



XXII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXII ENANCIB

ISSN 2177-3688

GT-3 – Mediação, Circulação e Apropriação da Informação

AS PRÁTICAS INFORMACIONAIS DE EDUCAÇÃO CRÍTICA NO YOUTUBE

INFORMATIONAL PRACTICES OF CRITICAL EDUCATION ON YOUTUBE

Daniella Alves de Melo. UFPB.

Edvaldo Carvalho Alves. UFPB.

Fellipe Sá Brasileiro. UFPB.

Modalidade: Trabalho Completo

Resumo: A construção de uma consciência crítica é imprescindível para a emancipação dos sujeitos frente aos desafios econômicos, políticos, sociais e tecnológicos desta nova cultura digital, marcada pela plataformação, dataficação da vida e performatividade algorítmica. Tal consciência pode ser fomentada através de diferentes iniciativas, institucionais ou não, a partir de práticas informacionais críticas que levem os sujeitos a agir (individual e coletivamente) no sentido de transformar a realidade a seu redor. Desse modo, este artigo é parte de uma pesquisa de doutorado em andamento e tem como objetivo apresentar um levantamento de canais que se autodenominam marxistas e produzem conteúdo educativo crítico, reunindo assim, dados preliminares para uma posterior análise de como as práticas informacionais críticas vêm sendo constituídas no ambiente digital, em especial no *Youtube*, e quais impactos podem ser observados na construção da competência crítica em informação por parte dos sujeitos. Trata-se de uma pesquisa descritiva, de abordagens qualitativa e quantitativa, em que os dados foram coletados a partir de pesquisa de campo, por meio da etnografia virtual. Recuperou-se um total de 28 canais que fomentam a educação crítica no *YouTube*, dos quais foram elencados os cinco mais influentes. Estes canais buscam promover a consciência crítica nos sujeitos, a partir de discussões sobre conceitos e conjunturas sociais que permeiam nosso cotidiano.

Palavras-Chave: Práticas informacionais. Competência crítica em informação. Cultura digital. Educação crítica. *YouTube*.

Abstract: The construction of a critical conscience is essential for the emancipation of subjects in the face of the economic, political, social and technological challenges of this new digital culture, marked by platformization, datafication of life and algorithmic performativity. Such awareness can be fostered through different initiatives, institutional or not, from critical informational practices that lead subjects to act (individually and collectively) in order to transform the reality around them. Thus, this article is part of an ongoing doctoral research and aims to present a survey of channels that call themselves Marxist and produce critical educational content, thus gathering preliminary data for a further analysis of how critical informational practices have been constituted in the digital environment, especially on Youtube, and what impacts can be observed in the construction of critical competence in information by the subjects. This is a descriptive research, with qualitative and quantitative approaches, in which data were collected from field research, through virtual ethnography. A total of 28 channels that promote critical education on YouTube were recovered, of which the five most influential were listed.



These channels seek to promote critical awareness in subjects, based on discussions about concepts and social conjunctures that permeate our daily lives.

Keywords: Informational practices. Critical information literacy. Digital culture. Critical education. YouTube.

1 INTRODUÇÃO

A pandemia de covid-19 que se instaurou em nossas vidas no ano de 2020, tornou ainda mais evidente o quanto nossa vida cotidiana está mediada pelas tecnologias digitais de informação e comunicação. O acesso à internet se tornou algo fundamental, seja para trabalhar, estudar, consumir, empreender, sociabilizar etc.

Atualmente, presenciamos o que o pesquisador André Lemos (2015) chama de “vivência digital do cotidiano”, essa vivência molda nossa relação com as tecnologias, o modo como produzimos, acessamos, utilizamos e compartilhamos informações e como nos comunicamos. No entanto, essa condição, ao contrário do que se possa pensar, não trouxe apenas avanços para a sociedade. Já existem evidências de retrocessos locais e mundiais da liberdade, da inovação e da criatividade das pessoas mediante o uso das tecnologias digitais e da internet. Esses retrocessos, em parte, podem ser atribuídos a apropriação da internet por grandes corporações, em especial os *Big Five* – *Google, Amazon, Meta (antigo Facebook), Apple e Microsoft*.

A partir da plataformação, dataficação e performatividade algorítmica (PDPA), essas empresas colonizaram o ambiente digital e hoje monitoram todos os nossos passos, coletando dados e transformando-os em mercadorias. Elas não apenas vendem nossos hábitos, gostos e costumes, mas também os manipulam, sem que percebamos. Desse modo, a internet, que deveria ser uma estrutura para circulação da informação e do conhecimento, impedindo regimes totalitários e o obscurantismo e oferecendo possibilidades de emancipação, tornou-se a principal ferramenta do “capitalismo de dados”.

A cultura digital e a atual conjuntura social, econômica e cultural da sociedade nos apontam, portanto, diversas questões ligadas ao campo informacional que precisam ser estudadas e problematizadas. Nesse sentido, as práticas informacionais (ARAÚJO, 2017, 2019, 2020; SIRIHAL DUARTE; ARAUJO; PAULA, 2017) é uma das abordagens do campo da Ciência da Informação (CI) que pode nos ajudar a compreender como se dá a relação entre sujeitos e



informação em um determinado contexto sociocultural, entendendo a informação enquanto uma construção social (ARAÚJO, 2020).

Investigar as práticas informacionais das pessoas no ambiente digital – permeado por coleta de dados, algoritmos e plataformas – é um passo em direção a compreender como essa nova estrutura sociotécnica tem interferido e moldado o contexto de vida do sujeito e sua relação com a informação (individual e coletivamente).

Porém, a abordagem das práticas informacionais é uma abordagem mais compreensiva do que aplicada, e, nesse sentido, pode trazer mais contribuições quando aliada a estudos mais aplicados, como é o caso dos estudos que englobam a construção da competência crítica em informação (CCI), conceito que vem sendo desenvolvido a partir da crítica ao conceito de competência em informação e seu caráter tecnicista e instrumental.

Desse modo, este artigo é parte de uma pesquisa de doutorado em andamento na qual se defende a hipótese de que as práticas informacionais constituídas em ambiente digital, em especial no *Youtube*, pelos produtores de conteúdo audiovisual de educação crítica são potencialmente capazes de propiciar a formação de uma consciência crítica nos sujeitos. Com base nesta hipótese, o artigo busca responder, preliminarmente, o seguinte questionamento: quais são os canais do *Youtube* que se autodenominam marxistas e que produzem conteúdo educativo crítico?

O objetivo, portanto, é apresentar um levantamento de canais que se autodenominam marxistas e produzem conteúdo educativo crítico, reunindo assim dados preliminares para uma posterior análise de como as práticas informacionais críticas vem sendo constituídas no ambiente digital, em especial no *Youtube*, e quais impactos podem ser observados na construção da competência crítica em informação por parte dos sujeitos. Trata-se de uma pesquisa descritiva, de abordagens qualitativa e quantitativa, em que os dados foram coletados a partir de pesquisa de campo, por meio da etnografia virtual.

Esta pesquisa justifica-se pela contribuição teórica que pretende dar aos estudos empíricos envolvendo a abordagem das práticas informacionais e da competência crítica em informação, se desenrolando em um contexto ainda pouco explorado pelas pesquisas em Ciência da Informação, como é o caso do *YouTube*. Por se tratar de um ambiente digital, aborda questões primordiais para entender o atual momento que vivemos e o papel da informação nesse contexto. Também pretende contribuir com a sociedade no sentido de



pensar formas de fomentar um pensamento crítico nos sujeitos de modo a promover sua emancipação socioeconômica e cultural.

2 CULTURA DIGITAL

As práticas sociais, econômicas, políticas e culturais da contemporaneidade estão marcadas pelas tecnologias digitais. Para Lemos (2015), o que temos hoje é uma vivência digital do cotidiano, que molda nossa relação com a tecnologia, o modo como produzimos, acessamos, utilizamos e compartilhamos informações e a forma como nos comunicamos. Essa nova dinâmica técnico-social propiciada pela cultura digital instaurou uma estrutura midiática nunca vista antes (LEMOS, 2003).

Não se trata apenas da substituição de formas estabelecidas das relações sociais – como a conversa face a face –, mas do surgimento de novos tipos de relações tecnomediadas (LEMOS, 2003). As tecnologias não apenas medeiam ou canalizam atividades, elas geram práticas – dão origem a novas práticas e impulsionam o desaparecimento de outras –, são figuras poderosas e não apenas entidades passivas que os usuários preenchem com significados (MORGAN-THOMAS; DESSART; VELOUTSOU, 2020). Mais do que um objeto ou um artefato, a tecnologia é também uma construção social (LEMOS, 2021a).

Dentre as tecnologias que foram sendo desenvolvidas ao longo dos anos, temos a internet, sem dúvida a mais importante infraestrutura de comunicação já criada pelos seres humanos, uma rede que ampliou e democratizou de forma inédita a construção do conhecimento e a circulação da informação, com base na liberação da emissão, conexão generalizada e reconfiguração do social – cultural, político e econômico (LEMOS, 2020, 2021a). A internet, enquanto estrutura de circulação da informação e do conhecimento, deveria impedir os regimes totalitários e o obscurantismo, oferecendo possibilidades de emancipação aos sujeitos, mas o que vemos atualmente é outro cenário (LEMOS, 2020).

De acordo com Lemos (2021a), há evidências de retrocessos local e mundial da liberdade, da inovação e da criatividade no uso da internet, graças a ação da plataformação, dataficação e performatividade algorítmica (PDPA), que traz como consequências: as bolhas nas redes sociais; *fake news*; amplo domínio do rastreamento, coleta e processamento da vida social; surgimento de interfaces obrigatórias na vida cotidiana; precarização global do trabalho – uberização; dentre outras (LEMOS, 2020, 2021a).



Estamos entrando no que Lemos (2021a) chama de quarta fase da cultura digital, a fase das Redes Sociais e da PDPA (*Meta, Twitter, Uber, Netflix, Youtube* etc.), que vem acompanhada de retrocessos políticos e cognitivos nas redes sociais digitais, além do rastreamento ininterrupto de dados dos usuários para fins comerciais e políticos, o que coloca a cultura digital em um regime de controle e indução de ações, diferente do que era preconizado no início da popularização da internet (LEMOS, 2021a).

Para entendermos melhor, a dataficação é o processo de tradução da vida em dados rastreáveis, quantificáveis, analisáveis e performativos, em outras palavras, é a tradução de “intenções, ações, reflexos, sentimentos em dados operacionalizáveis para gerar novas ações preditivas (coletivas ou individuais) a partir de coleta extensiva de informações” (LEMOS, 2021b, p. 195). Estamos em meio a um capitalismo de dados, que funciona com base no controle, monitoramento e vigilância dos nossos passos digitais, que se dá a partir da utilização de redes sociais digitais, aplicativos, plataformas, sites, que compõem um ecossistema midiático invasivo (LEMOS, 2020).

A dataficação (LEMOS, 2021a, 2021b), por sua vez, está na base do surgimento do que alguns autores têm chamado de sociedade de plataformas (VAN DIJCK; POELL; WAAL, 2018; LEMOS, 2021a, 2021b). As plataformas digitais são amplas estruturas tecnológicas formadas por *softwares* e *hardwares*, pelas quais são desenvolvidos aplicativos ou outros *softwares* e *hardwares*. É como uma “arquitetura midiática projetada para garantir a relação entre usuários e serviços tendo por base a coleta, o processamento, a estocagem e a análise de grande quantidade de dados” (LEMOS, 2020, p. 121–122).

Esse sistema de plataformas é dominado hoje por cinco grandes organizações, que Lemos (2021a) denomina de *Big Five* – *Google, Amazon, Meta, Apple* e *Microsoft* (Gafam). Estas corporações dominam grande parte da internet e caracterizam a atual fase do capitalismo de dados, elas criam modelos de inclusão e exclusão, antecipando o que é relevante com a promessa de eficiência e customização, e produzindo práticas, públicos, opiniões e demandas (LEMOS, 2021a).

O terceiro elemento que compõe a atual fase da cultura digital baseada na PDPA é a performatividade algorítmica (LEMOS, 2021a). Os algoritmos são instruções que determinam como os programas devem funcionar em relação a leitura, processamento, armazenamento e análise dos nossos dados (LEMOS, 2021a). Apesar de serem modelos matemáticos, os



algoritmos não são neutros, eles são produzidos segundo intenções específicas de seus proprietários (LEMOS, 2021a), de modo que possuem em sua essência uma função ideológica (FIGUEIREDO, 2019). Eles são ao mesmo tempo uma mensagem, um canal, um emissor e um receptor, realizando tarefas que nos compelem a fazer algo, por isso são performáticos (LEMOS, 2021a).

Os algoritmos decidem o que é visível e invisível para nós, ou seja, eles “estruturam e restringem as maneiras pelas quais os seres humanos dentro desses sistemas interagem uns com os outros, com os dados relevantes e com a comunidade mais ampla afetada por esses sistemas” (LEMOS, 2020, p. 125). Logo, trata-se da construção da realidade por um viés, sem que esse viés seja negociado entre as partes (organizações e usuários). Tudo se passa em um plano de fundo, dando a entender que são práticas neutras e naturais, graças a falta de transparência de como funcionam esses algoritmos (LEMOS, 2020).

O atual regime de PDPA é o que caracteriza a cultura digital da atualidade, ele aponta para questões importantes que necessitam serem discutidas, tais como a cultura do ódio e do cancelamento digital, a invasão de privacidade e a vigilância de dados, os enviesamentos provocados pela ação dos algoritmos, o trabalho precarizado, a prática de discussões vazias, a produção em massa de desinformação que mina o debate público, a cultura da pós-verdade. Várias destas questões estão diretamente ligadas ao campo informacional e, portanto, trazem novos desafios epistemológicos para Ciência da Informação enquanto área do conhecimento.

2.1 O Youtube

Dentre as plataformas que fazem parte do atual regime de PDPA temos o *YouTube*, um dos serviços oferecidos pela empresa *Google*, que foi escolhido como campo empírico para esta pesquisa. O *Youtube*, em sua essência, é um repositório de conteúdo audiovisual, onde é possível fazer edição e *uploads* de vídeos e áudios, transmitir ao vivo, compartilhar conteúdo com outras redes, medir audiência, interagir com outros usuários, manifestar opiniões, dentre outras coisas. O *YouTube*, portanto, não é o produtor dos conteúdos que constam em sua plataforma, ele apenas disponibiliza o espaço digital e o administra, ou seja, institui uma relação de mediação entre produtores, consumidores e patrocinadores.

O conteúdo nativo da plataforma são os vídeos produzidos pelos usuários, o que a mídia tradicional chamaria de vídeos amadores, uma prática que foi propiciada pelas



possibilidades interativas da *web 2.0* e pela popularização das câmeras fotográficas portáteis (ARTHURS; DRAKOPOULOU; GANDINI, 2018). A natureza amadora dos vídeos foi o que diferenciou o *YouTube* enquanto plataforma em seus primeiros dias, em contraposição a conteúdos carregados de referências comerciais.

Segundo Arthurs, Drakopoulou e Gandini (2018), atualmente o *YouTube* é um exemplo paradigmático de um ambiente comercial híbrido, onde a produção do conteúdo por parte dos usuários é eficientemente ligada a formas de monetização. Segundo os autores supracitados, a plataforma passou a representar um meio-termo entre as práticas da indústria midiática e a cultura popular, o que acaba promovendo um ecossistema complexo e sofisticado de ações promocionais.

O sistema de recomendação é o principal componente do algoritmo do *YouTube*, ele sugere aos usuários o que acessar, visualizar ou comprar, e, portanto, desempenha um papel significativo na determinação de qual conteúdo será bem-sucedido (e remunerado) ou não. Para Burgess e Green (2009, p. 64), as métricas apresentadas pelo YouTube “não são representações da realidade, mas sim tecnologias de representações”. Segundo os autores (2009), por esses vídeos serem indicados à audiência, eles também têm papel ativo na criação da realidade do que é popular na plataforma, portanto, as métricas não são apenas descritivas, mas também performáticas.

Enquanto campo empírico, o *YouTube*, bem como outras mídias sociais, apresenta desafios. Por um lado, tem-se o caráter altamente dinâmico, com constantes mudanças tecnológicas, de diretrizes e de políticas, efemeridade dos conteúdos disponíveis e a falta de informação sobre o funcionamento real do seu algoritmo, por outro, tem-se as permanentes atualizações referentes as interações e ao engajamento dos usuários.

No campo da Ciência da Informação, o *YouTube* nos oferece a oportunidade de investigar as práticas informacionais dos sujeitos que fazem parte desta rede (sejam eles usuários consumidores ou produtores de conteúdo) e que estão submetidos a complexa dinâmica que caracteriza a cultura digital atualmente – dataficação, plataformização, algoritmos, desinformação, pós-verdade, cultura do ódio etc. Além disso, a diversidade de temas abordados na plataforma torna possível identificar e analisar iniciativas que contemplem a produção de conteúdos audiovisuais educativos e empenhados em promover



a emancipação dos sujeitos a partir do acesso à informação e do incentivo à construção de uma consciência crítica, que é um dos aspectos que nos interessa neste trabalho.

3 AS PRÁTICAS INFORMACIONAIS

As práticas informacionais é uma abordagem social utilizada por pesquisadores da Ciência da informação para estudar a relação entre sujeitos e informação. Ela está inserida na subárea estudos de usuários e vem sendo desenvolvida desde a década 2000, propiciada pelas mudanças de perspectiva da própria CI – física, cognitiva e social – ao longo dos anos.

Os pesquisadores pioneiros em utilizar a perspectiva das práticas informacionais foram: Reijo Savolainen, Sanna Talja e Kimmo Tuominen, da Suécia; Annemarie Lloyd, do Canadá; e Pamela McKenzie, do Canadá (ARAÚJO, 2019). Savolainen (2007) foi quem primeiro propôs o abandono do termo “comportamento informacional” e a sua substituição por “práticas informacionais”, ele rejeitou o modelo behaviorista das abordagens cognitivas em prol de uma perspectiva que considerava o sujeito inserido em relações sociais e em um contexto sócio-histórico específico (ARAÚJO, 2020).

Pode-se afirmar que os estudos envolvendo as práticas informacionais surgem da confluência de pelo menos três fatores: a adoção de uma perspectiva praxiológica das ciências humanas e sociais; de uma virada sociológica na Ciência da Informação; e como uma crítica à proposta de estudos orientados pela noção de comportamento informacional (ARAÚJO, 2020). Savolainen (2008, p. 2, tradução nossa) define práticas informacionais como “um conjunto de maneiras social e culturalmente estabelecidas para identificar, buscar, usar e compartilhar as informações disponíveis em várias fontes, como televisão, jornais e a Internet”. A perspectiva das práticas informacionais, portanto, apresenta novos aspectos que devem ser considerados nos estudos de usuários, que agora são compreendidos enquanto sujeitos informacionais (SIRIHAL DUARTE; ARAUJO; PAULA, 2017).

Tal perspectiva retoma justamente a ideia de práxis, isto é, o movimento por meio do qual “os sujeitos agem no mundo e, como causa e também consequência dessa ação, constroem esse mesmo mundo” (ARAÚJO, 2017, p. 220). A dualidade entre as dimensões individual e coletiva é um dos traços que marca as práticas informacionais. O sujeito apreende a realidade e a representa de acordo com as referências que são construídas coletivamente,



mas ao incorporar essa realidade ele o faz de acordo com sua subjetividade, em um movimento dialético (ROCHA; GANDRA, 2018).

No Brasil, o conceito de práticas informacionais foi desenvolvido, inicialmente, pelos pesquisadores Adriana Bogliolo Sirihal Duarte e Carlos Alberto Ávila de Araújo, em duas frentes de trabalho: 1) no âmbito da disciplina usuários da informação, ministrada a princípio para o curso de Biblioteconomia da Universidade Federal de Minas Gerais e, posteriormente, também para os cursos de Arquivologia e Museologia; 2) a partir da criação do grupo de pesquisa Estudos em Práticas Informacionais e Cultura (EPIC), vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais (PPGCI/UFMG) (ARAÚJO, 2019). A partir da atuação desses dois pesquisadores e da consolidação do EPIC surgiram várias pesquisas desenvolvidas com base na perspectiva das práticas informacionais, incluindo uma grande variedade de sujeitos e objetos estudados.

Para Araújo (2017), estudar práticas informacionais engloba um movimento constante de apreender as disposições sociais e coletivas – tais como os significados socialmente partilhados do que é informação, do que é sentir necessidade de informação, de quais são as fontes ou recursos adequados – e articula-las com as perspectivas individuais de como se relacionar com a informação – a aceitação ou não das regras sociais, a negociação das necessidades de informação, o reconhecimento de uma ou outra fonte de informação como legítima, correta, atual.

Outra contribuição importante da abordagem das práticas informacionais está em identificar que nem sempre a relação do sujeito com a informação se dá devido a uma necessidade informacional ou a um estado anômalo do conhecimento, nem sempre há um problema que precisa ser resolvido com informação (ROCHA; GANDRA, 2018). Em tempos de cultura digital, por exemplo, os sujeitos não apenas sentem falta de informação, eles também querem produzir, postar, comentar, curtir, classificar. Em vista disso, o estudo das práticas informacionais nos permite uma aproximação progressiva àquilo que é próprio do ser humano, “sua capacidade imaginativa, criadora, na apropriação da informação; e a dimensão coletiva do seu “existir”, constituidora de todos os seus atos, entre os quais aqueles ligados à informação” (ARAÚJO, 2017, p. 232).

No entanto, o conceito de práticas informacionais é um conceito menos aplicado e mais compreensivo, logo, ele pode trazer mais contribuições científicas e sociais quando



aliado ao estudo de conceitos mais aplicados, como é o caso da competência crítica em informação, que é o que estamos propondo neste trabalho.

4 A COMPETÊNCIA CRÍTICA EM INFORMAÇÃO

Um tema que recentemente tem ganhado destaque nas pesquisas em CI é a proposta da competência crítica em informação, que envolve reflexão, crítica e ação (DOYLE, 2018) em relação a atuação do sujeito em sociedade.

De acordo com Bezerra (2015, p. 4), competência refere-se aos “conhecimentos, capacidades e aptidões que habilitam os indivíduos para a pesquisa, a formação de opinião, o debate e a tomada de decisão nas mais diferentes esferas da vida, e não apenas no ambiente profissional”. Já a competência em informação (*Information Literacy*), tal como era vista quando surgiu em tópicos de pesquisas nos Estados Unidos na década de 70, referia-se a “um conjunto de habilidades que exigem que os indivíduos reconheçam quando a informação é necessária e tenham a capacidade de localizar, avaliar e usar efetivamente essas informações” (ACRL, 2000, p. 2, tradução nossa).

Nessa perspectiva, pessoas competentes em informação seriam aquelas capazes de “encontrar, avaliar e utilizar as informações de forma eficaz para resolver um determinado problema ou tomar uma decisão – não importa se a informação selecionada venha de um computador, um livro, uma agência governamental, um filme, ou qualquer outra fonte possível” (ALA, 1989, n.p, tradução nossa). O conceito de competência em informação, conforme apresentado, está ligado diretamente aos estudos de comportamento informacional, uma perspectiva individual e cognitivista, que traz a ideia de indivíduo capaz.

Baseados nestas premissas, alguns pesquisadores norte-americanos começaram a questionar o caráter tecnicista e instrumental da competência em informação e sua falta de perspectiva crítica. Tais pesquisas foram publicadas sob o conceito de *critical information literacy* (DOHERTY; KETCHNER, 2005; DOHERTY, 2007; ELMBORG, 2012). No Brasil, o conceito foi traduzido inicialmente como competência informacional crítica (VITORINO; PIANTOLA, 2009), mas, posteriormente, se consolidou como competência crítica em informação (BEZERRA, 2015; BEZERRA; SCHNEIDER; BRISOLA, 2017; BRISOLA; ROMEIRO, 2018; DOYLE, 2018; BRISOLA, 2021).



Segundo Vitorino e Piantola (2009), a competência em informação, em uma perspectiva crítica, deve ser entendida como uma “arte” que vai desde às questões técnicas de acesso à informação até a reflexão crítica sobre a informação que está sendo acessada, sua infraestrutura, seu contexto e impacto social, cultural e filosófico. Tal reflexão permite perceber como “nossas vidas são moldadas pela informação que recebemos cotidianamente” (VITORINO; PIANTOLA, 2009, p. 183).

Embora não tenha sido explicitado pelos autores norte-americanos, os estudos sobre competência crítica em informação têm fortes raízes no pensamento marxista e em suas revisões e adaptações propostas para o campo cultural feitas pelos teóricos da Escola de Frankfurt e pelo sociólogo Pierre Bourdieu (BEZERRA, 2015). Além disso, alguns desses autores também recorrem ao caráter emancipatório da educação presente na pedagogia crítica de Paulo Freire (DOHERTY; KETCHNER, 2005; ELMBORG, 2012).

Assim como no estudo das práticas informacionais, a CCI também entende a informação como socialmente construída. Nesse sentido, as pessoas não se transformam em “competentes”, elas constroem diariamente o hábito de “questionar as origens, interesses e contextos da produção e disseminação da informação” (BRISOLA, 2021, p. 121). Portanto, não é uma habilidade que se encerra, ela permanece em construção, até porque a sociedade está em constante transformação.

Também como nas práticas informacionais, a competência crítica em informação está focada na relação entre sujeitos e informação, porém, não em qualquer relação. Ela está interessada em, de forma aplicada, construir uma relação que não seja superficial, uma relação dialética, dialógica e crítica, que promova o desejo de transformar a realidade, a partir do protagonismo e da emancipação dos sujeitos (BRISOLA, 2021). Tal perspectiva afeta, desse modo, a forma como a CCI pensa “o uso, a busca, o acesso e o compartilhamento da informação”, assumindo uma postura de questionamento de “fonte, veículo, origem, contexto, qualidade, hierarquia, precisão, abrangência, relevância da informação e a necessidade desta, sempre sob a ótica da criticidade” (BRISOLA, 2021, p. 133).

Não podemos, portanto, considerar o acesso à informação como universal se tomarmos como fundamental a adoção de uma postura crítica para que ela aconteça. Apenas o domínio teórico e instrumental nunca foram e nunca serão suficientes se o sujeito (individual e coletivamente) não construir uma consciência crítica que lhes permita questionar suas



necessidades informacionais, a informação que lhe é passada, as fontes informacionais e as condições de produção dessa informação. Em complementaridade, é preciso, a partir da construção da competência crítica em informação, dar vida a essas informações através da cidadania e de uma práxis emancipatória.

5 OS PRODUTORES DE CONTEÚDO AUDIOVISUAL DE EDUCAÇÃO CRÍTICA

Existem três tipos de usuários no YouTube, a saber: o **usuário consumidor**, aquele que visualiza os vídeos disponíveis e interage através das ferramentas oferecidas pela plataforma, mas que não produz conteúdo para sua conta; o **usuário/canal**, aquele que publica conteúdo mas não interage com outros usuários, geralmente são canais utilizados apenas como repositórios de áudio e vídeo; e o **usuário produtor de conteúdo**, popularmente conhecido como *YouTuber*, aquele que utiliza a plataforma para publicação de materiais e além disso interage com o público para criar laços e promover o canal.

Portanto, os sujeitos desta pesquisa são os usuários produtores de conteúdo audiovisual que utilizam o *YouTube* como forma de promover uma educação crítica e fomentar discussões com sua audiência. Portanto, o foco está em canais com o objetivo (mesmo que implícito) de "traduzir" teorias e argumentos, geralmente debatidos na esfera acadêmica, para uma linguagem mais acessível ao público em geral, estimulando a consciência social e política das pessoas.

Para identificar e selecionar os sujeitos participantes da pesquisa, realizou-se, em agosto de 2021, uma pesquisa exploratória em *sites*¹ e no próprio *YouTube* a fim de mapear canais identificados como de esquerda, marxista ou progressista. Para tanto, utilizou-se como ponto de partida para as buscas os descritores "canais de esquerda", "canais marxistas" e "canais progressistas". Ao final desta etapa foram recuperadas **202 indicações** com perfis educativos, humorísticos, jornalísticos, de opinião e/ou análises de conjuntura.

Após descartar os canais desativados, os institucionais e os que não condiziam com o escopo da pesquisa, e selecionar apenas aqueles com o perfil majoritariamente educativo, recuperou-se um total de **28 canais**. Estes canais tiveram suas métricas coletadas com o auxílio do site *SocialBlade*, especializado em avaliação quantitativa de redes sociais. Dentre os dados

¹ Os sites consultados foram: Não me Khalo; Somos 99%; Brasil 247; Livro & Café; TabUol; Paraíso Nublado.



disponíveis estão: data de criação do canal, número de vídeos publicados, número de inscritos, número de visualizações e posição no ranking do *SocialBlade*².

A partir da coleta dos dados, os canais foram ordenados de acordo com o a posição de cada um no ranking do *SocialBlade*, ou seja, do mais influente para o menos influente no momento da pesquisa. A seguir, apresentamos um recorte destes dados referente aos cinco primeiros canais apontados na pesquisa (tabela 1).

Tabela 1 – Métricas dos canais recuperados na pesquisa

SB Rank	Nome do canal	Produtores de Conteúdo	Data de criação do canal	Vídeos publicados	Número de inscritos	Número de visualizações
104.440	Tempero Drag	Rita Von Hunty	24/04/2015	220	872.000	37.118.405
278.505	Chavoso da USP	Thiago Torres	30/08/2019	60	227.000	3.520.695
484.303	Jones Manoel	Jones Manoel	23/02/2013	173	170.000	4.812.522
489.287	Tese Onze	Sabrina Fernandes	05/06/2017	182	389.000	12.893.922
750.460	Leitura Obrigatória	Icles Rodrigues e Mariane Pisani	04/08/2015	261	381.000	10.445.360

Fonte: *SocialBlade*. Dados coletados em 24 de agosto de 2021.

Portanto, os canais selecionados como amostra para a análise das práticas informacionais dos produtores e do conteúdo produzido, foram os cinco mais influentes, a saber: Tempero Drag, da Rita Von Hunty; Chavoso da USP, do Thiago Torres; Jones Manoel; Teze Onze, da Sabrina Fernandes; e o Leitura Obrigatória, de Icles Rodrigues, Luanna Jalles e Mariane Pisani.

Tratando-se de uma pesquisa em andamento, o próximo passo será realizar a observação do conteúdo produzido por cada um desses canais e as dinâmicas estabelecidas entre produtores e audiência, em um intervalo de tempo a ser definido. E, posteriormente, entrevistar os produtores de conteúdo a fim de mapear suas práticas informacionais e entender como elas são construídas com base nas dinâmicas da nova forma de cultura digital.

² Fórmula de classificação desenvolvida pelo *SocialBlade* que leva em consideração quantas visualizações o canal está tendo no momento, bem como outras métricas, para determinar o quanto o canal é influente atualmente (SOCIALBLADE, 2021).



6 CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

Até aqui, a pesquisa se mostrou profícua, porém, um tanto desafiadora. O caráter altamente dinâmico das mídias sociais digitais, a quantidade de conteúdos disponíveis, as constantes mudanças tecnológicas, a efemeridade do que é compartilhado e o desconhecimento do funcionamento dos algoritmos, são alguns dos obstáculos enfrentados quando trabalhamos com plataformas digitais, o que acaba dificultando um pouco a sistematização dos dados.

Quanto aos canais selecionados para análise, foi possível perceber, mesmo que ainda prematuramente, que eles têm em comum a busca pela promoção da consciência crítica nos sujeitos, e o fazem a partir da produção de conteúdos que estimulam reflexões sobre conceitos e conjunturas sociais que permeiam o cotidiano das pessoas. O desafio agora está em entender, de maneira mais profunda, as práticas informacionais desses sujeitos e o impacto que elas potencialmente têm causado na construção da competência crítica em informação de suas audiências.

REFERÊNCIAS

AMERICAN LIBRARY ASSOCIATION (ALA). **Presidential Committee on Information Literacy**. Chicago, 2021. Disponível em: <http://www.ala.org/acrl/publications/whitepapers/presidential>. Acesso em: 10 abr. 2021.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. O que são “Práticas Informacionais”? **Informação em Pauta**, v. 2, n. especial, p. 217-236, out. 2017. Disponível em: <http://www.periodicos.ufc.br/informacaoempauta/article/view/20655/31084>. Acesso em: 2 ago. 2021.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Dos estudos de usuários da informação aos estudos em práticas informacionais e cultura: uma trajetória de pesquisa. **Informação em Pauta**, v. 4, p. 121–135, 13 maio 2019. Disponível em: <http://periodicos.ufc.br/informacaoempauta/article/view/41209>. Acesso em: 1 ago. 2021.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Os estudos em Práticas Informacionais no âmbito da Ciência da Informação. In: ALVES, Edvaldo Carvalho *et al.* (Org.). **Práticas Informacionais: reflexões teóricas e experiências de pesquisa**. João Pessoa: Editora UFPB, 2020. p. 400.

ARTHURS, Jane; DRAKOPOULOU, Sophia; GANDINI, Alessandro. Researching YouTube. **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies**, v. 24, n.



1, p. 3–15, fev. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1354856517737222>. Acesso em: 10 ago. 2021.

ASSOCIATION OF COLLEGE & RESEARCH LIBRARIES (ACRL). **Information literacy competency standards for higher education**. Disponível em: <https://alair.ala.org/handle/11213/7668>. Acesso em: 23 abr. 2021.

BEZERRA, Arthur Coelho. Vigilância e filtragem de conteúdo nas redes digitais: desafios para a competência crítica em informação. In: XVI ENANCIB, 2015, João Pessoa. **Anais [...]**, PPGCI/UFPB, 2015. Disponível em: <https://ridi.ibict.br/bitstream/123456789/923/1/2716-6796-1-PB.pdf>. Acesso em: 5 ago. 2021.

BEZERRA, Arthur Coelho; SCHNEIDER, Marco; BRISOLA, Anna. Pensamento reflexivo e gosto informacional: Disposições para competência crítica em informação. **Informação e Sociedade**, v. 27, n. 1, p. 7–16, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/31114>. Acesso em: 4 ago. 2021.

BRISOLA, Anna Cristina. **Competência crítica em informação como resistência à sociedade da desinformação sob um olhar freiriano**: diagnósticos, epistemologia e caminhos ante as distopias informacionais contemporâneas. 2021. Tese (Doutorado em: Ciência da Informação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, RJ, 2021. Disponível em: https://ridi.ibict.br/bitstream/123456789/1165/1/BRISOLA_ ANNA_ TESE_ A%20CCI%20como%20Resist%3%aancia.pdf. Acesso em: 7 ago. 2021.

BRISOLA, Anna Cristina; ROMEIRO, Nathália Lima. A competência crítica em informação como resistência: uma análise sobre o uso da informação na atualidade. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 14, n. 3, p. 68–87, 2018. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1054>. Acesso em: 7 ago. 2021.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a revolução digital**. 1. ed. São Paulo: [s.n.], 2009.

DOHERTY, John J. No Shing: Giving voice to the silenced: An essay in support of critical information literacy. **Library Philosophy and Practice**, v. 2007, n. June, 2007. Disponível em: <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/133/>. Acesso em: 10 ago. 2021.

DOHERTY, John J.; KETCHNER, Kevin. Empowering the intentional learner: a critical theory for information literacy instruction. **Library Philosophy and Practice**, v. 8, n. 1, 2005. Disponível em: <http://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1062&context=libphilprac>. Acesso em: 10 ago. 2021.

DOYLE, Andréa. Ideologia e competência crítica em Informação: um olhar para movimentos de biblioteconomia crítica. **Folha de Rosto**, v. 4, n. 1, p. 25–33, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufca.edu.br/ojs/index.php/folhaderosto/article/view/274>. Acesso em: 12 ago. 2021.

ELMBORG, James. Critical information literacy: definitions and challenges. In: WILKINSON,



CARROLL WETZEL; BRUCH, COURTNEY (Org.). **Transforming information literacy programs: Intersecting frontiers of self, library culture, and campus community**. Chicago: Association of College and Research Libraries, 2012. Disponível em:

http://ir.uiowa.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1013&context=slis_pubs. Acesso em: 13 ago. 2021.

FIGUEIREDO, Carlos. Algoritmos , subsunção do trabalho , vigilância e controle : novas estratégias de precarização do trabalho e colonização do mundo da vida. **Revista Eptic**, v. 21, n.1, jan-abr. 2019. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/10921>. Acesso em: 12 ago. 2021.

LEMOS, André. **A tecnologia é um vírus: pandemia e cultura digital**. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2021a. E-book.

LEMOS, André. Dataficação da vida. **Civitas** - Revista de Ciências Sociais, v. 21, n. 2, p. 193–202, 2021b.

LEMOS, André. Plataformas, datificação e performatividade algorítmica (PDPA): desafios atuais da cibercultura. In: PRATA, Nair; PESSOA, Sônia Caldas (Org.). **Fluxos comunicacionais e Crise da Democracia**. São Paulo: Intercom, 2020. p. 188. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/fluxos30112020.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2021.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 8. ed. Porto Alegre: Sulina, 2015.

LEMOS, André. Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo (Org.). **Olhares sobre a Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003. p. 11–23. Disponível em: <https://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/cibercultura.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2021.

MORGAN-THOMAS, Anna; DESSART, Laurence; VELOUTSOU, Cleopatra. Digital ecosystem and consumer engagement : A socio-technical perspective. **Journal of Business Research**, v. 121, n. January, p. 713–723, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.042>. Acesso em: 25 ago. 2021.

ROCHA, Janicy Aparecida Pereira; GANDRA, Tatiane Krempser. Práticas informacionais: elementos constituintes. **Informação & Informação**, v. 23, n. 2, p. 566, 2018. Disponível em: <https://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/28857>. Acesso em: 23 ago. 2021.

SAVOLAINEN, Reijo. **Everyday information practices: a social phenomenological perspective**. Lanham: Scarecrow Press, 2008.

SAVOLAINEN, Reijo. Information behavior and information practice: reviewing the “umbrella concepts” of information-seeking studies. **Library Quarterly**, v. 77, n. 2, p. 109–132, 2007. Disponível em: <https://www.journals.uchicago.edu/doi/10.1086/517840>. Acesso em: 12 ago.



2021.

SIRIHAL DUARTE, Adriana Bogliolo; ARAUJO, Carlos Alberto Ávila; PAULA, Cláudio Paixão Anastácio De. Práticas informacionais: desafios teóricos e empíricos de pesquisa. **Informação em Pauta**, v. 2, p. 1–26, 2017. Disponível em: <http://periodicos.ufc.br/informacaoempauta/article/view/20650>. Acesso em: 13 ago. 2021.

SOCIALBLADE. Analytics Made Easy. Disponível em: <https://socialblade.com/>. Acesso em: 24 ago. 2021.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; WAAL, Martijn De. **The platform society**. New York: Oxford University Press, 2018.

VITORINO, Elizete Vieira; PIANTOLA, Daniela. Competência informacional – bases históricas e conceituais: construindo significados. **Ciência da Informação**, v. 38, n. 3, p. 130–141, 2009. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/1236>. Acesso em: 24 ago. 2021.