

Manifesto pela educação midiática

The Media Education Manifesto

DOI: <https://doi.org/10.62551/2595-4539.2025.535>

Eliara Santana¹

BUCKINGHAM, David. **Manifesto pela educação midiática**. 1ª edição. São Paulo: Edições SESC-SP, 2023. 137 p.

1 – Introdução

“A mídia está em toda parte. É como o ar que respiramos” (Buckingham, 2025, p. 23).

Essa afirmação contundente de David Buckingham em seu *Manifesto pela educação midiática* pode ser tomada como a própria essência condutora do livro, que traz uma abordagem sistematizada e bastante densa, ainda que breve, da questão da educação midiática e de tudo o que ela implica e demanda de nós, pesquisadores, professores, estudantes, interessados no assunto, sociedade em geral. É uma obra que, de fato, não se restringe a campos, tampouco circunscreve a educação midiática no rol de “especialidades” a serem contempladas em vitrines, pelo contrário: numa linguagem acessível e bastante direta, Buckingham delinea com muita propriedade o tema e o insere no âmbito das grandes questões da contemporaneidade. Sobretudo, o livro ressalta, de modo muito claro, a relevância da mídia – compreendida de modo mais abrangente – em nossa vida cotidiana.

1 Doutora em Estudos Linguísticos pela Pontifícia Universidade de Minas Gerais (PUC Minas), com pós-doutorado em Estudos da Desinformação pelo Centro de Lógica, Epistemologia e História da Ciência da Universidade Estadual de Campinas (CLE/Unicamp). Jornalista, pesquisadora do Observatório das Eleições e professora da pós-graduação da Escola do Legislativo da ALMG. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/2975816284668343>. Contato: eliasasantana14@gmail.com

Em sua manifestação ao público nacional na edição brasileira, trazida à cena em fins de 2022, o autor enfatiza:

Embora muitos dos meus exemplos aqui sejam extraídos da experiência de educadores de mídia no Reino Unido, este livro foi deliberadamente escrito para um público internacional. O Brasil tem uma cultura midiática rica e fascinante, e sei que muitos educadores brasileiros já estão enfrentando os desafios de promover programas de educação midiática mais sistemáticos e abrangentes nas escolas. Espero que a tradução deste pequeno livro os ajude a tornar a educação para a mídia acessível a um público mais amplo, além de apoiar sua própria prática em sala de aula (Buckingham, 2025, p. 9).

Segundo Buckingham enfatiza, há uma transformação do ambiente midiático global em um mundo de mediação quase total – ou seja, tudo o que apreendemos dessa realidade que não está ao alcance direto dos nossos olhos é mediado, é trazido e apresentado pela mídia. Além de dimensionar esses aspectos, o autor traz uma discussão essencial para uma compreensão macro da questão ao delinear um panorama em que novos e velhos problemas comunicacionais convivem, ou seja, há sistemas midiáticos velhos (mídia tradicional) e novos (mídia digital) que coexistem na contemporaneidade, um não eliminou o outro, e entender isso é fundamental. Ele também dimensiona, de modo bastante enfático, o significado da mídia (ou mídias) para as sociedades no mundo atual e ressalta: “A mídia é uma dimensão central da vida contemporânea – da cultura, da política, da economia e das relações pessoais. A maioria das pessoas concorda que, numa sociedade intensamente mediada, os usuários de mídia precisam tornar-se mais autônomos, mais competentes e mais críticos” (Buckingham, 2025, p. 17).

Em relação à proposta de um manifesto, o autor explica que, como tal, ele deve fazer duas coisas, principalmente: 1) convencer o leitor da importância e da urgência da tarefa que ele tem nas mãos, estabelecendo metas e princípios básicos; 2) fornecer um plano de ação mostrando como é possível alcançar tais metas a partir da realidade existente.

Uma abordagem também essencial trazida à discussão por Buckingham refere-se ao propósito maior da educação midiática, que não se restringe a apenas saber usar as tecnologias e aparelhos disponíveis. Ela extrapola enormemente essa funcionalidade e implica, sobretudo, a formação de um entendimento crítico sobre o modo como a mídia funciona, como ela representa o mundo, como se relaciona a problemas e questões políticas, sociais e históricas. Sobre o livro, Buckingham sintetiza: “Esse manifesto defende a educação midiática como pré-requisito básico da cidadania contemporânea, portanto, como um direito fundamental em todo o sistema educacional” (Buckingham, 2025, p. 30).

O prefácio da edição brasileira é da jornalista e educadora Januária Cristina Alves, que apresenta o autor e dimensiona o importante trabalho de David Buckingham desde meados da década de 1980, quando pouco ou nada se falava sobre educação midiática. Ele é autor e coautor de inúmeros livros e capítulos de livros sobre o tema, além de muitos artigos em seu blog. Buckingham também deu aulas, por muitos anos, no Instituto de Educação da Universidade de Londres, onde fundou e dirigiu o Centro para o Estudo de Crianças, Jovens e Mídia. Atualmente, Buckingham é professor emérito da Loughborough University e professor visitante do Kings College da Universidade de Londres. Como Januária ressalta no prefácio, o autor e professor considera a educação midiática como um direito fundamental.

A apresentação do livro é do professor titular e pesquisador da ECA/USP, Eugênio Bucci, que ressalta a importância do livro e do tema para o conjunto da sociedade. Segundo ele, o alerta para preparar crianças e jovens para a convivência com as mídias é urgente e precisa ser ouvido, por isso, as empresas e os governos estão bastante atentos a essa demanda. Sobre o livro, Bucci afirma que Buckingham consegue organizar o tema, apontar aonde estamos nessa discussão e avançar em direção às ações necessárias.

2 – Estrutura da publicação

De forma muito didática, o livro é dividido em nove partes, que exploram e dissecam o tema geral “educação midiática” de forma bastante ampla e em diálogo com vários saberes. A divisão constrói, para o leitor, um percurso de entendimento não somente em relação ao tema especificamente, mas também em relação ao contexto midiático mais ampliado, traçando uma compreensão em interface com diversas nuances. As partes contempladas pelo livro, além da introdução e da conclusão, são:

1. O ambiente midiático em mutação
2. Muito mais que risco e benefício
3. Limites da alfabetização midiática
4. Panorama geral
5. Sejamos críticos
6. Pedagogia: armadilhas e princípios
7. Conceituar a mídia social
8. Educação midiática na prática
9. Fazendo acontecer

Um ambiente midiático sempre em mudança

O autor aguça bastante nossa inquietação ao enfatizar que “a mídia está em toda parte. É como o ar que respiramos. [...] até quando estamos fora da tela, a mídia, muitas vezes, domina e invade nosso campo visual, especialmente em forma de publicidade e marketing. E quase sempre, nós aceitamos isso sem questionar” (Buckingham, 2025, p. 23). Nesse contexto, ganha ainda mais relevância o fato, pontuado por Buckingham, de que grande parte de nossa experiência com o mundo é mediada, ou seja, grande parte de nossa experiência com o mundo se dá com a mídia e a partir dela.

A partir desses pressupostos, ele busca tecer uma compreensão acerca do panorama midiático focando, inicialmente, a mídia digital e as mudanças que ela ocasiona. Fazendo uma discussão sobre as plataformas e seu poderio, ele ressaltava alguns aspectos que sintetizo a seguir:

- A mídia é um fato da vida, nunca uma externalidade;
- É preciso ter atenção às grandes desigualdades no acesso à informação;
- Os celulares são poderosos meios de vigilância, uma vez que conseguem coletar grandes quantidades de dados sobre os usuários;
- Com o poder das plataformas, há uma nova realidade de concentração, que já existia com a mídia tradicional;
- É necessário o entendimento de que essas plataformas não são somente empresas de tecnologia, elas são empresas de mídia;
- As plataformas são também formas culturais que moldam costumes.

Apesar de, inicialmente, centrar sua abordagem na questão da mídia digital – contemplando talvez o chamamento contemporâneo por esse ambiente –, Buckingham não se esquece da mídia tradicional e, sobretudo, propõe-se a discutir o papel ainda muito relevante dessa chamada mídia tradicional e a construir a compreensão de que esses dois “mundos” existem concomitantemente, em diálogo e que precisam ser compreendidos tanto separadamente quanto em conjunto.

No entanto, é importante reconhecer tanto as continuidades como as diferenças entre a “nova e a “velha” mídia. Serviços e plataformas digitais são veículos para novas formas de representação e comunicação, mas também estão sendo usados para distribuir mídia “velha”, como televisão, filme, música e textos escritos. Na verdade, muitas das empresas que mencionei têm se tornado verdadeiras produtoras – e não apenas editoras ou distribuidoras – de “velha” mídia (como filmes e programas de TV). Essas mídias se sobrepõem e se

interrelacionam, e precisam ser consideradas holística e separadamente – sobretudo no contexto da educação (Buckingham, 2025, p. 29).

O autor também chama atenção para a necessidade essencial de extrapolar a perspectiva benefícios × riscos na abordagem sobre a mídia. Segundo ele, essa é uma perspectiva limitadora, que não proporciona uma percepção ampla dos problemas a serem contemplados. Para Buckingham, “a educação midiática exige uma abordagem mais coerente e abrangente” (Buckingham, 2025, p. 43).

No tocante à mídia tradicional, o autor salienta que ela também – e não somente a mídia digital, sobretudo com o fenômeno das *fake news* – é inevitavelmente seletiva e parcial e que é preciso identificar as formas de viés que estão presentes em todas as fontes de informação. Buckingham salienta que “a velha mídia ainda é uma dimensão central da vida contemporânea. As gerações mais jovens talvez não leiam jornais (se é que já leram) ou assistam muito à televisão aberta, mas ainda leem e assistem a boa parte do mesmo material online” (Buckingham, 2025, p. 65).

Ao trazer essa visão panorâmica do ambiente comunicacional, de modo mais abrangente e sem tomar os pressupostos fáceis e limitadores de que um ambiente suplanta o outro, David Buckingham enfatiza a necessidade de se compreender a fundo o funcionamento desse sistema tradicional midiático “velho”, mas ainda poderoso, ainda capaz de direcionar olhares para determinadas nuances e com grande influência na sociedade.

A construção de um entendimento crítico

“Sejamos críticos”: é o apelo que o autor nos faz ao longo da construção desse manifesto. Mas o que significa, de fato, ser crítico? O que implica a construção de um pensamento crítico? Como viabilizar essa construção de modo assertivo? Qual a importância do pensamento crítico num mundo mediado e

midiático? Todas essas questões e algumas outras são exploradas por Buckingham ao longo do livro.

De forma bem didática, antes de explicitar os caminhos de construção de uma compreensão crítica, Buckingham apresenta, com mais detalhes, o que ele entende por pensamento crítico. Segundo o autor, aprender não é somente ter acesso à informação.

Aprender não é meramente ter acesso à informação. Temos de apreender, interpretar e aplicar a informação para transformá-la em conhecimento. O pensamento crítico nos leva alguns passos mais adiante: trata-se de como analisamos, sintetizamos e avaliamos a informação. O pensamento crítico obviamente envolve lógica.

Significa, por exemplo, examinar como os passos de um argumento estão relacionados e identificar lacunas e potenciais contradições. Também implica uma abordagem rigorosa das provas: identificar os tipos de prova necessários, avaliar as fontes mais confiáveis, mensurar a qualidade e a relevância das provas, e considerar em que medida elas realmente provam o que é proposto. O pensamento crítico implica o questionamento das pressuposições fáceis e a consideração de formas alternativas de examinar um problema (Buckingham, 2025, p. 69).

O pensamento crítico, para o autor, deve levar a uma ação crítica – ele deve ser, portanto, colocado em prática. E, em relação à mídia, pensar criticamente implica o desenvolvimento de um ceticismo (saudável) relativo às afirmações abrangentes sobre o poder e os efeitos da mídia, que ignoram que ela representa o mundo de modos bastante específicos, cria representações, traz à tona pontos de vista, desenvolve narrativas. Nessa abordagem, Buckingham retoma quatro conceitos críticos que foram usados nos estudos de educação midiática no Reino Unido, formalizados a partir dos anos 1980. Esses quatro conceitos, que fazem referência a tópicos essenciais na abordagem relativa à mídia, são: linguagem midiática, representação, produção e público. Farei uma breve síntese desses conceitos, de acordo com as discussões do autor:

- Linguagem midiática: toda mídia usa técnicas específicas e dispositivos retóricos, ou seja, formas de linguagem, para comunicar, para criar significados e para persuadir. Nesse sentido, estudar essa linguagem implica examinar [como a mídia usa diferentes formas de linguagem para transmitir ideias ou significados; como esses usos tornam-se familiares e geralmente aceitos; como se estabelecem as ‘regras’ e o que acontece quando elas são quebradas; e como essas convenções e códigos atuam em diferentes tipos ou gêneros de mídia” (Buckingham, 2025, p. 73).
- Representação: A mídia não é transparente e nem é uma “janela” a mostrar o mundo. Ela apresenta uma versão mediada do mundo e, nesse processo, constrói representações da realidade. É preciso lembrar que a mídia é produzida por grandes organizações, com interesses específicos em jogo, e que a sua produção envolve um processo de seleção dos acontecimentos. Portanto, estudar as representações da mídia significa examinar “como a mídia alega dizer a verdade, ser realista ou autêntica; o que, ou quem, ela escolhe incluir e excluir; como ela representa determinados grupos sociais ou eventos, ou outros aspectos do mundo, e quão precisas são essas representações; e as potenciais consequências disso sobre as atitudes, os valores e as crenças do público” (Buckingham, 2025, p. 73).
- Produção: Toda produção midiática é criada conscientemente, salienta o autor. Essa produção envolve certas tecnologias e tipos de mão de obra, além de envolver diversos interesses econômicos. Dessa forma, estudar o processo de produção de mídia significa “examinar 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 geram lucro; como a produção e a distribuição de mídia são regulados; como a mídia atinge o público, e o grau de escolha e controle que o público tem” (Buckingham, 2025, p. 74).

- Público: As empresas de mídia necessitam competir para obter mais audiência e, conseqüentemente, lucro. Portanto, é preciso conquistar o público. Assim, estudar esse público midiático significa “examinar como a mídia define e aborda determinados públicos e as pressuposições que os produtores de mídia fazem sobre eles; como a mídia atinge o público através de diferentes tecnologias e canais; como as pessoas usam a mídia em seu cotidiano, como a interpretam e que prazer tiram dela; como esses processos variam de acordo com fatores sociais como gênero, classe social, idade e etnia” (Buckingham, 2025, p. 75).

O autor enfatiza que esses quatro aspectos críticos ajudam a compreender a questão fundamental do poder da mídia.

Limites do letramento midiático²

O autor afirma que, em linhas gerais, os formuladores de políticas públicas que envolvem educação e comunicação reconhecem a relevância do letramento midiático, uma vez que:

Uma democracia saudável precisa de usuários de mídia bem informados e com discernimento, de cidadãos ativos, que participarão da sociedade civil, e de trabalhadores competentes e criativos. Nesse contexto, o letramento midiático é uma habilidade fundamental da vida: não podemos funcionar sem ele” (Buckingham, 2025, p. 45).

No entanto, na prática, ele ressalta que o que ocorre é um pouco diferente, a começar pela compreensão do assunto em termos de riscos e benefícios das mídias, considerando-se uma visão puramente instrumental do conceito, ou seja, tomando-se o letramento midiático apenas como meio de ensinar a usar as mídias ou como forma de maximizar o uso da tecnologia. O autor tece críticas veementes a essa visão instrumental, que prioriza

2 Na edição brasileira, o termo usado é “alfabetização midiática”. No entanto, a referência conceitual, no original em inglês, é *media literacy*. Portanto, optei pelo uso do termo “letramento midiático”.

as habilidades funcionais no âmbito da educação midiática. Para ele, o letramento midiático é uma necessidade básica da vida moderna, uma vez que a mídia está em toda parte. Nesse sentido, portanto, não basta somente saber usar: “Nós precisamos entender como ela funciona e precisamos ser capazes de usá-la com eficácia. Se formos midiaticamente alfabetizados, teremos condições de exercer um grau de poder e controle que, de outra forma, nos seria negado” (Buckingham, 2025, p. 53).

O autor não desconsidera a importância de saber usar as várias ferramentas, os vários programas e recursos. No entanto, reforça a ideia de que o letramento midiático, num sentido mais amplo, é muito mais do que esse recurso à instrumentalização.

A alfabetização midiática não se desenvolverá espontaneamente, por si só, apenas por usar-se a mídia: tampouco deve ser delegada às vagas boas intenções dos formuladores de políticas, muito menos às indústrias da mídia. Se realmente queremos cidadãos midiaticamente alfabetizados, precisamos de educação midiática: isto é, de programas sistemáticos e contínuos de ensino e aprendizado para todos. Na prática, a abordagem risco/benefício muitas vezes leva a soluções improvisadas que são superficiais, fragmentadas e instrumentais. A educação midiática, como a defino aqui, é mais coerente, mais desafiadora e, em última análise mais empoderadora (Buckingham, 2025, p. 54).

2 – Conclusão

A abordagem ponderada, ampla e crítica que o autor nos oferece nesse manifesto possibilita escapar das facilidades do lugar-comum na abordagem desse tema tão importante que é a educação midiática. Nesse percurso, David Buckingham delinea elementos fundamentais para que se construa uma prática coerente e capaz de responder aos desafios cada vez maiores do universo midiático, contemplando as interfaces e as especificidades dos dois ambientes de mídia – o tradicional e o digital.

Essa abordagem possibilita a compreensão de que, da mesma forma que, no mundo contemporâneo, é fundamental entender

que o estudo das *fake news* não se restringe à disputa entre falso e verdadeiro e que importa compreendê-las num contexto mais amplo de outras formas de representação e produção de sentido, também se faz igualmente relevante entender e avaliar criticamente as notícias produzidas pela mídia tradicional, com o viés e as representações embutidas. Assim sendo, também é necessário entender a construção da linguagem e as estratégias de cada ambiente no amplo panorama da comunicação.

De modo a fazer uma compilação dos aspectos tratados ao longo do livro, o autor destaca três pontos essenciais no conjunto geral da prática da educação midiática: 1) É necessário adotar uma visão mais ampla da mídia, para não perder de vista as questões mais abrangentes; 2) Precisamos ver a mídia no contexto da vida social geral, pois vários dos problemas apresentados são na verdade extensões de problemas presentes em vários ambientes sociais; 3) O foco dos estudos midiáticos no risco e na segurança podem patologizar determinados tipos de uso ou representação midiática.

Ao longo de todo o percurso do manifesto, o autor vai revelando a estrutura que compõe a trama complexa da educação midiática e reforça o quão fundamental é o seu papel no mundo contemporâneo, sobretudo em relação à cidadania e à ação cívica:

A educação midiática, evidentemente, é muito mais que *fake news* e segurança na internet. Não obstante, pode ser útil situar tópicos como esses num quadro crítico mais amplo e coerente. Em vez de reações fragmentárias e irrefletidas a ondas passageiras de preocupação, a educação midiática fornece uma base conceitual rigorosa para o ensino e o aprendizado, bem como um conjunto consagrado de estratégias para a sala de aula. Numa era de mídia social, é difícil ver por que ela não deveria constituir uma parte significativa do núcleo curricular para todos os jovens (Buckingham, 2025, p. 111)

Por fim, esse livro de David Buckingham aponta para duas questões que devem ser tomadas como fundamentais para todos que entendem minimamente o poder da mídia em nossa

sociedade contemporânea e abraçam a prática da educação midiática de maneira ampla e abrangente: 1) A educação midiática deve se tornar um direito fundamental para todos os jovens; 2) Ela busca promover o entendimento crítico, mas esse entendimento deve levar também à ação.

Por todo o conjunto reflexivo que propõe e pelo entendimento que possibilita em relação ao tema – ampliando os entendimentos acerca da mídia e seu papel na sociedade – esse *Manifesto pela educação midiática* é, sem dúvida, uma obra essencial para educadores, pesquisadores, profissionais de mídia e estudantes.