

Artigo Original



10.1590/1809-58442026114pt



Open access

Rede de desinformação no Youtube: as queimadas na Amazônia em 2019

*Disinformation network on YouTube: The 2019 Amazon Wildfires**Red de desinformación en YouTube: los incendios en la Amazonía en 2019*

Aldemir Aparecido de Oliveira Junior

Leda Maria Caira Gitahy

Aleix Altimiras-Martin

Gabriela Villen Malta Scutari

Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Departamento de Política Científica e Tecnológica, Campinas (SP) - Brasil.

Detalhes Editoriais

Sistema duplo cego

Histórico do Artigo:

Recebido: 20/09/2025

Aceito: 08/02/2026

Disponível online: 30/03/2026

Artigo ID: e2026114

Editoras Chefes:

Dra. Marialva Barbosa

Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ

Dra. Sonia Virginia Moreira

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, UERJ

Editores Responsáveis pelo processo de recepção, desk review e avaliação:

Ana Paula Goulart de Andrade (UFRRJ) e Jorge

Carlos Felz Ferreira (UFJF)

Editores Executivos:

Dr. Jorge C. Felz Ferreira

Universidade Federal de Juiz de Fora, UFJF

Dra. Ana Paula Goulart de Andrade

Univ. Federal Rural do Rio de Janeiro, UFRRJ

Editor Associado:

Dr. Sandro Torres de Azevedo

Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ

Revisoras:

Cristine Gerck (português)

Felicity Clarke (Inglês)

Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ

Editoração e marcação XML:

IR Publicações

Financiamento:

CNPq

Como citar:OLIVEIRA JR, A. A.; GITAHY, L.M.C.; ALTIMIRAS-MARTIN, A. e SCUTARI, G.V.M. Rede de desinformação no Youtube: as queimadas na Amazônia em 2019. São Paulo: INTERCOM - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v. 49(2026) e2026114. <https://doi.org/10.1590/1809-58442026114pt>**Autor(a) de contato:**Aldemir Aparecido de Oliveira Junior
a229911@dac.unicamp.br**Resumo**

Entre agosto e outubro de 2019, a Amazônia ocupou posição de destaque na imprensa e nas mídias sociais devido aos incêndios que assolavam a maior floresta tropical do mundo. A divulgação de dados do INPE (Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais), que apontavam o aumento das queimadas e do desmatamento, afetou a imagem do governo federal brasileiro (administração Bolsonaro) em relação às políticas ambientais. Em resposta, o governo adotou medidas de retaliação contra o INPE e outros órgãos de proteção ambiental. Nesse contexto, o *YouTube* assumiu um papel central na disseminação de (des) informações sobre os crimes ambientais na Amazônia e em outros biomas, tornando-se palco de disputas entre atores que buscavam influenciar a opinião pública e demarcar posições ideológicas. O presente estudo mapeou e analisou a rede de desinformação sobre a Amazônia que se formou no *YouTube* entre agosto e outubro de 2019 e as estratégias utilizadas por seus agentes. Por meio da Cartografia de Controvérsias, este estudo mapeou os principais atores envolvidos no debate sobre a Amazônia e os argumentos por eles defendidos. Os resultados demonstraram que a desinformação foi utilizada como arma retórica por canais de extrema-direita alinhados ao governo Bolsonaro, visando proteger a imagem do governo e enfraquecer instituições e legislações de proteção ambiental. Constatou-se também que a desinformação predominou entre os vídeos mais visualizados. Tal cenário evidencia as limitações das políticas de moderação do *YouTube* no combate a disseminação de informações falsas e reforça a urgência de uma regulamentação para as plataformas digitais no Brasil.

Palavras-chave: Amazônia; Desinformação; Desmatamento; Queimadas; *YouTube*.

Abstract

Between August and October 2019, the Amazon rainforest gained significant prominence in the press and on social media due to the wildfires ravaging the world's largest tropical forest. The release of data by INPE (National Institute for Space Research), which indicated an increase in wildfires and deforestation, damaged the Brazilian federal government's image (Bolsonaro administration) regarding its environmental policies. In response, the government adopted retaliatory measures against INPE and other environmental protection agencies. In this context, *YouTube* played a central role in disseminating (dis) information about environmental crimes in the Amazon and other biomes,



CRedit

- Conflitos de Interesse: os autores certificam que não têm interesse comercial ou associativo que represente um conflito de interesses em relação ao manuscrito.
- Contribuição dos autores: Conceitualização, curadoria de dados, análise formal, investigação, metodologia, administração do projeto, escrita - rascunho original, revisão e edição: OLIVEIRA JUNIOR, A.A. Conceitualização, supervisão, escrita - revisão e edição: GITAHY, L. Supervisão, escrita - revisão e edição: ALTIMIRAS-MARTIN, A. Escrita - revisão e edição: VILLEN, G.
- Financiamento e Apoio: Este estudo teve o financiamento do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), através da concessão de bolsa de pesquisa (Processo nº 130534/2019-6).

Disponibilidade dos Dados:

Os dados gerados e analisados estão disponíveis no Figshare (https://figshare.com/projects/Rede_de_desinforma_o_no_YouTube_as_queimadas_na_Amaz_nia_em_2019/253004).

A Revista Intercom incentiva o compartilhamento de dados mas, por observância a ditames éticos, não demanda a divulgação de qualquer meio de identificação de sujeitos de pesquisa, preservando a privacidade dos sujeitos de pesquisa. A prática de *open data* é viabilizar a reproducibilidade de resultados, e assegurar a irrestrita transparência dos resultados da pesquisa publicada, sem que seja demandada a identidade de sujeitos de pesquisa.

Linguagem inclusiva:

Os autores usam linguagem inclusiva que reconhece a diversidade, demonstra respeito por todas as pessoas, é sensível a diferenças e promove oportunidades iguais.

Verificação de plágio:

A Revista Intercom submete todos os documentos aprovados para a publicação à verificação de plágio, mediante o uso de ferramenta específica.

becoming a battleground for actors seeking to influence public opinion and establish ideological positions. This study mapped and analyzed the disinformation network concerning the Amazon that formed on *YouTube* between August and October 2019, as well as the strategies employed by its agents. Through Controversy Mapping, this research identified the primary actors involved in the Amazon debate and the arguments they advocated. The results demonstrate that disinformation was used as a rhetorical weapon by far-right channels aligned with the Bolsonaro government to protect the administration's image and undermine environmental protection institutions and legislation. Furthermore, it was found that disinformation predominated among the most-viewed videos. Such a scenario highlights the limitations of *YouTube*'s moderation policies in combating the spread of false information and reinforces the urgent need for digital platform regulation in Brazil.

Keywords: Amazon rainforest; Deforestation; Disinformation; Wildfires; *YouTube*.

Resumen

Entre agosto y octubre de 2019, la Amazonia ocupó una posición destacada en la prensa y en las redes sociales debido a los incendios que asolaban la mayor selva tropical del mundo. La difusión de datos del INPE (Instituto Nacional de Investigaciones Espaciales), que señalaban el aumento de las quemaduras y de la deforestación, afectó la imagen del gobierno federal brasileño (administración Bolsonaro) en relación con sus políticas ambientales. En respuesta, el gobierno adoptó medidas de represalia contra el INPE y otros organismos de protección ambiental. En este contexto, *YouTube* asumió un papel central en la diseminación de (des)información sobre los crímenes ambientales en la Amazonia y en otros biomas, convirtiéndose en un escenario de disputas entre actores que buscaban influir en la opinión pública y delimitar posiciones ideológicas. El presente estudio mapeó y analizó la red de desinformación sobre la Amazonia que se formó en *YouTube* entre agosto y octubre de 2019 y las estrategias utilizadas por sus agentes. Por medio de la Cartografía de Controversias, este estudio identificó a los principales actores involucrados en el debate sobre la Amazonia y los argumentos que defendían. Los resultados demostraron que la desinformación fue utilizada como arma retórica por canales de extrema derecha alineados con el gobierno de Bolsonaro, con el fin de proteger la imagen del gobierno y debilitar las instituciones y legislaciones de protección ambiental. Se constató también que la desinformación predominó entre los videos más vistos. Tal escenario evidencia las limitaciones de las políticas de moderación de *YouTube* para combatir la propagación de información falsa y refuerza la urgencia de una regulación para las plataformas digitales en Brasil.

Palabras clave: Amazonía; Desinformación; Deforestación; Incendios forestales; *YouTube*.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY). Os autores retêm todos os direitos autorais, transferindo para a Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação o direito de realizar a publicação original e mantê-la sempre atualizada.



Introdução

Em agosto de 2019, a Amazônia tornou-se tema central no debate público devido ao aumento expressivo das queimadas, registrado pelos programas de monitoramento do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE). Embora o uso do fogo em áreas já desmatadas seja comum durante a estação seca, agosto de 2019 destacou-se como o mês mais intenso em número de focos de incêndio desde 2010, segundo dados do Programa Queimadas do INPE (2025). A visibilidade do episódio foi ampliada tanto pela magnitude dos incêndios quanto por seus impactos simbólicos e políticos, associados à preservação da maior floresta tropical do mundo, central nas agendas globais sobre mudanças climáticas, biodiversidade e direitos indígenas.

Um dos eventos mais emblemáticos desse período foi o “Dia do Fogo”, ocorrido no estado do Pará, quando fazendeiros coordenaram incêndios em áreas florestais como forma de pressionar o governo federal a flexibilizar a fiscalização ambiental (G1, 2019). Esse episódio, ocorrido no primeiro ano da presidência de Jair Bolsonaro (2019-2022), evidenciou a relação entre o avanço das queimadas e uma administração federal marcada pelo desmonte das políticas ambientais. Entre as medidas adotadas, destacam-se o enfraquecimento institucional de órgãos como o IBAMA (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis) e o ICMBio (Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade), as tentativas de aprovação de legislações de proteção ambiental menos rigorosas e um discurso sistemático de deslegitimação da ciência e de instituições como o INPE (Brant, 2019).

A divulgação dos dados de desmatamento e queimadas provocou ampla repercussão na imprensa nacional e internacional (Silva et al., 2023), intensificando a polarização em torno da Amazônia. Nesse contexto, o *YouTube* consolidou-se como arena para a circulação de (des)informações sobre os crimes ambientais em curso. Por ser uma das maiores plataformas de vídeo do mundo, com mais de 2 bilhões de usuários ativos mensais (YouTube, 2023), e a segunda mais acessada no Brasil (We Are Social & Hootsuite, 2023), o *YouTube* tornou-se um espaço estratégico para a disputa ideológica durante a crise das queimadas. Narrativas negacionistas encontraram ampla difusão na plataforma, especialmente em conteúdos associados a visões da extrema-direita, que utilizam o *YouTube* para atacar políticas ambientais, instituições científicas e organizações internacionais (Dünder et al., 2022; Allgaier, 2019).

Enquanto uma parte dos canais denunciava a destruição ambiental, outra parte buscava minimizar o problema e proteger a imagem do governo e de setores aliados, como o agronegócio e a mineração. De um lado, cientistas e ambientalistas denunciavam o avanço das queimadas e seus riscos climáticos globais; de outro, autoridades governamentais, parlamentares e influenciadores digitais alinhados ao governo questionavam a credibilidade dos dados científicos, relativizavam a gravidade das queimadas e acusavam a cobertura internacional de ameaçar a soberania do Brasil.

Essa disputa narrativa reforçou uma falsa dicotomia entre preservação ambiental e desenvolvimento econômico, frequentemente mobilizada para justificar a flexibilização de normas ambientais. O cuidado com a Amazônia passou a ser apresentado como obstáculo ao crescimento econômico e à geração de empregos, desconsiderando evidências apresentadas pelo Banco Mundial (2023) que apontam para a incompatibilidade entre desmatamento, sustentabilidade e inserção competitiva do Brasil em cadeias globais de valor.

Diante desse cenário, este artigo analisa a rede de desinformação sobre as queimadas na Amazônia no *YouTube* em 2019, identificando os principais atores e argumentos presentes nos vídeos mais visualizados sobre o tema. Para tanto, utilizamos o método da Cartografia de Controvérsias (Venturini, 2012) com o objetivo de mapear os fluxos de (des)informação e as estratégias retóricas empregadas para influenciar a opinião pública.

Diferentes formas de desinformação

Segundo Wardle (2018), a desinformação pode ser definida como uma mentira deliberada e estrategicamente utilizada para se causar dano ou obter vantagem política, econômica ou social. Para compreender esse fenômeno, recorreremos aos estudos de Wardle e Derakhshan (2017), que detalham vários tipos de desinformação que serão utilizados neste estudo para analisar a rede de desinformação sobre a Amazônia no *YouTube*.

A tipologia sistematizada no Quadro 1 constitui a base analítica adotada neste estudo para a identificação das estratégias discursivas presentes na rede de desinformação sobre a Amazônia no *YouTube*.



Quadro 1 - Tipos de desinformação

TIPO DE DESINFORMAÇÃO	DESCRIÇÃO	EXEMPLO
Conteúdo Fabricado	Informação completamente falsa, criada intencionalmente para enganar.	Uma notícia inventada, alegando que uma pessoa ou instituição é responsável por um crime.
Conteúdo Manipulado	Alteração de informações reais para distorcer o seu significado.	Um vídeo editado para fazer parecer que alguém disse algo que nunca afirmou.
Conteúdo Impostor	Informação que parece vir de uma fonte confiável, mas foi falsificada.	Um site que imita a estética jornalística para publicar notícias falsas.
Falso Contexto	Informação verdadeira apresentada em um contexto falso ou enganoso.	Uma foto de um protesto antigo sendo compartilhada como se fosse atual.
Conteúdo Enganoso	Uso de informações verdadeiras para induzir a conclusões erradas.	Um gráfico real, mas manipulado visualmente para exagerar um problema.
Sátira ou Paródia	Conteúdo humorísticos inventado que pode ser interpretados como real. Ou conteúdo enganoso que se utiliza da linguagem humorística para espalhar desinformação.	Esquetes humorísticas que incluem narrativas enganosas em contextos satíricos para espalhar informações falsas.

Fonte: Wardle e Derakhshan (2017) e Wardle (2018)

O papel dos algoritmos na formação de bolhas digitais

Um dos elementos centrais para a recomendação personalizada de conteúdos nas plataformas digitais são os algoritmos. Eles utilizam dados de navegação e perfis demográficos para definir quais conteúdos são exibidos aos usuários, funcionando como mediadores invisíveis na curadoria da informação (Gillespie, 2014b). Embora a personalização dos conteúdos torne a experiência do usuário mais adaptada às suas preferências, ela também gera efeitos colaterais, como os “filtros bolha” (Pariser, 2012). Esse fenômeno se caracteriza pelo isolamento dos indivíduos em ambientes informacionais homogêneos, reduzindo o contato com perspectivas divergentes e prejudicando o pluralismo de ideias. Tal dinâmica não apenas intensifica a polarização social (Jamieson; Capella, 2008), como também consolida ideias equivocadas, tornando os usuários mais vulneráveis à manipulação e limitando a capacidade crítica.

Ademais, os algoritmos, que em essência são procedimentos computacionais para a resolução de problemas (Russel; Norvig, 2013), nas plataformas digitais operam na lógica de mercado orientada para a retenção do usuário, atendendo principalmente aos interesses de anunciantes (Tufekci, 2019). Assim, as plataformas priorizam os conteúdos que geram maior engajamento, independentemente de sua veracidade, expondo os usuários a fluxos contínuos de informações falsas ou distorcidas (Gillespie, 2018).

A Teoria Ator-Rede para o estudo da desinformação

A Teoria Ator-Rede (TAR) introduziu novas perspectivas aos Estudos Sociais da Ciência e Tecnologia ao superar a tradicional distinção sociológica entre natureza e cultura, por meio do “princípio da simetria generalizada” (Callon, 1986), que atribui igual importância a humanos e não humanos na explicação dos fenômenos sociais. Conforme Callon (2004), a estabilidade das sociedades depende tanto de valores quanto de tecnologias, evidenciando o papel fundamental dos não humanos na organização das realidades sociotécnicas. Ao longo do tempo, a TAR também se mostrou útil para investigar fenômenos sociais em ambientes digitais, nos quais as ações são mediadas simultaneamente por sujeitos humanos e por aparatos técnicos (Lemos, 2013c).

Este estudo, que analisa a desinformação sobre a Amazônia no *YouTube*, insere-se nesse ambiente de redes e fluxos mediados por tecnologias digitais. Para conduzir a investigação, adotamos a Cartografia de Controvérsias (CC), metodologia associada à TAR que permite operacionalizar os pressupostos teóricos para a análise de fenômenos sociais. A CC busca mapear os rastros deixados pelos atores (*actantes*) que compõem uma rede, revelando os interesses subjacentes dos diferentes coletivos envolvidos nas disputas por hegemonia de ideias ou tecnologias (Latour, 2012).

A CC mostra-se particularmente adequada para o mapeamento de disputas sociotécnicas em meios digitais, pois permite acompanhar como determinados discursos se articulam em redes complexas e de que modo os atores constroem suas estratégias de ação (Venturini, 2010).



Cartografando as controvérsias sobre a Amazônia no YouTube

Para a aplicação da Cartografia de Controvérsias, seguimos as sete recomendações de Venturini (2012):

1. Escutar as vozes dos atores mais do que as próprias presunções;
2. Observar a controvérsia sob os mais variados pontos de vista;
3. Ajustar as descrições e observações recursivamente;
4. Criar descrições adaptáveis, redundantes e flexíveis;
5. Não restringir a observação a uma única teoria ou metodologia;
6. Atribuir a cada actante a visibilidade proporcional ao seu peso na rede;
7. Simplificar a complexidade respeitosamente.

Para minimizar vieses na seleção dos dados, adotamos critérios quantitativos: foram analisados os vídeos que alcançaram mais de 500 mil visualizações. A análise mapeou todos os argumentos apresentados nos vídeos, considerando as diversas perspectivas do debate sobre as queimadas na Amazônia. As descrições dos atores e suas estratégias foram revisadas a cada descoberta, permitindo uma representação dinâmica da rede. A visibilidade dos atores foi proporcional à sua influência na controvérsia, sendo que as características e estratégias dos atores mais relevantes foram mais detalhadamente descritas.

Coleta de Dados

Através da ferramenta *YouTube Data Tools* foi possível reconstituir a rede formada em torno da Amazônia no YouTube. Desenvolvida por Bernhard Rieder (2015) no âmbito do projeto MACOSPOL (*Mapping Controversies on Science for Politics*), esta ferramenta possibilita a extração sistemática de informações sobre vídeos da plataforma, facilitando a elaboração de cartografias digitais focadas no YouTube.

A coleta foi feita em 17 de dezembro de 2020, conforme os seguintes parâmetros:

- **Módulo de coleta:** *Video List*
- **Search Query:** “Amazônia”
- **Idioma:** Português (PT)
- **Região:** Brasil (BR)
- **Período:** 01/08/2019 a 31/10/2019
- **Critério de ordenação:** Número de visualizações

Com os parâmetros de busca foi possível coletar os dados de 923 vídeos¹, que juntos somaram 79.996.867 visualizações até a data da coleta.

Método de análise qualitativa

O mapeamento dos argumentos presentes nos vídeos foi guiada pelo método de Análise de Conteúdo proposta por Bardin (2011), que se estrutura em três etapas:

1. **Pré-análise:** a depuração inicial compreendeu a amostra inicial de 923 vídeos. A primeira triagem considerou o critério de alcance, selecionando vídeos com mais de 500.000 visualizações, o que reduziu a amostra para 33 vídeos. Então, realizou-se uma segunda filtragem temática, retendo apenas os vídeos que abordavam as queimadas e desmatamentos, totalizando uma amostra final de 24 vídeos (Tabela 1).
2. **Exploração do material:** através da análise dos 24 vídeos, mapeamos 134 argumentos², que posteriormente foram agrupados em 34 argumentos mais abrangentes. Os argumentos com três ou mais ocorrências foram classificados como informação ou desinformação baseados em uma checagem de fatos e triangulação de informações, utilizando fontes como documentos governamentais, material jornalístico e dados de instituições científicas (Tabela 2).
3. **Interpretação:** esta etapa concentrou-se na análise das estratégias adotadas pelos atores e no papel do YouTube na disseminação de desinformação. Essa fase corresponde à seção final deste artigo.

¹ Os dados dos 923 vídeos podem ser conferidos em: <https://figshare.com/s/bb9d47e2eb08843f87ce>

² Os dados referentes ao processo de mapeamento dos argumentos podem ser conferido em: <https://figshare.com/s/ead3ec002e1aff078d0e>



Corpus de Análise

A Tabela 1 apresenta o corpus selecionado durante a etapa de pré-análise, elencando os dados dos 24 vídeos, distribuídos em 21 canais.

Tabela 1 - Vídeos mais visualizados sobre as queimadas na Amazônia publicados no *YouTube* entre agosto e outubro de 2019

ETIQUETA	TÍTULO DO VÍDEO	CANAL	DATA	VISUALIZAÇÕES
V1	QUEIMADAS NA AMAZÔNIA e o DIA ESCURO - Entenda o Caso!!	Você Sabia?	21/08/2019	3.307.989
V2	Entenda o Desmatamento na AMAZÔNIA de um jeito SIMPLES	Canal Nostalgia	27/08/2019	3.123.812
V3	E Se a Amazônia for INVADIDA ?	BRAZIL GRAPHICS	28/08/2019	2.711.501
V4	AMAZÔNIA - ANITTA ME ACUDA!!!	Nando Moura	12/09/2019	2.338.507
V5	POR ISSO ESTÃO DE OLHO NA NOSSA AMAZÔNIA Vejam quanto ouro encontrado nessa calha / GOLD BRAZIL	Garimpeiro Solitário	03/09/2019	2.050.123
V6	Veja por que estão de OLHO na Amazônia. Quase QUEIMOU o APARELHO	Adriano - Pedras Preciosas	04/09/2019	1.232.473
V7	Fábio Rabin - Amazônia / Bolsonaro e os filmes	Fábio Rabin	25/08/2019	1.058.402
V8	Coronel Chrisóstomo diz que quem tentar entrar na Amazônia 'vai levar pau' e perde a paciência com..	Folha Política	03/09/2019	978.363
V9	Pronunciamento do Presidente da República sobre as queimadas na Amazônia	Planalto	23/08/2019	957.974
V10	A malandragem de Macron com a Amazônia	Os Pingos nos Is	24/08/2019	918.959
V11	TÃO QUEIMANDO A AMAZÔNIA - Ep.1390	Cadê a chave?	20/08/2019	863.232
V12	Botando fogo na amazônia	MAIONESE	23/08/2019	816.817
V13	Macron, Bolsonaro, mitos e fatos sobre a Amazônia	Morning Show	23/08/2019	765.374
V14	Live a Amazônia!	Canal do Tom Cavalcante	04/09/2019	760.724
V15	Fogo na Amazônia - DESCONFINADOS (Erros no Final)	Canal Desconfinados	29/08/2019	756.550
V16	A Amazônia Está Pegando Fogo	Mamaefalei	21/08/2019	747.166
V17	Lula: "Quem está tocando fogo na Amazônia são os milicianos do Bolsonaro"	CartaCapital	06/09/2019	731.381
V18	FRANÇA foi INVADIR a AMAZÔNIA azul e se LASCOU (Felipe Dideus)	Vamos falar de História ?	30/08/2019	720.743
V19	Anitta e os melhores memes da Amazônia	Daniel Alvarenga	23/08/2019	693.777
V20	O QUE NINGUÉM TE CONTOU SOBRE A AMAZÔNIA - Pastor Carlos Cardozo	ADORADORES NA NET	29/08/2019	671.813

V21	Bolsonaro publica vídeo impressionante de aviões das Forças Armadas na Amazônia e ministro rebate	Folha Política	24/08/2019	662.552
V22	ASSISTA: GENERAL MOURÃO CAUSA IMPACTO EM PRONUNCIAMENTO - AMAZÔNIA, CORRUPÇÃO, CHINA, BOLSONARO	Ficha Social	28/09/2019	586.292
V23	General Heleno humilha Macron sobre Amazônia, dá lição para a França e defende Bolsonaro	Folha Política	27/08/2019	516.863
V24	11 Gafes Sobre A Amazônia	Mamaefalei	24/08/2019	516.578

Fonte: Elaboração própria. Links de acessos aos vídeos desta tabela: <https://figshare.com/s/36996660d2d43d0fd2b7>

Dos canais presentes na Tabela 1, o canal *Folha Política* destaca-se com 3 vídeos, seguido por *Mamaefalei*, com 2 vídeos. Os demais canais aparecem com apenas um vídeo cada. Juntos, os 24 vídeos somaram 28.487.965 visualizações, o que corresponde a 35,61% do total de visualizações da amostra inicial de 923 vídeos.

Mapa dos argumentos presentes nos vídeos analisados

Nos 24 vídeos da amostra foram identificados 20 argumentos sobre as queimadas na Amazônia com mais de três ocorrências.

Tabela 2 - Argumentos frequentes sobre as queimadas na Amazônia

ARGUMENTO	OCORRÊNCIAS	CLASSE	TIPO
A1 - Queimadas na Amazônia são comuns nos períodos de seca	9	Informação	-
A2 - Países, ONGs, demarcações indígenas e instituições internacionais ameaçam soberania do Brasil e não devem opinar sobre governança ambiental do país	8	Desinformação	Conteúdo Fabricado
A3 - Grande mídia, nacional e internacional, tem viés globalista e fez má cobertura das queimadas na Amazônia	7	Desinformação	Conteúdo Fabricado
A4 - Países desenvolvidos não podem criticar política ambiental do Brasil, pois destruíram suas florestas e desenvolvem atividades prejudiciais ao meio ambiente	7	Desinformação	Conteúdo Enganoso
A5 - Líderes e celebridades compartilharam imagens equivocadas sobre as queimadas na Amazônia.	7	Desinformação	Conteúdo Enganoso
A6 - Queimadas foram mais denunciadas em 2019 porque Governo cortou verbas de ONGs estrangeiras e dos indígenas	6	Desinformação	Conteúdo Fabricado
A7 - Política Ambiental do Governo Bolsonaro é prejudicial para diplomacia e economia brasileira	6	Informação	-
A8 - Existe interesse internacional nas riquezas da Amazônia	6	Desinformação	Conteúdo Falso Contextualizado
A9 - Em 2019, os incêndios na Amazônia foram maiores que a média dos anos anteriores	5	Informação	-
A10 - Países desenvolvidos utilizam a agenda ambiental para justificar a internacionalização da Amazônia e relativizar a soberania de outros países	4	Desinformação	Conteúdo Manipulado



A11 - Cultura predatória ao meio ambiente afeta negativamente o comércio exterior do Brasil	4	Informação	-
A12 - Brasil é exemplo de preservação ambiental e uso de energias renováveis	4	Desinformação	Conteúdo Falso Contextualizado
A13 - Jovens (principalmente) são enganados por discurso ambientalista e não têm práticas cotidianas sustentáveis	4	Desinformação	Conteúdo Fabricado
A14 - Queimadas de 2019 não estavam fora da média dos últimos 15 anos	4	Desinformação	Conteúdo Fabricado
A15 - Umidade da Amazônia tem papel importante na regulação do clima global, regime de chuvas e atividades econômicas	3	Informação	-
A16 - Governo Bolsonaro tem postura negacionista em relação à ciência e alimenta teorias conspiratórias	3	Informação	-
A17 - O “dia do fogo” foi uma ação coordenada de fazendeiros incendiários	3	Informação	-
A18 - Brasil tem legislação ambiental avançada, mas leis não são cumpridas	3	Informação	-
A19 - Macron denunciou queimadas na Amazônia para se promover	3	Desinformação	Conteúdo Enganoso
A20 - MST e grileiros são os principais responsáveis por desmatamento e queimadas	3	Desinformação	Conteúdo Fabricado

Fonte: Elaboração própria

Na Tabela 2, observa-se que os 20 argumentos mapeados apareceram 99 vezes nos vídeos analisados, sendo 36 ocorrências de informação e 63 de desinformação. O argumento mais recorrente é o A1, que trata da frequência das queimadas na Amazônia. Segundo monitoramento do INPE, as queimadas controladas são comuns durante o período de seca anual na região Norte do Brasil. No entanto, em 2019, houve um aumento significativo em relação aos anos anteriores: foram registrados 89.178 focos de incêndio, um crescimento de cerca de 30% em comparação com os 68.345 focos observados em 2018 (INPE, 2025). Agosto de 2019 apresentou o pior índice mensal de incêndios desde 2010, o que chamou a atenção da comunidade internacional para a crise ambiental na Amazônia (Silva et al., 2023).

A categorização dos tipos de desinformação evidencia as estratégias empregadas pelos agentes manipuladores da informação no *YouTube*. Nesse sentido, predominaram os **conteúdos fabricados** (A2, A3, A6, A13, A14, A20), que inventam relações causais, como a alegação de que as denúncias sobre queimadas foram uma retaliação ao corte de verbas federais para ONGs (A6) ou a atribuição da responsabilidade pelas queimadas ao MST (Movimentos dos Trabalhadores Rurais Sem Terra) (A20). Outra estratégia frequente é a produção de **conteúdos enganosos** (A4, A5, A19), que distorcem fatos para criar narrativas parciais, tal como a crítica seletiva a países desenvolvidos (A4) ou a acusação infundada contra Emmanuel Macron (A19). Também destacaram-se os **conteúdos falsos contextualizados** (A8, A12), que inserem informações imprecisas em contextos aparentemente válidos, como a afirmação de que o Brasil seria “exemplo de preservação” (A12) ou a suposta ameaça de internacionalização da Amazônia (A8).

Caracterização dos canais da amostra

Na Tabela 3, para preencher a coluna “Tipo de Conteúdo” realizou-se uma pesquisa exploratória (Gil, 2002), visando coletar informações para traçar o perfil dos canais investigados. As informações foram obtidas nas descrições oficiais dos canais e em outros vídeos publicados pelos mesmos.

Tabela 3 - Informações sobre os canais da amostra

CANAL	TOTAL DE VISUALIZAÇÕES	DESINFORMAÇÃO	INFORMAÇÃO	TIPO DE CONTEÚDO
Você Sabia? (V1)	3.307.989	-	A1, A11, A16	Curiosidades
Canal Nostalgia (V2)	3.123.812	A5	A7, A11, A16, A17	Cultura pop e Divulgação Científica



BRAZIL GRAPHICS (V3)	2.711.501	A8, A9	-	Militar / Nacionalista
Nando Moura (V4)	2.338.507	A2, A3, A5, A6, A12	A1	Militância política / Humor satírico
Folha Política (V8, V21, V23)	2.157.778	A2, A3, A4, A6, A8, A13, A18	A1, A7	Notícias / Militância política
Garimpeiro Solitário (V5)	2.050.123	A8	-	Mineração artesanal
Mamaefalei (V16, V24)	1.263.744	A5, A6, A19	A7, A11, A15	Militância política / Humor satírico
Adriano - Pedras Preciosas (V6)	1.232.473	A4	-	Mineração artesanal
Fábio Rabin (V7)	1.058.402	A5	-	Humor
Planalto (V9)	957.974	A2, A4, A10, A13	A1	Governamental
Os Pingos nos Is (V10)	918.959	A2, A3, A4, A5, A10, A12, A13, A18, A19	A1, A14	Jornalismo opinativo
Cadê a chave? (V11)	863.232	A4, A18	A1, A7, A11, A14, A15, A16, A17	Tecnologia e cultura pop
MAIONESE (V12)	816.817	-	A11	Humor
Morning Show (V13)	765.374	A2, A3, A4, A5, A8, A9, A10, A19	A1, A7, A14, A15	Jornalismo opinativo
Canal do Tom Cavalcante (V14)	760.724	A2, A3, A8	-	Humor
Canal Desconfinados (V15)	756.550	A6, A12	A1	Humor político
CartaCapital (V17)	731.381	A3	A7	Jornalismo
Vamos falar de História? (V18)	720.743	A9	-	Militar/Nacionalista
Daniel Alvarenga (V19)	693.777	A3, A5, A6, A12, A13	-	Militância política / Humor satírico
ADORADORES NA NET (V20)	671.813	A2, A6, A8, A9	-	Religioso
Ficha Social (V22)	586.292	A2, A4, A10	A1, A17	Notícias / Militância política

Fonte: Elaboração própria. Obs.: O total de visualizações inclui somente os vídeos da amostra

Na Tabela 3, verifica-se que o humor é um recurso amplamente utilizado como estratégia retórica por canais militantes de direita, como *Daniel Alvarenga*, *Desconfinados*, *Nando Moura* e *Mamaefalei*. Esses canais utilizaram o humor como forma de deboche e deslegitimação de adversários políticos e minimização da crise ambiental. Essa abordagem sugere que o humor pode tornar os conteúdos enganosos mais aceitáveis para o público e mais difíceis de serem contestados.

Os canais *Os Pingos nos Is* e *Morning Show*, da emissora *Jovem Pan*, lideram em número de argumentos desinformativos. Esses dois canais exemplificam como a imprensa tradicional também pode disseminar desinformação, adotando um tom agressivo e altamente opinativo, como nos vídeos V10 e V13. Ademais, o fato de narrativas desinformativas serem veiculadas por emissoras tradicionais aumenta sua legitimidade e amplia seu alcance.

Os canais *BRAZIL GRAPHICS* e *Vamos Falar de História?*, voltados à exaltação das Forças Armadas do Brasil, disseminaram a ideia de que as críticas internacionais sobre o desmatamento faziam parte de uma campanha contra a soberania nacional, desviando o foco sobre as queimadas na Amazônia. O canal religioso *Adoradores na Net* incorporou teorias conspiracionistas em seu vídeo (V20), associando as críticas do presidente francês Macron às queimadas com a ideia de uma “nova ordem global” liderada pelo anticristo. Isso indica que a desinformação pode ser amplificada por crenças religiosas, tornando-se ainda mais difícil de ser descredibilizada.

Em razão do apoio ao governo Bolsonaro, reconhecidamente de extrema-direita (Duarte, 2023; Löwy, 2020; Piovezani, 2021), da adoção de discursos agressivos e de ataques aos direitos humanos, nove canais

podem ser classificados de extrema-direita: *Folha Política*, *Planalto* (que, como canal institucional, fez a comunicação oficial do governo Bolsonaro), *Morning Show*, *Nando Moura*, *Mamaefalei*, *Daniel Alvarenga*, *Desconfinados*, *Os Pingos nos Is* e *Ficha Social*. Os canais *Nando Moura* e *Mamaefalei* apoiaram a eleição de Bolsonaro, mas romperam com o ex-presidente ao longo de seu governo. Esses nove canais não apenas disseminaram desinformação ambiental durante a crise da Amazônia, mas também promoveram ataques sistemáticos a instituições democráticas e opositores políticos (MPF, 2023; Intercept, 2018).

Considerações Finais

Os resultados desta pesquisa demonstram a predominância de conteúdos desinformativos no *YouTube* em relação às queimadas e ao desmatamento na Amazônia. A proporção de 63,63% de argumentos desinformativos revela um cenário preocupante diante da urgência das mudanças climáticas e da necessidade de acesso a informações confiáveis para a formulação de políticas públicas. Os achados corroboram estudos anteriores que evidenciam o uso estratégico de plataformas digitais para a promoção de agendas políticas em contextos marcados pela desinformação e pelo extremismo, especialmente à direita do espectro político (Benkler et al., 2018; Ribeiro et al., 2020; Silverman, 2015).

A análise demonstrou que a desinformação foi utilizada como estratégia retórica por canais de extrema-direita alinhados ao ex-presidente Jair Bolsonaro, com o objetivo de proteger a imagem de seu governo, enfraquecer instituições científicas e relativizar legislações ambientais. A Amazônia é frequentemente representada por esses canais como um recurso econômico subaproveitado, cuja preservação seria um entrave ao desenvolvimento nacional. Essa narrativa legitima interesses de setores como a mineração e o agronegócio, ao mesmo tempo que desqualifica políticas ambientais e saberes científicos que apontam os riscos socioambientais desse modelo de exploração predatória (Rajão et al., 2020).

A maioria dos argumentos desinformativos mapeados compartilham a tentativa de moldar a opinião pública por meio do negacionismo científico, minimizando a gravidade das queimadas, questionando dados oficiais e relativizando o impacto das ações humanas sobre a floresta. Esse negacionismo se articula à concepção de nacionalismo da extrema-direita, que associa a defesa da soberania nacional à exploração irrestrita da Amazônia para o desenvolvimento econômico.

O próprio governo federal contribuiu para a disseminação de desinformações e negacionismos científicos ao questionar publicamente dados do INPE (Angelo, 2019) e ao atribuir, sem evidências, a responsabilidade pelos incêndios a ONGs e povos indígenas (Maia, 2019). Essas declarações oficiais, amplificadas por canais de extrema-direita no *YouTube*, reforçaram narrativas que criminalizam indígenas, ambientalistas e movimentos sociais, apresentando-os como inimigos internos ou obstáculos ao progresso.

A análise dos dados indicou duas tendências particularmente preocupantes do *YouTube*: o favorecimento algorítmico de conteúdos extremistas, que tendem a gerar maior engajamento, e a fragilidade das políticas de moderação da plataforma, incapazes de conter a circulação de vídeos enganosos e conspiratórios. Essa combinação contribuiu para o impulsionamento de narrativas que negavam a gravidade das queimadas, difundiam teorias conspiratórias sobre a internacionalização da Amazônia e reforçavam acusações infundadas contra populações indígenas e organizações não governamentais.

Essa dinâmica evidencia como os algoritmos das plataformas digitais também atuam como agentes na propagação da desinformação, configurando um ecossistema comunicacional no qual conteúdos enganosos alcançam ampla visibilidade. Além disso, a opacidade dos algoritmos de recomendação dificulta a auditoria e responsabilização das plataformas (Amadeu, 2019), enquanto os usuários são expostos a bolhas informacionais que tendem a reforçar crenças preexistentes (Pariser, 2012). Exemplos como o da pandemia de COVID-19, em que plataformas digitais foram amplamente criticadas por favorecer discursos anticientíficos (Massarani et al., 2021), demonstram que essa problemática extrapola a questão ambiental, revelando um padrão estrutural com impactos profundos sobre o debate público e a democracia.

A negligência das plataformas digitais na moderação de conteúdo emerge como um elemento central da atual crise informacional. O *YouTube*, por exemplo, não apenas falha em desmonetizar canais que disseminam desinformação (Machado, 2020), como também os impulsiona por meio de seus algoritmos de recomendação (Gillespie, 2018). Diante desse cenário, torna-se urgente o avanço de debates regulatórios que considerem a responsabilidade das plataformas na circulação de discursos negacionistas e extremistas. Sugere-se que pesquisas futuras aprofundem a análise sobre mecanismos de transparência algorítmica e políticas de moderação mais eficazes para plataformas digitais.

Referências

- ALLGAIER, J. Science and environmental communication on YouTube: strategically distorted communications in online videos on climate change and climate engineering. **Frontiers in Communication**, v. 4, 2019.
- AMADEU, S. **Democracia e os códigos invisíveis**: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas. São Paulo: Edições Sesc SP, 2019.
- ANGELO, C. Cruzada contra o Inpe testa limites do mundo ficcional bolsonarista. **El País Brasil**, 2 ago. 2019. Disponível em: <https://shre.ink/xwPN>. Acesso em: 18 jun. 2025.
- BANCO MUNDIAL. **Um Equilíbrio Delicado para a Amazônia Brasileira**: Um Memorando Econômico Regional. Washington, DC: World Bank, 2023.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BENKLER, Y. et al. **Network propaganda**: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics. 2018.
- BRANT, Danielle. Bolsonaro critica diretor do Inpe por dados sobre desmatamento que ‘prejudicam’ nome do Brasil. **Folha de S.Paulo**, 19 jul. 2019.
- CALLON, M. Por uma abordagem da ciência, da inovação e do mercado. O papel das redes sócio-técnicas. In: PARENTE, A. (Org.). **Tramas da Rede**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2004.
- CALLON, M. Some elements of a sociology of translation: domestication of the scallops and the fishermen of St Brieuc Bay. In: LAW, John (ed.). **Power, action and belief**: a new sociology of knowledge? London: Routledge & Kegan Paul, 1986. p. 196-233.
- COSTA, B. et al. O movimento antivacina no YouTube nos tempos de pós-verdade: Educação em saúde ou desinformação? **Mídia e Cotidiano**, v. 14, n. 1, p. 220–239, 2020.
- DUARTE, K. A. Dominação burguesa entre o velho e o novo: a ascensão da extrema-direita no Brasil. **Serviço Social & Sociedade**, São Paulo, v. 146, n. 3, e-6628330, 2023.
- DÜNDAR, P.; RANAIVOSON, H. Science by YouTube: an analysis of YouTube’s recommendations on the climate change issue. **Observatorio (OBS)**, v. 16, n. 4, p. 55–75, 2022.
- G1. ‘Dia do Fogo’ foi combinado em grupos de mensagens, afirma Polícia Federal. **G1**, 26 ago. 2019. Disponível em: bit.ly/4kPDneZ. Acesso em: 18 jun. 2025.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GILLESPIE, Tarleton. The Relevance of Algorithms. In: GILLESPIE, T.; BOCZKOWSKI, P. J.; FOOT, K. A. (Eds.). **Media Technologies**: essays on communication, materiality and society. Cambridge, MA: MIT Press, 2014b. Cap. 9, p. 167-193.
- GILLESPIE, T. **Custodians of the Internet**: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media. 2018.
- INSTITUTO NACIONAL DE PESQUISAS ESPACIAIS (INPE). BDQueimadas: Programa Queimadas. São José dos Campos: **INPE**, 2025. Disponível em: <https://terrabrasilis.dpi.inpe.br/queimadas/bdqueimadas/>. Acesso em: 19 jun. 2025
- INTERCEPT. Partido do pré-candidato general Mourão financiou empresa que mantém site de fake news Folha Política. **Intercept Brasil**, 11 jul. 2018.
- JAMIESON, K. H.; CAPPELLA, J. N. **Echo Chamber**: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment. New York: Oxford University Press, 2008.
- LATOURE, B. **Reagregando o Social**: uma introdução à teoria do ator-rede. Salvador-Bauru: EDUFBA-EDUSC, 2012.



- LEMOS, A. **A Comunicação das coisas**: teoria ator-rede e cibercultura. São Paulo: Annablume, 2013c. 310 p.
- LÖWY, Michael. Extrema direita e neofascismo: um fenômeno planetário: o caso Bolsonaro. In: FARIA, Fabiano G.; MARQUES, Mauro L. B. (Org.). **Giros à direita**: análises e perspectivas sobre o campo líbero-conservador. Sobral-CE: Editora SertãoCult, 2020, p. 13-19.
- MACHADO, D. F. T.; SIQUEIRA, A. F.; GITAHY, L. Natural Stings: Selling Distrust About Vaccines on Brazilian YouTube. **Frontiers in Communication**, v. 5, p. 577941, 2020.
- MAIA, Guilherme. O que está por trás das queimadas na Amazônia? **El País Brasil**, 21 ago. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/44937Mj>. Acesso em: 18 jun. 2025.
- MASSARANI, L. M.; LEAL, T.; WALTZ, I.; MEDEIROS, A. Infodemia, desinformação e vacinas: a circulação de conteúdos em redes sociais antes e depois da COVID-19. **Liinc em Revista**, v. 17, n. 1, e5689, maio 2021.
- MOROZOV, E. **Big Tech**: A ascensão dos dados e a morte da política. São Paulo: Ubu Editora, 2018.
- MPF. MPF instaura inquérito contra Jovem Pan por divulgar fake news e incitar atos antidemocráticos. **Procuradoria da República em São Paulo**, 9 jan. 2023.
- NOBLE, S. U. **Algorithms of Oppression**: How search engines reinforce racism. 2018.
- PARISER, Eli. **The Filter Bubble**: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think. 2012.
- PIOVEZANI, Carlos. Discursos da extrema-direita no Brasil. **RALED**, v. 21, n. 2, p. 85–100, 2021.
- RAJÃO, R. et al. The rotten apples of Brazil's agribusiness. **Science**, v. 369, n. 6501, p. 246-248, 2020.
- RIBEIRO, M. H. et al.. Auditing radicalization pathways on YouTube. **Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction**, v. 4, n. CSCW2, p. 1–22, 2020.
- RIEDER, B. **YouTube Data Tools**. 2019. Disponível em: <https://ytdt.digitalmethods.net/>. Acesso em: 18 jun. 2025.
- RUSSEL, S.; NORVIG, P. **Artificial Intelligence**: A Modern Approach. 3rd ed. Prentice Hall, 2013.
- SILVA, M. A. et al. Jornalismo ambiental e cidadania: apontamentos sobre as queimadas na Amazônia. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 46, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1590/1809-58442023132pt>. Acesso em: 19 jun. 2025.
- SILVERMAN, Craig. **Lies, Damn Lies, and Viral Content**: How News Websites Spread (and Debunk) Online Rumors, Unverified Claims, and Misinformation. Tow Center for Digital Journalism, Columbia University, 2015.
- TUFEKCI, Zeynep. How Recommendation Algorithms Run the World. **Wired**, 22 abr. 2019. Disponível em: <https://shre.ink/xVhu>. Acesso em: 18 jun. 2025.
- VENTURINI, T. Building on faults: how to represent controversies with digital methods. **Public Understanding of Science**, v. 21, n. 7, p. 796-812, 2012.
- VENTURINI, T. Diving in magma: how to explore controversies with actor-network theory. **Public Understanding of Science**, v. 19, n. 3, p. 258-273, 2010.
- WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information Disorder**: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy. Council of Europe, 2017.
- WARDLE, C. **The Age of Information Disorder**. First Draft News, 2018.
- WE ARE SOCIAL; HOOTSUITE. **Digital 2023**: Insights on the Current State of Digital in Brazil. 2023.
- YOUTUBE. **YouTube for Press**: statistics and milestones. 2023.

