação e novas tecnologias resume uma das problemáticas substantivas do novo milênio. Constitui um desafio central, não só para os comunicadores e os educadores preocupados pelo avanço da tecnologia telemática e digital, e suas múltiplas vinculações mútuas, mas também para a democracia e, claro, para a cultura, como processos maiores que contextualizam e condicionam a geração, circulação e consumo do conhecimento (OROZCO-GÓMEZ, 2011, p. 159).

A partir desse ponto de vista, de acordo com a visão do autor, pode-se concluir que a escola preservará sua função como a instituição educativa principal, só na medida em que for capaz de orientar os diversos aprendizados que têm lugar dentro e fora da escola, estimulados pelos novos meios e tecnologias de informação existentes, tanto dentro dos sistemas educativos, quanto por aqueles que estão fora e são os meios e tecnologias com os quais cotidianamente interagem os sujeitos sociais. Esses aprendizados, além do mais, são produtos de processos formais e não formais de educação.

Uma proposta de educomunicação a partir de vlogs

De acordo com Araya e Vidotti (2010), a *internet* constitui um ambiente informacional em que uma parcela cada vez maior da humanidade deixa de ser mera consumidora de bens simbólicos e, “por práticas de colaboração e remix, passa a ser produtora de informação” (p. 40). E, de acordo com Palfrey e Gasser (2011), os

professores devem considerar que seus alunos, enquanto nativos digitais, dominam as novas relações humanas que se constroem mediadas pela tecnologia. Considerando o YouTube, Araya e Vidotti destacam:

No website do YouTube, fundado em fevereiro de 2005 e desde outubro de 2006 propriedade do Google, os usuários podem carregar e compartilhar vídeos em formato digital. Apresenta-se como a comunidade de vídeos on-line de maior popularidade do planeta, que permite a milhões de pessoas descobrir, olhar e compartilhar vídeos criados originalmente. O website oferece fóruns de conexão entre usuários e atua como plataforma de distribuição para criadores de conteúdos originais e de propagandas, tanto em pequena quanto em grande escala (ARAYA; VIDOTTI, 2010, p. 54).

De acordo com Araya e Vidotti (2010), o YouTube pode ser considerado um ambiente colaborativo que, por meio da tecnologia, possibilita a variação dos *blogs* para os *Vlogs*. De acordo com a Revista Exame, em 2016, quatro brasileiros estavam entre os 10 youtubers mais influentes do mundo, sendo eles: Whindersson Nunes, Felipe Neto, JulioCociello e Felipe Castanhari. Nessa perspectiva, considerando o poder do *Ethos* como instrumento da comunicação persuasiva e a influência destes youtubers entre os nativos digitais, propõe-se que os professores de Língua Portuguesa conheçam os canais mais visitados entre seus alunos; e que proponham discussões sobre as temáticas abordadas nestes canais, utilizando-os como instrumento de leitura.

Figura 1 - youtuber Whindersson Nunes – vídeo “Saudades de antigamente”



Fonte: Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Da4wic7G7OE>

Figura 2 - youtuber Felipe Neto -
vídeo “ESTOU MUITO CONFUSO! - REAGINDO A K-POP”



Fonte: Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=5i_NJADoIO8

Considerando o youtuber Whindersson Nunes, por exemplo, de acordo com Diário de Pernambuco, o nordestino foi o primeiro brasileiro a atingir a marca de 20 milhões de seguidores no YouTube. Sendo o seu vídeo mais visto uma paródia da música *Hello*, de Adele, contendo mais de 57 milhões de acessos. A partir dos teóricos apresentados até aqui, destacamos a possibilidade de o professor selecionar vídeos publicados nos *vlogs* mais acessados por seus alunos, e leva-los como objeto de leitura.

Destaca-se que por meio de gêneros discursivos considerados atrativos aos alunos, torna-se possível que o professor desperte o interesse deles em relação aos conteúdos estudados. A partir da seleção de alguns vídeos publicados no YouTube, o professor pode explicar aos alunos que estes produtos simbólicos se tratam de recortes de realidade, que são subjetivos e dotados de uma determinada intencionalidade cultural e ideológica do produtor ou mercadológica, adaptando a proposta à realidade e aos interesses de cada sala de aula.

Propõe-se que, durante a atividade educacional, o professor explique aos alunos a importância do advento da *internet*, bem como do recente processo de democratização dos meios tecnológicos no Brasil. Considerando que o intuito da aula é desenvolver nos alunos uma visão mais crítica em relação a produtos midiáticos, é

importante que o professor evite realizar críticas aos profissionais que participam dos vídeos selecionados, já que o que precisa ficar claro aos alunos é que a linguagem não é imparcial, sendo os vídeos também textos dotados de intencionalidade.

Os alunos devem ser instigados a verificar a veracidade do conteúdo apresentado pelos youtubers e compreender, mesmo que minimamente, o processo mercadológico que envolve o mercado da produção destes *vlogs*. Durante a atividade, o professor pode apresentar aos alunos a matéria divulgada no Jornal Folha de S.Paulo, apresentada acima, sobre o pagamento do Governo Federal a youtubers para que fizessem propaganda da Reforma do Ensino Médio de forma velada. Destaca-se que o episódio possibilita, inclusive, que o professor inicie uma discussão sobre “ética” com seus alunos.

Nessa perspectiva, destaca-se que a compreensão das provas engendradas pelo discurso persuasivo, *Ethos*, *Pathos* e *Logos*, por parte do professor proponente da atividade educacional, possibilitará que este compreenda melhor como o discurso persuasivo é desenvolvido, para que seja possível a explicação do processo aos alunos de forma simplificada e sem a utilização dos termos técnicos. É importante que ao final da atividade o aluno passe a se perguntar diante de novos produtos midiáticos: “Qual é a intencionalidade desta mensagem?”; ou, “essa informação é verdadeira? Isso é opinião ou um fato?”.

Considerações finais

Considerando-se o atual contexto, nota-se que as crianças passam um tempo considerável do dia consumindo algum produto midiático, principalmente os veiculados na televisão e na *internet*. Assim, o objetivo deste projeto é refletir sobre a possibilidade da inserção desses produtos em sala de aula como objetos de leitura, comprovando-se, assim, a eficácia da educação na construção da criticidade e de cidadãos que tenham habilidade de leitura também de mensagens midiáticas.

Considerando o potencial da Educação no desenvolvimento da criticidade dos alunos, e que, em outros países ela já possui lugar garantido nas grades curriculares, como na Argentina e nos EUA, por exemplo, torna-se essencial que seja

inserida também no Brasil, no cotidiano dos alunos, já que mesmo não havendo a disciplina, a demanda pelo desenvolvimento crítico sobre os produtos midiáticos continua a existir.

A partir da inserção dos produtos midiáticos o professor pode comparar diferentes abordagens de um mesmo assunto em diferentes mídias, levando ao aluno a percepção de que a maneira em que a abordagem de um tema é feita, está extremamente ligada à subjetividade de quem a produz e ao contexto cultural e ideológico em que se insere.

A televisão e as redes sociais, por exemplo, são objetos de leitura como qualquer texto, mas que, por disporem de maiores recursos lúdico-retóricos, exigem a leitura para além do que se ouve, lê ou vê. Por meio da inserção da Educomunicação no dia a dia, as crianças se tornarão adultos mais críticos, serão mais questionadores e ativos como cidadãos.

Referências

ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max (ALMEIDA, Guido Antonio de. trad.). **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

ARAYA, E. R. M.; VIDOTTI, S. A. B. G. **Criação, proteção e uso legal de informação em ambientes da World Wide Web [online]**. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. 144 p. I. Available from SciELO Books. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/idx3q/pdf/araya-9788579831157-02.pdf>> Acesso em 09 jul 2017.

BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação/educação e a construção de nova variável histórica. *in* CITELLI, Adílson Odair; COSTA, Maria Cristina Castilho. **Educomunicação, construindo uma nova área de conhecimento**. São Paulo: Pia Sociedade Filhas, 2011.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. **Nordestino Whindersson Nunes é o primeiro brasileiro com 20 milhões de seguidores no YouTube**. Disponível em: <http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/viver/2017/05/22/internas_viver,705000/nordestino-whindersson-nunes-e-o-primeiro-brasileiro-com-20-milhoes-de.shtml> acesso em 10 jul 2017.

DUCROT, O. Argumentação retórica e argumentação linguística. **Revista Polifonia**, v. 8, n. 08. 2004. Disponível em: <<http://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/polifonia/article/view/1125/889>>. Acesso em 20 out. 2017.

EGGS, E. Ethos aristotélico, convicção e pragmática moderna. *In*: AMOSSY, R. (org.). **Imagens de si no discurso**: a construção do ethos. Trad. Dilson Ferreira da Cruz, Fabiana Komesu e Sírio Possenti. 2 eds. São Paulo: Contexto, 2016.

EXAME. **Os 10 youtubers mais influentes do mundo**. 28/06/2016. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/os-10-youtubers-mais-influentes-do-mundo/>> Acesso em 08 jul 2016.

FOLHA DE S. PAULO. **Governo paga youtubers para fazer elogios às mudanças do ensino médio**. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/educacao/2017/02/1859532-governo-paga-youtubers-para-fazer-elogios-as-mudancas-do-ensino-medio.shtml>> Acesso em 10 jul 2017.

FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. 17^a. ed. Rio de Janeiro, Paz e Terra. 1987.

GALLO, S. Em torno de uma educação menor. *In*: **Revista Educação & Realidade**. Jul/dez de 2002. P. 169-178. Disponível em: < file:///D:/Downloads/25926-98931-1-PB%20(2).pdf > Acesso em 10 jul 2017.

LOPES, M. I. V. Pesquisas de recepção e Educação para os Meios. *In*: CITELLI, Adílson Odair; COSTA, M. C. C. **Educomunicação**, construindo uma nova área de conhecimento. Pia Sociedade Filhas de São Paulo – São Paulo, 2011.

MARTÍN-BARBERO, J. Desafios culturais: da comunicação à educomunicação. *In*: **Comunicação & Educação**, n. 18, maio/ago. 2000.

MARTINS, M. H. **O que é leitura**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

MOTTER, M. L. Educação, telenovela e crítica. **Comunicação & Educação**. Ano XI. Número 2. maio/ago 2006. Disponível em: <www.revistas.usp.br/comueduc/article/download/37576/40290> Acesso em 08 jul 2017.

OROZCO-GÓMEZ, Guillermo. Comunicação, educação e novas tecnologias: tríade do século XXI *In*: CITELLI, Adílson Odair; COSTA, Maria Cristina Castilho. **Educomunicação, construindo uma nova área de conhecimento**. Pia Sociedade Filhas de São Paulo – São Paulo, 2011.

PALFREY, J.; GASSER, URS. **Nascidos na era digital**: entendendo a primeira geração de nativos digitais. Porto Alegre: Artmed, 2011.

PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. **Tratado da argumentação**: a nova retórica. Tradução: Maria Ermantina de Almeida Prado Galvão. 3 eds. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2017.

PORTO, L. S. **Filosofia da educação**. EditoraZahar: Rio de Janeiro, 2006.