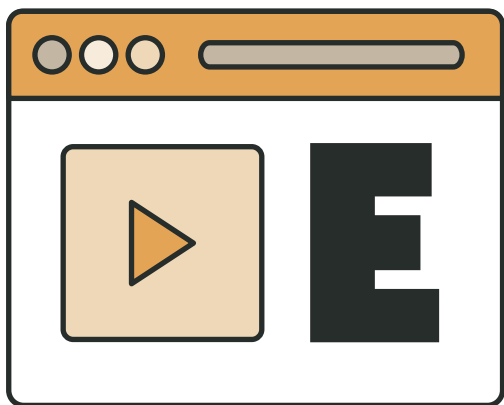


APRE SEN TA





sta publicação é fruto de encontros e inquietações decorrentes da disciplina “Infâncias e Juventudes: Redes Digitais, Consumo e Letramento”, ministrada em 2023.2, na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, com a participação de estudantes da graduação

e pós-graduação em Comunicação. Reunindo pesquisadores seniores e em formação, esta obra se constituiu como uma forma de sinalizar a importância do tema, sobretudo no contexto contemporâneo. A disciplina contou com professoras convidadas que integram essa publicação, possibilitando que suas pesquisas alcancem outros olhos atentos aos fenômenos cotidianos que envolvem crianças e adolescentes.

Assim, como fruto desse encontro em sala de aula, essa publicação teve como objetivo problematizar, a partir de diferentes perspectivas e olhares, a participação de crianças e jovens nas culturas digital e de consumo. Nesse sentido, a obra foi organizada contemplando artigos dos seguintes pesquisadores:

Bianca Becker, Ilka Dias Bichara e Fabricio de Souza, com o título **Negociações e diálogos: crianças, adultos e as rotinas lúdicas no mundo conectado**, apresentam uma interessante discussão observando as possíveis aproximações e distanciamentos entre a visão das crianças sobre a era digital e os discursos produzidos pelo mundo adulto sobre elas.

Brenda Guedes, Renata Othon e Bárbara Janiques de Carvalho, apresentam no texto intitulado **Comunicação Mercadológica, Infância e Cultura Digital: facetas de protecionismo de mercado**, uma reflexão acerca de práticas mercadológicas que se arvoram como protetoras da infância, mas podem ser facilmente enquadradas como práticas abusivas como demonstram através da análise

de dispositivos de orientação para o exercício de boas práticas na ambiência digital, que observam aspectos referentes às crianças.

Renata Tomaz com **Crianças Youtubers e Participação Social: entre a voz e a fala**, discute as dinâmicas de socialização das crianças no contexto da cultura digital, observando particularmente os usos que crianças fazem das plataformas de mídias sociais. A autora investiga o fenômeno dos youtubers mirins e propõe uma reflexão a respeito do estatuto das vozes das crianças no ambiente digital.

Lucas Jansen apresenta no texto **Publicidade, Diversidade e Infâncias: Análise Discursiva da Campanha “Como Explicar?”, do Burger King Brasil**, o exame da campanha publicitária que sofreu denúncias no CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária) em razão do seu conteúdo entretecer a participação de crianças e a mensagem positiva em relação às diversidades de identidade sexual e de relacionamento afetivo. Veiculada durante o Mês do Orgulho de 2021, a campanha ofereceu elementos para uma análise do discurso apoiada no conceito de *outing* — a publicidade fora do armário — que o autor aciona para promover reflexões pertinentes sobre a participação do discurso publicitário nas infâncias.

Renata Monteiro Soares, no texto **I Semana Brasileira de Educação Midiática: Análise Sistemática das Iniciativas no Território Brasileiro**, analisa as ações que foram promovidas no a partir da iniciativa de organismos civis e Universidades que participaram da primeira Semana Brasileira de Educação Midiática, com o intuito de apresentar uma compreensão das novas abordagens e experiências para educação midiática no Brasil.

Em **Leitor Digital e Literatura: uma perspectiva Semiótica**, as autoras Olira Saraiva Rodrigues e Suzana Pereira Lopes Muniz, concentram-se na importância da leitura para a formação cultural dos jovens, imersos na cultura digital. Utilizando a semiótica como recurso teórico-metodológico, tecem uma análise sobre a formação do leitor digital considerando aspectos como a conexão, os suportes multimídia, as linguagens e o cenário educacional vigente no contexto brasileiro contemporâneo.

Por fim, as autoras Beatriz Beraldo e Carina Flexor discutem, com a colaboração do aluno do PIBIC (Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica), Álisson José Teotônio discutem, no texto **A sala de aula e os (i)materiais didáticos: uma análise da presença de Big Techs na educação formal**, a questão da desmaterialização dos recursos didáticos no ensino formal brasileiro, concentrando a análise no caso ocorrido em São Paulo no ano de 2023. Na ocasião, o então governador Tarcísio de Freitas colocou em prática um projeto que previa a substituição de todos os livros didáticos da rede pública estadual por ebooks e plataformas digitais.

Convidamos à leitura atenta dos textos aqui reunidos como forma de estímulo ao debate de temas ligados às infâncias e juventudes, que hoje experimentam a insólita cultura digital com os repertórios da cultura do consumo. Esperamos que essas discussões sejam capazes de ensinar novas ideias, para que além de promover uma sofisticada reflexão acadêmica, suscitem a inspiração necessária para que possamos juntos também promover realizações no campo da educação midiática.

Carina Flexor, Beatriz Beraldo, Olira Saraiva e Armando Malheiro