

Dante Em Foco: um olhar sobre as fake news e o YouTube

Adriano Leonel
Barbara Endo
Henrique Amaral
Valdenice Minatel
Verônica Cannatá

O YouTube e a sala de aula

Prender a atenção dos alunos, que estão cada vez mais conectados, não é algo fácil para os professores. Essa nova geração de alunos já chega na escola com vivências do que compartilham na internet, seja por meio de sites de *streaming*, *videogames* ou *smartphones*. É, preciso, portanto,

perceber que, numa geração conectada, altamente ligada em infográficos e memes, não há a compreensão das relações entres os recursos gráficos e os elementos verbais [...]. Ao que parece, os alunos não relacionam a imagem com o texto: ou fazem apenas a leitura da imagem ou simplesmente a leitura do texto escrito, sem relacioná-los como conteúdos complementares.(CAPRINO; PESSONI; APARÍCIO, 2012, p.17)

De acordo com uma pesquisa¹ realizada pelo Media Lab da ESPM, 91% das crianças e adolescentes utilizam o YouTube de maneira frequente. Além disso, segundo o mesmo estudo, das 20 personalidades mais influentes no Brasil, metade era youtuber. Ou seja, o YouTube não é mais apenas uma forma de lazer, mas também uma nova maneira de influenciar (digitalmente) comportamentos e ações, além, é claro, de movimentar o cenário comercial, trazendo à tona a profissão de youtuber (produtor de conteúdo para o YouTube).

Dessa forma, o YouTube e todos os portais de vídeos online trouxeram para os alunos uma nova forma de absorver conteúdo por meio do uso da imagem, no qual o espectador não só aprende os conteúdos, mas, ao contrário, também pode ensiná-los das mais diversas formas. O YouTube, ao contrário da TV, pode ser democrático e personalizado, isto é, o espectador escolhe o que vai assistir, interage e, caso queira, também disponibiliza conteúdos. Aqui, profissionais e amadores estão juntos, em um mesmo ciberespaço.

Para entender a cultura popular do YouTube, não é proveitoso separar de forma distinta a produção amadora da produção profissional, ou práticas comerciais de práticas de comunidade. Estas distinções são baseadas em lógicas industriais (...) ao invés de entender como as pessoas usam as mídias no seu dia a dia, ou como o YouTube funciona de verdade como um sistema cultural. (BURGESS; GREEN, 2009, p.58, tradução nossa).

Tendo em vista tais particularidades, não há como negar que, além do conteúdo das diferentes disciplinas, também é necessário que a vivência dos alunos esteja inserida na escola. De acordo com Gava (2015),

É preciso lançar a mão destes importantes recursos audiovisuais tão presentes na vida dos alunos para ofertar aulas mais próximas das vivências dos mesmos, nos deparamos com outra forma de estar, ver e ser no mundo, a escola deve introduzir cada vez mais os recursos audiovisuais e midiáticos no seu contexto. (GAVA, 2015, p. 3)

1 **Geração YouTube.** Disponível em: <<http://pesquisasmedialab.espm.br/criancas-e-tecnologia/>>. Acesso em 02 ago. 2018.

Tal percepção é ainda mais endossada se estivermos cientes dos dados² disponibilizados pelo Comitê Gestor de Internet no Brasil em 2017: 46% das crianças e adolescentes produzem e compartilham conteúdo na internet e 48% deles são imagens ou vídeos autorais em que as próprias crianças aparecem.

A partir de tais dados, entende-se que o uso do vídeo em sala de aula intensifica a interação entre os estudantes de maneira proveitosa, pois eles conseguem se identificar com o tema em questão. Silva e Oliveira (2010, p. 5) afirmam que a produção do vídeo para uso escolar proporciona o norteamento de várias habilidades necessárias para as crianças e adolescentes, tais como a comunicação, o pensamento crítico e a oratória.

(...) as experiências cinematográficas ou os filmes, propriamente ditos, favorecem a contextualização das aprendizagens de modo a considerar os mais diversos aspectos do educando (social, histórico, cultural, entre outros). (SILVA e OLIVEIRA , 2010, p. 6)

O uso do vídeo para fins educacionais, portanto, se dá pela atratividade e pela interatividade que as plataformas digitais podem oferecer. O saber torna-se dinâmico, e esse dinamismo possibilita o desenvolvimento crítico da pessoa.

O que se propõe a cada cidadão do futuro — e, portanto, a cada aluno e a cada professor — é não só consumir, mas também produzir. É não só produzir, mas também interagir. E deste modo, integrar-se em novas comunidades, criar novos significados num espaço muito mais alargado, desenvolver novas identidades (MELLO, 2002, p. 87-88).

Nesse contexto, a produção de vídeos desperta a criatividade do aluno e o estimula à construção de conhecimentos. Assim, a aprendizagem torna-se mais significativa e próxima do seu cotidiano.

2 TIC Kids Online 2017. Disponível em:< http://data.cetic.br/cetic/explore?idPesquisa=TIC_KIDS> . Acesso em 18 out. 2018.

A questão das *Fake News*

Na atualidade, o termo *fake news* se popularizou mundialmente, o que se costuma atribuir às eleições estadunidenses de 2016. Entretanto, apesar da familiaridade com o termo, as notícias falsas são propagadas com uma velocidade cada vez maior. De acordo com uma pesquisa³ feita pelo *Massachusetts Institute of Technology* (MIT), as notícias falsas circulam 70% mais do que as verdadeiras na internet. As notícias falsas não nascem com o intuito de informar, muito menos de retratar a realidade dos fatos. Para Renner (2017), esse tipo de conteúdo nasce com o intuito de viralizar, arrecadar o maior número de curtidas e compartilhamentos, alcançando, assim, uma quantidade considerável de indivíduos.

Mas o que exatamente seriam as *fake news*? Eleita em 2017 como a palavra do ano pelo Dicionário Collins⁴, *fake news*, na tradução para o português, significa: “Informação falsa e em alguns casos sensacionalista apresentada como um fato, publicada e disseminada na internet.” De acordo com o jornal britânico *The Telegraph*⁵, *fake news* são notícias falsas que podem existir por cinco motivos: com o intuito de enganar o leitor; como uma tomada acidental de partido que leva a uma mentira; com algum objetivo escondido do público, motivado por interesses; com a propagação acidental de fatos enganosos; ou com a intenção de fazer piada e gerar humor.

Longe do jornalismo tradicional que apura os fatos, os produtores de notícias falsas criam e compartilham boatos sobre temas que, na maioria das vezes, são de interesse do público. Cabe, aqui, uma diferenciação entre interesse público e interesse do público. Na linguagem jornalística, uma notícia ganha caráter de interesse do público quando se restringe a uma camada específica da sociedade ou notícia local. O interesse público, por sua vez, interessa a nação como

3 *The spread of true and false news online*. Disponível em: <<http://dante.pro/st-c8rku>>. Acesso em 12 abr. 2018.

4 Significado de fake news. Disponível em: <<http://dante.pro/z538gkq>>. Acesso em 19 out. 2018.

5 *Fake news: What exactly is it*. Disponível em: <<http://dante.pro/j8eewb8>>. Acesso em 11 jun. 2018.

um todo. No caso das *fake news*, observa-se uma tendência ao interesse do público, uma vez que elas aparecem em maior quantidade em editorias como política e entretenimento.

Quanto mais se identifica com a notícia falsa, maior é a chance de o indivíduo ser afetado pelo conteúdo falso. Se o usuário não estiver atento, se não trabalhar o senso crítico e duvidar das coisas que lê, a chance de formar opinião a partir de uma notícia falsa é grande.

Quanto ao receptor, para o autor não existe uma decodificação universal, mas uma leitura diferenciada das classes populares, pois a audiência não é um corpo social homogêneo, já que a mensagem apenas adquire significação definitiva quando é consumida e reelaborada pelo público. (GROHMANN, 2009, p.9)

Um levantamento⁶ recente produzido pelo *dfndr lab*, o laboratório de cibersegurança da PSafe, mostra que os assuntos que lideram o compartilhamento de notícias duvidosas são atalhos para ganhar dinheiro de forma fácil e rápida, informações erradas sobre celebridades e notícias falsas sobre política. O levantamento aponta ainda que 4,4 milhões de notícias falsas foram detectadas no segundo trimestre de 2018, o que consiste em um aumento de 51,7% em relação ao primeiro trimestre deste ano. Além disso, uma pesquisa⁷ do Monitor de Debate Político no Meio Digital, da Universidade de São Paulo (USP), revelou que grupos de família costumam ser o principal vetor para a multiplicação de notícias falsas dentro do WhatsApp. Cabe, aqui, um adendo de que a própria plataforma já reconheceu o impacto social das *fake news* e vai investir US\$ 25 milhões⁸ para lutar contra a propagação de notícias falsas.

6 4º Relatório da Segurança Digital no Brasil. Disponível em:<<http://dante.pro/hua-fb8a>>. Acesso em 17 out. 2018.

7 Pesquisa inédita identifica grupos de família como principal vetor de notícias falsas no WhatsApp - BBC Brasil. Disponível em:<<http://dante.pro/ege5bdp>>. Acesso em 17 out. 2018.

8 YouTube investirá US\$ 25 milhões para combater fake news. Disponível em:<<http://dante.pro/zhymtuf>>. Acesso em 01 ago. 2018.

Os dados são alarmantes e a escola, como formadora de cidadãos conscientes, precisa se posicionar diante de tal situação. Nesse contexto, a questão que se coloca -- especialmente sob a ótica da escola, lugar de onde falamos -- é a de como transformar quantidade de acessos, de postagens e de troca de informações em qualidade de conhecimento e de processos de ensino e aprendizagem, e, nesse sentido, como melhorar a interação na tríade professor-conhecimento-aluno (sem pensar nessa relação como algo linear, e sim circular).

Em outras palavras, como fica a escola frente a tudo isso ou dentro de tudo isso? Para ajudar nessa reflexão, buscamos em Alvin Toffler, que, em seu livro *Powershift*, aponta para o fato de o poder estar baseado no conhecimento. Fica evidente que, em tempos de internet e de redes sociais, o conhecimento ou parte dele está sendo construído e conquistado a partir das trocas de informações e conteúdos elaborados com base em diferentes contextos e referenciais, que, por sua vez, provêm de diferentes indivíduos.

Nesse sentido, a escola, enquanto instituição secularmente reconhecida como espaço privilegiado para a construção e apropriação do conhecimento -- e que tem como um dos principais papéis o de empoderar os alunos em relação à cidadania, ao desenvolvimento social e humano e à produção de bens culturais --, precisa também discutir o impacto das redes sociais, questionar e proporcionar vivências relacionadas a esse universo, sob pena de alargar ainda mais o fosso abissal que separa a vida escolar e a vida cotidiana.

Como unir *fake news* e YouTube por meio da educomunicação?

Em 2018, foi realizada uma abordagem diferenciada no curso de educomunicação e letramento midiático do Colégio Dante Alighieri, a Dante Em Foco. Cabe aqui lembrar que o curso visa à experimentação das diferentes plataformas audiovisuais, bem como à análise crítica dos meios de comunicação. Ou seja, trata-se de uma oficina de educomunicação, consolidada pelo conjunto de ações destinado a:

integrar às práticas educativas o estudo sistemático dos sistemas de comunicação (cumprir o que solicita os PCNs no que diz respeito a observar como os meios de comunicação agem na sociedade e buscar formas de

colaborar com nossos alunos para conviverem com eles de forma positiva, sem se deixarem manipular); criar e fortalecer ecossistemas comunicativos em espaços educativos (o que significa criar e rever as relações de comunicação na escola, entre direção, professores e alunos, bem como da escola para com a comunidade, criando sempre ambientes abertos e democráticos) e melhorar o coeficiente expressivo e comunicativo das ações educativas [...]. (SOARES, 2004, p.1)

Nesse contexto, a Dante Em Foco segue a linha do pensamento de Silva (2002) a respeito da leitura crítica, linha segundo a qual é preciso tratar as diferentes vertentes de um mesmo fato.

Ensinar a ler criticamente significa, antes de mais nada, dinamizar situações em que o aluno perceba, com objetividade, os dois lados de uma mesma moeda ou se quiser, os múltiplos lugares ideológicos – discursivos que orientam as vozes dos escritores na produção dos seus textos. (SILVA, 2002, p. 30).

Ainda de acordo com Silva (2002), vale ressaltar que a criticidade é também uma maneira de expressar a cidadania e o posicionamento ideológico de cada indivíduo. O leitor com grande capacidade de reflexão tem benefícios que vão além do aprimoramento de sua criticidade: ele se torna capaz de transformar esse olhar mais “ácido” em questionamentos que, posteriormente, se desenvolvem em hipóteses ou até mesmo em posicionamentos diferenciados mediante os fatos.

Santos (2007) afirma que é preciso “ensinar técnicas, mas aplicar conceitos que contribuam para formar um profissional mais consciente de seus atos e de seu papel no contexto social”. Para o autor, o exercício acadêmico deve ultrapassar os limites das técnicas ensinadas em sala de aula e, dessa forma, contribuir para transformar o jovem em um profissional mais crítico e com visão próxima da realidade.

Para isso, a proposta de planejamento deste ano para a turma que atende alunos de 5º a 7º ano abordou a questão das produções para o YouTube, uma vez que, segundo pesquisa do Media Lab da Escola Superior de Propaganda e

Marketing (ESPM), o Brasil é o segundo maior consumidor de vídeos da plataforma e, além disso, dos 100 canais mais vistos no país, 36 deles têm conteúdo direcionado ou consumido por crianças de zero a 12 anos. Dessa forma, a questão da análise crítica da mídia aliou-se ao estudo dos diferentes formatos produzidos para a plataforma do YouTube.

A isso somou-se, ainda, outro fator de grande relevância na sociedade atual: a questão das chamadas *fake news*, ou notícias falsas, que são disseminadas de maneira rápida pelos diferentes canais de comunicação, sobretudo pelas redes sociais. De acordo com estudo⁹ realizado pelo MIT, Instituto de Tecnologia de Massachusetts, as notícias falsas se espalham 70% mais rápido que as verdadeiras e alcançam muito mais gente. Era preciso, portanto, unir a realidade vivenciada pelos alunos à principal forma de comunicação entre eles.

é necessário pensar em novos letramentos, que, entretanto, incluem todos os tipos de mídia, inclusive o “velho” jornal impresso. Hoje, não basta que o aluno seja alfabetizado; ele tem que estar preparado para deparar-se com qualquer tipo de mensagem e saber dar tratamento e interpretação adequados a cada um. (CAPRINO; PESSONI; APARÍCIO, 2012, p.18)

De acordo com o texto final da BNCC¹⁰, homologado no final do ano passado, o estudo das fake news deve estar presente no componente curricular de Língua Portuguesa e fará parte dos conteúdos trabalhados no Ensino Fundamental – Anos finais (6.º a 9.º anos), no qual o aluno é visto como protagonista da cultura digital. Nessa etapa do processo de ensino-aprendizagem, a base curricular prevê que é fundamental ampliar o contato dos estudantes com os diferentes gêneros textuais dentro dos campos artístico-literário, estudo e pesquisa, jornalístico/midiático, assim como no campo de atuação da vida pública e pessoal.

9 *The spread of true and false news online*. Disponível em: <<http://dante.pro/zc-q6wrb>>. Acesso em 02 ago. 2018.

10 Base Nacional Comum Curricular. Disponível em: <<http://basenacionalcomum.mec.gov.br/a-base>>. Acesso em 11 jun. 2018.

A sequência didática

Durante uma sequência didática que contemplou, ao todo 6 aulas, explicou-se, primeiramente, o que eram as *fake news*, o impacto político-social delas e as principais formas de propagação. Além disso, também foram abordadas quais seriam as principais estratégias de combate a elas e, ainda, a questão do *fact-checking* no Brasil. Foram mostrados exemplos de agências de *fact-checking* e como elas funcionam. Por exemplo, foram citadas as etiquetas da agência LUPA¹¹, a robô da agência Aos Fatos¹², a iniciativa da revista Veja¹³ e também a mais recente iniciativa do grupo Globo¹⁴.



Imagem 1: Durante a primeira aula, foi realizada uma sensibilização sobre o que eram as fake news e como poderiam ser identificadas. Foto: Barbara Endo

11 Entenda as etiquetas da Lupa. Disponível em: <<http://dante.pro/87wnbdf>>. Acesso em 20 mar. 2017.

12 Fátima, a robô checadora da Aos Fatos. Disponível em: <<https://aosfatos.org/fatima/>>. Acesso em 18 set. 2018.

13 Me Engana que Eu Posto Disponível em: <<http://dante.pro/wu5yvpb>>. Acesso em 18 set. 2018.

14 Fato ou Fake Disponível em:<<https://g1.globo.com/fato-ou-fake/>>. Acesso em 01 ago. 2018.

Em uma segunda aula, foi apresentado aos alunos o formato tutorial, muito utilizado pelos *youtubers* mirins, o qual consiste em explicar, passo a passo, o funcionamento de algo ou, ainda, como fazer alguma coisa. Segundo Santiago (2013b), o tutorial é um gênero textual que visa à instrumentalização de todo e qualquer indivíduo que esteja envolvido em uma atividade que demande determinada prática para operacionalizar uma ferramenta informatizada, como as redes sociais, por exemplo.

Com base numa percepção geral do que se entende fundamentalmente por gênero textual, podemos afirmar que o tutorial é um gênero, uma vez que está ambientado em um certo domínio social de comunicação, possui um dado público-alvo e um propósito bastante claro que o determina. Nesse sentido, observamos que os tutoriais são caracterizados como textos instrucionais que são elaborados propendendo à utilização de um sistema baseado nas indicações nele mostradas. Para tanto, é utilizada uma linguagem permeada de termos (Santiago, 2013b, p. 37).

Nessa aula, os alunos puderam assistir a diferentes vídeos que exemplificam a proposta e, em seguida, realizaram a gravação de um tutorial, com temática livre, para fixação de conteúdo.

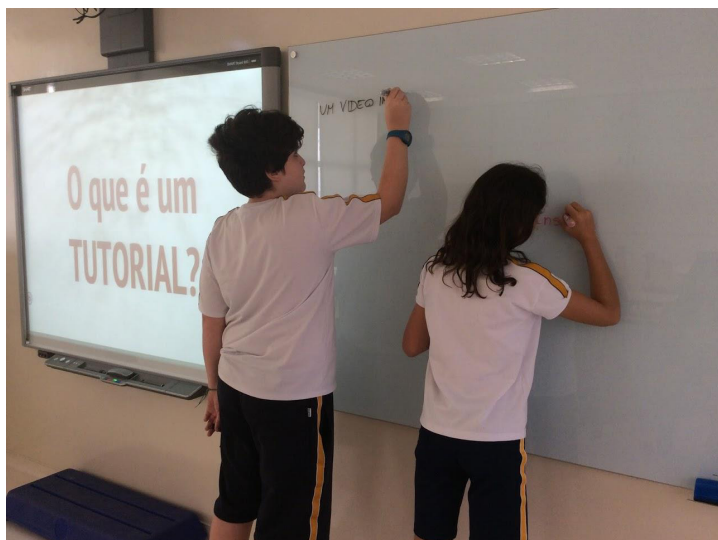


Imagem 2: Foi realizada uma sondagem com os alunos para entender o quanto eles sabiam sobre o formato a ser estudado. Foto: Henrique Amaral



Imagem 3: Para explorar o formato, os alunos criaram, primeiramente, vídeos sobre assuntos de interesse pessoal, como jogos e aplicativos de celular. Foto: Barbara Endo

Nas demais aulas, falou-se a respeito das *fake news* e de como elas afetam o cotidiano de diferentes pessoas, seja na esfera política, social, educacional ou emocional. A conversa iniciou-se abordando a importância delas nas eleições americanas, passou pela questão de boatos sobre crimes e acontecimentos diversos nas escolas e terminou na questão do compartilhamento sem checagem nos grupos de WhatsApp.



Imagem 4: Os alunos observaram como diferentes meios de comunicação retratavam um fato e como as fake news exploravam esses mesmos assuntos.

Foto: Adriano Leonel

Na sequência, pediu-se aos alunos que relacionassem tudo o que haviam aprendido ali, isto é, que unissem os conceitos sobre o formato tutorial aos conhecimentos sobre as *fake news*. A proposta, portanto, consistiu na produção de um tutorial com dicas de como reconhecer as notícias falsas. Assim, em grupos, os alunos produziram, primeiramente, roteiros para o vídeo a ser gravado.



Imagem 5: Os alunos puderam realizar pesquisas e começaram, em grupos, a pensar no roteiro do tutorial. Foto: Adriano Leonel

Em seguida, escolheram cenários de gravação e possíveis exemplos para que a informação ficasse bastante objetiva e pudesse ajudar outras crianças na mesma faixa etária. Depois disso, os estudantes gravaram os tutoriais no estúdio móvel da TV Dante. A ideia aqui era trazer a espontaneidade dos alunos para o vídeo, a fim de que a linguagem pudesse se aproximar do contexto com o qual eles já estão acostumados.



Imagem 6: Durante a gravação, foi possível trabalhar a oralidade e também a postura dos alunos para atingir o público desejado. Foto: Barbara Endo

Após a gravação dos tutoriais, era hora de editar o material. Assim, com o auxílio de aplicativos de edição para iPads, os alunos puderam selecionar as principais partes da produção e acrescentar elementos informativos que haviam sido pesquisados previamente durante a produção do roteiro. No final, os melhores vídeos foram publicados no canal da Dante Em Foco no YouTube¹⁵, podendo ser visualizados na *playlist Fake News*.



Imagem 7: Os alunos vivenciaram todo o processo de produção audiovisual: desde o roteiro até a edição. Foto: Barbara Endo

Considerações Finais

É possível dizer que projetos com este perfil inserem-se em uma perspectiva de práticas educacionais necessárias para que a escola capte a dinâmica dos espaços sociais, transformando-os em aprendizado para alunos e professores. Aliás, eis aí outro desafio que o YouTube e a consequente busca de um viés pedagógico colocam: gerações diferentes, muitas vezes com interesses antagônicos, se colocam lado a lado para aprender a fazer dessas redes muito mais do que espaços de relacionamentos virtuais e ferramentas de comunicação -- o que se busca é, também, transformá-las em ferramentas pedagógicas. Chegamos, então, a uma proposição no mínimo interessante: a de que os vídeos on-

15 Dante Em Foco. Canal no YouTube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCvs1ncajvNHTsPvcPFTHicQ>>. Acesso em 02 ago. 2018.

line trabalhem com o conceito do pensamento crítico, muito importante para a escola e para o mundo do trabalho.

Nesse sentido, o meio transforma-se em mensagem, conforme antecipou Marshall McLuhan, em 1967, no livro “O meio é a mensagem”. Assim, ao encaminhar o trabalho pedagógico com a ajuda do YouTube, a mensagem que imprimimos nessa ação é a de uma opção clara não só pela colaboração, mas também pela criatividade e pela comunicação - os três “Cs” citados por Marilda Behrens no livro “Novas tecnologias e mediação pedagógica”, de 2000. Tais elementos apontam para um novo paradigma no qual, além das habilidades tradicionalmente consideradas essenciais -- ou seja, a expressão verbal e escrita e o raciocínio matemático --, faz-se necessário também o desenvolvimento de novas habilidades ou talentos, como a fluência tecnológica e a capacidade de resolver problemas e de mobilizar os três “Cs” – comunicação, colaboração e criatividade.

Assim, falar em aprendizagem colaborativa significa falar de mudança para um paradigma que aproxime os alunos; significa falar de um processo educativo voltado para um contexto em que a coletividade e a interação (interesse público) sobressaiam-se à individualidade (interesse do público). Nesse novo referencial, professores e alunos atuam em parcerias por meio de processos de auto-organização, buscando acessar as informações, analisá-las, estabelecer articulações entre elas e elaborar, com autonomia, o conhecimento. O foco é mais voltado para a aprendizagem do que para o ensino. Desse modo, todos os sujeitos devem estar conciliados em um contínuo processo de “aprender a aprender juntos”. Usando as redes sociais e outras ferramentas de comunicação, importantes transformações culturais vão se efetivar à medida que os meios de utilização possibilitarem a alunos e professores pensar cada vez mais e melhor na construção de novos arranjos, nos quais meio e mensagem fiquem a serviço de uma escola indispensável para a sociedade contemporânea.

Tendo em vista que o Colégio Dante Alighieri tem buscado uma nova perspectiva com relação aos valores tradicionais da educação, a realização desse projeto educ comunicativo reforça a ideia de que o processo de aprendizagem não é unidirecional e desmistifica a ideia de que o papel da escola é somente prover

conteúdo. Esse momento vivido pela oficina, em particular, mostra que, após dez anos, cabe também repensar os projetos à luz da formação integral do aluno, uma vez que complementam o currículo prescrito.

Nessa linha, trabalhar as *fake news* em sala de aula é, portanto, uma forma de permitir que os estudantes compreendam e analisem corretamente as informações que recebem nas redes sociais e nos diferentes contextos em que estão inseridos. Para isso, esse tipo de notícia exige uma concentração maior no trabalho de interpretação de texto, seguida de um debate crítico sobre elas. A perspectiva do YouTube, nesse contexto, auxilia, portanto, na construção de valores que vão além da sala de aula, pois integram o cotidiano do aluno unindo formatos de entretenimento e lazer a questões contemporâneas e de grande relevância social. Além disso, há também uma outra questão: a produção de crianças e adolescentes para crianças e adolescentes gera empatia seja por meio da linguagem, do gênero ou do formato utilizado. Dessa forma, contribui-se para um exercício não somente comunicativo, mas também cidadão.

Referências

BEHRENS, M. A.; MORAN, J. M.; MASETTO, M. T. *Novas tecnologias e mediação pedagógica*. Campinas: Editora Papirus, 2000.

BURGESS, J.; GREEN, J. *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity Press, 2009a.

CAPRINO, M. P.; PESSONI, A.; APARÍCIO, A. S. M. *Mídia e Educação: a necessidade do Multiletramento*. Disponível em <https://goo.gl/dB464m> . Acesso em 27 fev. 2017.

GAVA, F. G. *O vídeo e seu uso na sala de aula*. Prefeitura Municipal de Sorocaba/SP - Secretaria da Educação, 2015. Disponível em: <<http://dante.pro/tb7x86x>>. Acesso em 18 out. 2018.

GROHMANN, R. N. *O receptor como produtor de Sentido: estudos culturais, mediações e limitações*. Revista Anagrama. Ano 2 - Edição 4. 2009

MCLUHAN, M. *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects*. New York: Bantam Books, 1967.

RENNER, N. *Mentiras deixam rastros*. Revista de Jornalismo ESPM/Columbia Journalism Review, São Paulo, p. 52-53, Jan./Jun. 2017.

SANTIAGO, M.S. *Unidades fraseológicas especializadas em tutoriais de ambientes virtuais de aprendizagem: proposta de um sistema classificatório com base na valência verbal* [tese de doutorado]. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul; 2013b. 223 p.

SANTOS, F. *Prática e aprendizado - a importância da Agência Universitária de notícias como Jornal Laboratório na formação do jornalista*. Tese (Doutorado em Comunicação), USP. 2007)

SILVA, E. *Criticidade e Leitura*. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2002.

SILVA, R. V. D.; OLIVEIRA, M. *As possibilidades do uso do vídeo como recurso de aprendizagem em salas de aula do 5º ano*. Encontro de Pesquisa em Educação de Alagoas, 2010. Disponível em: < <http://dante.pro/v454nje>>. Acesso em 16 out. 2018.

SOARES, I.O. *Mas, afinal, o que é educomunicação?* Disponível em: <http://migre.me/pM0K7>. Acesso em 12 set. 2018.

TOFFLER, A. *Powershift: As mudanças do poder*. Rio de Janeiro: Record, 1995.

ANEXO: Canais da oficina Dante Em Foco

REVISTAS FOCO - <https://www.colegiodante.com.br/publicacoes/revista-foco/>

E-BOOKS DANTE EM FOCO - <https://www.colegiodante.com.br/publicacoes/focados-book/>

FACEBOOK DANTE EM FOCO - <https://pt-br.facebook.com/danteemfoco/>

INSTAGRAM DANTE EM FOCO - <https://www.instagram.com/danteemfoco/>

CANAL NO YOUTUBE DA DANTE EM FOCO - <https://www.youtube.com/channel/UCvs1ncajv-NHTsPVcPFTHicQ>

TV DANTE (Webtv do Colégio Dante Alighieri) - <https://www.colegiodante.com.br/homedante/login.php>

O acesso a alguns vídeos, por questão de direitos autorais, é restrito à comunidade de pais, alunos e funcionários do Dante.