

Alfabetização Midiática Informacional em movimento: um relato de experiência do projeto Equipe Extensionista para o Letramento Digital¹

Andrea TRIGUEIRO²

Jeffete AMORIM³

Marcelo Santo DANTAS⁴

Universidade Católica de Pernambuco e Universidade Federal de Pernambuco, Recife, Pernambuco, PE

RESUMO

Neste estudo analisamos a experiência do projeto Equipe Extensionista para o letramento digital com ênfase em inovação social – Polo Unicap, em resposta à crescente necessidade de Alfabetização Midiática Informacional (AMI) e às desigualdades no acesso a recursos ligados às Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDICs). O trabalho foi desenvolvido utilizando práticas educacionais e se estabeleceu a partir do contato com 3 diferentes institucionalidades, localizadas nas cidades do Recife e Olinda, em Pernambuco, Brasil, atendendo pessoas a partir dos 12 anos de idade, com recortes geracionais e de gênero variando de acordo com a turma. Foram observados diferentes interesses no campo da AMI, marcadores de desigualdade no acesso a tecnologias e perfis distintos de relação com o mundo digital de acordo com gênero e idade. Os achados revelam a urgência de uma abordagem abrangente no letramento digital, destacando a importância de considerar dimensões sociais, culturais, políticas e emocionais, além de desafios relacionados à disparidade de acesso a recursos, de habilidades tecnológicas e à presença de violência de gênero no ambiente digital.

PALAVRAS-CHAVE: Letramento Digital, Alfabetização Midiática Informacional, Relato de Experiência, Mídias Online, Educação.

ABSTRACT

In this study, we analyze the experience of the Project Equipe Extensionista para o letramento digital com ênfase em inovação social – Polo Unicap, in response to the growing need for Media and Information Literacy (MIL) and inequalities in access to resources related to Information and Communication Technologies (ICTs). The work was

¹ Trabalho apresentado no GP 08 - Comunicação para a Cidadania, 24º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Comunicação, mestre em Educação Matemática e Tecnológica, especialista em Direitos Humanos e em Docência do Ensino Superior e jornalista. Professora e coordenadora do curso de Jornalismo da Unicap. E-mail: andrea.trigueiro@unicap.br.

³ Doutorando em Educação Matemática e Tecnológica, mestre em Extensão Rural e Desenvolvimento Local, jornalista e professor. E-mail: jeffete.amorim@ufpe.br

⁴ Historiador e estudante de Jornalismo. E-mail: marcelo.2019270234@unicap.br

developed using educommunicative practices and was established through contact with three different institutions located in the cities of Recife and Olinda, in Pernambuco, Brazil, serving individuals aged 12 and above, with generational and gender-based variations according to the group. Different interests in the field of MIL were observed, along with markers of inequality in technology access and distinct profiles of digital engagement according to gender and age. The findings reveal the urgency of a comprehensive approach to digital literacy, emphasizing the importance of considering social, cultural, political, and emotional dimensions, as well as challenges related to disparities in access to resources, technological skills, and the presence of gender-based violence in the digital environment.

KEYWORDS: Digital Literacy, Media and Information Literacy, Experience Report, Online Media, Educommunication.

INTRODUÇÃO

Nosso planeta tem, hoje, cerca de 5,3 bilhões de pessoas com algum tipo de conexão à internet. Desse montante, 4,95 bilhões são usuárias de mídias sociais em algum nível (Statista, 2023). Esses números corroboram o quanto saber manejar as ferramentas digitais e compreender criticamente os desdobramentos sociais de seu uso e desenvolvimento é fundamental para o gozo pleno da vida social. Hoje, cada vez mais serviços são digitalizados, inclusive os públicos, e cada vez mais rápido emergem ferramentas que impactam de modo significativo as dinâmicas laborais, relacionais, afetivas, econômicas, políticas e sociais (Barbosa; Silva; Ribeiro, 2023).

Temos um aumento no uso das mídias online na construção de relacionamentos afetivos e sexuais, inclusive ajudando a moldar novos comportamentos nesse campo (Erevik et al, 2020; BARRADA & CASTRO, 2020) e influenciando a incidência de divórcios (McDaniel, Drouin & Cravens, 2017; Bouffard, Giglio & Zheng, 2021); temos uma crescente adoção de trabalho remoto e híbrido e de interesse em trabalhar nessas modalidades, sobretudo com a pandemia de Covid-19 (Sety, 2021; Gifford, 2022; Office For National Statistics, 2022), assim como temos, por outro lado, o crescimento da inteligência artificial reformulando os postos de trabalho existentes, aprofundando desigualdades e, até mesmo, estimativas de que até 85% dos empregos criados até 2030 ainda não existiam em 2018 (Dell, 2019; United Nations, 2021).

No ensino-aprendizagem, há uma ascensão mundial de *Massive Open Online Courses* (MOOCs) e, no Brasil, o número de matrículas no Ensino à Distância supera pela primeira vez o presencial, além de haver uma desaceleração na busca por cursos

superiores (INEP, 2022; Al-Rahmi et al, 2018). A política figura como um dos mais convulsivos campos em transformação: inteligência artificial, aprendizagem de máquina, espionagem, uso de perfis falsos, *deep fakes*, direcionamento avançado de anúncios online, uso estratégico dos filtros-bolha, *fake news*, automação de marketing, *chatbots*, mineração e análise de dados são apenas alguns dos recursos que compõem o mix atual das estratégias políticas. Muitos desses caminhos emergentes, inclusive, são subsídio para manipulações contra as quais legislações eleitorais ainda não têm mecanismos de proteção, haja vista a novidade e complexidade do fenômeno (Hu, 2020; Epstein & Robertson, 2015; Dobber et al, 2021).

Até mesmo jornalistas, por vezes, incorrem em erros no trato do fenômeno por ausência de letramento midiático adequado, assim como os próprios profissionais de Tecnologia sentem dificuldade de antecipar os impactos que, por exemplo, inteligências artificiais devem gerar. Justo por essa razão grandes empresas de tecnologia (as *big techs*), como Alphabet (proprietária do Google, Gmail e YouTube) e Meta (responsável por Facebook, Instagram, WhatsApp), têm investido em iniciativas de pesquisa e reflexão sobre *Futures Studies* (também chamado futurologia, *foresight studies*, futurismo e outras nomenclaturas), além de financiar organizações de *fact-checking* (checagem de dados).

Esse dado nos levanta um alerta: se mesmo profissionais que de algum modo lidam com os fenômenos midiáticos emergentes sentem dificuldade no seu manejo e verificação de veracidade de informações, qual o grau de acesso da população comum à gramática de análise desses fenômenos? Essa é uma das inquietações que conduzem o projeto Equipe Extensionista para o letramento digital com ênfase em inovação social – Polo Unicap, experiência da qual trataremos neste artigo.

Compreendemos que a Alfabetização Midiática Informacional (AMI) – apontada como um processo que permite às pessoas adquirirem competências para compreender suas necessidades informacionais, realizar buscas melhores, encontrar, avaliar criticamente, usar e contribuir sabiamente com conteúdos midiáticos e informacionais (Unesco, 2021) – é uma necessidade social urgente e por isso sistematizamos a nossa experiência como forma de possibilitar olhares empíricos sobre o contexto local que permitam o enriquecimento do campo com reflexões, descrição de práticas e apontamento de desafios e oportunidades. Por isso, este trabalho tem como objetivo realizar um relato estruturado da experiência do projeto Equipe Extensionista para o letramento digital com ênfase em inovação social – Polo Unicap.

Em todo o relato, teremos como guarda-chuva o conceito de AMI, trazido acima, como estrutura teórica que abrange desde habilidades necessárias para busca de informações e o letramento emocional até as necessárias para operação de inteligência artificial. No caso, diante da proposta do projeto, realizamos um recorte para focar ferramentas digitais e, em especial, as online – afunilando para aquelas de interesse dos públicos da formação, considerando suas realidades.

O PROJETO

O projeto referente ao processo BFI-0418-7.08/23, aprovado no edital 14/2022 da Facepe, teve como objetivo “Desenvolver Letramento Digital para a população na faixa etária entre 40 e 70 anos, e outros grupos em vulnerabilidade social e excluídos digitalmente” e contou, ao todo, com 14 grupos responsáveis pela seleção de instituições que receberiam as formações em Letramento Digital, favorecendo seus beneficiários. Essa seleção, focada em critérios de promoção da inclusão social, teve como norte a priorização de pessoas com baixa renda e minorias políticas. Aqui neste artigo, para o relato de experiência, fazemos o recorte do Polo da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap), especificamente das formações ministrada pela equipe coordenada pela professora Andrea Trigueiro.

EQUIPE MINISTRANTE E MATERIAL DIDÁTICO DAS OFICINAS

A equipe foi formada por três pessoas: Andrea Trigueiro, professora da Unicap e coordenadora do curso de Jornalismo e do projeto de extensão EducomDH, na mesma instituição, além de coordenadora da equipe e principal mediadora (bolsista); Marcelo Dantas, historiador e estudante de jornalismo da Unicap, monitor bolsista; e foi integrado à equipe, como contribuidor e monitor voluntário, o jornalista e professor Jefte Amorim, pesquisador do campo das tecnologias educacionais.

O material didático utilizado⁵ nos encontros foi desenvolvido em conjunto pelos três, com mediação e liderança da coordenadora da equipe. Em cada turma se focou os interesses apontados pelo grupo, mas todas elas contaram com um conteúdo introdutório focado em cibersegurança, abarcando como criar senhas seguras; verificação em duas etapas; proteção contra invasão de contas; como identificar golpes financeiros e contra

⁵ O material base inicial está disponível neste link: <https://comunicacaodialogica.com/letramento-digital>

dados (falsos boletos; clonagem de WhatsApp e falsos contatos; falsos investimentos de tabelas de Pix; vendas falsas; *phishing*; como identificar falsos comprovantes de Pix; como se prevenir de cancelamento de pix agendados, em casos de vendas; falsos prêmios em sorteios; etc).

ORGANIZAÇÕES E POPULAÇÃO ATENDIDA NAS FORMAÇÕES

As atividades aqui relatadas se desenvolveram em parceria com três institucionalidades: Espaço de Comercialização e Formação da Economia Solidária (Escofes), do Recife, Pernambuco; Comunidade dos Pequenos Profetas (CPP), do Recife, Pernambuco; e Centro de Cultura Luiz Freire (CLLF), de Olinda, Pernambuco. As institucionalidades foram escolhidas a partir dos critérios definidos pelo projeto e, a partir disso, foram mapeadas instituições já conhecidas por este grupo e que tivessem vinculação com a Universidade Católica de Pernambuco (Unicap). Foram feitos contatos com as instituições e o estudante bolsista Marcelo Dantas acompanhou algumas das conversas para definição de formato e verificação da estrutura das organizações para realização das oficinas. Um espaço com conectividade digital e disponibilidade de recursos para projeção de imagem foram itens verificados. Esta equipe utilizou equipamentos próprios e das instituições parceiras, não fazendo uso de equipamentos do projeto.

Cada instituição indicou o público-beneficiário para receber as 20h/aula de formação, em alguns casos dividindo a carga-horária entre grupos distintos dentro da mesma instituição. As idades foram diversas, indo desde adolescentes (a partir dos 12 anos de idade) até pessoas idosas (acima dos 65 anos de idade). Majoritariamente foram atendidas mulheres e meninas, incluindo uma adolescente transgênero. A maior parte das pessoas atendidas foi de baixa renda e em vulnerabilidade social.

MÉTODO E CONDUÇÃO DAS FORMAÇÕES

A base metodológica das formações são as práticas educacionais (Almeida, 2015; Citelli, 2000; Soares, 2014), que compreendem um campo de intersecção entre a comunicação e a educação e abarca, entre outras características, um ecossistema comunicacional aberto, diálogo horizontalizado e o respeito à diversidade e autonomia das pessoas envolvidas. No contexto das oficinas, a educação foi utilizada como

ferramenta para o desenvolvimento de habilidades críticas e autônomas no uso das mídias digitais, buscando a construção de uma cultura de comunicação mais democrática, inclusiva e participativa. As práticas foram desenhadas em conjunto com cada grupo e planejadas para atender às necessidades e interesses específicos de cada turma.

Cada ciclo formativo contou com uma rodada de apresentação, quebrando o gelo, e um diagnóstico de interesses de aprendizagem dentro do ambiente digital. Todas as turmas contam, também, com um conteúdo formativo inicial sobre cibersegurança. A partir de então, todo o conteúdo é adaptável aos interesses do grupo. São utilizados recursos audiovisuais, discussão de situações-problema, partilha de experiências pessoais e exercícios práticos. Entre os encontros, o grupo de WhatsApp é utilizado como recursos para partilha de tutoriais, recursos didáticos, trocas de experiências e acompanhamento de atividades.

OFICINAS PARA O ESPAÇO DE COMERCIALIZAÇÃO E FORMAÇÃO DA ECONOMIA SOLIDÁRIA (ESCOFES)

As oficinas para o Espaço de Comercialização e Formação da Economia Solidária (Escofes), que reúne artesãs e artesãos que expõem e comercializam seus produtos na Unicap, ocorreram nos dias 14, 21 e 28 de setembro de 2023 e no dia 11 de outubro de 2023. Cada encontro teve quatro horas (4h) de duração, com mais quatro horas (4h) de acompanhamento remoto e atividades desenvolvidas, fechando o ciclo de 20h/aula. O último encontro presencial contou com uma confraternização por sugestão das pessoas participantes das oficinas. Este grupo contou com 15 pessoas, entre jovens, adultas e idosas, com idades variando entre 19 e 66 anos. Foi especialmente desafiador manejar não só as diferenças de idade em uma única turma, mas também os desníveis de apropriação / letramento digital. Durante o diagnóstico inicial de interesses, destacaram-se as demandas por aprendizagem relacionada a fotografia e vídeo mobile; criação de conteúdo via mídias sociais; estratégias de marketing digital; e anúncios online (tráfego pago). Todos os conteúdos foram trabalhados, ficando os anúncios online e alguns recursos de fotografia e vídeo *mobile* para atividades em casa com orientação remota. Foi bastante desafiador uma vez que havia desde pessoas que faziam uso intensivo de ferramentas digitais até pessoas que não sabiam, por exemplo, como ligar um computador ou navegar na internet por browser no celular.

OFICINAS PARA A COMUNIDADE DOS PEQUENOS PROFETAS (CPP)

As oficinas para a Comunidade dos Pequenos Profetas (CPP) foram realizadas nos dias 02 e 16 de dezembro de 2023, com subdivisão para duas turmas de interesse na instituição: uma para adolescentes (de 13 a 17 anos) e outra para mulheres mães (de 38 a 56 anos). Cada subgrupo teve dois encontros de 4h cada e orientação e atividades remotas, somando as 20h/aula (10h/aula para cada subgrupo da turma). Ao todo, 12 pessoas foram atendidas durante a formação. Durante a etapa de diagnóstico, o interesse central do grupo de adolescentes foi “hackear redes wi-fi e contas de Freefire”. A partir disso, o conceito de ética foi introduzido como parte das aprendizagens e o grupo foi conduzido a refletir sobre comportamento ético, respeito mútuo e aprendeu sobre a existência do “hackeamento ético” como profissão. Um dos participantes, mais interessado no tema, recebeu orientação para inscrição no curso técnico da Escola Técnica Estadual (ETE) Porto Digital que, àquela altura, estava com inscrições abertas. O segundo interesse mais comum foi o uso do smartphone para fotos, vídeos e redes sociais. O grupo foi composto por três meninos e três meninas (uma delas transgênero). Metade deles não tinha smartphone. A maior dificuldade sentida foi a manutenção do quórum: entre adolescentes, apenas um participou de todos os momentos. No caso das mulheres, os interesses estiveram em fotografias para as peças artesanais que produziam, conteúdos para mídias sociais, estratégias de promoção dos produtos e proteção contra golpes financeiros no mundo digital.

OFICINAS COM O CENTRO DE CULTURA LUIZ FREIRE (CCLF)

As oficinas para o Centro de Cultura Luiz Freire (CCLF) ocorreram nos dias 07 de dezembro de 2023, 18 e 25 de janeiro de 2024, com subdivisão em dois grupos: um com jovens da ação Papo de Mulher, da Biblioteca Solar de Ler, do Grupo Comunidade Assumindo Suas Crianças (GCASC) e do Coletivo Mulheres Periféricas; e outro com meninas do projeto Futebol Delas, no Instituto Ternura, em Passarinho, bairro do Recife. Cada encontro contou com 5h de atividades e foram realizadas atividade remotas e assíncronas somando 5h e completando as 20h/aula. Foram 29 pessoas, entre 12 e 51 anos. Neste recorte, o foco foram as pessoas do gênero feminino, havendo prevalência de mulheres jovens entre as pessoas da ação Papo de Mulher e de adolescentes em idade escolar no caso das atividades destinadas à turma do Futebol Delas. Entre estes grupos,

houve interesse em cibersegurança, proteção contra golpes online, como identificar fake News, foto e vídeo com celular e mídias sociais (principalmente recursos do Instagram). Foi o maior quórum entre as oficinas desenvolvidas.

É interessante observar que, no grupo da ação Papo de Mulher, surgiu uma pauta que não emergiu em outros grupos: a ocorrência de golpes que se utilizam da sedução como elemento central, como falsos romances em mídias sociais, namoros virtuais que culminam em pedidos de ajuda financeira, etc. Já entre o grupo do Futebol Delas, a questão do assédio e violência de gênero surgiu fortemente, com relatos de homens mais velhos cometendo assédio sexual por meio de mensagens em mídias sociais, desde textos e ligações insistentes até envio de fotos de conteúdo sexual ou ataques em Lives. Duas meninas relataram fazer Lives públicas regulares nas mídias sociais em que costumavam aceitar o pedido de participação de estranhos. E, em uma dessas vezes, um homem entrou na Live exibindo seu órgão sexual. Tais relatos apontam uma forte violência de gênero no contexto online, tendo como alvo majoritário adolescentes e mulheres jovens.

PRINCIPAIS ACHADOS E DISCUSSÕES

A experiência com os diferentes grupos se mostrou rica em aprendizagens e desafios. Foi possível constatar, em todo o processo, a urgência de uma abordagem de letramento que efetivamente contemple dimensões que vão além da tecnologia em si. Como no conceito cunhado pela Unesco (2021), a Alfabetização Midiática Informacional deve contemplar as dimensões social, cultural, política, emocional e ética. O apontamento, por exemplo, do desejo de hackear contas de um jogo ou senhas de Wi-Fi mostra uma dessas dimensões, indicando a necessidade de um direcionamento ético tanto quanto a desigualdade no acesso a recursos tecnológicos e educacionais. Além disso, relatos como os que emergiram nos grupos de meninas e mulheres atendidas pelo Centro de Cultura Luiz Freire (CCLF) e Instituto Ternura apontam a forte presença de violência de gênero no contexto digital.

Como desafios, encontramos algumas questões importantes que foram generalizadas nas dinâmicas empreendidas com diferentes turmas. Primeiro, é visível a diferença de desenvolvimento nas habilidades tecnológicas entre pessoas com acesso a smartphone ou computador e conectividade online – especialmente pela possibilidade de prática individual em casa. Do ponto de vista etário, as pessoas mais maduras têm uma preocupação explícita maior com segurança e proteção contra golpes financeiros no

ambiente digital, além de um desejo maior de domínio das ferramentas digitais como um meio de impulsionar resultados de trabalho – especialmente entre as pessoas que empreendem. Entre pessoas mais jovens, recursos ligados a jogos, conectividade e audiovisual com foco nas mídias sociais é um interesse predominante. A assiduidade nas atividades no pareceu ter relação, também, com o contexto socioeconômico individual e com a relação estabelecida pelas pessoas com a institucionalidade. Entre pessoas com menor idade, a presença pareceu mais motivada por uma tecnofilia ou encantamento com recursos menos usuais em suas rotinas ou pela obrigatoriedade de presença para cumprir requisitos de suas atividades na instituição. No caso das pessoas de mais idade, pareceu haver a expressão de uma necessidade pelo sentimento de perda de oportunidades associada ao baixo domínio das Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDICs).

REFERÊNCIAS

AL-RAHMI, W.; ALDRAIWEESH, A.; YAHAYA, N.; BIN KAMIN, Y.; ZEKI, A. M. Massive Open Online Courses (MOOCs): Data on higher education. **Data in brief**, 22, p. 118–125. 2018. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2018.11.139>

ALMEIDA, L. B. C. **As áreas de intervenção educacionais**. v. 1.2, 22 set 2015. Campina Grande/PB: 2015. Disponível em: <https://edisiplinas.usp.br/pluginfile.php/4653029/mod_resource/content/1/As%20%3%A1reas%20de%20interven%C3%A7%C3%A3o%20LIGIA.pdf>. Acesso em: 01 set 2020.

BARRADA, J. R.; CASTRO, Á. Tinder Users: Sociodemographic, Psychological, and Psychosexual Characteristics. **International journal of environmental research and public health**, vol. 17, n. 21, 8047. 2020. <https://doi.org/10.3390/ijerph17218047>

BOUFFARD, S.; GIGLIO, D.; ZHENG, Z. Social Media and Romantic Relationship: Excessive Social Media Use Leads to Relationship Conflicts, Negative Outcomes, and Addiction via Mediated Pathways. **Social Science Computer Review**. 2021. <https://doi.org/10.1177/08944393211013566>

CITELLI, Adilson. **Comunicação e Educação: a linguagem em movimento**. São Paulo: Senac, 2000.

DELL. **Projetando 2030: o futuro do trabalho**. 2019. Disponível em: <<https://www.dell.com/pt-br/dt/perspectives/future-of-work.htm>> Acesso em: 10 ago 2022.

DOBBER, T.; METOUI, N.; TRILLING, D.; HELBERGER, N.; DE VREESE, C. Do (Microtargeted) Deepfakes Have Real Effects on Political Attitudes? **The International Journal of Press/Politics**, vol. 26, n. 1, p. 69–91. 2021. <https://doi.org/10.1177/1940161220944364>

EPSTEIN, R.; ROBERTSON, R. E. (2015). The search engine manipulation effect (SEME) and its possible impact on the outcomes of elections. **Proceedings of the National Academy of Sciences (PNAS)**, vol. 112, n. 33, 4 ago 2015.

EREVIK, E. K.; KRISTENSEN, J. H.; TORSHEIM, T.; VEDAA, Ø.; PALLESEN, S. Tinder Use and Romantic Relationship Formations: A Large-Scale Longitudinal Study. **Frontiers in Psychology**, 11. 2020. doi:10.3389/fpsyg.2020.01757

GIFFORD, J. Remote working: unprecedented increase and a developing research agenda, **Human Resource Development International**, vol. 25, n. 2, p. 105-113, 2022. DOI: 10.1080/13678868.2022.2049108

HU, M. Cambridge Analytica’s black box. **Big Data & Society**, July-December 2020, p. 1-6. <https://doi.org/10.1177/2053951720938091>

INEP. **Resumo técnico do Censo da Educação Superior 2020**. Brasília: INEP, 2022.

MCDANIEL, B. T.; DROUIN, M.; CRAVENS, J. D. Do You Have Anything to Hide? Infidelity-Related Behaviors on Social Media Sites and Marital Satisfaction. **Computers in human behavior**, 66, p. 88–95. 2017. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.031>

OFFICE FOR NATIONAL STATISTICS. **Is hybrid working here to stay?**. 23/05/2022. Disponível em: <<https://www.ons.gov.uk/employmentandlabourmarket/peopleinwork/employmentandemployeetypes/articles/ishybridworkingheretostay/2022-05-23>>. Acesso em: 10 ago 2022.

SETY, P. **Insights from our global hybrid work survey**. 15/11/2021. Disponível em: <<https://cloud.google.com/blog/products/workspace/insights-from-our-global-hybrid-work-survey>>. Acesso em: 10 ago 2022.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação e Educação Midiática**: vertentes históricas de aproximação entre comunicação e educação. *Comunicação & Educação*, Brasil, v. 19, n. 2, p. 1526, set. 2014.

Statista. **Number of internet and social media users worldwide as of October 2023**. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>>. Acesso em: 29 out. 2023.

Unesco. **Alfabetização midiática e informacional**: diretrizes para a formulação de políticas e estratégias. Brasília: UNESCO, Cetic.br, 2016. 208 p. ISBN: 978-85-7652-214-0.

Unesco. **Media and information literate citizens: think critically, click wisely!**. Paris: UNESCO, 2021. 412 p. ISBN: 978-92-3-100448-3.

UNICEF. **Competências para a vida: trilhando caminhos de cidadania**. Brasília: UNICEF, 2019.

UNITED NATIONS. **Will robots and AI cause mass unemployment? Not necessarily, but they do bring other threats**. 2021. Disponível em: <<https://www.un.org/en/desa/will-robots-and-ai-cause-mass-unemployment-not-necessarily-they-do-bring-other>>. Acesso em: 10 ago 2022.