

**Verdade e ética nas redes sociais:
um estudo com canais do Youtube**

*Truth and ethics on social networks:
a study with YouTube channels*

Lilian Schneider TORRES¹

Luciana Coutinho Pagliarini de SOUZA²

Resumo

Este artigo se insere no macroprojeto de pesquisa da Alfamed (Rede Euro-Americana de Pesquisa em Competências de Mídia para a Cidadania), intitulado “Verdade e ética nas redes sociais. Percepções e influências educacionais em jovens usuários do Twitter, Instagram e Youtube”. Com o propósito inicial de somente de fazer um levantamento dos canais do Youtube que abordassem os valores verdade e ética e realizar uma classificação dos vídeos em acadêmicos, opinativos e educativos, no período de 2012 a 2022, no percurso adicionamos uma análise descritiva de dois deles, levando-se em conta os recursos adotados de modo a averiguar se trazem contribuição que permita reflexões sobre como tais valores são tratados. Pensamos em contribuir com material que permita reflexões sobre como esses valores são propagados nessa mídia, desta forma, colaborando para futuras discussões e aprofundamento sobre a competência midiática voltada à cidadania.

Palavras-chave: Mídia. Verdade e ética. YouTube.

Abstract

This article is part of the Alfamed (Euro-American Research Network on Media Skills for Citizenship) macro research project, entitled “Truth and ethics in social networks. Perceptions and educational influences on young users of Twitter, Instagram and Youtube”. With the initial purpose of simply surveying YouTube channels that addressed the values of truth and ethics and classifying the videos into academic, opinionated and educational, from 2012 to 2022, along the way we added a descriptive analysis of two of them, taking into account the resources adopted in order to determine whether they bring a contribution that allows reflections on how such values are treated. We thought about contributing material that allows reflections on how these values are propagated in this media, thus contributing to future discussions and deepening of media competence aimed at citizenship.

Keywords: Mediatization. Truth and ethics. YouTube.

¹ Especializado em Gestão do Atendimento ao Cliente pelo Centro Universitário Senac - Brasil.
E-mail: lilian1.storres@gmail.com

² Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Professora da Universidade de Sorocaba – UNISO. E-mail: luciana.souza@prof.uniso.br

Introdução

As mudanças trazidas pela vertiginosa inovação tecnológica digital e o enorme fluxo de informações que ela possibilita acabaram por produzir um novo contexto civilizatório denominado pela recente literatura de midiatização do mundo. Os valores inscritos na atual sociedade hiperconectada tornaram-se dependentes das representações e tendências das redes sociais e de outras comunidades virtuais, da mídia on-line e off-line; do nosso ambiente virtual, cheio de “iscas de clique” e de notícias falsas. Sob esse aspecto, a verdade e a ética são valores em crise, fato que desencadeia o desprezo por valores deles decorrentes como justiça, integridade, honestidade ou respeito.

Com o propósito de fazermos um levantamento dos canais do Youtube que abordassem os valores verdade e ética, realizar uma classificação dos canais em acadêmicos, opinativos e educativos, e, por fim, apresentar uma análise descritiva de dois deles, levando em conta os recursos adotados de modo a averiguar se trazem contribuição que permita reflexões sobre como os valores verdade e ética são tratados por canais do Youtube é o objetivo deste artigo.

A estratégia metodológica da pesquisa teve início com a revisão bibliográfica dos autores Henry Jenkins (2009), Lucia Santaella (2021), Ferrés e Piscineli (2015), que trouxeram informações fundamentais sobre o assunto central desta pesquisa, para então seguir para a busca exploratória de vídeos no Youtube, com base nas palavras-chave: midiatização; verdade e ética; tratamento de valores e fake news. A próxima etapa consistiu na categorização dos vídeos em acadêmicos, opinativos e educativos. Por fim, fez-se a análise descritiva dos vídeos educativos que apresentaram conteúdos relevantes de acordo com a revisão bibliográfica e o projeto proposto pelo grupo Internética e PPG em Comunicação e Cultura da Uniso, vinculados a Alfamed.

A hiperinformação e a questão da verdade

A confluência de mídias, gêneros e formatos nas redes, ou a convergência cultural já antecipada por Jenkins (2009), modifica o panorama da comunicação à medida que impacta a produção e o consumo de conteúdo, disseminando um conjunto de textos e contextos multimídia em que se misturam as funções de informar, entreter e educar.

A convergência fez germinar uma cultura participativa, cujas interações se dão para além do uso de aparelhos. Elas ocorrem “dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros” (JENKINS, 2009, p. 30), caracterizando a inteligência coletiva como uma nova forma de consumo, ou seja, um processo em conjunto de consumo que se estabelece nos círculos sociais.

Se essa cultura participativa e colaborativa permite a “democratização” midiática ao contribuir para ampliar a diversidade de vozes e perspectivas, bem como para romper com a lógica do lucro e da audiência que muitas vezes guia as decisões da indústria da mídia; por outro, Jenkins (2006) alerta que este momento de transformações das mídias está provocando mudanças no modo como as instituições operam e também intensificando a indefinição de fronteiras entre produtor e consumidor; comercial e armador; educação, ativismo e entretenimento e afirma que esta é a democracia na era da cultura da convergência, onde todos têm voz ativa, seja ela para o bem ou para o mal, cabe a cada um decidir como usar e o que propagar.

Nesse contexto em que quaisquer pessoas se posicionem acerca de assuntos sobre os quais não têm expertise, mentira e verdade se fundem e se confundem, e a honestidade se torna luxo dispensável, o que leva Santaella (2021, p. 9) a afirmar: “De fato, são muitos os estragos que o universo da hiperinformação forjado pela revolução digital está provocando, entre eles, sua nefasta conversão em desinformação” e, acrescentamos nós, a disseminação de valores que ferem a ética e a verdade.

Os conceitos de verdade e de mentira são apresentados por Santaella na busca de explicitar “de onde vem o poder da mentira”, título do livro publicado em 2021. Com o propósito de resgatar o valor da verdade “na aluvião de fake news que infestou as redes sociais” (2021, p. 11), a autora insiste na questão de que a verdade existe porque ela persevera e persiste como busca humana incondicional.

A diferença entre verdade e falsidade não é arbitrária e nem apenas fruto de padrões culturalmente determinados. Não obstante esses padrões realmente existam, a busca pela verdade tem que pressupor algo que está aquém desses padrões, ou seja, uma realidade feita de coisas reais (de caráter natural, cultural, político, psicológico etc., mas sempre real) que determina e afeta a busca pela verdade. (Santaella, 2021, p.11).

A autora apresenta, em linhas gerais, uma cartografia dos principais modos de se tratar a verdade, distinguindo-os em seis tipos: o primeiro, a verdade necessária, se inscreve nas raízes da lógica simbólica e no universo da matemática, que se constrói por

meio do raciocínio dedutivo. Há nela certeza prática “porque é possível submeter o raciocínio à checagem, dado o fato de que se trata de uma criação inteiramente humana” (2021, p. 19), mas ela não é falível.

O segundo modo de ser da verdade é a provisória. Esta é decorrente do raciocínio indutivo, cujas conclusões advêm de procedimentos aplicados a amostras da realidade. O terceiro é a verdade reflexiva, território da filosofia que “interroga sobre a finalidade e o destino da verdade” (Mattos apud Santaella, 2021, p. 25). O quarto se constitui na verdade convencional ou consensual vinda do campo do direito; a quinta, a possível, é a verdade da arte e da literatura que imita a ação humana desprendida do fato que realmente aconteceu.

Por fim, a verdade factual. Fatos são singulares, acontecem no aqui e agora e, quando relatados, são notícias. No universo jornalístico, cuja tarefa é reivindicar a verdade dos fatos, Santaella (2021) faz o seguinte questionamento:

Por que e como essa verdade pode sofrer distorções? Quais são os tropeços que se interpõem no seu caminho? Por que a verdade factual se encontra hoje em um campo minado? Um campo convertido em seu avesso sob o imperativo da mentira em suas múltiplas formas de ser? (Santaella, 2021, p.31-32).

Tal questionamento traz à baila a mentira que, nos lembra a autora, não se trata de erro ou engano, ilusão, fantasia ou cinismo. Trata-se de uma ação intencional praticada por um agente.

Dentre as variáveis da mentira – gradação que tem início com a mentira piedosa, passa pela necessária, obrigatória, justificada –, Santaella (2021) assevera que a destrutiva, é das variáveis a que abarca a desinformação como mentira, falta de verdade e de ética. As emblemáticas fake news são seu protótipo. De cunho sociopolítico, trata-se de mentiras que pretendem prejudicar o outro, por meio de calúnias e fraudes que ganharam nas redes sociais o meio ideal de proliferação.

Esta questão que compromete a verdade e a ética, tornada hiperbólica na sociedade hiperconectada, faz com que uma educação midiática seja ainda mais premente. As competências midiáticas contemplam uma formação integral do indivíduo, que inclua valores éticos e cívicos. São as competências preconizadas por Ferrés e Piscinelli de que nos valem na seção a seguir para abordar a dimensão ética.

A ética como competência midiática

A ética é uma dimensão crucial da educação midiática, que envolve a capacidade de compreender e avaliar criticamente as práticas e os conteúdos midiáticos.

São competências midiáticas o conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias para compreender, analisar, utilizar e criar conteúdo de forma crítica e eficaz nos meios de comunicação. Elas envolvem a capacidade de interpretar e avaliar informações midiáticas, utilizar ferramentas tecnológicas de comunicação, participar ativamente na interação social mediada por mídia, produzir e compartilhar conteúdos de maneira ética e responsável, compreender as influências ideológicas e valores presentes na mídia, e apreciar as diferentes formas de expressão estética utilizadas nos meios de comunicação. As competências midiáticas são essenciais para uma participação ativa na sociedade digital e para uma compreensão crítica do mundo mediado pela mídia.

Ferrés e Piscinelli (2015) enfatizam que, embora o conceito de competência tenha nascido no mundo do trabalho ou dos negócios, no âmbito da educação não se pensa em uma competência que garanta a eficácia profissional, mas que potencialize a excelência pessoal. A competência midiática, segundo esses autores, deverá contribuir para o desenvolvimento da autonomia pessoal de cidadãos e cidadãs, bem como o seu compromisso social e cultural. Ferrés e Piscinelli (2015) acrescentam que a competência midiática é definida como posse de conhecimentos, habilidades e atitudes que englobam seis dimensões distintas: linguagem, tecnologia, interação, produção e difusão, ideologia e valores e estética. A partir dessas dimensões, são estabelecidos indicadores que se relacionam tanto ao aspecto da análise, voltada para a recepção e interação com os conteúdos; quanto ao aspecto da expressão, que se concentra na produção do conteúdo.

Os valores – verdade e ética – são o farol da busca pelos vídeos do Youtube.

A verdade e a ética no Youtube: a trajetória metodológica

Para verificarmos a maneira como canais do Youtube tratam esses valores, a metodologia assim se desenvolveu: a) revisão bibliográfica; b) pesquisa exploratória no Youtube de canais que tratavam da verdade e da ética no período de 2012 a 2022; c) categorização dos canais em acadêmicos, opinativos e educativos.

A pesquisa exploratória deu-se em três momentos: agosto, setembro e dezembro de 2022. Em cada um deles, palavras-chave foram testadas até que se chegou às que efetivamente originaram a coleta final: midiaticização, verdade, ética e tratamento de valores. Nesse processo, foram encontrados 62 vídeos e produzidas quatro tabelas durante o processo (tabela 1 vídeos por ordem de postagem; tabela 2 por mês pesquisado e classificação; tabela 3, classificação por inscritos e resumo do conteúdo de cada um dos vídeos e tabela 4, vídeos com animação). A fase seguinte, consistiu em classificar os 62 vídeos conforme as categorias previamente definidas: vídeos acadêmicos, opinativos e educativos. Para tanto, fazia-se necessário precisar o significado de cada um deles. Com base no dicionário online Houaiss (2022), adotamos as seguintes definições:

Acadêmico – Relativo à academia ou que a ela pertence. Estilo acadêmico, estilo que se faz sentir a preocupação de aplicar os princípios da arte oficial. (Acadêmico, 2022)

Vídeos que discutem sobre o assunto, passando a fonte da informação, baseado em outras produções acadêmicas, fatos históricos ou científicos.

Educativo – Concernente à educação; educacional: método educativo. Que ajuda no desenvolvimento da educação, ao processo de educar, de aperfeiçoar as capacidades intelectuais e morais de uma pessoa. (Educativo, 2022). Vídeos com conteúdo geralmente baseado em algum estudo ou experiência anterior, mas que não cita, necessariamente, a fonte.

Opinativo – Que tem como base uma opinião; que se fundamenta num modo de pensar individual ou coletivo; transmitido por meio de uma opinião, sem comprovação; que não se pode demonstrar por ser duvidoso ou discutível. (Opinativo, 2022). Vídeo que somente passa uma informação/visão sobre algo, não se preocupando com sua origem e se realmente há verdade no que é falado, pois traduz uma visão pessoal sobre o assunto, sem base comprovada.

De maneira geral, os vídeos acadêmicos vistos consistiam em palestras e seminários feitos por universidades ou entidades de classe, voltados para um grupo específico: pesquisadores do assunto, professores e universitários. Já os vídeos educativos vistos, em sua maioria, eram produzidos por canais voltados à educação. Dentre estes, encontramos vídeos mais curtos e até com animações atraentes, capazes de alcançar um público mais abrangente, desde estudantes, até curiosos sobre o assunto. Por fim, os vídeos do grupo dos opinativos eram, em sua maioria, voltados para um fim

específico, tais como trabalhos escolares, e outros, criados por alguns *youtubers*, que monetizavam seus canais com propagandas e falavam sobre o assunto sem a profundidade requerida.

Este resultado nos direcionou para um novo recorte. Considerando-se, de um lado, que os vídeos acadêmicos eram extensos e voltados para um público específico, mais especializado; e de outro, que os opinativos estavam muito no nível do senso-comum, sem base ou fundamento sobre o assunto, os vídeos educativos foram os escolhidos. Assim, dos 62 vídeos passamos a ter 37. Um novo filtro foi aplicado nestes 37 vídeos educativos: aqueles que apresentassem animações ou efeitos gráficos mais atrativos e de fácil compreensão, capazes de despertar o interesse do internauta comum e/ou do estudante do ensino básico para o aprendizado. Somente nove se encaixavam neste critério. Finalmente, esses vídeos foram organizados, obedecendo a uma ordem decrescente de visualização. Conforme tabela abaixo:

Tabela 1 – Vídeos com animação: inscritos e visualizações

Canal	Título	Inscritos / Visualizações
1. Brasil Escola	Fake News Atualidades - Brasil escola	1.640 mil / 104 mil
2. Curso Vaza, Falsiane!	O que são fake news?	2 mil / 92 mil
3. Segunda escola	A importância dos valores morais	1 mil / 75 mil
4. Justiça eleitoral	Viu alguma fake news? Conta pra gente	394 mil / 32 mil
5. Desenhando a solução	Atualidade - Fake News	192 mil / 25 mil
6. Evoluindo em minutos	O que é fake news? Tipos de fake news	138 / 15 mil
7. Manual do Brasil	O que é fake news	174 mil / 11 mil
8. Khan Academy Brasil	Uso ético das redes sociais	581 mil / 6 mil
9. Marynka Monique Soukup	Ética e Fake News	11 / 55

Fonte: elaborado pelas autoras, 2023

A próxima seção apresenta descrição e análise dos vídeos selecionados, levando em conta o modo como o conteúdo foi disponibilizado: o formato, a relação palavra e imagem e a fidedignidade das informações, tendo em vista nossa fundamentação teórica, e a valorização da ética no tratamento das informações, de modo a contribuir para a competência midiática do aluno/ouvinte.

Vídeos sobre fake news: descrição e análise do tratamento dado ao conteúdo

Os nove vídeos selecionados notabilizam-se por se valerem de basicamente duas maneiras de apresentarem o mesmo conteúdo: ora o professor é o protagonista e se utiliza de recursos gráficos para pontuar sua fala; ora, os recursos gráficos é que protagonizam, acompanhados por uma voz em *off*. Para ilustrar essas duas maneiras de tratar a informação, apresentamos uma análise dos seguintes vídeos: “Fake News / Atualidades” do canal Brasil Escola e “Atualidade – Fake News” do canal Desenhando a Solução.

O primeiro pertence ao canal Brasil Escola e tem como público-alvo estudantes do Enem, conforme informações encontradas na aba “Sobre” do canal. Patrocinado pela Universidade Cruzeiro do Sul, está inscrito no Youtube desde 16 de junho de 2017, com 131.182.180 milhões de visualizações em seus 2.000 vídeos aulas. Tem página de divulgação no Facebook, Twiter, Tik Tok e Instagram e faz parceria com outros canais de educação. Os vídeos são elaborados por professores da área específica ao tema.

Além de ter a maior visualização dentre os pesquisados com o vídeo Fake News / Atualidades – Brasil Escola – 104 mil visualizações – é o canal que possui o maior número de inscritos: 1.640.000 até o momento em que esta pesquisa foi escrita. Esta aula, com a duração de 7’ 51’’, teve um alcance de 6,34% do seu público, trazendo informações embasadas em teóricos e um uso ainda tímido de recursos gráficos e visuais. Segue abaixo Figura 1 com imagens do vídeo:

Figura 1: Vídeo - Fake News | Atualidades – Brasil Escola



Fonte: canal Brasil Escola, 2023

Sobre um fundo sóbrio - preto, cheio de pregas verticais, similar à cortina de um palco - está o professor de História, usando uma camiseta amarela que contrasta com o fundo e fisga o espectador. Ele se posiciona do lado esquerdo do quadro, deixando que o espaço do lado direito seja utilizado por recursos gráficos que vão pontuando sua fala.

As cores predominantes – preto e amarelo – vão acolhendo outras cores como o vermelho, o amarelo mais claro e o branco, que vão compondo com harmonia a apresentação. Essas cores se materializam nas formas retangulares que trazem palavras-chave em *flash* – recurso que faz com que elas apareçam quando o professor faz alusão a elas e, em seguida, desapareçam, dando lugar às outras que também serão essenciais para a fixação do conteúdo. O movimento de aparecer/desaparecer evita o excesso de informação que costuma poluir a tela e desviar a atenção.

A palavra fake news é literalmente carimbada na tela e permanece durante todo o tempo. A partir daí, o professor de História dá início ao assunto sob foco, trazendo a origem da palavra e contextualizando-a. Segundo ele, é impossível falar de fake news sem relacionar com pós-verdade. Para fundamentar sua afirmação, o professor menciona que, no ano de 2016, a Universidade de Oxford elegeu “pós-verdade” como a expressão do ano e, a partir de então, o termo passou a ser utilizado com muita frequência, como se fosse uma grande novidade. Para exemplificar que a discussão sobre verdade e mentira não nasce daí, o professor lança mão de um clássico da literatura de ficção – 1984 de George Orwell. Esta obra ilustra uma sociedade que vivia em um regime totalitário e se submetia a uma “reescrita” do passado. Adulterar a memória daquele povo era uma garantia da manutenção do poder. A partir de então, o professor apresenta o conceito de pós-modernidade valendo-se dos autores Zygmunt Bauman com sua obra “Modernidade Líquida” e Stuart Hall estudioso no conceito de pós-modernidade, que tem como obra fundamental para este contexto “A identidade cultural na pós-modernidade”.

O professor avança fazendo um entrelaçamento entre os termos pós-verdade e pós-modernidade, mantendo o mesmo padrão e chamadas nas palavras que quer enfatizar em sua fala. Assim, segue dizendo que vivemos em uma época de rápidas mudanças e constantes transformações, em que os fatos perderam a solidez, que as pessoas passaram a “selecionar a verdade” (frase ou legenda utilizada neste trecho), explicando que as pessoas estão escolhendo acreditar somente naquilo que está de acordo com o seu pensamento, ou seja, a sua verdade e não a dos fatos. O aspecto das opções a partir nas convicções pessoais é enfatizado, aludindo ao poder dos algoritmos nesta escolha.

Na sequência do vídeo, ele faz uma justaposição na tela das expressões pós-verdade e fake news e avisa que a pós-verdade é o ambiente propício para a propagação das últimas. Explica que, nesse ambiente, os fatos objetivos influenciam menos a opinião pública do que as crenças e emoções. Por último frisa o poder destrutivo da notícia falsa, da informação intencionalmente mentirosa, para a destruição, o que remete a Santaella, quando, ao tipificar a mentira, ressalta o papel destrutivo das fake news.

Nesse momento, o professor coloca na tela a palavra-chave “poder nefasto” para que o internauta preste atenção no que ele fala. Uma postura mais rígida e dura atesta a seriedade do assunto. Em seguida, fala dos desdobramentos das fake news que levam a criar “grupos de ódio, alimentam preconceitos e interferem em processos eleitorais” (frases ou legendas utilizadas no vídeo), ficando por 40 segundos falando só sobre isso e acrescentado ao lado das frases/legendas a imagem de uma multidão em que predominam as cores vermelha e amarela – cores significativas, considerando-se o contexto em que se deram as eleições de 2022 no Brasil. Palavra e imagem fazem alusão ao período de ódio e manifestações recentes não só no Brasil, como no Estados Unidos em seus processos eleitorais.

Finalmente, o professor de História faz um contraponto entre um passado marcado pela falta de informações e de um presente cheio delas. Ressalta que esse excesso não tem a credibilidade garantida e chama a atenção para algo essencial, que vem impresso na tela: “checar informações e buscar a fonte das notícias”. Lembra que, no cenário atual, todos somos produtores, receptores e divulgadores das notícias e temos o dever como cidadãos éticos em tomar essas precauções. Ainda que não cite Jenkins, são suas ideias que sustentam a premissa da multiplicidade de papéis que assumimos na convergência midiática.

Diante do descrito, constatamos que o conteúdo apresentado é fundado em conhecimentos sólidos – percebemos a preocupação com um embasamento filosófico, sociológico – tratados de maneira pontual e didática. Ao se valer da obra – 1984 – de George Orwell, para contextualizar uma sociedade submetida ao totalitarismo, o professor faz um importante aceno à literatura como arte de representação da vida.

A utilização dos recursos gráficos também foi pontual, servindo para fixar alguns aspectos da fala do professor (*flash* de pequenas frases); quanto às poucas imagens (capa do livro 1984, um cartaz, uma representação visual do banco de imagens disponível na internet) são redundantes, pois apenas ilustram a fala; não acrescentam novas informações

nem complementam o tema fake news. O papel do professor como disseminador de conhecimento é, portanto, posto em evidência nesse vídeo.

Deduzimos que traz contribuições para a formação de um cidadão capaz de conhecer o conceito de fake news, seu poder nocivo à sociedade e modos de identificar a fonte.

O próximo vídeo representa a segunda forma encontrada para apresentação do assunto. Ele traz como protagonistas os recursos gráficos para a apresentação do tema e a narração do youtuber entra como coadjuvante. O vídeo Atualidade – Fake news00 pertencente ao canal “Desenhando a solução”, criado em 22 de junho de 2017 com a intenção de fornecer informações educativas; contudo, não traz informações sobre os produtores: se são educadores ou se são youtubers que encontraram na educação um bom nicho.

O canal possui 68 vídeos com um total de 7.842.777 milhões de visualizações. Todos os vídeos possuem o mesmo formato, ilustrações/recursos gráficos e narrativa em *off*. Todos os vídeos têm uma visualização expressiva, nunca ficando abaixo de 1.000 visualizações. Segue abaixo Figura 2 com imagens do vídeo em questão:

Figura 2: Vídeo – Atualidades – Fake news



Fonte: Canal Desenhando a Solução, 2023

Com a duração de 6' 32'', o vídeo começa com uma página em branco que vai se desenrolando como um rolo de papel – a modo de um papiro – ao se fazer suporte das informações apresentadas em toda a dimensão da página.

Uma mão que segura uma caneta (de cor ora azul, preta, vermelha, ora verde) abre o vídeo, escrevendo o título da aula – Atualidade: Fake News – em letras maiúsculas. Em seguida, figuras do banco de imagens aparecem para ilustrar as mídias que reproduzem as fake news – um *tablet*, uma TV – e a mesma mão volta e desenha uma página de jornal. Antes de passar para o próximo subtítulo, a mão circula de verde o *tablet*, acentuando o potencial das mídias sociais na disseminação das notícias falsas, devido à velocidade da internet e a facilidade de produção que ela proporciona, não precisando ser um produtor de conteúdo profissional para postar um vídeo, como nos fala Jenkins (2009).

Na sequência, o subtítulo “Há mais de cem anos” introduz informações sobre o tempo de existência das fake news, mas os exemplos de grandes mentiras propagadas apresentados têm início nos anos 1960, o que deixa um período significativo sem exemplificação. Ambos os exemplos vêm ilustrados por uma foto representativa do evento trazida pela mesma mão que “presentifica” o narrador: a primeira retrata a chegada do homem à lua, em 1969, quando se considerou que as imagens haviam sido forjadas em laboratório; a segunda, mais recente, diz respeito a uma onda de boatos relativa à trilha química ou às fumaças despendidas pelos aviões que traziam consequências sérias à saúde e ao planeta. Ressaltamos as escritas ao lado da fotografia: “a manipulação do clima, do controle populacional, da mente da população e também uma ameaça de guerra biológica”. Entre os dois exemplos, o narrador ressalta a relevância que as fake news ganharam nas eleições dos Estados Unidos, em 2016. O desenho que acompanha a informação traz o ex-presidente Donald Trump que, ao contrário das imagens anteriores, exige que o expectador estabeleça a relação entre o que ele representou na “reedição” dessa prática nefasta, ou seja, não apenas ilustra a fala do narrador, mas traz nova informação. Ao avançar para a atualidade, o narrador acentua o contexto de polarização que tem demarcado a disseminação das fake news, nos EUA e no Brasil.

Numa tentativa de explicitar a razão do comportamento das pessoas para a propensão a disseminar fake news, o narrador faz menção a cientistas que afirmam serem nossas convicções formadas por meio do “raciocínio motivado”. Esta expressão é evidenciada ao se tornar subtítulo e, ainda que sejam mencionados cientistas, a área em que atuam – a Psicologia – só é conhecida quando pesquisamos sobre o termo. Ainda, ao

explicitar este conceito, o narrador fala das “bolhas sociais”, expressão utilizada por sociólogos e outros estudiosos dos fenômenos da comunicação digital, que deixa implícito o modo de funcionamento dos algoritmos que contribuem para aplacar a diversidade de opiniões em função da familiaridade com uma ideologia ou um modo de pensar.

Em seguida, são apresentados os fatores “motivacionais” das fake news – terminologia também da Psicologia – principiando pela dimensão econômica de instituições jornalísticas com modelo comercializável na internet baseado em anúncios que se choca com o jornalismo profissional, o qual se vê desafiado pelo conteúdo “emocional, falso ou sensacionalista” dessas instituições. Outro fator é o político e ideológico presente nas campanhas eleitorais. Sobre esse aspecto, o narrador cita uma pesquisa realizada pelo Instituto de Tecnologia de Massachusetts que revela o poder de disseminação das fake news: elas se espalham em um tempo “70% maior que as notícias verdadeiras” e atingem um “público 100 vezes maior”. Dentre pessoas e robôs disseminarem o maior número de notícias falsas, as primeiras tiveram maior *ranking*. Todas essas informações foram acompanhadas de ilustrações que acompanham o texto escrito sem acrescentar novidades.

No próximo bloco do mesmo vídeo, são apresentadas outras consequências das fake news: “afetar o consenso científico”, “fortalecer preconceitos”, “estimular a violência”, “proporcionar danos às instituições e reputações”, “influenciar processos políticos, econômicos e sociais”, “aumentar número de golpes e crimes”. Este último ganha espaço com exemplos de práticas criminosas nas mídias sócias e as sanções previstas para tais, capazes de limitar a livre expressão dos indivíduos e o direito à informação. A solução apresentada para evitar a censura coincide com a que encontramos em Santaella (2021), em Ferrès e Piscinelli (2015) que consiste na alfabetização virtual ou educação midiática, bem como à transparência das mídias na divulgação de seus patrocinadores.

Feita a descrição do vídeo, Atualidade – Fake News, apresentam-se algumas deduções. Sobre o aspecto da formatação, a voz em *off* dá o direcionamento, fazendo-se acompanhar de frases que permanecem no vídeo (não é utilizado o recurso do *flash*) ao lado de imagens que, em sua maioria, advém de banco de imagens da internet. A novidade vem com o desenho feito no processo, que quebra um pouco o caráter meramente ilustrativo das imagens. A ideia de manter todos os elementos – palavras, imagens – na

tela, talvez tivesse a intenção de, ao final, deixar como produto uma boa síntese do assunto, contudo, o que vemos são fragmentos sem elos que os interligue.

O narrador “ausente” parece ser jovem. Dono de uma voz monocórdia, de quem lê um texto prévio, o narrador faz pausas a cada aspecto a ser abordado sobre as fake news e comete pequenos deslizes na leitura (*sensacionalista*). Estas pequenas imposturas reclamam a falta de um narrador que esteja mais familiarizado com “falar em público”. Traz, contudo, nesta leitura informações importantes sobre fake news, sobretudo sobre a necessidade de uma “alfabetização virtual”, também trazendo contribuições para que leitores/estudantes possam ter um olhar mais crítico em relação às práticas e aos conteúdos midiáticos, principalmente às “inverdades” que a internet propaga.

Considerações finais

Esta investigação que teve como propósito contribuir com reflexões sobre a verdade e a ética propagadas nos canais do Youtube, dos 62 vídeos coletados, somente nove atenderam esse objetivo.

Inseridos na classificação proposta como educativos, esses vídeos trouxeram um tratamento mais confiável sobre a abordagem da ética na informação, a partir de como identificar fake news. Mas submetidos a novo filtro, dois desses nove foram os que, valendo-se de texto verbal e de imagens, representam as maneiras diferentes de apresentar o conteúdo: o professor conduzindo a apresentação; uma voz em *off* fazendo este papel.

Depois de uma análise do conteúdo dos vídeos, tendo em vista a leitura de autores sobre o tema, ao lado da formatação e dos recursos visuais utilizados, pudemos inferir que, embora tenhamos encontrado especificidades que tornam um vídeo mais didático ou atraente que o outro – a familiaridade do professor com o tema no 1º vídeo imprime legitimidade ao conteúdo apresentado; a forma mais lúdica de fazer com que as imagens conduzam a fala do narrador do 2º vídeo – ambos trazem contribuição para a formação de um leitor/estudante mais crítico, capaz de discernir informações verdadeiras das falsas, podendo ser incorporados para o desenvolvimento de competências midiáticas.

Talvez um investimento no potencial das imagens para tornar, não só mais atraentes, mas para despertar um modo de aprender que não é valorizado no âmbito da educação, possa ser uma estratégia significativa; afinal, é a linguagem visual a que mais se aproxima dos jovens aprendizes. Mas esta seria uma outra pesquisa... No momento,

pensamos que trazer à luz esta investigação exploratória possa colaborar com outros pesquisadores e isso já é relevante.

Referências

BRASIL ESCOLA. **Fake News / Atualidades**. Disponível em:

<https://www.youtube.com/@brasile scola> Acesso em 03 de mar. de 2023.

DESENHANDO A SOLUÇÃO. **Atualidade – fake news**. Disponível em:

<https://www.youtube.com/@DesenhandoaSolucao> Acesso em 24 de mar. de 2023.

DICIONÁRIO HOUAISS. **Acadêmico, educativo e opinativo**. Disponível em:

<https://houaiss.uol.com.br/> Acesso em: 20 de fev. 2022.

FERRÉS, j.; PISCITELLI, A. **Competência midiática**: proposta articulada de dimensões e indicadores. *Lumina, Juiz de Fora*, v. 9, n. 1, jun, 2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2 ed. Tradução: Suzana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2009.

MARTÍN, Dr. Alfonso Gutiérrez; MATILLA, Dr. Agustin Garcia. **Proyecto I+D+i 2019: Verdad y ética en las redes sociales**. Percepciones e influencias educativas en jóvenes usuarios de Twitter, Instagram y YouTube; Programa estatal d'I+D+i Orientado als Reptes de la Societat – Agencia Estatal de Investigación (AEI). Universidad de Valladolid - Ciencias de la educación (EDU). PID2019-104689RB-I00 Disponível em: <https://www.aei.gob.es/ca/ajuts-concedits/ajuts-destacats/proyecto-idi-2019-verdad-etica-redes-sociales-percepciones-e> Acesso em 26 de ago. 2022

SANTAELLA, Lucia. **De onde vem o poder da mentira**. Coleção interrogações; 1. Barueri: Estação das Letras e Cores Editora, 2021.

WIKIPEDIA. **Streaming**. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Streaming> Acesso em: 11 de set. 2022.