

BUCKINGHAM, D. The media education manifesto. Cambridge, Londres: Polity Press: 2019, 128p.

Vanessa Bottasso Valentini  

vanessa.bottasso@gmail.com

Universidade Estadual de Campinas - Unicamp

Rodrigo Esteves de Lima Lopes  

rll307@unicamp.br

Universidade Estadual de Campinas - Unicamp

Introdução

A obra *The media education manifesto*, de David Buckingham, ainda sem tradução para o português¹, além de apresentar um preciso compilado das movimentações em torno das políticas curriculares no âmbito da *educação midiática*² no Reino Unido, nos Estados Unidos e em outros países que seguem a mesma linha político-ideológica (incluindo-se o Brasil), também traz claros e relevantes parâmetros para o endosso de uma abordagem crítica às propostas pedagógicas vigentes e sua aplicação em sala de aula, em especial, mas não exclusivamente, para o nível do ensino médio. Em sua organização,


- 1 A presente resenha tem como objeto o livro original em inglês. Por tal razão, as traduções aqui realizadas são de responsabilidade dos autores.
- 2 O termo *media education* pode ser melhor traduzido, no contexto da obra, como *educação midiática* ou *educação para os meios*, pois o autor busca diferenciá-la de “letramento midiático”. Enquanto essa última expressão pode referir-se a habilidades técnicas de uso dos recursos disponíveis, a educação para os meios busca estabelecer o trabalho prático e reflexivo acerca das circunstâncias associadas ao campo midiático.

FLUXO DA SUBMISSÃO

Submissão do trabalho: 28/02/2021

Aprovação do trabalho: 02/09/2021

Publicação do trabalho: 13/10/2021

 10.46230/2674-8266-13-5018

COMO CITAR

BUCKINGHAM, D. *The media education manifesto*. Cambridge, Londres: Polity Press: 2019, 128p. Resenha de: VALENTINI, Vanessa Bottasso; LOPES, Rodrigo Esteves de Lima. **Revista Linguagem em Foco**, v.13, n.3, 2021. p. 217-224. Disponível em: <https://revistas.uece.br/index.php/linguagememfoco/article/view/5018>.

Distribuído sob



Verificado com

Plagius
Detector de Plágio

o manifesto inicia-se com uma introdução e segue dividido em 10 capítulos, em uma argumentação didática e em constante diálogo com acontecimentos e debates recentes sobre mídia e educação.

Se, por um lado, o lançamento de *The media education manifesto* (em agosto de 2019) complementa a vasta produção de David Buckingham acerca da educação para os meios, por outro, tampouco podem ser ignoradas as alegações apresentadas em seu livro. Motivado por ações dos seus líderes políticos no Reino Unido no ano de 2018, em plena agenda pública conservadora e neoliberal, o professor emérito da Universidade de Loughborough e especialista em mídia e educação propõe um manifesto que instigue iniciativas que visem não apenas interpretar o mundo, mas transformá-lo, em alusão ao Manifesto Comunista. Em relação a tal objetivo, seu manifesto – que não tem tradução para o português até o momento – é mais do que bem-sucedido ao se apresentar como uma referência fundamental a quem busca situar-se em relação aos estudos sobre mídia e educação na atualidade, especialmente na articulação com políticas curriculares contemporâneas.

Os dois primeiros capítulos oferecem ao leitor um importante panorama sobre as mudanças em curso no campo midiático e os principais discursos relacionados ao uso de seu conteúdo em sala de aula. Os três capítulos seguintes estabelecem um debate sobre as práticas pedagógicas e os limites de um ensino-aprendizagem pautado pela abordagem de um letramento passivo frente aos novos horizontes de influência da mídia sobre os estudantes. A proposição de uma prática escolar mais adequada ao modelo defendido pelo autor se inicia a partir do sexto capítulo e ganha claros contornos nos dois capítulos seguintes, sendo realçados por um capítulo final de motivação para uma educação midiática mais crítica e centrada no protagonismo dos estudantes. Em sua conclusão, no décimo capítulo do livro, o autor destaca as condições necessárias para implementação das medidas por ele defendidas e reitera a importância de tais reformas.

Em sua introdução, Buckingham apresenta um panorama da transição do século XX ao XXI para sustentar a necessidade de uma mudança de perspectiva em relação às mídias. Para o autor, vivemos em um mundo de quase total mediação midiática, com claro monopólio de recursos e serviços ligados às tecnologias de informação e comunicação (TICs), mas, quase em sentido contrário, com políticas públicas educacionais endereçadas para a maximização dos benefícios do uso dessa mídia ou para o destaque aos riscos que elas representam aos seus usuários. Nesse contexto, o letramento midiático tornou-se uma espécie de

solução rápida para tais problemas ou uma maneira de encarregar soluções ao indivíduo, e não ao Estado.

No campo educacional, Buckingham reconhece dois movimentos cuja proeminência levou à perda de espaço da educação para os meios. Em primeiro lugar, uma perspectiva com foco em habilidades na qual o letramento midiático é visto como redundante, pois prioriza a familiarização em relação ao uso de certos dispositivos, enquanto esquiva-se de reconhecer os dilemas do “capitalismo digital” e os desafios para a formação cidadã nesse contexto. Em segundo lugar, o autor aponta para o *tech-lash*³, muito comum em 2018, que vislumbra as tecnologias apenas sob a perspectiva dos riscos que representam às crianças e constitui-se, na perspectiva do autor, como uma retórica vazia. Para ele, já antecipando o núcleo de sua defesa, é preciso revelar a forma invisível com que as grandes empresas exercem grande poder sobre as pessoas no contexto midiático, o que deve ser feito por meio do aprofundamento da consciência crítica do educando, levando-o a perceber como as mídias funcionam, como se comunicam e representam o mundo, como são produzidas e utilizadas.

Nos dois primeiros capítulos, o autor trata das mudanças no campo midiático e das percepções acerca dos benefícios e riscos ligados à interação com a mídia. Inicialmente, Buckingham destaca a importância de se ter em vista os processos de massificação tecnológica, manutenção das desigualdades de acesso e aprofundamento da concentração de poder econômico por poucas empresas no setor (em destaque, o grupo GAFA – Google, Amazon, Facebook e Apple). Nesse contexto, essas empresas são tomadas, equivocadamente, como empresas de tecnologia, mas, na verdade, constituem-se como formas culturais passíveis de serem compreendidas em diversos níveis e perspectivas (como a perspectiva dos produtores, dos usuários, das práticas e dos conteúdos), sendo a compreensão desse cenário uma importante ferramenta para tornar mais relevante a formação dos jovens pela escola. Para tanto, o autor inicia uma distinção entre o que se tem entendido como educação para a utilização de “ferramentas tecnológicas” e a educação para “competências técnicas” que permitam um uso mais consciente delas.

Aprofundando tal diferenciação, o autor retoma duas das principais orientações que têm sido aplicadas na educação midiática e já antecipadas na introdução: a “*cyber utopia*”, predominante nas décadas de 70 e 80, a qual desen-

3 “*Tech-lash*” é um estrangeirismo e acrônimo das palavras inglesas “technology” e “backlash”. Esse substantivo designa um movimento de reação negativa da opinião pública em relação às empresas de tecnologia e seus produtos, em especial as de mídia social.

volveu-se junto às formas do capitalismo empreendedor para criar uma nova retórica sobre a tecnologia como um meio para liberação social, com forte teor de *determinismo tecnológico* (a tecnologia teria poder suficiente para gerar a mudança social, independentemente do contexto e dos seus propósitos de uso); e o “*tech-lash*”, um movimento mais recente que promove o centramento nos aspectos negativos da mídia, destacando conteúdos inadequados, perigos e riscos à saúde mental e, com isso, beneficiando amplamente a lucratividade do setor da segurança na internet.

Nos três capítulos seguintes (3, 4 e 5), o autor promove a defesa de uma mudança de perspectiva na educação midiática, delineando os limites do que se tem proposto até recentemente para, em seguida, apontar os meios para uma abordagem crítica. Inicialmente, Buckingham traça um panorama das medidas governamentais no Reino Unido nas décadas de 90 e 2000 para a regulação midiática, mostrando o pouco avanço nesse setor, seguindo-se o letramento midiático como forma de transferir a responsabilidade dos governos para o indivíduo. Nesse contexto, enquanto defendia-se a formação de cidadãos informados, usuários ativos da rede, trabalhadores habilidosos e criativos, a retórica vaga do letramento midiático entre os elaboradores de políticas públicas permitiu que se seguisse o binarismo de benefícios e riscos, quase sempre restringindo-se práticas escolares ao aprimoramento das habilidades tecnológicas e à prevenção a riscos. Na atualidade, prevalece o foco em habilidades e competências técnicas, o que, embora pareça um movimento democrático, promove a tendência ao desaparecimento dos conceitos de coletividade e bem público.

Para justificar a necessidade de se adotar uma perspectiva crítica na educação midiática, o autor estabelece o paradoxo que recai sobre as empresas e grandes corporações do setor, o qual, por um lado, provê meios para a criatividade digital, o ativismo e os debates, mas, por outro lado, tem se beneficiado amplamente pela inércia do “efeito de rede”. Em poucas palavras, esse efeito trata-se do ganho sobre o acúmulo de capital social na rede pelo usuário, o qual não pode beneficiar-se disso caso decida sair dela. De acordo com Buckingham, esse cenário torna necessário deixar de referir-se à mídia no singular e passar a tratá-la no plural, reconhecendo seus vieses e promovendo estranhamentos ao que parece familiar. Esse seria, portanto, o ponto de partida de uma perspectiva crítica.

Como forma de sistematizar o conceito de crítico, o autor parte da assunção de que a aprendizagem não envolve apenas o acesso a informações, mas os processos de compreensão, interpretação e aplicação destas, de modo a torná-las conhecimento de fato. Seguindo-se a isso, pensar criticamente deve levar à

análise, sistematização e avaliação das informações. Na prática, sem a qual não se pode atingi-lo, o pensamento crítico envolve desafiar a forma como uma questão é definida, perceber as informações ou os argumentos incluídos ou excluídos, além de ser capaz de vislumbrar as consequências de tais ações. Para o autor, em termos de currículo, em vez de estipular conteúdos e conhecimentos específicos, a forma mais viável de se estabelecer tal abordagem é pela organização em torno de quatro conceitos, os quais, por sua abstração, asseguram a liberdade de escolha dos objetos de estudo por parte dos docentes.

Nas palavras de Buckingham, é importante que os quatro conceitos propostos apontem mais para questionamentos do que para certezas, justamente por serem ferramentas de pensamento crítico, e não profissões de fé. São eles:

- 1. Linguagem midiática:** Em uma perspectiva multimodal, perceber o modo como as mídias usam diferentes formas para produzir ideias e significados, promover sua aceitação, estabelecer regras e sanções, formatar textos midiáticos.
- 2. Representação:** Identificar e compreender os padrões que apontam para os grupos sociais (sub)representados nas mídias, bem como as escolhas na representação de aspectos do mundo, dos valores e das crenças da audiência.
- 3. Produção:** Compreender a escala de produção midiática global e a forma como certos grupos obtêm mais acesso à mídia que outros, percebendo as tecnologias distributivas, os tipos de trabalho envolvidos, as formas de regulação e de interação com a audiência.
- 4. Audiência:** Compreender como as audiências são fixadas e mensuradas, como se autoconfiguram a partir de sua interação midiática e como lidam com as diferentes formas midiáticas no cotidiano.

Seguindo-se a exposição desses conceitos da abordagem crítica, o capítulo 6 é dedicado a explorar os princípios a serem observados para se evitar enganos na aplicação do letramento midiático sob essa perspectiva. Conforme demonstrado pelo autor, há três possíveis armadilhas: em primeiro lugar, a abordagem defensiva ou protecionista, já mencionada anteriormente, a qual se propõe a negar a relevância dos estudos midiáticos em nome de “coisas melhores”, tendo em vista os perigos e riscos que essa área representa aos estudantes. Em segundo lugar, o uso da educação midiática como contrapropaganda (com forte

adesão nas décadas de 70 e 80), fornecendo ferramentas ao aluno para a busca por respostas certas no exercício de “desmitificar” a mídia, reforçando-se a figura autoritária e detentora do saber por parte do docente. Em terceiro lugar, o autor tece críticas à fortuna, na década de 2000, dos estudos da interação entre os “nativos digitais”⁴ e a “Web 2.0”. Esses estudos têm seu foco no uso criativo da mídia – uma abordagem com grande aceitação, mas que propõe pouca reflexão sobre o que é produzido.

Para se evitar tais armadilhas, segundo o autor, é preciso envolver-se em relações dinâmicas entre **leitura** (com contribuições das teorias semióticas, estruturalistas e de análise do discurso), **produção criativa** (com simulações que aproximem os estudantes dos aspectos que constituem uma audiência e como esta pode ser representada) e **análise contextual** (abordagens práticas que permitam expandir a dimensão sociológica das instituições e da audiência). Em tais relações, parte-se para uma abordagem crítica adotando-se dois princípios-chave: (i) *partir do que os estudantes já conhecem* para que se evite impor uma visão única e se estimule a autocrítica e a reflexão; e (ii) *combinar teoria e prática*, “ler e escrever”, pois a produção proporcionará um espaço para o estudante refletir sobre dimensões pessoais e emocionais do uso das mídias a partir da sua própria experiência.

Em seus três próximos capítulos (7, 8 e 9), Buckingham se propõe a conceituar as mídias sociais como forma de estender a aplicabilidade da abordagem pedagógica por ele defendida a um dos principais meios de comunicação no contexto atual. Para tanto, o autor defende que os textos midiáticos não devem ser tomados como objetos autocontidos, mas como processos de mediação de relações sociais mais amplas – afinal, essas não são apenas “mídias sociais”, mas “de socialização”, ou seja, servem para viabilizar as práticas sociais. Assim sendo, o autor demonstra ser possível aplicar os quatro conceitos do letramento crítico midiático (*linguagem, representação, produção e audiência*)⁵ para se compreender questões controversas na atualidade que envolvem as mídias sociais: notícias falsas e propagandas online; cyberbullying e discurso de ódio e autorrepresentação online. Em todos esses temas, o autor mostra como é possível vinculá-los a um contexto social mais amplo de modo que não apenas se amplifique as perspectivas dos estudantes sobre o funcionamento das próprias mídias sociais, mas também se viabilize sua atitude crítica diante das questões que se impõem

4 Termo utilizado em 2001 por Marc Prensky, designer de jogos estadunidense, empregado até os dias de hoje para designar a geração dos nascidos na Era Digital (RIBEIRO, 2019, p. 6)

5 No original: *language, representation, production e audience* (BUCKINGHAM, 2019, p. 77-86).

na vida social.

Embora os mais diversos campos da vida social e das áreas do conhecimento possam se beneficiar por uma abordagem crítica acerca do uso dos recursos midiáticos, segundo o autor, a melhor estratégia para se propor uma organização curricular para um trabalho de tal dimensão na escola é centralizar esses estudos no ensino de língua materna. Essa proposta encontra respaldo, em primeiro lugar, no fato de que as práticas de letramento crítico já praticadas podem se beneficiar do letramento midiático como uma forma de proporcionar abordagem moderna dessa disciplina e, em segundo lugar, na viabilização de um trabalho unificado que garanta profundidade, ao contrário do que se poderia oferecer em uma abordagem multidisciplinar e fragmentada. Além dessa defesa, o autor também lembra a importância de haver permanente contato com as formas de comunicação midiática para além do espaço escolar e em abordagens que transcendam os limites da mídia tradicional.

Em seu último capítulo, o autor ressalta, em síntese, que, se os estudos sobre os meios não são suficientes para resolver questões mais gerais das quais a mídia é apenas um sintoma, também não parece prudente promover o distanciamento dessas discussões para a juventude, tendo em vista o compromisso com sua formação cidadã. Buckingham encerra seu manifesto com a defesa de uma educação que faça mais do que simplesmente auxiliar os estudantes na compreensão do que já existe, mas também os encoraje a explorar alternativas e demandar mudanças.

A defesa de uma abordagem crítica na educação midiática pode encontrar ecos na sociedade brasileira, que vive o período de implementação de reformas curriculares a partir da Base Nacional Comum Curricular do Ensino Médio (BNCCEM) e, no âmbito da disciplina de Língua Portuguesa, vê-se às voltas com competências e habilidades estabelecidas com vistas a um letramento midiático. Além disso, mesmo tendo sido escrito antes da pandemia de covid-19, o manifesto de David Buckingham serve como um alerta para aqueles que defendem a educação pública de qualidade e a autonomia docente, pois conclama atenção às armadilhas em que se pode cair após a intensa vivência tecnológica que muitas escolas experienciaram. Em meio a isso, já se sabe ter-se, nas teorias e na prática de Buckingham, fortes aliados às principais pautas no campo da educação brasileira contemporânea.

Referências

BRASIL. Conselho Nacional de Educação; Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular**. Ensino Médio. 2018. Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/abase/>. Acesso em: 22 ago. 2021.

BUCKINGHAM, D. **The media education manifesto**. Cambridge, Londres: Polity Press, 2019, 128p.

MARX, K.; ENGELS, F. **Manifesto do Partido Comunista**, 1848. Porto Alegre: L&PM, 2009.

RIBEIRO, A. Do fosso às pontes: um ensaio sobre natividade digital, nativos jr. e descoleções. **Revista da Abralin**, v. XVIII, n. 1, 2019, p. 1-24.

Sobre os autores

Vanessa Bottasso Valentini - Mestranda no programa de Linguística Aplicada do Instituto de Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Campinas (IEL/Unicamp); Campinas/SP. E-mail: v124498@dac.unicamp.br.

Rodrigo Esteves de Lima Lopes - Professor da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp); Campinas/SP. E-mail: rll307@unicamp.br.