

Resenha

BUCKINGHAM, David. **The Media Education Manifesto**. Cambridge: Polity Press, 2019.

Joana Sobral Milliet
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro
joanamilliet@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-9930-6872>

“*The Media Education Manifesto*” é o último livro de David Buckingham, lançado pela Polity Press, em 2019, ainda sem tradução para o português. Professor emérito da Universidade de Loughborough e professor visitante do King’s College, da Universidade de Londres, Buckingham é um pesquisador e escritor britânico, reconhecido internacionalmente como especialista em interações de crianças e adolescentes com as mídias e em educação para o letramento midiático.

Com mais de 30 livros e centenas de artigos publicados, o autor coordenou dezenas de projetos de pesquisa sobre as relações entre crianças e adolescentes e as mídias. Quase duas décadas depois da publicação de um dos seus principais livros – “*After the death of childhood: growing up in the age of electronic media*”¹ (2000) – no qual trata da infância na era das mídias e traz em suas conclusões o papel vital da educação nesse processo, Buckingham aborda, em seu novo livro, o tema da mídia-educação em forma de manifesto. De acordo com o autor, um manifesto tem duas funções principais: convencer o leitor da importância e urgência do tema, expondo seus objetivos e princípios básicos – conteúdo da primeira parte do texto – e fornecer um plano de ação, mostrando como executar esses objetivos – conforme aborda na segunda parte da obra.

Buckingham salienta que o livro, escrito em 2018, foi produzido em um momento no qual o debate público sobre as mídias digitais parece ter alcançado um ponto de inflexão, com um crescimento significativo de críticas às empresas de mídia globais, substituindo o antigo clamor sobre o empoderamento proporcionado pelas mídias digitais. O autor sustenta que entender a mídia hoje requer o reconhecimento das complexas formas modernas do capitalismo digital e o entendimento crítico profundo, o qual inclui

¹ Gilka Girardello e Isabel Orofino disponibilizaram na internet a tradução que fizeram dessa obra, com o título: “Crescer na era das mídias: após a morte da infância” (BUCKINGHAM, 2006).

pensarmos sobre o nosso uso pessoal da mídia e nosso investimento emocional e simbólico nelas. Isso implica uma consciência mais ampla de como a mídia está relacionada a desenvolvimentos sociais, culturais, políticos e históricos.

Esse ambiente da mídia em mudança é apresentado no livro com um conjunto de dados alarmantes sobre as grandes empresas de mídia. O número de usuários do Facebook é de 2,2 bilhões, em torno de 30% da população mundial, e a empresa ainda detém sob seu domínio o Instagram, o WhatsApp e o Messenger. No Google ocorrem 90% das buscas mundiais na internet, sendo esta, de longe, a maior empresa de mídia do mundo. Juntas, Facebook e Google concentram em torno de 85% do faturamento com publicidade e $\frac{1}{4}$ do total de publicidade mundial na *web*. A Amazon controla quase a metade de todo o mercado nos Estados Unidos. Buckingham chama a atenção para o fato de que estas não são só empresas de tecnologia, mas também de mídia, pois além de desenvolverem ferramentas, *hardwares* e *softwares*, também promovem os significados de representação e comunicação indispensáveis na vida moderna. Do mesmo modo, redes sociais, como Facebook, Twitter ou Instagram não podem ser vistas apenas como plataformas para trocas de conteúdos, mas como processos culturais que moldam os conteúdos e nossas relações com eles de maneiras particulares.

Para Buckingham, precisamos entender as mídias a partir de diferentes perspectivas, tanto dos produtores e empresários – enquanto serviços e produtos geradores de vultosos lucros –, mas também dos usuários que as utilizam para comunicação, entretenimento e aprendizagem. Assim, devemos considerar as práticas (o que produtores e usuários estão fazendo e como estão fazendo) e também olhar para o conteúdo criado, compartilhado e consumido por eles. Nesse sentido, não basta apenas analisar a mídia de massa ou os produtos das grandes empresas, é preciso estar atento às criações e produções dos indivíduos e sua forma de usar a mídia para se comunicar. Para abranger essa complexa trama, o autor defende a mídia-educação como um pré-requisito básico para um cidadão contemporâneo.

Na obra analisada, o autor apresenta o campo da mídia-educação, seus princípios, usos e desdobramentos e explica que não se trata de usar mídia e tecnologia como ferramenta, como auxílio para o professor ou como um dispositivo de coleta de dados. Também não tem como objetivo advertir os alunos a respeito dos “perigos” da mídia ou instruí-los contra as várias formas de “mau comportamento” que a mídia parece encorajar. Do mesmo modo, não se trata de simplesmente desenvolver habilidades técnicas ou fornecer aos alunos oportunidades de se expressarem através das mídias. Em vez disso,

seu cerne está no desenvolvimento da análise crítica e essa é a principal defesa do autor ao longo de seu manifesto.

Problematizando o uso da mídia-educação, o pesquisador destaca que o entendimento desta precisa ir além da discussão binária sobre os riscos e benefícios das mídias, apontando alguns problemas de ambas as ênfases que buscam maximizar os benefícios da mídia ou minimizar seus riscos potenciais. Buckingham mostra como o discurso sobre os benefícios se apresenta de forma tecnologicamente determinista, atribuindo à tecnologia um grande poder de gerar mudanças sociais, independentemente do contexto no qual é usada e dos propósitos de quem a utiliza. Segundo esse viés, a tecnologia iria trazer possibilidades de conexão entre as pessoas, novas formas de sociabilidade, suporte mútuo e colaboração, gerando inovações nos negócios, possibilidade de aprendizagem, criatividade e autoexpressão. No entanto, ele pondera que globalmente há uma grande desigualdade no acesso das pessoas à tecnologia, como um espelho das desigualdades econômicas e políticas, e que poucos usuários são, de fato, expressivos e criativos. Nesse sentido, o autor faz um importante alerta: na contramão desse discurso e longe de promover democracia, a mídia digital está sendo empregada como propaganda para forças antidemocráticas. Ao invés de revitalizar o jornalismo, este está sendo substituído por *fake news*; no lugar de alavancar pequenas empresas, a economia digital foi dominada por um pequeno número de grandes corporações globais.

Por outro lado, para Buckingham, o discurso de ênfase sobre os riscos tem ganhado mais espaço, nos últimos anos, com preocupações relativas ao acesso a conteúdos inapropriados, assédio, *cyberbullying*, *fake news* e também depressão e vícios de jovens. O autor trata essa perspectiva como um determinismo tecnológico, pois parte-se de uma visão da tecnologia fundamentalmente como a causa desses problemas e, caso esta pudesse ser controlada de alguma maneira, essas questões sociais de cunho complexo poderiam desaparecer. O autor refere-se a pesquisas de Sonia Livingstone e outros colegas ingleses², bastante divulgadas no âmbito acadêmico, as quais entendem os riscos e benefícios dos usos das mídias como questões interconectadas: os usuários mais assíduos e aqueles que mais aproveitam os benefícios são frequentemente os que estão mais em risco. Torna-se, portanto, difícil minimizar os riscos sem também reduzir os benefícios. Assim, Buckingham coloca que essa distinção binária de riscos e benefícios ignora a

² Buckingham cita o relatório da pesquisa “EU Kids Online” (LIVINGSTONE *et al*, 2011), realizada no contexto europeu em 25 países. Livingstone (2011) aborda alguns resultados dessa pesquisa em texto publicado em português.

complexidade e diversidade das práticas diárias das pessoas e leva a uma resposta da educação simplista, fragmentada e contraditória. O autor defende que a mídia-educação precisa de uma abordagem mais coerente e abrangente.

Apresentando as nuances do campo da mídia-educação, o livro-manifesto dedica um dos capítulos ao “letramento midiático” – termo incorporado no discurso político de muitos governos, principalmente na Europa, a partir da década de 2000. Buckingham discute seus limites e o quanto o conceito está mais presente como retórica de algo visto como fundamental na vida moderna, do que como um comprometimento concreto dos governos, e alerta: o interesse crescente em relação ao letramento midiático precisa ser entendido num amplo contexto político. Segundo o autor, como os governos têm relutância em encarar a regulação da mídia – em parte por causa de seus comprometimentos políticos com o chamado “livre mercado” –, recorrerem ao discurso sobre a importância do letramento midiático como uma forma das pessoas aprenderem a tomar conta delas próprias, transferindo essa responsabilidade do Estado para os indivíduos. Por essa dimensão complexa, Buckingham afirma que o letramento midiático significa muito pouco sem um programa sistemático e sustentado de mídia-educação.

Nesse programa, seria fundamental, por exemplo, mostrar como algoritmos não são neutros, mas definidos e desenhados por pessoas a partir de interesses. Para sustentar seu argumento, o autor mostra como o Facebook, o YouTube e o Twitter se apresentam como serviços de livre compartilhamento de materiais midiáticos, com uso comunitário de recursos e relações de confiança e apoio mútuo. Estas são, no entanto, plataformas comerciais usadas para coletar dados e gerar lucros massivos para seus proprietários e acionistas. Considerando que a maioria da população usa essas formas de comunicação nos dias de hoje, Buckingham traz resultados de pesquisas mostrando que poucos compreendem seu funcionamento – por exemplo, não sabem o porquê de determinados resultados aparecem no topo da pesquisa do Google. Assim, o autor defende uma abordagem crítica da mídia-educação que evidencie particularidades da mídia, às vezes ocultas, observando aspectos que parecem muito familiares para torná-los estranhos, a fim de analisá-los novamente.

Mas como abordar as mídias de forma crítica? Buckingham dedica um capítulo do livro para esclarecer que ser crítico não significa ter uma opinião negativa sobre um assunto, como dita o senso comum. Ele trata o pensamento crítico como um processo reflexivo, no qual se deve questionar constantemente nossos próprios preconceitos, interpretações e conclusões; envolve questionar suposições fáceis e considerar formas

alternativas de analisar um problema. De acordo com pesquisador, por muitos anos, o currículo de educação para a mídia no Reino Unido foi definido através de um conjunto de conceitos críticos, em vez de um corpo específico de conteúdo ou conhecimento. Isso concedeu aos professores um considerável grau de autonomia para escolher objetos particulares de estudo e, assim, permitiu que fossem mais receptivos, tanto às necessidades e interesses dos alunos quanto aos novos desenvolvimentos das mídias. O autor apresenta, então, seu modelo de abordagem crítica da mídia.

Diversos pesquisadores do campo elaboraram diferentes modelos conceituais de letramento midiático (ver, por exemplo: ESHET-ALKALAI, 2012; JENKINS, 2006; LIVINGSTONE, 2011; SCOLARI, 2018; WILSON *et al*, 2013). A proposta de Buckingham é constituída por quatro conceitos relacionados, segundo ele, a aspectos estruturais de todas as mídias: linguagem, representação, produção e audiência:

- **Linguagem** seria olhar para como a mídia usa diferentes formas de linguagem para transmitir ideias ou significados; como esses usos da linguagem se tornam familiares e geralmente aceitos; como as regras são estabelecidas e o que acontece quando são quebradas; como o significado é transmitido através da combinação ou sequência de imagens, sons ou palavras; e como essas convenções e códigos operam em diferentes tipos ou gêneros de mídia;
- **Representação** da mídia diz respeito a observar como a mídia afirma dizer a verdade, buscando ser realista ou autêntica; o que/quem escolhe incluir e excluir; como representa grupos sociais, eventos ou outros aspectos do mundo, e quão precisas são essas representações; e as possíveis consequências disso para atitudes, valores e crenças do público;
- **Estudar produção de mídia** significa olhar para as tecnologias envolvidas na produção e distribuição; os diferentes papéis e tipos de trabalho envolvidos; as empresas que compram e vendem mídia e como elas lucram; como a produção e a distribuição de mídia são reguladas; e como a mídia alcança o público e a quantidade de opções e controle que este tem;
- **Estudar o público ou audiência da mídia** significa observar como a mídia direciona e aborda públicos específicos e as suposições que os produtores de mídia fazem sobre eles; como a mídia alcança o público através de diferentes tecnologias e canais; como as pessoas usam a mídia em suas vidas diárias, como as interpretam e que prazeres obtêm delas.

Segundo Buckingham, esses quatro conceitos abarcam questões fundamentais sobre o poder da mídia, reconhecendo sua natureza dinâmica e complexa. Cada um trata de pontos relacionados à economia, à política e à ideologia como importantes, sendo também igualmente significativos aspectos relacionados ao prazer, à estética e à imaginação, assim como outras temáticas, como desigualdades de classe social, gênero ou etnia, todas relevantes dentro de cada um dos quatro conceitos.

Definindo o pensamento crítico como cerne, Buckingham discute como os quatro conceitos devem ser ensinados e apresenta uma proposta de pedagogia da mídia-educação. Introduzindo sua proposição, aponta o que considera três armadilhas comuns no ensino sobre a mídia: 1) protecionismo; 2) contrapropaganda (ferramentas de análise para desmistificar a mídia); 3) criatividade.

A abordagem protecionista seria baseada em suposições sobre os efeitos maléficos da mídia. Para o autor, essa perspectiva tem a intenção de colocar a mídia-educação como alternativa para a regulação da mídia e falha ao intervir nas razões pelas quais os jovens podem estar usando a mídia, considerando frequentemente o prazer apenas como uma espécie de armadilha ou ilusão. De acordo com seu argumento, na prática, os alunos geralmente resistem a essa abordagem, percebendo-a como paternalista e autoritária. No uso da mídia-educação como contrapropaganda, o objetivo é substituir mensagens falsas por verdadeiras ou fornecer ferramentas analíticas que permitirão aos alunos desmistificar a mídia. Para Buckingham, essa abordagem ressurgiu em algumas propostas recentes de ensino sobre as chamadas “*fake news*” e parte do pressuposto de que os alunos estão sendo enganados, mas perceberão isso ao serem ensinados sobre o assunto. O autor apresenta pesquisas que abordam como esse tipo de proposta acaba resultando em um exercício de adivinhação do que está na mente do professor, encorajando os alunos a dar as respostas certas e dizer as coisas politicamente corretas.

A terceira abordagem vai de encontro às duas primeiras, pois tem como foco a criatividade. Buckingham a remonta a meados dos anos 2000, quando o advento da *web 2.0* levou alguns a argumentarem sobre uma nova perspectiva do ensino de mídia, os “Estudos da mídia 2.0”. De acordo com essa abordagem, as novas tecnologias tornaram o pensamento crítico supérfluo, pois permitiriam aos alunos serem criativos e se expressarem. Nessa perspectiva, o autor retoma a crítica ao disseminado argumento de

que as crianças e adolescentes seriam nativos digitais³ e, por isso, saberiam mais sobre as novas mídias do que seus professores e, portanto, só precisariam de oportunidades para criar. Buckingham constata que a falta de precisão sobre o que significa criatividade e como pode ser desenvolvida levou a uma grande quantidade de ideias vagas, a partir das quais a criatividade e a participação parecem ser consideradas boas coisas por si mesmas, independentemente do que se cria ou de como se participa e com quais propósitos.

Em contrapartida às três armadilhas relatadas, Buckingham propõe três enfoques da pedagogia mídia-educativa, alinhados à noção de letramento, resultando de uma relação dinâmica entre ler (1 – análise textual), escrever (2 – produção criativa) e analisar (3 – análise contextual). Segundo o autor, a análise textual (1) minuciosa é essencial na mídia-educação, independentemente de estarmos lidando com uma sequência complexa de um filme, uma página de jornal ou uma pequena publicação em um *blog*. Em termos de análise textual (1), os alunos devem realizar leituras minuciosas, usando abordagens que podem ser derivadas da semiótica, estruturalismo ou análise do discurso. Esse enfoque propõe provocar um olhar estranho ao que é familiar, obrigando a reflexão de como a mídia transmite os significados que parece passar.

O segundo enfoque, a produção criativa (2), geralmente assume a forma de pequenas sequências de vídeo, produções fotográficas ou criação de *sites* e jornais. A produção geralmente toma forma de simulação: os alunos recebem especificações de público-alvo, contexto institucional específico ou alguma outra proposta que reflita sobre questões teóricas mais amplas. Isso requer muita atenção aos aspectos da linguagem da mídia, mas a ênfase conceitual é voltada para aspectos de audiência, propondo, por exemplo, um produto para uma audiência nova ou diferente do usual. Há, ainda, um foco na dimensão de representação, criando, por exemplo, representações que quebram as normas ou são voltadas para grupos ou questões frequentemente sub-representadas.

A análise contextual (3) normalmente se relaciona com os aspectos mais sociológicos de instituições e audiências e tende a incluir o ensino de teorias e modelos conceituais aos estudantes. No entanto, estes podem também envolver abordagens mais

³ Em seu conhecido ensaio, Mark Prensky (2001) cunhou os termos “nativos digitais” e “imigrantes digitais” para designar os que nasceram e se formaram utilizando a linguagem digital e as gerações mais velhas, que se depararam com as tecnologias já na vida adulta, respectivamente. Assim, de acordo com Prensky, o “nativo digital” tem habilidades com as novas tecnologias, é acostumado à grande quantidade e velocidade de informações e a realizar múltiplas tarefas ao mesmo tempo, além de utilizar as tecnologias da informação e comunicação (TIC) para seu aprendizado. No entanto, pesquisas sobre as práticas (FANTIN, 2016; PISCHETOLA E HEINSFELD, 2018; THOMAS, 2011) têm mostrado que há, na maioria dos casos, entre as gerações mais novas, apenas habilidades instrumentais e técnicas no manuseio e uso das TIC.

ativas, como pesquisas através de entrevistas e questionários ou buscas na *web* a partir de estudos de caso e simulações para, por exemplo, a produção de campanhas específicas de mídia.

Para uma pedagogia de mídia-educação eficaz, Buckingham identifica dois princípios-chaves. O primeiro é começar a partir do que os alunos já sabem. Segundo ele, justamente um dos problemas da abordagem com foco nos riscos e proteção é não aproveitar o gancho da motivação dos alunos em usar a mídia. Começar com o conhecimento já existente dos estudantes e suas experiências diretas provoca um engajamento mais efetivo. Assim, encorajar os alunos a documentar, analisar e refletir sobre seus próprios usos da mídia é um primeiro passo importante. O pesquisador sugere que professores engajem os estudantes em um debate aberto e genuíno sobre como e porque eles usam as diferentes mídias, dispositivos e plataformas para propósitos diversos e para se comunicar com diferentes audiências, observando como isso muda constantemente. Nesse caminho, Buckingham enfatiza a importância de não determinar uma única interpretação correta ou buscar impor normas de comportamento, mas ter como objetivo explorar essas diferenças, considerar as razões para elas e, em seguida, incentivar os estudantes a questioná-las.

O segundo princípio-chave está relacionado à combinação de teoria e prática, ou leitura e escrita. Para Buckingham, enquanto alguns celebravam a produção criativa de mídia, outros alegavam que dar aos estudantes a oportunidade de fazer seus próprios produtos midiáticos resultaria em uma simples imitação ou reprodução das formas dominantes. Novamente o autor cita pesquisas para demonstrar como a realidade da prática da sala de aula é mais complexa. De acordo com esses estudos, os alunos não copiam os formatos da grande mídia, mas brincam com eles e os usam para seus próprios propósitos. Assim, Buckingham aponta como os resultados podem ser imprevisíveis e, muitas vezes, estão longe de ser politicamente corretos, mas ressalta que interpretações mais complexas e desafiadoras podem ocorrer na produção criativa.

A produção pode oferecer um espaço para refletir sobre as dimensões pessoais e emocionais do uso da mídia, e isso pode contribuir para a análise crítica. Para isso, os alunos precisam considerar as consequências de suas escolhas criativas e a relação entre suas intenções e os resultados, à luz de um estudo crítico mais amplo da mídia. Apresentar o trabalho criativo para um público mais amplo e refletir sobre o retorno que recebem dos colegas pode ajudá-lo a alcançar essa compreensão sobre a produção de mídia.

Buckingham acrescenta que isso deve ser um processo recursivo, com uma dinâmica contínua entre leitura e escrita e entre ação e reflexão.

Ao defender a necessidade de pensamento crítico, Buckingham enfatiza não estar advogando por uma abordagem meramente racionalista ou um foco exclusivo na análise e na teoria. Ele propõe uma relação dialética entre teoria e prática, ou crítica e criatividade, como um aspecto fundamental e indispensável da pedagogia da mídia-educação. Em vez de usar a prática apenas como um meio de ilustrar ou aplicar a teoria, aquela deve servir como um meio para desenvolver a teoria, e até desafiá-la.

Referindo-se ao debate presente em diversos países, questionando se a mídia-educação deve ser um assunto separado ou um tema transversal ao currículo, Buckingham apresenta uma razão para incluí-lo como um aspecto de outras temáticas, pois os professores usam mídias de vários tipos em quase todas as áreas do currículo, e devem ser encorajados a fazê-lo de forma crítica, em vez de utilizá-las apenas como ferramentas instrumentais ou meios de fornecer conteúdo. No entanto, alerta para o fato de que distribuí-lo pelo currículo provavelmente resultará em uma abordagem superficial e fragmentada, e defende o que chama de uma estratégia mais sistemática, coerente e abrangente. Ele reivindica a presença de um profissional na escola, ensinado por professores especialistas adequadamente treinados, indicando como lugar óbvio para isso a disciplina de Inglês (no nosso caso, o Português), ou seja, o ensino da língua materna. Para Buckingham, precisamos de uma única disciplina que combine todas as formas de mídia, pois, segundo ele, há muito pouca lógica em ensinar sobre livros em uma área do currículo e sobre outras mídias em outra. Dessa forma, o autor endossa uma abordagem moderna da alfabetização que deve necessariamente envolver o estudo da mídia contemporânea, ao lado da mídia tradicional, usando uma forma crítica de alfabetização, em vez de meramente instrumental ou funcional.

Nas conclusões de seu manifesto, Buckingham adverte que a mídia-educação não é suficiente para lidar com os desafios postos pelo atual ambiente midiático, pois estes não se resolvem apenas com responsabilidades individuais. Seu alerta é para que a mídia-educação não seja vista como substituta da regulação da mídia: ambas devem caminhar juntas, pois a educação pode desempenhar um papel importante nesse contexto, como parte de uma estratégia mais ampla. Segundo o pesquisador, a educação deve fazer mais do que simplesmente nos permitir entender e lidar com o que já existe, precisa também nos encorajar a explorar alternativas e a exigir mudanças.

Nas notas finais, o pesquisador inglês reafirma considerar seu livro não como acadêmico, mas como um manifesto. No entanto, sua longa e considerável experiência como pesquisador nesse campo nos apresenta uma defesa da mídia-educação construída com referências sólidas e argumentos respaldados em pesquisas e vasto conhecimento.

A obra torna-se ainda mais relevante no momento atual, quando a pandemia do novo coronavírus impôs às escolas a educação remota, com a dependência completa das diferentes mídias, evidenciando, no contexto brasileiro, as enormes desigualdades de acesso à internet nas escolas e nas residências de alunos e professores. Temos acompanhado professores aprenderem, da noite para o dia, a utilizar diferentes ferramentas digitais, que antes eram distantes da realidade da sala de aula. Se na grande mídia e nas redes sociais discute-se se essa experiência com as tecnologias transformará definitivamente a educação, o manifesto de Buckingham nos mostra que não basta resolvermos questões relativas ao acesso à internet, a dispositivos e ao conhecimento técnico das ferramentas. Para haver uma educação com as mídias é preciso, concomitantemente, uma política de formação de professores que abarque toda a complexidade das mídias de uma maneira abrangente, coerente e crítica. E, como Buckingham ressalta, acima de tudo, os professores precisam estar à frente do processo, pois todas as evidências sugerem que reformas educacionais só são significativas e duradouras se os professores se apropriam dela.

Referências

BUCKINGHAM, David. **After the death of childhood**: growing up in the age of electronic media. London: Polity Press, 2000.

BUCKINGHAM, David. **Crescer na era das mídias**: após a morte da infância. Tradução Gilka Girardello e Isabel Orofino. Florianópolis, 2006. Obra não publicada. Disponível em: <https://www.academia.edu/2748378/Crescer_na_era_das_m%C3%ADdias_eletr%C3%B4nicas>. Acesso em: 4 mai. 2020.

ESHET-ALKALAI, Y. Thinking in the digital era: a revised model for digital literacy. **Issues in Informing Science & Information Technology**, v. 9, p. 267-276, 2012.

FANTIN, Mônica. Nativos e imigrantes digitais em questão: crianças e competências midiáticas na escola. **Passagens**, Fortaleza, v. 7, n. 1, p. 5-26, 2016.

JENKINS, H. **Confronting the challenges of participatory culture**: media education for the 21st century. Chicago: The MacArthur Foundation, 2006.

LIVINGSTONE, Sonia. Internet literacy: a negociação dos jovens com as novas oportunidades on-line. **Matrizes**, n. 2, p. 11-42, 2011.

LIVINGSTONE, S. *et al.* **Risks and safety on the internet: The perspective of European children. Full Findings.** LSE, London: EU Kids Online, 2011. Disponível em: <[http://eprints.lse.ac.uk/33731/1/Risks%20and%20safety%20on%20the%20internet\(lsero\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/33731/1/Risks%20and%20safety%20on%20the%20internet(lsero).pdf)>. Acesso em: 5 mai. 2020.

PISCHETOLA, M.; HEINSFELD, B. D. S. S. “Eles já nascem sabendo!”: desmistificando o conceito de nativos digitais no contexto educacional. **Renote: Revista Novas Tecnologias na Educação**, v. 16, p. 1-10, 2018.

PRENSKY, Marc. Digital natives, digital immigrants. In: PRENSKY, Marc. **On the horizon.** MCB: University Press, v. 9, n. 5, out. 2001.

SCOLARI, C. A. **Literacia transmedia na nova ecologia mediática.** [s.: l.]: C. Stonehouse Ed.; Programa de Investigação e Inovação da União Europeia Horizonte 2020, 2018. Disponível em: <http://transmedialiteracy.upf.edu/sites/default/files/files/TL_whit_port.pdf>. Acesso em: 5 mai. 2020.

THOMAS, M. (org.). **Deconstructing digital natives: young people, technology, and the new literacies.** New York: Routledge, 2011.

WILSON, C. *et al.* **Alfabetização midiática e informacional: currículo para formação de professores.** Brasília: UNESCO, 2013.

Revisora de língua portuguesa e ABNT: *Mirna Juliana Santos Fonseca*

Submetido em 07/12/2018

Aprovado em 07/07/2020

Licença *Creative Commons* – Atribuição Não Comercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0)