

“Por que um canal do YouTube mentiria?”: a relação entre os estudantes do ensino médio e os conteúdos históricos divulgados no YouTube

“Why Would a Youtube Channel Lie?”: *The Relationship Between High School Students and Historical Content Published on YouTube*

Oswaldo Rodrigues Junior*

RESUMO

O artigo apresenta resultados de investigação empírica que teve como objetivo analisar a relação entre os estudantes do Ensino Médio e os conteúdos históricos divulgados no YouTube. Os objetivos específicos da pesquisa foram: 1) conhecer os usos da internet por estudantes de História do Ensino Médio; 2) verificar a presença do YouTube entre as plataformas utilizadas pelos estudantes; 3) realizar um estudo exploratório utilizando o vídeo “O que é fascismo? Entenda de forma SIMPLES”, divulgado pelo canal *Nostalgia*. Participaram da pesquisa noventa e um (91) estudantes do 1º ano de uma Escola de Ensino Médio da Rede Federal de Educação Profissional Técnica (EPT). Os resultados permitem observar que a relação dos estudantes do ensino médio com o vídeo utilizado foi marcada mais pela forma, do que pelo conteúdo histórico divulgado.

Palavras-chave: Ensino de História; Conteúdos históricos; YouTube.

ABSTRACT

The article presents results of empirical research that intended to analyze the relationship between high school students and the historical content published on YouTube. The specific objectives of the research were: 1) to understand the uses of the internet by high school history students; 2) to verify the presence of YouTube among the platforms used by students; 3) to conduct an exploratory study using the video “What is fascism?” released by the *Nostalgia* channel. Ninety-one (91) 1st year students from a Federal High School of Technical Professional Education (EPT) took part in the research. The results allow us to observe that the relationship of high school students with the video used was marked more by the form than by the historical content disclosed.

Keywords: History teaching; Historical content; YouTube.

* Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Cuiabá, MT, Brasil. osvaldo.rjunior@gmail.com

O domingo de 31 de maio de 2020 tinha tudo para ser mais um dia de isolamento e silêncio, condições impostas pela quarentena em decorrência da pandemia de Covid-19. O primeiro óbito pela doença, confirmado no Brasil em 12 de março, resultou em uma série de medidas capitaneadas por prefeitos e governadores para tentar conter a disseminação do vírus.

No entanto, aquele domingo ficou marcado por um conjunto de manifestações antifascistas convocadas por torcidas organizadas e movimentos sociais. Além do ato na Avenida Paulista, em São Paulo, outras 15 cidades do país tiveram movimentos realizados na mesma data. Grupos de extrema-direita agendaram atos para o mesmo dia, gerando confrontos em diferentes espaços públicos. As manifestações tiveram grande cobertura da mídia, sendo transmitidas ao vivo e comentadas por analistas políticos.

O que se viu após as manifestações foi um crescimento exponencial do interesse pelo tema fascismo e pelos movimentos antifascistas. De acordo com o *Google Trends*, na semana de 29/05 a 05/06, as buscas pelos termos fascismo e antifascismo aumentaram 1126% e 5000%, respectivamente.¹ A pergunta “O que é fascismo?” ficou em 6º lugar entre as mais procuradas no ano de 2020² no Brasil.

Na esteira desse interesse, a edição de domingo, 7 de junho de 2020, do programa *Fantástico* da Rede Globo apresentou um quadro intitulado “O que é fascismo?”. Nele, foram apresentadas imagens de Mussolini concatenadas aos comentários dos historiadores Boris Fausto, professor aposentado da Universidade de São Paulo (USP), e Odilon Caldeira Neto, professor adjunto da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). O *Fantástico* ainda disponibilizou o podcast: “Afinal, o que é fascismo?”, que contou com a participação de especialistas.

Além da “mídia tradicional”, outros desdobramentos do aumento do interesse pela temática foram a viralização dos filtros antifascistas nas redes sociais³ e o aumento da produção de conteúdos sobre a temática para as plataformas de compartilhamento de vídeo, com destaque para o YouTube.

Criado em 2005, o YouTube ocupa o posto de maior plataforma de compartilhamento de vídeos da internet. Ainda, o segundo lugar no *ranking* Alexa de sites mais acessados da web.⁴ Operando com uma arquitetura bastante simples, a plataforma permite aos usuários criarem canais e divulgarem vídeos que podem ser curtidos, descurtidos, comentados e compartilhados.

Dentre os diversos vídeos produzidos e compartilhados no YouTube sobre a temática, destacou-se o vídeo “O que é fascismo? Entenda de uma forma SIMPLES”, produzido e publicado pelo designer gráfico e YouTuber Felipe Castanhari, no canal *Nostalgia*. No momento da escrita deste artigo, o vídeo conta com mais de dois milhões e oitocentas mil visualizações.

Diante do exposto, o objetivo da pesquisa realizada foi investigar a relação entre os estudantes de História do Ensino Médio e os conteúdos divulgados no YouTube. Os objetivos específicos da pesquisa foram: 1) conhecer os usos da internet por estudantes de História do Ensino Médio; 2) verificar a presença do YouTube entre as plataformas utilizadas pelos estudantes; 3) realizar um estudo empírico utilizando o vídeo “O que é fascismo? Entenda de uma forma SIMPLES”, divulgado pelo canal *Nostalgia*.

Metodologicamente, a pesquisa foi realizada por meio da aplicação de um questionário disponibilizado na plataforma *Google Forms*. O questionário semiestruturado, composto por quinze (15) questões, foi respondido por noventa e um estudantes do 1º ano de uma Escola de Ensino Médio da Rede Federal de Educação Profissional Técnica (EPT). Na análise dos dados foram utilizados alguns procedimentos da análise de conteúdo.

O artigo está organizado em três partes. Na primeira, a intenção será discutir o YouTube indicando as diferentes interpretações da plataforma. Na segunda, o objetivo será situar o YouTube enquanto objeto de pesquisa na Educação e na História. Por fim, faremos a análise dos dados da pesquisa empírica realizada.

PARTICIPAÇÃO E PLATAFORMIZAÇÃO: O YOUTUBE

Criado por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, ex-funcionários do PayPal, o YouTube foi lançado em 2005. Um dentre os vários sites de compartilhamento de vídeos, o YouTube apostava em uma interface simples que facilitasse a vida do usuário. Uma novidade importante foi sua arquitetura, que permitia a geração de URLs e códigos HTML, que possibilitavam o compartilhamento dos vídeos em outras plataformas.

Vendido em outubro de 2006 por 1,65 bilhão de dólares para a Google, o YouTube se tornou um “unicórnio”⁵ com menos de um ano de existência. De acordo com Burgess e Green (2009), o sucesso do YouTube pode ser explicado

por três fatores. A publicação do perfil do site no respeitado blog de tecnologias TechCrunch, em agosto de 2005. A interface que dispunha de quatro recursos importantes: as recomendações de vídeos relacionados, um link de e-mail para o compartilhamento de vídeos, os comentários e um reprodutor de vídeo que permite a incorporação em outras páginas da internet. E a exibição, em dezembro de 2005, no quadro cômico do *Saturday Night Live*, programa de TV da rede NBC norte-americana, do vídeo *Lazy Sunday*, primeiro grande *hit* do YouTube.

No entanto, para compreendermos o YouTube e o seu sucesso precisamos fazer uma breve digressão entorno do conceito de Web 2.0. Em definição, “a Web 2.0 é a segunda geração de serviços online e caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo” (PRIMO, 2008, p. 2). O termo começou a ser utilizado pela *O’Reilly Media* e pela *MediaLive International* em conferências realizadas em 2004. A numeração utilizada é um sofisma relacionado as versões dos softwares. Dessa forma, o 2.0 significa uma segunda versão da web.

Dentre os princípios e características da chamada Web 2.0 estão a concepção de web como plataforma a partir de uma “arquitetura de participação”. Os sites deixaram de apresentar uma característica estática e passaram a apresentar novas funcionalidades, que permitem a construção de uma ideia de “comunidade”.

O YouTube, criado nesse contexto, é um dos exemplos de funcionamento dessa arquitetura. Para além de um repositório de vídeos digitais, como o primeiro *slogan* anunciava, a interface da plataforma dispunha de elementos de participação como os *likes*, “*deslikes*” e comentários.⁶ Ainda permitia o compartilhamento em outros sites e redes sociais. É justamente dessas características que advém uma primeira interpretação do YouTube como fenômeno da “cultura participativa” (JENKINS, 2006; BURGESS; GREEN, 2009). Nessa concepção, a plataforma representa uma transformação midiática inovadora e benéfica ao introduzir a possibilidade de participação dos usuários.

De acordo com Henry Jenkins (2006), na obra *Cultura da Convergência*, o YouTube representa um fenômeno da cultura participativa. Na obra, Jenkins define a cultura participativa como aquela em que “os fãs e outros consumi-

dores são convidados a participar ativamente da criação e circulação do novo conteúdo” (JENKINS, 2006, p. 290).

Tomando emprestada essa noção, Jean Burgess e Joshua Green (2009), na obra *YouTube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade*, defendem a importância do YouTube. Para eles, o YouTube contribuiu para constituir um “novo ambiente de poder midiático” se instituindo enquanto uma “mídia de massa”.

Ainda atribuem à plataforma uma ecologia própria em que conteúdos “criados pelos usuários” e da “mídia tradicional” coexistem e coabitam. No entanto, na pesquisa empírica realizada, os autores identificaram que a maior parte dos conteúdos compartilhados são criação dos usuários. De acordo com Burgess e Green (2009),

todos os fornecedores de conteúdo no YouTube são participantes potenciais de um espaço em comum; um espaço que comporta uma gama diversificada de usos e motivações, mas que tem uma lógica cultural coerente – o que chamamos de Youtubidade do YouTube. (BURGESS; GREEN, 2009, p. 83)

Burgess e Green (2009) ainda destacam o caráter de rede social do YouTube, que, para além de uma plataforma de compartilhamento de vídeos, pode ser considerada uma comunidade de práticas. Dessa forma, as atividades dos usuários e dos YouTubers, produtores de conteúdo que atuam na plataforma, configuram o “mercado de atenção do YouTube” (BURGESS; GREEN, 2009, p. 86), sustentado em parâmetros como “mais inscritos” e “mais vistos”. Por mais que não desprezem o caráter empresarial da plataforma, Burgess e Green (2009) defendem que ela foi “projetada para viabilizar a participação cultural dos cidadãos comuns” (BURGESS; GREEN, 2009, p. 106), contribuindo para a cidadania e a esfera pública contemporâneas.

De acordo com Carlos d’Andréa (2020), na obra *Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos*, essa interpretação das plataformas enquanto espaços de promoção da participação está relacionada ao contexto de “otimismo” inaugurado com a chamada Web 2.0. Nesse contexto, noções como “cultura da participação”, “sabedoria das multidões” e “inteligência coletiva” foram empregadas para definir as promessas de democratização, horizontalização e descentralização promovidas pelas plataformas (D’ANDRÉA, 2020, p. 179).

A partir dos anos 2010, observa-se uma mudança no cenário de análise

das plataformas. A consolidação das Big Five – Alphabet-Google, Amazon, Apple, Facebook e Microsoft –, como infraestruturas centralizadoras, e o uso de dados pessoais para fins políticos e comerciais passaram a preocupar a sociedade civil.

No entanto, foi o escândalo envolvendo o uso de dados do Facebook pela Cambridge Analytica em 2018 que escancarou “as dimensões tecnopolíticas das mídias sociais” (D’ANDRÉA, 2020, p. 193). Nesse contexto, ocorreu uma virada crítica dos estudos de internet e cibercultura, que originou os Estudos de Plataforma. Nessa perspectiva, são consideradas as dimensões técnicas, políticas e econômicas, que configuram as plataformas online.

Sustentados nos Estudos de Ciência e Tecnologia (em inglês, STS), campo transdisciplinar em desenvolvimento desde a década de 1970, os Estudos de Plataforma rejeitam o “determinismo tecnológico” e uma noção simplista de “construção social da tecnologia”. Dessa forma, assumem “[...] que artefatos tecnológicos e práticas sociais se coproduzem” (D’ANDRÉA, 2020, p. 206). Em definição, “uma plataforma online é uma arquitetura projetada para organizar interações entre usuários – não apenas usuários finais, mas também entidades corporativas e órgãos públicos” (VAN DIJCK; POELL; de WALL, 2018, p. 4). Partindo desse conceito, autores como Anne Helmond (2015) indicam uma “plataformização da web”. Essa compreensão expressa a ideia de que há um crescimento das relações de dependência das esferas de produção cultural com relação às “plataformas” online. Os Estudos de Plataforma apresentam uma outra leitura do YouTube, centrando-se na análise das formas como a arquitetura da plataforma constrói e é construída pelos seus usuários. Isso significa compreender os aspectos técnicos, políticos e econômicos de sua configuração.

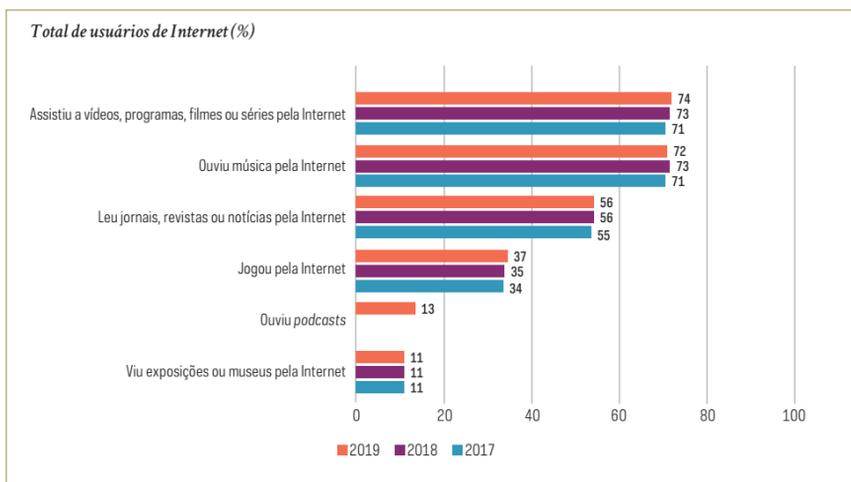
As duas interpretações possibilitam identificarmos como a plataforma vem sendo interpretada pelos estudos sobre internet e cibercultura. Interpretações fundamentais para compreendermos o YouTube enquanto ferramenta de divulgação de conteúdos educacionais.

O YOUTUBE COMO OBJETO DE PESQUISA NA EDUCAÇÃO E NA HISTÓRIA

De acordo com pesquisa divulgada pelo Hootsuite e realizada pelo Global Web Index em 2017, o YouTube era o site mais acessado no Brasil. A pesquisa indicou que 63% dos brasileiros com acesso à internet faziam uso regular da plataforma. Em 2020, na sexta edição do evento Brandcast, foram apresentados dados da pesquisa Why Video, encomendada à Talkshoppe pela Google, que indicou o YouTube como a plataforma de compartilhamento de vídeos preferida dos brasileiros. A pesquisa indicou que a plataforma é acessada por 105 milhões de pessoas por mês no país.

Dados da Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros – TIC Domicílios 2019, indicam que de cada cinco usuários, dois utilizaram a internet para estudar por conta própria (40%) e realizar pesquisas escolares (41%). Ainda indicou que a maioria dos usuários da internet assistiram vídeos, programas, filmes ou séries (Gráfico 1).

Gráfico 1 – Usuários de internet, por atividades multimídia realizadas na internet (2017-2019)



Fonte: Pesquisa TIC Domicílios 2019 (p. 80).

Os dados das pesquisas realizadas permitem identificar a presença do YouTube na vida cultural dos brasileiros. Ainda, permitem construir a hipó-

tese de que os vídeos do YouTube têm contribuído para as atividades escolares e para o “estudo por conta própria”. Diante do exposto, é fundamental considerarmos como a plataforma tem sido objeto de estudo nas áreas da Educação e da História.

Em estudo de tipo “estado da arte”, Junges e Gatti (2019) observaram o crescimento das pesquisas sobre YouTube no campo da educação. Procurando responder como as pesquisas têm pensado o uso do YouTube como ferramenta de aprendizagem, as autoras realizaram um balanço das dissertações e teses da área da Educação defendidas entre os anos de 2012 e 2016.

Junges e Gatti (2019) utilizaram como repositório o Catálogo de Teses e Dissertações da Capes. Inicialmente utilizando a palavra-chave “youtube”, as autoras identificaram duzentas e quarenta e nove dissertações de mestrado e cinquenta e nove teses de doutorado em todas as áreas do conhecimento defendidas no período pesquisado.

No entanto, ao recortarem a amostra apenas para a área de educação, foram identificadas dezesseis dissertações e cinco teses, totalizando vinte e uma produções. As autoras ainda observaram um crescimento nas pesquisas que tomam como objeto o YouTube na educação. Em 2012 não foram identificados trabalhos, o que se alterou substancialmente em 2016 com dez trabalhos defendidos.

Cabe destacar os resultados da análise das dissertações e teses. De acordo com Junges e Gatti (2019), foi possível observar nos trabalhos uma percepção positiva dos estudantes sobre a utilização do YouTube. Na concepção deles, o YouTube permite um aprendizado mais “atraente” e pode proporcionar o protagonismo a partir da produção de vídeos. Quanto aos professores, apesar de identificarem os aspectos positivos do uso da plataforma, eles ainda consideram o seu uso bastante limitado nas escolas.

Realizando a mesma busca das autoras, utilizando os anos de 2017 a 2020, foram identificados um total de trezentos e quatro trabalhos de mestrado e doutorado. Os trabalhos se dividem em cinquenta e duas teses, cento e oitenta e quatro dissertações de mestrados acadêmicos e sessenta e oito dissertações de mestrados profissionais. O número corrobora o crescimento de trabalhos acadêmicos de mestrado e doutorado que têm como temática o YouTube.

Refinando o universo para a área de Educação, identificamos um total de vinte e seis trabalhos defendidos no último quadriênio. Sendo cinco teses de

doutorado, quinze dissertações de mestrados acadêmicos e três dissertações de mestrados profissionais. Novamente observamos um crescimento no número de trabalhos na área de Educação. Considerando a grande área de Ciências Humanas e a área de História, os números são bem mais tímidos. No interstício de 2012 a 2020, foram realizados apenas sete trabalhos sobre o YouTube. Destes, foram quatro dissertações de mestrado profissional e três dissertações de mestrado acadêmico.

Considerando os dados obtidos por Junges e Gatti (2019) e os coletados na pesquisa realizada no catálogo, foi possível identificar a prevalência dos estudos sobre o YouTube na área da Educação. Contudo, na área de História os números ainda são incipientes. Destacamos ainda a necessidade de novos estudos de tipo “estado da arte”, que permitam identificar como o YouTube tem sido pensado nos trabalhos nas áreas de Educação e História.

A AUDIÊNCIA ESCOLAR DO FASCISMO NO YOUTUBE

Metodologicamente, a pesquisa foi organizada a partir da aplicação de um questionário, utilizando a plataforma *Google Forms*, em decorrência do distanciamento social, condição imposta pela pandemia de Covid-19. Responderam ao questionário noventa e um estudantes do 1º ano do Ensino Médio de uma Escola Federal de Educação Profissional Técnica (EPT).

O questionário continha quinze questões divididas em dois momentos. No primeiro, o objetivo foi identificar a acessibilidade e os usos da internet para estudar e aprender História. No segundo, foi realizado um estudo empírico utilizando o vídeo “O que é fascismo? Entenda de uma forma simples”, divulgado no canal *Nostalgia*. Para isso, foram aplicadas cinco perguntas específicas sobre o canal e o vídeo. A última pergunta não será analisada neste trabalho por se tratar de uma questão relacionada à recepção do conteúdo, que será objeto de análise em outro momento.

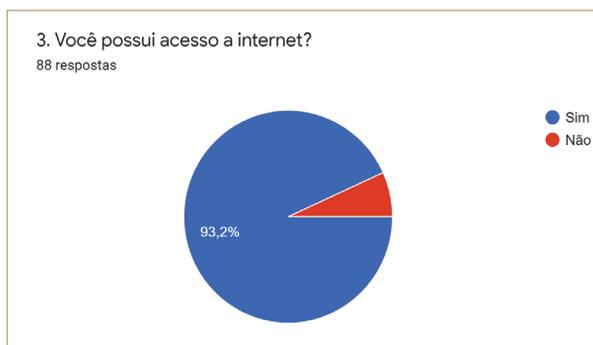
O canal *Nostalgia* foi criado pelo designer gráfico e YouTuber Felipe Castanhari, no ano de 2012, com o objetivo de divulgar vídeos sobre filmes, séries e a cultura pop em geral. Em 2016, o canal passou a divulgar conteúdos de História, na série *Nostalgia História*. O primeiro vídeo divulgado foi sobre Adolf Hitler. Logo na entrada do vídeo, Castanhari justifica a temática indi-

cando que o canal tem adotado uma postura mais informativa. Ainda destaca o “fascínio” que os conteúdos históricos exercem.

Atualmente, o canal conta com mais de treze milhões de inscritos. O vídeo utilizado no estudo empírico foi publicado em junho de 2020. Entre as reações ao vídeo destacamos os quatrocentos e sessenta e cinco mil likes e vinte e nove mil dislikes. Ainda, o número expressivo de mais de vinte mil comentários.

Na análise, foi dada maior ênfase às respostas dos estudantes relacionadas ao vídeo assistido. No entanto, cabe indicar os resultados das questões iniciais, pois elas justificam a investigação sobre o YouTube. Nas primeiras duas questões perguntamos informações pessoais (nome e idade), que não serão alvo de debate neste artigo. Na questão três os estudantes foram perguntados sobre o acesso à internet (Gráfico 2).

Gráfico 2 – Respostas à questão 3



Fonte: Elaboração do autor (2020).

No gráfico, podemos ver que 93,2% dos estudantes indicaram que possuíam acesso à internet. O dado permite identificar o acesso, mas não as condições de conectividade dos estudantes pesquisados. Na pergunta seguinte, os estudantes assinalaram qual(is) suporte(s) utilizam para acessar a internet. Todos os respondentes indicaram o celular. Os que ainda escolheram o computador foram 36,7%, enquanto apenas 3,3% assinalaram o suporte tablet.

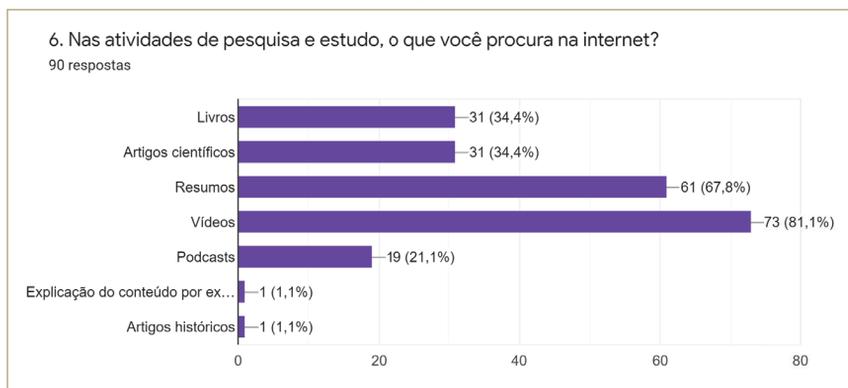
Os dados permitem uma aproximação com os resultados da pesquisa TIC domicílios 2019, que demonstrou a queda no percentual de computadores nas

residências brasileiras. Ao mesmo tempo, a pesquisa descortinou a presença maciça do smartphone como suporte privilegiado para o acesso à internet.

Na questão cinco, 96,7% dos estudantes respondeu que utiliza a internet para a pesquisa e o estudo. Na questão sete, quando perguntados especificamente sobre a disciplina de História, o número caiu para 93,3% dos estudantes. No entanto, os resultados sugerem que os estudantes utilizam a internet para estudar História.

A questão seis nos ajuda a identificar que tipo de materiais os estudantes buscam na internet (Gráfico 3).

Gráfico 3 – Respostas a questão 6



Fonte: Elaboração do autor (2020).

A maioria dos estudantes respondentes, 81,1%, assinalou a opção vídeos. Os que indicaram os resumos foram 67,8%, enquanto 34,4% indicou livros e artigos científicos e 21,1%, podcasts. No campo “outros” tivemos duas respostas, uma que citou explicação por conteúdos e outra que indicou artigos históricos.

Inicialmente, os dados permitem inferir que os vídeos são o material privilegiado pelos estudantes pesquisados. A questão oito permitiu aprofundar os resultados ao perguntar “Quais sites/perfis/canais/podcasts você utiliza para estudar História?”.

Tabela 1 – Respostas à questão 8

SITE/CANAL	RESPOSTAS
Google	11
YouTube	11
Qualquer um / indefinido	9
Brasil escola	8
Nostalgia	8
Se liga nessa História	7
Wikipedia	6
Infoescola	6
Toda matéria	5
Descomplica / Quer que eu desenhe?	4
Debora Aladim	3
DGP mundo	2
Nerdologia	2
Vamos falar de história?	2
Facebook	1
Impérios	1
Mais História	1
Você Sabia?	1
Jovem Nerd	1
Me salva	1
History Channel	1
História do Mundo	1
História livre	1
Spotify	1
Toda história	1
Anchor FM	1
Brainly	1

Fonte: Elaboração do autor (2020).

Das noventa e sete respostas, onze indicaram diretamente o YouTube e trinta e quatro fizeram referência a canais da plataforma. Destaco as oito menções ao canal Nostalgia. Dessa forma, 43,2% dos materiais buscados pelos estudantes estão hospedados no YouTube. O dado permite justificar a investigação realizada.

A questão nove procurou investigar a forma dos conteúdos pesquisados,

perguntando: “Quando você procura por conteúdos de História na internet, o que te chama mais a atenção?”. Novamente identificamos a prevalência da imagética ao textual. Os estudantes citaram dezenove vezes que procuram conteúdos imagéticos ou audiovisuais.

Analisando as respostas das questões seis, oito e nove foi possível construir três inferências. A primeira sugere a importância da *videosfera* observada por Régis Debray (1993; 1995) nos seus estudos em midiologia, definida como a “disciplina que trata das funções sociais superiores em suas relações com as estruturas técnicas de transmissão” (DEBRAY, 1995, p. 21). Partindo de uma perspectiva materialista, Debray (1993) sugere a existência de mídiasferas: logosfera, grafosfera e videosfera. Essas mídiasferas são resultados da relação entre as atividades simbólicas, as formas de organização e de coleta, arquivamento e circulação de vestígios dos grupos humanos (SANTOS, 2012, p. 5).

Na perspectiva de Debray (1993) a invenção da técnica do audiovisual originou a videosfera. Iniciada pela invenção do telégrafo no século XIX e consolidada pela utilização da TV a cores na década de 1960, a videosfera se aprofundou na forma de imagem eletrônica. De acordo com Santos (2012), na concepção de Debray (1993), “a imagem eletrônica, tida como o próprio real, anula o poder do discurso verbal e da imagem gráfica uma vez que causa em nós um certo efeito de realidade legitimado pelo ‘é assim mesmo’ da imagem-vídeo” (SANTOS, 2012, p. 17).

Uma segunda inferência diz respeito aos estudantes que indicaram resumos, artigos e livros científicos. Nesse caso, observa-se a coexistência entre o digital e o impresso, conforme observado por Robert Darnton (2010). Ou seja, os estudantes utilizam a tecnologia digital como suporte para a leitura.

A maioria dos conteúdos audiovisuais e também escritos citados pelos estudantes não são produzidos por historiadores de formação, terceira inferência aferida dos dados. Esse resultado parece confirmar o diagnóstico de transformação da tríade historiador/historiografia/público pela web, identificado por Jurandir Malerba (2017). De acordo com esse autor, o advento da web, e mais especificamente da Web 2.0, fez surgirem diversos diletantes amadores produtores de História em formato digital.

Com o intuito de identificar a percepção dos estudantes de História sobre os conteúdos divulgados na internet, perguntamos sobre a confiabilidade (Gráfico 4).

Gráfico 4 – Respostas à questão 10

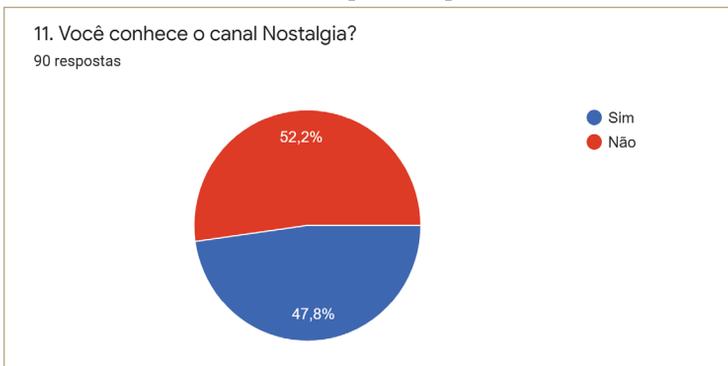


Fonte: Elaboração do autor (2020).

A maioria dos estudantes (61,8%) demonstrou criticidade ao indicar que *talvez* os conteúdos de História na internet seriam confiáveis. Por outro lado, uma parcela considerável da amostra (38,2%) respondeu que confia nos conteúdos difundidos na web. Esse dado será melhor visualizado nas questões relacionadas diretamente ao vídeo assistido.

Todas as quatro questões seguintes fizeram parte do estudo empírico utilizando o vídeo “O que é fascismo? Entenda de forma SIMPLES”, do canal *Nostalgia*.

Gráfico 5 – Respostas à questão 11



Fonte: Elaboração do autor (2020).

A primeira pergunta teve como objetivo observar se os estudantes conheciam o canal *Nostalgia*. Os estudantes que responderam que desconheciam o canal totalizaram 52,2%, enquanto 47,8% indicaram que conheciam. O resultado demonstra equilíbrio entre os estudantes que conheciam e desconheciam o canal.

Na sequência, o vídeo foi indexado ao questionário para que os estudantes assistissem. Outras três questões foram respondidas e serão analisadas abaixo.

Gráfico 6 – Respostas à questão 12



Fonte: Elaboração do autor (2020).

A maioria dos estudantes pesquisados (51,1%) respondeu que utilizaria o vídeo para estudar para uma prova ou realizar um trabalho de História. Os que responderam que talvez totalizaram 34,4% e 11,1% indicou que não, enquanto apenas um estudante indicou que utilizaria e ainda acrescentou o motivo “porque é informativo”.

Na questão treze (13), perguntamos aos estudantes o que chamou mais a atenção deles ao assistirem. Na análise das respostas consideramos um híbrido de abordagens quantitativas e qualitativas. A abordagem quantitativa foi utilizada para identificar a frequência das palavras nas respostas dos estudantes. A qualitativa, na construção das categorias de análise dos dados.

Considerando a frequência com que os termos apareceram nas respostas, destacamos: ele (17), fascismo (17), forma (14), bem (9), explica (6), explicação (6), imagens (4). Diante do exposto, identificamos três categorias de respostas nessa questão. Aquelas relacionadas à forma como o YouTuber apresenta o conteúdo. As que fizeram menção direta ao tema do vídeo. E as respostas que destacaram a importância das imagens.

estudante 4, que respondeu “o fato do Facismo [sic] ter sido criado na Itália”. O estudante 5 indicou “o que o fascismo usou para mobilizar o povo”. A estudante 6 respondeu:

O que me chamou mais atenção no vídeo foi que o fascismo é 100% machista e que aproximadamente 100 mil homens foram presos e mortos por serem homossexuais. E que o fascismo está sendo mais abordado nos tempos atuais, muitos jovens que não tem uma definição clara do que é o fascismo está usando esse termo como um xingamento para encerrar uma discussão. (ESTUDANTE 6, 2020)

Em todas as respostas, os estudantes fizeram referência direta ao tema fascismo e às informações apresentadas no vídeo.

Na terceira categoria de respostas à questão treze (13), os estudantes destacaram a importância das imagens. A estudante 7 respondeu “as imagens e os fatos”. A estudante 8, “as imagens e os vídeos daquela época”. O estudante 9 destacou “os vídeos e imagens complementares”. Em todos os casos foi possível perceber que as imagens chamaram a atenção dos estudantes.

Na questão quatorze, os estudantes foram perguntados se acreditavam na veracidade das informações apresentadas no vídeo. Também foram estimulados a justificarem as respostas (Gráfico 7).

Analisando a frequência das respostas, destacamos: sim (60), vídeo (14), não (12), historiadores (9), imagens (4) e talvez (5). Dentre as respostas afirmativas foi possível construir quatro categorias de respostas. Novamente aquelas relacionadas à forma. A segunda categoria relacionada ao alcance e audiência do canal. Uma categoria vinculada à “imagem como prova do real”. E uma última relacionada à referência feita pelo YouTuber aos historiadores que o ajudaram a produzir o vídeo.

Dentre as respostas, chamou atenção a fala do estudante 1: “Talvez. Não assisti mas porque um canal no YouTube mentiria?”. O questionamento do estudante foi utilizado no título deste artigo por representar o “fascínio” exercido pela imagem e pela mídia digital, que parece revestir a narrativa de veracidade, conforme permitem inferir as respostas dos estudantes.

respondeu “sim, pois ele teve ajuda de outros três historiadores, e acho q ele não produziria um vídeo contendo informações falsas, por se tratar de um canal de muitos inscritos”. A estudante 6 respondeu “sim, pois ele faz um excelente trabalho e tem até documentário na Netflix”.

Na categoria três, identificamos as respostas que fizeram referência ao uso de imagens no vídeo. O estudante 7 respondeu “sim porque ele prova que aconteceu com as imagines [sic]”. A estudante 8 respondeu: “Sim. Pois ele apresenta fotos e vídeos”. O estudante 9 respondeu: “Sim. Ele confirma tudo e mostra sempre imagens e vídeos com datas”.

Por fim, na categoria quatro, reunimos as respostas que destacaram a referência aos historiadores que auxiliaram na construção do roteiro do vídeo. A estudante nove respondeu “sim, por que no início do vídeo ele fala que ele teve ajuda de alguns historiadores e mostra o nomes [sic] desses historiadores no começo do vídeo”. O estudante 10 destaca que “sim, pelo fato do vídeo ser feito com ajuda de historiadores”. A estudante 11 respondeu “sim, teve participação de historiadores”.

A categorização nos permitiu algumas inferências. A primeira corrobora a hipótese indicada por Bruno Leal Pastor de Carvalho (2018) de que, “[...] a autoridade do historiador não desapareceu no mundo digital, mas que ela tem sido eclipsada por uma multiplicidade de discursos que, até então, tinham ocupado um papel muito marginal no campo de disputas pelo passado” (CARVALHO, 2018, p. 171). Observamos nas respostas categorizadas a referência dos estudantes à menção feita por Castanhari à participação de historiadores na construção do roteiro do vídeo. Essa informação foi utilizada pelos estudantes para atestar a “veracidade” das informações apresentadas, o que nos permite visualizar indícios da permanência da autoridade do historiador.

A segunda inferência dialoga novamente com Carvalho (2018), que diagnostica uma fragmentação da autoridade na produção de discursos sobre o passado na era digital. De acordo com ele,

esta autoridade escora-se em dois pressupostos fundamentais, embora não sejam os únicos: 1) a capacidade de alcançar grandes audiências, o que parece, por si só, revestir o produtor de discurso de credibilidade diante do grande público; 2) a capacidade de dominar a nova linguagem digital, garantindo a presença no

“espaço público” virtual e sendo eficaz na comunicação com ampla audiência [...]. (CARVALHO, 2018, p. 173)

Nas categorias um e dois, foi possível identificar que os estudantes investiram o YouTuber de autoridade pela forma “jovem” e “atraente” com que ele explica o conteúdo. Ainda pelo seu sucesso no alcance de amplas audiências, que o levaram inclusive ao papel de apresentador de uma série na plataforma de *streaming* Netflix. A terceira inferência está relacionada à categoria das respostas que conferiu veracidade ao conteúdo a partir do uso de imagens. Nas respostas dos estudantes foi possível identificar a importância da videosfera (DEBRAY, 1993; 1995) nas formas de relação com o conhecimento na contemporaneidade. Os estudantes conferiram efeito de verdade ao vídeo, pois ele utiliza imagens “de época”, “provas” de que aquele fato realmente aconteceu.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A nomeada Web 2.0 alterou a arquitetura da internet. Inicialmente sustentada em sites que permitiam poucas formas de interação, a “web como plataforma” instituiu outras formas de participação e controle. O YouTube, plataforma de compartilhamento de vídeo, representa bem esse fenômeno de transformação das tecnologias digitais.

Criada inicialmente para ser um repositório de vídeos, a plataforma transcendeu essa finalidade se configurando enquanto uma “comunidade de práticas” (BURGESS; GREEN, 2009). Inicialmente interpretada enquanto um fenômeno da “cultura da participação” (JENKINS, 2006), a plataforma passou a ser considerada nas suas dimensões tecnopolíticas pelos Estudos das Plataformas (D’ANDRÉA, 2020).

No Brasil, o YouTube é uma das plataformas mais acessadas, configurando práticas e usos diversos. Um deles em especial nos interessou neste estudo, a divulgação de conteúdos históricos. Compreendendo que “[...] o YouTube não foi criado, inicialmente, com o intuito de educar, mas os usuários aproveitaram do seu potencial e de seus recursos para tal objetivo” (JUNGES; GATTI, 2019, p. 116), buscamos investigar como os estudantes do Ensino Médio de uma Escola da Rede Federal de Educação Profissional Técnica (EPT) utilizam a plataforma para estudar História.

Para isso, identificamos o conjunto de investigações que tem tomado o YouTube como objeto no campo da Educação (JUNGES; GATTI, 2019) e realizamos um levantamento quantitativo de dissertações e teses na área de História. Foi possível identificar que a maioria dos estudos sobre YouTube nas Ciências Humanas estão localizados na Educação.

A investigação permitiu construir inferências em diálogo com estudiosos da Comunicação e da História. A compreensão da natureza da videosfera e a força das imagens enquanto produtoras de “efeitos de verdade” (DEBRAY, 1993). Também, o crescimento das produções “diletantes” ou “amadoras” de História, impulsionadas pelas tecnologias digitais (MALERBA, 2017). Ainda, o processo de fragmentação da autoridade dos discursos sobre o passado no mundo digital (CARVALHO, 2018).

No entanto, cabe destacar um elemento importante que pode ser inferido a partir da investigação. A “plataformização da web” (HELMOND, 2015) na direção da configuração de uma “sociedade da plataforma” (VAN DIJCK; POELL; WALL, 2018). Esse dado pode ser inferido a partir da citação recorrente da Google e do YouTube, que fazem parte do conglomerado Alphabet-Google, pelos estudantes.

Considerando as dimensões tecnopolíticas dessas plataformas, é fundamental compreendermos as dimensões técnicas, políticas e econômicas que configuram esse modelo de web. Apenas dessa forma será possível desvelar as relações entre as plataformas e a educação de forma mais ampla.

Evgeny Morozov (2018) contribui ao propor uma economia política das comunicações que permita questionar o solucionismo ideológico proposto pela “ideologia do Vale do Silício”. Para isso, Morozov (2018) defende que devemos pensar “fora da internet”, na direção de uma crítica emancipatória da tecnologia. Isso significa dizer que para além da formação ou mesmo forma com que os conteúdos são apresentados nas plataformas, precisamos aprofundar as análises de como as regulações algorítmicas têm provocado alterações nas formas de compreensão de mundo e História dos estudantes.

Esse processo de desnaturalização dos conteúdos veiculados pelas mídias digitais será fundamental para que a pergunta que abre este artigo possa ser reformulada, desfazendo assim o “efeito de verdade” que os estudantes parecem conferir aos conteúdos de História disponibilizados no YouTube.

REFERÊNCIAS

- BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. *YouTUBE e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade*. São Paulo: Aleph, 2009.
- CARVALHO, Bruno Leal Pastor. Onde fica a autoridade do historiador na era digital? In: MAUAD, Ana Maria; SANTHIAGO, Ricardo; BORGES, Viviane Trindade (orgs.). *Que história pública queremos? What public history do we want?* São Paulo: Letra e Voz, 2018, p. 169-174.
- COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL (CGI.BR). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros*: TIC Domicílios 2019. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2020.
- D'ANDRÉA, Carlos. *Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos*. Salvador: Edufba, 2020.
- DARTON, Robert. *A questão dos livros: passado, presente e futuro*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- DEBRAY, Régis. *Curso de midialogia geral*. Petrópolis: Vozes, 1993.
- DEBRAY, Régis. *Manifestos midiológicos*. Petrópolis: Vozes, 1995.
- HELMOND, Anne. The platformization of the Web: making web data platform ready. *Social Media + Society, Thousand Oaks*, v. 1, n. 2, p. 1-11, 2015.
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2006.
- JUNGES, Débora de Lima Velho; GATTI, Amanda. Estado da arte sobre o YouTube na educação. *Revista Informação em Cultura - RIC*, v. 1, n. 2, p. 113-131, 2019.
- MALERBA, Jurandir. Os historiadores e seus públicos: desafios ao conhecimento histórico na era digital. *Revista Brasileira de História*, v. 37, n. 74, p. 135-154, 2017.
- MOROVOZ, Evgeny. *Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política*. São Paulo: UBU, 2018.
- PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. *E-Compós*, v. 9, p. 1-21, 2008.
- SANTOS, Deysiane Pereira dos. Da logosfera a videosfera: o percurso midiológico dos fenômenos culturais. 2012. Disponível em: <http://www.nehte.com.br/simposio/anais/AnaisHipertexto2012/Deyseane%20Pereira%20dos%20Santos%20%20Da%20logosfera%20a%20videosfera%20percurso%20midilogico%20dos%20fenomenos%20culturais.pdf>. Acesso em: 10/05/2021.
- VAN DIJCK, J.; POELL, T.; WALL, M. *The Platform Society: public values in a connective world*. Londres: Oxford Press, 2018.

NOTAS

¹ Os dados extraídos do *Google Trends* foram publicados nesta matéria: <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2020/06/07/fascismo-entenda-origem-e-como-se-manifesta-hoje-buscas-pela-palavra-cresceram-1126percent.ghtml>. Acesso em: 10 set. 2020.

² Os dados extraídos do *Google Trends* foram publicados nesta matéria: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/12/09/lista-google-divulga-os-termos-mais-buscados-no-brasil-em-2020.ghtml>. Acesso em: 10 set. 2020.

³ A fonte utilizada para esta informação está disponível na matéria: <https://hashtag.blogfo-lha.uol.com.br/2020/06/01/usuarios-trocam-perfis-nas-redes-por-simbolo-antifascista/>. Acesso em: 10 de set. 2020.

⁴ O ranking Alexa pode ser consultado no site: <https://www.alexa.com/topsites>.

⁵ Empresas com valor de mercado de pelo menos um (1) bilhão de dólares.

⁶ Na linguagem digital, os “likes” são representados por um polegar positivo. Os “deslikes” são representados por um polegar negativo. O Facebook foi a primeira plataforma a utilizar essas reações. O YouTube também conta com essa ferramenta.