



**24° ENANCIB**  
Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação  
Perspectivas Contemporâneas na Ciência da Informação  
• Vitória - ES • Ancib • PPGCI/UFES



**XXIV ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – XXIV ENANCIB**

**ISSN 2177-3688**

**GT 6 – Informação, Educação e Trabalho**

**AVALIAÇÃO CRÍTICA DE CONTEÚDOS MUDIÁTICOS SOB A ÓTICA DA COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO E EM MÍDIA E DOS ESTUDOS CULTURAIS NO “JOGO” DA REPRESENTAÇÃO SIMBÓLICA E DA CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE**

***CRITICAL EVALUATION OF MEDIA CONTENT FROM THE PERSPECTIVE OF INFORMATION MEDIA LITERACY AND CULTURAL STUDIES IN THE “GAME” OF SYMBOLIC REPRESENTATION AND IDENTITY CONSTRUCTION***

**Camila Araújo dos Santos** – Universidade Estadual de Londrina (UEL)

**Thamiris Iara Sousa Silva** – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp)  
- Campus de Marília

**Modalidade: Trabalho Completo**

**Resumo:** As mídias sociais, para além do entretenimento, têm se tornado uma fonte de informação que veicula conteúdos de natureza vária. As possibilidades de acesso, de produção, de comunicação, de uso e de compartilhamento por meio das tecnologias digitais de informação e comunicação mudaram as formas de lidar com a informação devido à reconfiguração do papel do sujeito que, atualmente, tem produzido conteúdos que vão ao encontro de suas crenças e valores, o que amplia possibilidades de disseminar notícias falsas e desinformação e, conseqüentemente, dificulta a avaliação crítica deles. Nesse sentido, o objetivo do trabalho consistiu em aplicar critérios de avaliação de conteúdos midiáticos (referenciais críticos metacognitivos) pautados na Competência em Informação e em Mídia junto aos Estudos Culturais em um vídeo de viés político que contém notícia falsa. O trabalho, de abordagem qualitativa do tipo descritivo-exploratória com o uso da pesquisa bibliográfica em uma perspectiva de investigação teórico-crítica, pontuou que, a partir da aplicação dos critérios de avaliação de conteúdos midiáticos, é possível reconhecer como os aparatos midiáticos utilizam as representações simbólicas culturais (fala, gestos, entonação e dentre outros) para manipularem pessoas e exercerem poder.

**Palavras-chave:** Competência em Informação e em Mídia; Avaliação crítica de conteúdos midiáticos; Mídias sociais; Cultura.

**Abstract:** Social media, in addition to entertainment, have become a source of information that conveys content of a variety of nature. The possibilities of access, production, communication, use and sharing through digital information and communication technologies have changed the ways of dealing with information due to the reconfiguration of the role of the subject who, currently, has produced content that goes to meeting of their beliefs and values, which increases the possibilities of spreading fake news and *disinformation* and, consequently, makes it difficult to critically evaluate this

information. In this sense, the objective of the work was to apply criteria for evaluating media content (metacognitive critical references) based on Information Media Literacy together with Cultural Studies in a video with a political bias that contains fake news. The research, with a qualitative descriptive-exploratory approach using bibliographical research in a theoretical-critical investigation perspective, pointed out that, based on the application of media content evaluation criteria, it is possible to recognize how media apparatuses use the cultural symbolic representations (speech, gestures, intonation and others) to manipulate people and exercise power.

**Keywords:** Information Media Literacy; Critical evaluation of media content; Social media; Culture.

## **1 INTRODUÇÃO**

O Comitê Gestor da Internet no Brasil, por meio do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, publicou a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD) que trata do uso da internet nos lares brasileiros referente ao ano de 2022: 98,9% dos usuários da internet com mais de 10 anos de idade conectaram-se à rede por meio do uso de um telefone celular. Dentre as diferentes finalidades de uso, 92,6% de pessoas não estudantes responderam que utilizam a internet para enviar ou receber mensagens de voz, texto ou imagens por aplicativos diferentes de e-mail e 82,3% utilizam as redes sociais (IBGE, 2023).

As estatísticas publicadas pelo IBGE (2023) trazem um ponto importante nessa pesquisa que é o percentual de pessoas que utilizam as redes sociais. Ainda que, neste estudo em particular, não é apontado como as pessoas se informam pelas redes e mídias sociais, é evidente que elas vêm ganhando espaço como novas fontes de informação.

As mídias sociais tratam de um grupo heterogêneo de plataformas móveis acessíveis pela internet em que os usuários podem criar um perfil para se representar e se comunicar com outros sujeitos e comunidades. São caracterizadas por sua interatividade e seus recursos participativos que facilitam a produção de conteúdos e a rápida disseminação deles (Kresin; Kremer; Büssing, 2024). Já as redes sociais tratam de ambientes em que as pessoas podem compartilhar informações que refletem suas crenças e valores e essas informações podem se espalhar rapidamente por meio de compartilhamentos e de curtidas (Boyd; Ellison, 2008).

No contexto tecnológico e das mídias e redes sociais, as possibilidades de acesso, de produção, de comunicação, de uso e de compartilhamento por meio das tecnologias digitais de informação e comunicação (TDIC) mudaram as formas de lidar com a informação e o modo de apropriar e construir conhecimento em espaços colaborativos (Castells, 2003). As pessoas

tornaram-se produtoras, além de consumidoras de informação, o que a *Association of College and Research Libraries* (ACRL, 2016) define como *metaliteracy* (meta-uso da informação):

O meta-uso expande o alcance das competências tradicionais de gerenciamento de informações (determinar, acessar, localizar, entender, produzir e usar informações) para incluir a **produção colaborativa** e o **compartilhamento de informações em ambientes digitais participativos** (colaborar, produzir e compartilhar). Esta abordagem requer adaptação contínua às tecnologias emergentes e uma compreensão do **pensamento crítico e reflexão necessária para se engajar nesses espaços como produtores, colaboradores e distribuidores** (Mackey; Jacobson, 2014 *apud* ACRL, 2016, tradução nossa, grifo nosso).

Devido a essa reconfiguração de papel nos espaços colaborativos tecnológicos e midiáticos, compreendemos que as chances de se produzir e disseminar notícias falsas e desinformação também aumentam devido à popularidade das plataformas sociais que alcançam e conectam pessoas em todo o mundo (Allcott; Gentzkow, 2017).

Embora as mídias e as redes sociais tenham alterado substancialmente o panorama da disseminação da informação e da mobilização social, elas não são todas iguais nas suas inclinações ou intenções ideológicas. Neste contexto, é necessário que se discuta e apresente formas de avaliarmos, por meio da Competência em Informação e em Mídia, o que é produzido por nós e pelos outros, a fim de exercer uma conduta ética mediante o acesso, o compartilhamento e o uso da informação, principalmente nas mídias sociais que, ao passo que garantem maior alcance informacional, passam “ílesas” nos critérios sobre o que é ou não manipulação da informação.

Considerando as prerrogativas, o objetivo do trabalho consistiu em aplicar os critérios de avaliação de conteúdos midiáticos (referenciais críticos metacognitivos) desenvolvidos por Santos (2023) para demonstrar as estratégias narrativas utilizadas em uma notícia falsa. Em paralelo a essa aplicação, intercambiamos os diálogos sobre cultura nacional, representação e identidade de Hall (1997, 2016, 2020) com o propósito de demonstrar como os aparatos midiáticos utilizam as representações simbólicas para manipular e exercer poder a partir da veiculação de notícias falsas.

## **2 CULTURAS NACIONAIS, IDENTIDADE E REPRESENTAÇÃO NA PERSPECTIVA DE STUART HALL**

A cultura está associada a significados compartilhados, visto que, por meio dela, produzimos e intercambiamos sentidos e interpretamos o mundo de forma similar (Hall,

1997). Ela, cultura, depende “[...] que seus participantes interpretem o que acontece ao seu redor e “deem sentido” às coisas de forma semelhante” (Hall, 2016, p. 20). Os significados culturais não estão somente em nossa cabeça, eles surgem a partir das práticas culturais, que geram sentido quando nos expressamos, consumimos e apropriamos de objetos culturais e tecemos narrativas e enredos sobre eles (Hall, 1997).

Hall (2016) reforça que somos nós que conferimos significados por meio de referências de interpretação aos objetos, aos eventos e às pessoas, que “[...] damos sentido às coisas pelo modo como as utilizamos ou integramos em nossas práticas cotidianas” (Hall, 2016, p. 21). Os sentidos

[...] regulam e organizam nossas práticas e condutas: auxiliam no estabelecimento de normas e convenções segundo as quais a vida em sociedade é ordenada e administrada. [...] Em outras palavras, a questão do sentido relaciona-se a todos os diferentes momentos ou práticas em nosso “circuito cultural” – na construção da identidade e na demarcação das diferenças, na produção e no consumo, bem como na regulação da conduta social. (Hall, 2016, p. 22).

Os sentidos, os significados e a construção de identidade, produzidos por práticas culturais, emergem do que Hall (2020) define por culturas nacionais, que são constituídas não somente por instituições culturais, mas integram “[...] um *discurso* – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos” (Hall, 2020, p. 31). O autor ressalta que, na discussão sobre cultura nacional, a

[...] nação não é apenas uma entidade política, mas algo que produz sentidos – *um sistema de representação cultural*. As pessoas não são somente cidadãos legais de uma nação; elas participam da *ideia* da nação tal como representada em sua cultura nacional (Hall, 2020, p. 30).

Por isso, uma nação é uma comunidade simbólica que, a partir de seu poder, gera sentimento de senso comum de identidade, de lealdade e de pertencimento. Por ser discurso, é uma cultura “imaginada”, pois é fabricada dentro de um espaço e tempo e integra as memórias do passado, o desejo por viver em conjunto e a perpetuação da herança (Hall, 2020).

Os sentidos gerados a partir da concepção da “cultura nacional” constroem a identidade, que é formada e transformada no interior da representação. Esses sentidos “[...] estão contidos nas histórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que dela são construídas” (Hall, 2020, p. 31). A

identidade, tal como o autor pontua, é um conceito complexo: relaciona-se com a noção de pertencimento, de sentir-se representado dentro de uma cultura nacional.

Hall (2020, p. 16) pontua que

[...] uma vez que a identidade muda de acordo com a forma como o sujeito é interpelado ou representado, a identificação não é automática, mas pode ser ganhada ou perdida. Ela tornou-se politizada. Esse processo é, às vezes, descrito como constituindo uma mudança de uma política de identidade (de classe) para uma política de *diferença*.

O autor (Hall, 2020) pontua cinco elementos principais sobre como as culturas nacionais utilizam **estratégias representacionais** para construir a noção de identidade e de pertencimento, quais sejam:

- *Narrativa da nação*: é aquela

[...] contada e recontada nas histórias e nas literaturas nacionais, na mídia e na cultura popular. Essas fornecem uma série de histórias, imagens, panoramas cenário, eventos históricos, símbolos e rituais nacionais que simbolizam ou *representam* as experiências partilhadas, as perdas, os triunfos e os desastres que dão sentido à noção. (Hall, 2020, p. 31).

Como membros dessa “comunidade imaginada”, nos identificamos, nos vemos nela e, por isso, ela dá significado a nossa existência, pois conecta nossas vidas a um destino nacional que preexiste a nós e continua existindo após nossa morte;

- *Ênfase nas origens, na continuidade, na tradição e na intemporalidade*: a identidade nacional é representada como primordial, está na verdadeira natureza das coisas;
- *Invenção da tradição*: as tradições inventadas consistem no conjunto de práticas, de natureza ritual ou simbólica, que buscam “[...] inculcar certos valores e normas de comportamentos através da repetição, a qual, automaticamente, implica continuidade com um passado histórico adequado” (Hall, 2020, p. 32);
- *Mito fundacional*: é a história que “[...] localiza a origem da nação, do povo e de seu caráter nacional num passado tão distante que eles se perdem nas brumas do tempo, não do tempo “real”, mas de um tempo ‘mítico’” (Hall, 2020, p. 33);
- *Ideia simbólica de um povo ou “folk” puro, original*: é o povo [folk] que exercita e persiste em exercitar o poder, mas que, na prática, raramente está por trás da “arquitetura” do poder.

No campo das culturas nacionais, Hall “[...] viu o “real” como uma “construção social” amplamente marcada pela mídia e suas imagens nas sociedades contemporâneas” (Ituassu, 2016, p. 11). Por esse motivo, Hall (2016) pontua a necessidade de que os sujeitos façam questionamentos sobre os valores contidos *nos* e *além* dos conteúdos midiáticos, pois os artefatos midiáticos produzem, propositalmente, sentimentos de pertencimento e de construção de identidade para manipular os sujeitos em detrimento de poder.

### 3 COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO E EM MÍDIA SOB A ÓTICA DOS ESTUDOS CULTURAIS

A Competência em Informação e em Mídia refere-se ao processo de ensino e de aprendizagem que busca desenvolver/aprimorar conhecimentos, habilidades e atitudes referentes à busca, à avaliação, ao uso e ao compartilhamento crítico, ético e responsável das informações e dos conteúdos midiáticos, bem como o pensamento crítico do sujeito sobre o papel e a função das mídias e o seu local de “atuação” e de fala nos diálogos interculturais.

Para fins de compreensão, é relevante destacarmos alguns conceitos que permeiam a Competência em Informação e em Mídia no combate à disseminação de notícias falsas e de desinformação, quais sejam:

- Conteúdos midiáticos: são as informações produzidas e publicadas “[...] pelas mídias e entregue por qualquer meio, como internet, televisão, rádio, TIC e eventos ao vivo, para usuários finais/público de contextos específicos” (Grizzle *et al.*, 2016, p. 188);
- “Notícia falsa (*fake news*): informação falsa, frequentemente sensacionalista, que imita conteúdos de jornais” (Lewandowsky *et al.*, 2020, p. 5);
- Desinformação (*disinformation*): estruturada a partir da combinação de fatos reais e de conteúdo falso com o objetivo de ser disseminada para enganar as pessoas e deslegitimar instituições (Araújo, 2021).

Diferente da informação que é veiculada nas mídias tradicionais, na internet, devido à variedade de mídias, a informação pode ser produzida por qualquer pessoa, o que é positivo, pois rompe com as bolhas sociais e apresenta narrativas diversas. Entretanto, também pode gerar aspectos negativos, como o compartilhamento de desinformação e de *fake news*. Segundo Silva (2024, p. 25):

**XXIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXIV ENANCIB  
Vitória-ES – 04 a 08 de novembro de 2024**

[...] com o advento das mídias sociais, e antes mesmo do *instagram* ou *X (twitter)*, duas redes sociais hoje muito utilizadas, lá nos sites, *blogs*, *orkut*, nascia a possibilidade de qualquer pessoa produzir conteúdo de qualquer assunto que lhe interessasse. Esta produção de informação que não partia das universidades ou de autores renomados, e ainda assim eram consumidas, abriu um novo compartimento sobre informação, e com ele uma sequência de novos questionamentos: e agora, quem é o produtor de informação? Quem é o público usuário dessas informações? Como saber se as informações são fidedignas? Qual interesse de quem produz essas informações?

Os questionamentos feitos por Silva (2024) são próprios da Competência em Informação e em Mídia e é esta atitude investigadora que deve ser adotada diante das informações e dos conteúdos midiáticos:

[...] devemos enfatizar na competência em informação e midiática a conscientização de que nós podemos duvidar, independente de quem seja ou o que seja a fonte, nós podemos questionar, buscar por outras fontes, confiar em nosso senso crítico e gerar nossas próprias conclusões [...]. (Silva, 2023, local. 14).

Na esfera da Competência em Informação e em Mídia, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) (Grizzle *et al.*, 2023) considera a cultura como um elemento substancial para o desenvolvimento do pensamento crítico dos sujeitos em relação ao universo informacional e midiático, pois ela, cultura, consiste em um sistema

[...] **compartilhado, aprendido e simbólico de valores, crenças e atitudes** que dão forma e influenciam a percepção e o conhecimento humano: um “plano mental” ou “código mental”. Também se refere a um padrão integrado de conhecimento humano, crenças e comportamento que depende da **capacidade de pensamento simbólico e aprendizagem social** (Grizzle *et al.*, 2023, p. 394, grifo nosso).

Nesse âmbito, Santos (2023) criou um interrogatório com base nos Estudos Culturais de Hall (1997, 2016) (ver Quadro 1), em que inter-relaciona a

[...] cultura como o processo maior que rege as práticas socioculturais de intercâmbio de sentidos e construção de representação, arena em que, as mídias, como veículos que produzem e disseminam informações e conteúdos midiáticos, têm possibilitado a difusão de desinformação. A Competência em Informação e em Mídia se cristaliza no processo investigativo crítico do universo informacional e midiático. O sujeito, enquanto ser cultural, histórico e social, ocupa uma posição questionadora, reflexiva, auto reflexiva e crítica [...]. Santos (2023, p. 14).

**XXIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXIV ENANCIB  
Vitória-ES – 04 a 08 de novembro de 2024**

**Quadro 1 – Interrogatório das informações e dos conteúdos midiáticos no combate à desinformação**

<b>Sentidos e Cultura</b> (Hall, 1997, 2016)	<b>Competência em Informação e em Mídia</b> (ACRL, 2016; Grizzle <i>et al.</i> , 2016; Wilson <i>et al.</i> , 2013)
<p>Consistem na <i>função</i> que damos às coisas, por meio de representações, em que são construídos os sentidos e os significados.</p> <p>São os valores e os significados que embutimos às pessoas, aos objetos e aos acontecimentos.</p> <p>São os processos de construção simbólica sociocultural da realidade.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quem (sujeito ou instituição) criou os conteúdos e o discurso?</li> <li>- Por que criou os conteúdos e o discurso?</li> <li>- Os conteúdos e o discurso foram criados com qual intenção? Entreter, opinar, expor conhecimento científico, relatar um evento, defender uma causa, contestar e etc.?</li> <li>- Quem criou os conteúdos possui trajetória e experiências que comungam com a minha cultura?</li> <li>- Quais palavras, imagens, sons ou gestos estão sendo utilizados para despertar os valores, os sentimentos e os significados para as pessoas de minha cultura?</li> <li>- Como os conteúdos e o discurso estão influenciando a maneira de vermos a nós mesmos e aos outros?</li> <li>- O sentido embutido nos conteúdos e no discurso servirá para construir uma percepção global, crítica e respeitosa sobre algum fato ou construção de conhecimento significativo para a aplicação na vida pessoal, profissional ou acadêmica na minha comunidade?</li> <li>- Como a linguagem do conteúdo e do discurso funciona na minha cultura?</li> <li>- Quantos pontos de vista distintos sou capaz de encontrar sobre desenvolvimento e interesses nacionais a respeito de minha cultura?</li> </ul>
<b>Representação e Cultura</b> (Hall, 1997, 2016)	<b>Competência em Informação e em Mídia</b> (ACRL, 2016; Grizzle <i>et al.</i> , 2016; Wilson <i>et al.</i> , 2013)
<p>Consiste na produção de sentido pela linguagem.</p> <p>Produção do significado dos conceitos na nossa mente por meio da linguagem.</p> <p>É uma prática sociocultural que utiliza objetos, materiais e efeitos.</p> <p>O significado ocorre em função de convenções sociais associadas à linguagem, é reconhecido e aceito comunitariamente por cada cultura e momentos históricos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Como os conteúdos e o discurso influenciam meu conhecimento e compreensão do mundo alheio a nossa experiência imediata?</li> <li>- A linguagem utilizada faz parte do meu repertório cultural?</li> <li>- Os conteúdos informacionais e midiáticos apresentam as fontes utilizadas para construir o discurso?</li> <li>- O discurso está fundamentado em fontes confiáveis (elaboradas por especialistas e instituições da área, cientistas, pessoas pesquisadoras)?</li> <li>- O discurso está fundamentado em fontes que as pessoas têm acesso?</li> <li>- A qual público o discurso e os conteúdos estão direcionados?</li> </ul>

**XXIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXIV ENANCIB  
Vitória-ES – 04 a 08 de novembro de 2024**

	<ul style="list-style-type: none"><li>- Quando o conteúdo – período histórico, social e cultural – foi criado?</li><li>- Em qual contexto histórico os conteúdos foram produzidos?</li><li>- Os fatos representados nos conteúdos e discurso reproduzem aquilo que realmente são sobre minha cultura?</li><li>- Qual a minha relação, na qualidade de pessoa espectadora, no conteúdo veiculado?</li><li>- Como as mídias enxergam e representam as pessoas de minha comunidade?</li><li>- O que é retratado pelas mídias condizem com os valores da minha cultura?</li><li>- As informações veiculadas sobre minha cultura são atualizadas?</li><li>- Como as mídias e os conteúdos veiculados por elas influenciam minha visão sobre igualdade de gênero, empoderamento das mulheres, pessoas com deficiências, povos indígenas e minorias étnicas?</li><li>- Quem se beneficia e quais são os ganhos com os conteúdos e o discurso?</li><li>- Como os agentes políticos tratam a minha cultura?</li><li>- Como os agentes políticos tratam as populações vulneráveis?</li></ul>
--	--

**Fonte:** Santos (2023, p. 14)

Tal como postulado pela autora, o interrogatório pode ser utilizado em ações formativas de Competência em Informação e em Mídia ofertadas por profissionais da informação, como pode ser utilizado pelas pessoas para averiguarem a veracidade dos conteúdos midiáticos no seu dia-a-dia (Santos, 2023).

#### **4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

O trabalho é de abordagem qualitativa do tipo descritivo-exploratória e possui como delineamento o uso da pesquisa bibliográfica a partir de uma investigação teórico-crítica.

Trata-se de pesquisa descritiva, pois pode ser elaborada “[...] com a finalidade de identificar possíveis relações entre variáveis” (Gil, 2022, p. 42) acerca de um fenômeno. Para fins deste estudo, configura-se como descritiva, pois analisamos como os Estudos Culturais alinhados à Competência em Informação e em Mídia contribuem para uma avaliação crítica de conteúdos midiáticos.

A pesquisa exploratória tem como “[...] propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses” (Gil, 2022, p. 42). Neste trabalho, apresentamos como os questionamentos críticos podem conduzir o sujeito a identificar os dispositivos simbólicos culturais utilizados em conteúdos midiáticos falsos.

Emprega a pesquisa bibliográfica a partir de uma investigação teórico-crítica visto que utiliza os preceitos dos Estudos Culturais de Hall (1997, 2016, 2020) e as discussões sobre Competência em Informação e em Mídia, com foco no interrogatório de Santos (2023), para analisar um conteúdo midiático com teor falso.

## 5 RESULTADOS

Para compreendermos como as representações simbólicas utilizadas em notícias falsas impactam, muitas vezes, na avaliação da veracidade de conteúdos midiáticos, optamos por aplicar, em um conteúdo de viés político, alguns questionamentos do interrogatório de Santos (2023) e fazer uma analogia com que Hall (1997, 2016, 2020) discute sobre cultura nacional, identidade e representação.

**Figura 1** – Vídeo com informação falsa sobre a tragédia no Rio Grande do Sul



Fonte: YouTube<sup>1</sup>

A Figura 1 trata de um vídeo, com duração de um minuto, com conteúdo falso veiculado em diversas mídias sociais. Nele, os autores afirmaram que a Secretaria da Fazenda

<sup>1</sup> Para acessar o vídeo, ver: A Secretaria da Fazenda... (2024).

do Rio Grande do Sul<sup>2</sup> estava impedindo os caminhões de entrarem no Estado com as doações para os desabrigados dos temporais, que ocorreram em abril do ano de 2024, por não possuírem notas fiscais<sup>3</sup>.

Para identificarmos os dispositivos simbólicos enganosos utilizados no discurso do vídeo, iniciamos por indagar “Quem criou o conteúdo?” (Santos, 2023). O indivíduo com mais lugar de fala no vídeo, que veste blusa na cor preta, é empresário e influenciador digital conhecido por vender cursos de desenvolvimento pessoal, o que nos remete a outra pergunta: “Quem criou o conteúdo possui trajetória e experiências alinhadas à minha cultura?” (Santos, 2023). Qual a relação deste sujeito com o contexto histórico, social e cultural do local onde ocorreu a tragédia? O influenciador digital não é natural do estado do Rio Grande do Sul, tentou ingressar na carreira política como deputado federal em que teve sua candidatura indeferida pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE)<sup>4</sup> e, atualmente, está como candidato à Prefeitura da cidade de São Paulo.

Dada a trajetória dele, podemos inferir que o sujeito não faz parte da “cultura nacional” das pessoas que sofreram a tragédia, mas que se “apropriou dela” utilizando-se do cenário e das perdas como dispositivos simbólicos para despertar a noção de pertencimento (Hall, 2020). O discurso da indignação e da revolta, pautado em uma informação falsa, fez surgir uma trama (outro dispositivo simbólico) construída invisivelmente para dar sentido à identidade de ser uma boa pessoa, engajada nas boas causas. Pertencer a esta “cultura nacional” do bom cidadão “impossibilita”, muitas vezes, que os sujeitos reconheçam que se trata de uma notícia falsa ou simplesmente a ignoram por decorrência do senso de pertencimento.

No vídeo, a partir do segundo 0:07, o influenciador passa a mão na cabeça em sinal de indignação pela afirmação do outro homem que fala “*tivemos que fazer maior manobra aqui pra resolver esse problema [...]*” (A Secretaria da Fazenda... ,2024) ao relatar que os caminhões estavam sendo impedidos de entrar no Estado porque não tinha nota fiscal. Em continuação e em complemento à fala do outro homem, o influenciador digital diz:

---

<sup>2</sup> A informação falsa foi desmentida, posteriormente, pela Casa Civil, pela Brigada Militar e pela Polícia Rodoviária Federal do Rio Grande do Sul.

<sup>3</sup> É relevante pontuar que a Secretaria de Comunicação Social da Presidência (SECOM) abriu investigação contra influenciadores digitais e contas em redes sociais a partir do Ofício nº 119/2024/GAB/SE/SECOM/PR em combate à disseminação de informações falsas sobre a tragédia no RS.

<sup>4</sup> Ver: Brasil (2022).

**XXIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXIV ENANCIB  
Vitória-ES – 04 a 08 de novembro de 2024**

*Os cara não tava deixando entrar de barco sem habilitação, mas o povo pode morrer. Mano, cês são doido demais, mano. Cês são doido. Mas, nós estamos no estado de guerra. Aprenda, é guerra. Guerra a gente tem que ir pra cima, maluco. Os cara tão querendo nota fiscal e nós tamos querendo doar comida. Então, toma essa nota fiscal. Cês são doido demais. Para de atrapalhar, se não dá conta de ajudar vai lá para Cuba. (A Secretaria da Fazenda... ,2024).*

Tais gestos e fala nos remetem à pergunta “Quais palavras, imagens, sons ou gestos foram utilizados para despertar sentimentos, valores e significados?” (Santos, 2023). A fala esteve acompanhada, a todo momento, com movimentos de indignação e com palavras de baixo calão. É notável o uso de uma narrativa emocional apelativa quando se refere “*Os cara tão querendo nota fiscal e nós tamos querendo doar comida*” (A Secretaria da Fazenda... ,2024), pois ela visa criar empatia e simpatia pela situação.

Ao mencionar que estavam em estado de guerra “*Mas, nós estamos no estado de guerra. Aprenda, é guerra. Guerra a gente tem que ir pra cima, maluco. [...] Para de atrapalhar, se não dá conta de ajudar vai lá para Cuba*” (A Secretaria da Fazenda... ,2024), podemos inferir que, por trás da fala, há o que Hall (2020) define como um dos elementos que abarca a narrativa da nação: um trunfo, pois simboliza “união”, luta por uma causa (no caso do vídeo, doar comida) que, enquanto parte dessa “união imaginada”, as pessoas se sentem representadas e pertencentes a algum lugar.

Outro ponto relevante do vídeo, diz respeito à seguinte questão: “O discurso está fundamentado em fontes que as pessoas têm acesso?” (Santos, 2023). No vídeo veiculado, os autores não indicaram qualquer fonte que pudesse remeter as pessoas a consultarem a veracidade do discurso, como também não remeteram os sujeitos a consultarem outras fontes para averiguar a informação, característica de um *folk* puro - povo (Hall, 2020), daquele que exerce o poder e apresenta somente uma parte da história para enganar as pessoas.

Para além da análise crítica com as perguntas desenvolvidas por Santos (2023) em analogia com Hall (1997, 2016, 2020), há algumas considerações pertinentes quando tratamos de veiculação de notícias falsas e desinformação nas redes sociais.

Metzger e Flanagin (2013) argumentam que no ambiente online e midiático, os sujeitos tendem a aplicar estratégias rápidas para avaliar a veracidade de uma informação de modo a minimizar o tempo e a carga cognitiva, o que os autores denominam de critério do menor esforço.

Kresin, Kremer e Büssing (2024) afirmam que, quando as pessoas estão familiarizadas com uma fonte de informação, isso pode ser um problema para a avaliação de sua veracidade, visto que se a fonte já se mostrou credível no passado, ela sempre permanecerá nesse estado.

Os elementos acima pontuados, junto à análise do conteúdo midiático falso sobre o RS, devem servir de alerta aos profissionais da informação que estão envolvidos com ações de Competência em Informação e em Mídia: é importante pontuar aos sujeitos que vídeos com duração de um minuto veiculados em redes sociais não são suficientes para tratar de um assunto em sua completude, complexidade e veracidade, visto que, aqueles que estão desenvolvendo conteúdos para enganar, utilizam dispositivos simbólicos culturais que buscam explorar emoções e comoções sociais.

Para Ferrari, Machado e Ochs (2020, p. 27, grifo nosso), enfrentar “[...] os episódios de radicalização promovidos pelo ambiente online e as avalanches de desinformação é tarefa de todos, e é cada vez mais crítico compreender as forças que estão moldando nossos pensamentos, opiniões, comportamentos e visões de mundo”.

Buckingham (2022, p. 17) assinala que a mídia é uma “[...] dimensão central da vida contemporânea – da cultura, da política, da economia e das relações pessoais”, é um fato da vida, uma presença mundana em que muitos de nós não queremos ou não conseguimos escapar.

Por isso, é primordial termos um posicionamento crítico e investigativo perante as mídias, uma vez que a criticidade envolve lógica, ou seja, no âmbito midiático examinar como os passos de um argumento estão relacionados e identificar lacunas e potenciais contradições são fundamentais para compreendermos, à medida do possível, a intenção das narrativas midiáticas e também nos compreendermos como seres histórico-culturais.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma cultura nacional – um discurso – opera como uma fonte de significados culturais que, por meio de representações simbólicas, constroem identidade e senso de pertencimento em uma comunidade/população.

Tal prerrogativa se afirma a partir do conteúdo midiático falso analisado: trata-se de uma informação produzida por um influenciador digital (*folk*) que não possui trajetória histórico-cultural no assunto disseminado, se apropriou dos aparatos simbólicos culturais de

uma comunidade (nação) e que foi, propositalmente, disponibilizada em várias mídias sociais, dentre elas, o YouTube, a fim de se atingir e enganar o maior número possível de pessoas (narrativa da nação).

A Competência em Informação e em Mídia junto aos Estudos Culturais, por meio do uso do interrogatório desenvolvido por Santos (2023), configuram-se em processos que fornecem condições reflexivas e críticas que ampliam o olhar dos sujeitos acerca dos conteúdos midiáticos à medida que os fazem compreender as estratégias discursivas de imposição de uma cultura nacional. Salientamos que o interrogatório de Santos (2023) é projetivo e flexível e deve ser colocado em prática a diversos públicos e conteúdos midiáticos de modo que possa ser debatido e ampliado.

## REFERÊNCIAS

A SECRETÁRIA DA FAZENDA ESTÁ QUERENDO ATRAPALHAR QUEM QUER AJUDAR. [S. l.]: [s. n.], 2024. 1 vídeo (1 min). Publicado pelo canal Pablomarcareact1. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=HNNwh\\_Gjgk&ab\\_channel=Pablomarcareact1](https://www.youtube.com/watch?v=HNNwh_Gjgk&ab_channel=Pablomarcareact1). Acesso em: 28 maio 2024.

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social media and fake news in the 2016 election. **Journal of Economic Perspectives**, Nashville, v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017.

ARAÚJO, C. A. Á. Pós-verdade: novo objeto de estudo para a Ciência da Informação. **Informação & Informação**, Londrina, v. 26, n. 1, p. 94-111, 2021. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/39667/pdf>. Acesso em: 18 maio 2024.

ASSOCIATION OF COLLEGE AND RESEARCH LIBRARIES (ACRL). **Framework for information literacy for higher education**. Chicago: ACRL, 2016. Disponível em: [https://www.ala.org/sites/default/files/acrl/content/standards/Framework\\_Spanish.pdf](https://www.ala.org/sites/default/files/acrl/content/standards/Framework_Spanish.pdf). Acesso em: 01 jul. 2024.

BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social network sites: definition, history, and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, [S. l.], v. 13, n. 1, p. 210-230, 2008. Disponível em: <https://academic.oup.com/jcmc/article/13/1/210/4583062>. Acesso em: 24 maio 2024.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **TSE indefere candidatura de Pablo Marçal (Pros); vaga passa a ser ocupada por Paulo Teixeira (PT)**. Brasília: Agência Câmara de Notícias, 2022. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/916291-tse-indefere-candidatura-de->

XXIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXIV ENANCIB  
Vitória-ES – 04 a 08 de novembro de 2024

pablo-marcal-pros-vaga-passa-a-ser-ocupada-por-paulo-teixeira-pt/. Acesso em: 28 maio 2024.

BUCKINGHAM, D. **Manifesto pela educação midiática**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2022.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 7. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

FERRARI, A. C.; MACHADO, D.; OCHS, M. **Guia da educação midiática**. São Paulo: Instituto Palavra Aberta, 2020. Disponível em: <https://educamidia.org.br/api/wp-content/uploads/2021/03/Guia-da-Educac%CC%A7a%CC%83o-Midia%CC%81tica-Single.pdf>. Acesso em: 24 jun. 2024.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 7. ed. Barueri: Atlas, 2022.

GRIZZLE, A.; MOORE, P.; DEZUANNI, M.; ASTHANA, S.; WILSON, C.; BANDA, F.; ONUMAH, C. **Alfabetização midiática e informacional: diretrizes para a formulação de políticas e estratégias**. Brasília: UNESCO, 2016. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246421>. Acesso em: 18 maio 2024.

GRIZZLE, A.; WILSON, C.; TUAZON, R.; CHEUNG, C. K.; LAU, J.; FISCHER, R.; GORDON, D.; AKYEMPONG, K.; SINGH, J.; CARR, P. R.; STEWART, K.; TAYIE, S.; SURAJ, O.; JAAKKOLA, M.; THÉSÉE, G.; GULSTON, C. **Ciudadanía alfabetizada en medios e información: pensar críticamente, hacer clic sabiamente**. França: UNESCO, 2023. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385119>. Acesso em: 17 maio 2024.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 12. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2020.

HALL, S. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio Apicuri, 2016.

HALL, S. The work of representation. *In*: HALL, S. (org.). **Representation: cultural representations and signifying practices**. London: Sage Publications, 1997. p. 13-74.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD): Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2022**. Rio de Janeiro: Comitê Gestor da Internet, 2023. Disponível em: [https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com\\_mediaibge/arquivos/57c576ee39b31275a6856712bc50e214.pdf](https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/57c576ee39b31275a6856712bc50e214.pdf). Acesso em: 29 maio 2024.

ITUASSU, A. Apresentação: Hall, comunicação e a política do real. *In*: HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Apicuri, 2016. p. 09-15.

KRESIN, S.; KREMER, K.; BÜSSING, A. G. Students' credibility criteria for evaluating scientific information: the case of climate change on social media. **Science Education**, Salem, v. 108, n. 3, p. 762-791, 2024. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/sce.21855>. Acesso em: 15 maio 2024.

**XXIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXIV ENANCIB**  
**Vitória-ES – 04 a 08 de novembro de 2024**

LEWANDOWSKY, S.; COOK, J.; ECKER, U.; ALBARRACÍN, D.; AMAZEEN, M. A.; KENDEOU, P.; LOMBARDI, D.; NEWMAN, E. J.; PENNYCOOK, G.; PORTER, E.; RAND, D. G.; RAPP, D. N.; REIFLER, J.; ROOZENBEEK, J.; SCHMID, P.; SEIFERT, C. M.; SINATRA, G. M.; SWIRE-THOMPSON, B.; LINDEN, S. V. D.; VRAGA, E. K.; WOOD, T. J.; ZARAGOZA, M. S. **O manual da desmitificação 2020**. Austrália: Skeptical Science, 2020. Disponível em: <https://skepticalscience.com/docs/DebunkingHandbook2020-Portuguese.pdf>. Acesso em: 20 maio 2024.

METZGER, M. J.; FLANAGIN, A. J. Credibility and trust of information in online environments: the use of cognitive heuristics. **Journal of Pragmatics**, Amsterdam, v. 59, p. 210-220, 2013.

SANTOS, C. A. Combate à desinformação e o protagonismo social do sujeito: inter-relação entre os estudos culturais de Stuart Hall e a Competência em Informação e em Mídia. **Encontros Bibli**, Florianópolis, v. 28, n. Especial, p. 1-21, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/92988/53039>. Acesso em: 19 jun. 2024.

SILVA, T. I. S. **“Cachorro gigante?” Ou “Você confia na fonte?”**. Londrina: OFAJ, 2023. Disponível em: [https://www.ofaj.com.br/pesquisa\\_conteudo.php?cod=1477](https://www.ofaj.com.br/pesquisa_conteudo.php?cod=1477). Acesso em: 12 jul. 2024.

SILVA, T. I. S. **Competência em informação e midiática, comunidades de prática e mediação da informação**: uma experiência com os integrantes do clube de leitura do Instituto Federal do Maranhão (IFMA). 2024. 137 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Estadual Paulista, Marília, 2024. Disponível em: <https://hdl.handle.net/11449/253537>. Acesso em: 12 jul. 2024.