

Desinformação e negacionismos do aquecimento global no Youtube

Disinformation and climate change denialists on Youtube

Amanda Araújo SILVA¹

Paulo Gerson Olinto DEODATO²

Resumo

Esta pesquisa busca analisar um dos vídeos com maior número de visualizações no *Youtube*: “*What They Haven’t Told You About Climate Change*”. O objetivo é compreender e explicar o discurso do autor do vídeo, que dissemina informações falsas na rede social. Foi realizada análise de discurso, baseada em Foucault (2012), além do relatório da Avaaz publicado em janeiro de 2020, que trata do financiamento de vídeos falsos sobre mudanças climáticas no *Youtube* por parte das marcas consideradas mais confiáveis. Para explicar os conceitos de notícias falsas, desinformação e pós-verdade, abordaremos autores como Santaella (2018), Salaverría (2020), Wardle (2017) e D’ancona (2018). Por fim, a pesquisa provoca novas discussões sobre o papel das redes sociais na fiscalização dos conteúdos que circulam em suas plataformas. Além disso, evidencia as características que costumam aparecer nas informações falsas de maior circulação.

Palavras-chave: Desinformação. *Youtube*. Análise do discurso.

Abstract

This research aims to analyze one of the most viewed videos on YouTube: “*What They Haven’t Told You About Climate Change*”. The objective is to understand and explain the speech by the author of the video that spreads fake information on social media. It was made speech analysis, based on Foucault (2012), beyond the Avaaz Report published on January 2020 that treats about the financing of fake videos about climate changing on YouTube from the most trusted brands. To explain some concepts like fake news, disinformation and post-truth, we will approach authors like Santaella (2018), Salaverría (2020), Wardle (2017) and D’ancona (2018). Lastly, the research teases new discussions about the role of social networks on over sighting contents circulation on their platforms. Besides that, it shows characteristics that appears the most on false information that spreads a lot.

Keywords: Disinformation. Youtube. Speech analysis.

¹ Graduanda em Jornalismo pela Faculdade Maurício de Nassau. E-mail: amandaasjobs@gmail.com

² Mestrando em Jornalismo na Universidade Federal da Paraíba. E-mail: pauloolinto123@gmail.com

Introdução

Um relatório da Avaaz³ mostrou que o *Youtube* está contribuindo com a disseminação de desinformação sobre as mudanças climáticas pela *internet*. Isso acontece através de canais de negacionistas do aquecimento global que existem na plataforma. Além disso, o relatório denuncia que grandes marcas, entre elas a *Greenpeace*, organização não governamental que trabalha na preservação ambiental, patrocinam este tipo de conteúdo.

A disseminação de desinformação já mostrou os prejuízos que pode causar, a exemplo das notícias falsas relacionadas à vacina contra o sarampo, que trouxeram de volta a doença que já havia sido erradicada no Brasil⁴. Desta forma, podemos perceber o potencial destrutivo da desinformação, inclusive do discurso que nega as mudanças climáticas. Por isso, o objetivo desta pesquisa é analisar, a partir da metodologia de análise do discurso, o vídeo ‘*What They Haven’t Told You About Climate Change*’ (O que eles não te contaram sobre a mudança climática)⁵.

A pesquisa buscou também apresentar conceitos de boatos, *fake news*, desinformação e pós-verdade, com base em autores como Santaella (2018), D’ancona (2018), Salaverría (2020) e Wardle (2017) para atingir os objetivos propostos. Já o desenvolvimento da análise do discurso foi realizado com base em Foucault (2012).

O objeto de estudo foi escolhido devido a importância de cobrar das redes sociais medidas mais rígidas de combate à desinformação, inclusive quando relacionadas às mudanças climáticas, que representam uma ameaça para a espécie humana.

Além disso, analisar o discurso de quem transmite desinformação nas mídias digitais contribui com a percepção não só de que as informações falsas realmente existem no mundo *online*, mas permite que possamos entender como elas são

³Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-01/avaaz-diz-que-youtube-promove-desinformacao-sobre-mudancas-climaticas>. Acesso em 20/08/20.

⁴ Disponível em: <https://educacao.estadao.com.br/blogs/estadao-na-escola/2019/10/15/as-fake-news-sobre-vacinas-e-a-volta-do-sarampo/>. Acesso em 20/08/20.

⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RkdbSxyXftc>. Acesso em 23/08/20.

construídas. Por fim, a pesquisa contribui com a educação midiática da população, oferecendo princípios básicos de investigação da veracidade do conteúdo.

A distribuição de informações falsas no *Youtube* que negam a existência da emergência climática, principalmente quando são disseminadas também por líderes políticos como Donald Trump, presidente dos Estados Unidos, e Bolsonaro, presidente do Brasil⁶, pode atrasar o avanço científico no que se refere a medidas de preservação ambiental.

***Fake news* ou desinformação?**

Antes de partirmos para a análise do discurso sobre o vídeo ‘*What They Haven’t Told You About Climate Change*’, que nega o aquecimento global, é preciso entender alguns conceitos que servirão como base para a compreensão da proposta da pesquisa.

Iniciamos pelo conceito de *fake news*, expressão muito popular e citada nos jornais com frequência, assim como nos grupos de *whatsapp* e também no nosso dia a dia. A expressão se popularizou⁷ após as eleições americanas de 2016, nas quais o atual presidente americano, Donald Trump, foi eleito.

Trump usa o termo para atacar jornalistas que fazem questionamentos dos quais ele não deseja responder. Assim, o termo *fake news* ficou popular e se tornou ferramenta de ataque aos jornalistas para políticos dos demais países também, como acontece no Brasil, nos momentos em que o presidente Bolsonaro acusa alguns veículos de comunicação de disseminar conteúdos falsos contra ele⁸.

Por isso, a pesquisadora Lúcia Santaella conceitua as notícias falsas da seguinte forma:

Notícias falsas costumam ser definidas como notícias, estórias, boatos, fofocas ou rumores que são deliberadamente criados para ludibriar ou fornecer informações enganadoras. Elas visam influenciar as crenças das pessoas, manipulá-las politicamente ou causar confusões em prol de interesses escusos. (SANTAELLA, 2018, p.23)

⁶ Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/o-negacionismo-no-poder/> Acesso em 20/08/20.

⁷ Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-42779796>. Acesso em 18/08/20.

⁸ Disponível em: <https://bahia.ba/politica/bolsonaro-acusa-imprensa-de-fake-news-e-insinua-se-negociar-bilhoes-acaba/>. Acesso em 20/08/20.

O conceito de boato é apresentado por Salaverría:⁹

São boatos, em resumo, todos aqueles conteúdos falsos que alcançam difusão pública, fabricados intencionalmente por múltiplos motivos, que podem ir desde a simples piada ou paródia, até a controvérsia ideológica, passando pela fraude econômica (SALAVERRÍA, 2020, Tradução nossa).

Nesse sentido, como apresentam Santaella (2018) e Salaverría (2020), notícias falsas e boatos são conceitos muito parecidos. Porém, alguns autores já se mostram contrários ao uso da expressão, uma vez que ela é usada por políticos para atacar o trabalho da imprensa. Desta forma, Claire Wardle (2017) defende que o processo da construção da notícia envolve a apuração e a checagem de fatos. Assim sendo, a autora não considera adequado o uso da expressão *fake news*, e prefere o uso do termo “desinformação”.

Claire Wardle é uma pesquisadora da área de comunicação, diretora e co-fundadora do *First Draft*¹⁰, Instituto de Pesquisa sem fins lucrativos localizado em Harvard. Ela introduz com outro pesquisador uma nova estrutura conceitual para descrever desordens informacionais, identificando três tipos¹¹:

Informação equivocada é quando uma informação falsa é compartilhada, mas sem intenção de causar danos. Desinformação é quando um conteúdo falso é compartilhado conscientemente, com intenção de causar danos. Má informação é quando uma informação verdadeira é compartilhada para causar danos (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p. 6, Tradução nossa).

Por fim, o jornalista britânico Matthew D’Ancona afirma que a pós-verdade se refere à forma como recebemos e lidamos com os conteúdos falsos. Por isso, os seres humanos têm a tendência de acreditar em notícias ou boatos que já condizem com suas crenças:

⁹“Son bulos, en suma, todos aquellos contenidos falsos que alcanzan difusión pública, fabricados intencionadamente por múltiples motivos, que pueden ir desde la simple broma o parodia, hasta la controversia ideológica, pasando por el fraude económico (SALAVERRÍA, 2020).”

¹⁰ Disponível em: <https://firstdraftnews.org/>. Acesso em 20/08/20.

¹¹ “Mis-information is when false information is shared, but no harm is meant. Dis-information is when false information is knowingly shared to cause harm. Mal-information is when genuine information is shared to cause harm, often by moving information designed to stay private into the public sphere.”

Nós nos tornamos tão seguros em nossas bolhas que começamos a aceitar apenas informações, verdadeiras ou não, que correspondem às nossas opiniões, em vez de basearmos nossas opiniões nas evidências que estão por aí. Apesar de suas maravilhas, a web tende a amplificar o estridente e dispensar a complexidade. Para muitos – talvez a maioria – estimula o viés de confirmação, e não a busca pela divulgação acurada. (D'ANCONA, 2018, p.52).

Após compreender estes conceitos, é necessário entender o significado de discurso, e também como realizar uma análise com base no pensamento de Michel Foucault.

Michel Foucault foi um filósofo francês que fez discursos que até hoje contribuem com diversas áreas do conhecimento. Logo, Foucault afirma que todo discurso tem uma mensagem “oculta”, algo na qual quem pronuncia, tenta transmitir, ainda que inconscientemente. O autor explica o que é e quais os critérios necessários para realizar a análise do discurso:

O discurso nada mais é do que a reverberação de uma verdade nascendo diante de seus próprios olhos; e, quando tudo pode, enfim, tomar a forma do discurso, quando tudo pode ser dito e o discurso pode ser dito a propósito de tudo, isso se dá porque todas as coisas, tendo manifestado e intercambiado seu sentido, podem voltar à interioridade silenciosa da consciência de si. (FOUCAULT, 2012, p. 49).

Portanto, o discurso é o ato da fala que reflete sobre possíveis verdades que podem ser desconstruídas posteriormente a partir da sua análise. Aproxima-se de outro conceito que diz que “a ideologia, é, aí, um sistema de ideias, de representações que dominam o espírito, de um homem ou de um grupo social” (ALTHUSSER, 1992, p.81). Porém, o discurso é a transmissão destas ideias através da fala.

Foucault explica em sua obra que o discurso funciona como uma ferramenta de manipulação. Ele é tomado como verdadeiro ou falso pela sociedade, e assim são tomadas as decisões. Segundo o autor, o discurso do louco é tomado como falso, insano, e por isso não recebe atenção.

Desta forma, a sociedade aceita como verdadeira a ideia de que o discurso daquele tido como louco nunca será verdadeiro. Assim, se alguém deseja invalidar a

opinião de outro, uma das formas de conseguir isso é a tentativa de classificar esta pessoa como louca.

O autor explica ainda que, numa tentativa de compreender discursos, nós tentamos dividi-los por classes. Em seu livro, Foucault afirma que a disciplina acadêmica é um exemplo desta classificação, uma vez que ao ouvir determinado discurso, ficamos confusos se não conseguimos entender de antemão a qual disciplina ele pertence.

Então, o autor defende que “todo sistema de educação é uma maneira de manter ou de modificar a apropriação dos discursos, com os saberes e os poderes que eles trazem consigo” (FOUCAULT, 2012, p. 44).

O que Foucault quer dizer é que as disciplinas são categorias do conhecimento que arquivam em si os discursos dados como pertencentes a elas. Isso significa que os conhecimentos acerca dos exames sanguíneos pertencem à categoria da saúde, que os encaixa em disciplinas acadêmicas. De maneira resumida, o sistema de educação, para o autor, é também uma forma de reforçar a quem pertence o discurso verdadeiro. E isso é percebido através do discurso científico, pois este tipo de discurso é tido como verdadeiro pela sociedade, sendo mais fácil aceita-lo. Desse modo, segundo Foucault, o sistema de educação é uma forma de manter este poder, este domínio do conhecimento.

Por conseguinte, observa-se que para validar discursos falsos relacionados ao aquecimento global, os disseminadores de informações falsas no *Youtube* se apropriam do discurso científico. Diante disso, podemos partir agora para a análise do discurso baseada nos quatro princípios de Michel Foucault.

Informações falsas no Youtube

O *Youtube* é uma plataforma de vídeos criada em 2005 por Chad Hurley, Steven Chen e Jawed Karim¹². A rede social, assim como as demais, iniciou com baixo alcance, mas com o tempo tomou grandes proporções, conquistando um público maior.

O objetivo era permitir que os usuários consumissem conteúdos em vídeo, mas que pudessem também publicar no site os que foram produzidos por eles mesmos. Com o passar do tempo, o *Youtube* passou a permitir o patrocínio destes vídeos, que acontece através da publicidade.

¹²Disponível em: <https://bit.ly/2OHpQc2>. Acesso em 19/08/20.

Cada usuário da rede social que produz conteúdo para seu canal pode exibir propagandas publicitárias em seus vídeos. Desta forma, o canal torna-se lucrativo, e o dinheiro ganho é dividido entre o *Youtube* e o criador de conteúdo. Então para vídeos com mil visualizações, o valor pago para o dono do canal varia entre 2 e 34 dólares. Para vídeos com 100 visualizações o valor pode chegar a 2,5 mil dólares. E para vídeos com 1 milhão de visualizações o valor pago pode chegar a 4 mil dólares¹³.

A rede social tem funcionado assim até hoje, monetizando os vídeos que oferecem os conteúdos mais populares na plataforma. Assim, segundo a *Alphabet*, companhia dona do *Google*, o *Youtube* lucrou 15, 1 bilhões de dólares só em 2019¹⁴. Diante disso, um relatório da *Avaaz* divulgou que a empresa está permitindo a monetização de vídeos que contém informações falsas que negam o aquecimento global.

O relatório foi publicado em 15 de Janeiro de 2020 pela *Avaaz*, comunidade de mobilização *online*. Segundo o relatório, o *Youtube* está entregando desinformação para milhões de usuários, e as marcas mais confiáveis do mundo estão patrocinando estes conteúdos falsos. Em síntese, tanto os criadores destas informações falsas quanto o próprio *Youtube* estão obtendo lucros através da publicidade exibida nestes vídeos.

Entre as empresas patrocinadoras da desinformação no *Youtube* está a *Greenpeace* e a *WWF*. Além destas, existem várias outras marcas populares como *Uber*, *Itaú*, *Red Bull*, entre outras que também contribuem com a disseminação de conteúdos falsos na plataforma. Porém as duas primeiras chamam atenção por serem organizações não governamentais, que trabalham para proteger o meio ambiente e os animais.

Em suma, o *Youtube* promove o compartilhamento de desinformação. E sabendo que marcas que deveriam trabalhar para combater o problema estão financiando o mercado da desinformação, podemos observar que a luta contra as notícias falsas vai muito além da educação midiática para a população.

Assim sendo, é urgente a necessidade de controle dos conteúdos que circulam nas redes sociais em termos de veracidade. O aquecimento global é uma ameaça real, e

¹³ Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/mercado/152208-youtube-paga-mil-100-mil-1-milhao-visualizacoes.htm>. Acesso em 19/08/20.

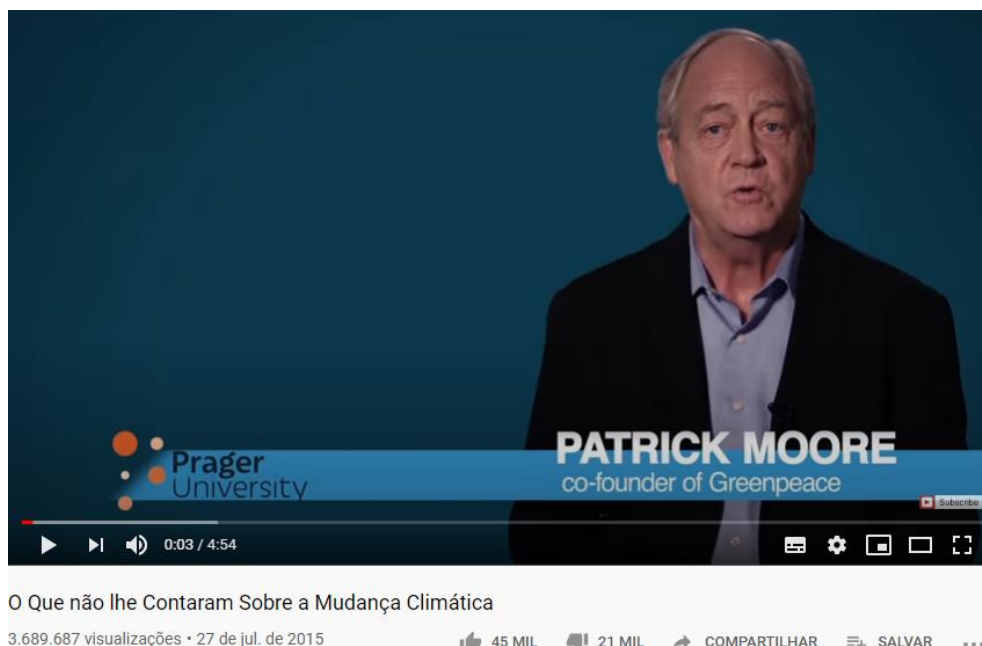
¹⁴ Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/02/03/google-divulgafaturamento-do-youtube-pela-primeira-vez.ghtml>. 20/08/20.

por isso não se pode permitir a circulação de informações falsas que prejudiquem as ações que buscam amenizar o impacto da ação humana no meio ambiente.

Análise do discurso - vídeo: “*what they haven’t told you about climate change*”

O vídeo a ser analisado foi publicado no canal do *Youtube* intitulado “PragerU”, que pertence a um radialista conservador chamado Dennis Prager, segundo o relatório da Avaaz. O vídeo foi publicado em 27 de Julho de 2015, com 4 minutos e 54 segundos de duração, e até a data desta pesquisa contava com mais de 3,6 milhões de visualizações.

Figura 1: Print Screen do vídeo no *Youtube*.



Fonte: Youtube

O primeiro princípio de Foucault que é utilizado aqui para analisar o discurso proposto é o princípio da inversão, que parte do que ele chama de “vontade de verdade”. Assim, o analisador tem o desejo de descobrir a verdade, e por isso deve primeiro reconhecer a fonte dos discursos, como afirma o autor:

[...] reconhecer a fonte dos discursos, o princípio de sua expansão e de sua continuidade, nessas figuras que parecem desempenhar um papel positivo como a do autor, da disciplina, da vontade de verdade, é preciso reconhecer, ao contrário, o jogo negativo de um recorte e de uma rarefação do discurso. (FOUCAULT, 2012, p. 52).

Desta forma, o analisador deve buscar a origem daquele discurso. Ele não deve apenas levar em consideração o que está explícito, mas observar de onde ele parte. Em qual categoria o discurso analisado se encaixa? Ele pertence a alguma disciplina? Pertence a alguma instituição da sociedade classificada como verdadeira?

Com base neste primeiro princípio, a observação inicial a se fazer está relacionada ao título do vídeo: “O que eles não te contaram sobre as mudanças climáticas”. Podemos notar que ao citar “eles”, a intenção do homem que aparece no vídeo é referir-se aos cientistas que sabem que nossas ações afetam negativamente o meio ambiente. Portanto, a ideia do título do vídeo é despertar nas pessoas o sentimento de que estão sendo enganadas pelos cientistas por um motivo maior. O segundo princípio é o da descontinuidade, que para Foucault (2012, p. 53) significa que “o discurso deve ser tratado como práticas descontínuas, que se cruzam por vezes, mas também se ignoram ou se excluem”.

Desta forma, isolando-o do seu contexto de apropriação do discurso científico, percebemos de imediato uma das características das informações falsas que se passam por notícias: a apelação emocional. Em seguida, uma legenda surge anunciando Patrick Moore, o homem que discursa no vídeo, como co-fundador do *Greenpeace*. Esta é outra informação falsa que foi desmentida pela *Greenpeace*, que disse para a Avaaz que Patrick não faz parte da organização.

Nesta fase é perceptível a intenção por trás do discurso do Patrick. Ele usa o nome de uma empresa com credibilidade em assuntos relacionados ao meio ambiente para validar suas ideias. Aqui fica mais claro que ele se apropria do discurso classificado como verdadeiro para convencer aqueles que o assistem. É o princípio da especificidade, que segundo Foucault, refere-se ao fato de que todo discurso tem uma intenção, um objetivo.

O autor afirma que “deve-se conceber o discurso como uma violência que fazemos às coisas, como uma prática que lhes impomos em todo caso;”. Portanto, todo discurso surte um efeito naqueles para o qual ele foi direcionado.

Patrick afirma no vídeo que não há nenhuma evidência de aumento do aquecimento global no século XXI. Porém, o Instituto Goddard de Estudos Espaciais da *National Aeronautics and Space Administration* ou Administração Nacional da Aeronáutica e Espaço (NASA), lançou um estudo em 2019 que prova que os últimos 5 anos foram os mais quentes já registrados¹⁵.

Ainda segundo o estudo, o aquecimento global é calculado por uma média do quanto a temperatura de todo o planeta subiu desde o início da Revolução Industrial, por volta de 1850, que basicamente foi a transição da produção artesanal para a produção através de máquinas¹⁶. Patrick segue o discurso e afirma que não há nenhuma relação entre emissão de gás carbônico com o aumento da temperatura do planeta. Porém esta informação também é desconstruída pela NASA.

O Acordo de Paris é um tratado mundial que tem como objetivo reduzir a emissão de gases que promovem o aquecimento global. O tratado foi assinado em 12 de Dezembro de 2015 por 195 países até o ano de 2017¹⁷. Assim sendo, a informação também é falsa. E por último, Foucault apresenta o princípio da exterioridade: “a partir do próprio discurso, de sua aparição e de sua regularidade, passar às suas condições externas de possibilidade, àquilo que dá lugar a série aleatória desses acontecimentos e fixa suas fronteiras”. Logo, agora não se busca mais analisar o núcleo daquele discurso, mas sim sua exterioridade. Ou seja, o seu significado exterior, aquilo que ele produz.

Desta forma, observamos os impactos que o discurso de Patrick Moore causa naqueles que o assistem. Ele segue afirmando que todas as informações que ele transmite são seguras, e que estão disponíveis para acesso. Patrick diz também que apesar disso, aquele que se dispôr a buscar estes conteúdos e assim como ele, passar a defender estas ideias, será chamado de “negacionista da mudança climática”. Segundo ele, este termo é usado com más intenções com o objetivo de invalidar seus argumentos. Ele finaliza defendendo que é “arrogante” tentar sugerir que podemos prever o tempo, o clima ou qualquer outra coisa daqui a 60 anos.

¹⁵ Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/galileu-e-o-clima/noticia/2019/02/nasa-revela-novas-e-preocupantes-evidencias-do-aquecimento-global.html>. Acesso em 20/08/20.

¹⁶ Disponível em: <https://www.sohistoria.com.br/resumos/revolucaoindustrial.php#:~:text=A%20Revolu%C3%A7%C3%A3o%20industrial%20foi%20um,com%20o%20uso%20das%20m%C3%A1quinas>. Acesso em 21/08/20.

¹⁷ Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/acordo-paris.htm>. Acesso em 20/08/20.

O argumento de que não é possível prever as mudanças climáticas também não é verdadeiro, uma vez que tenta invalidar o trabalho dos cientistas que é baseado em testes e comprovações. Então, o vídeo apresenta informações falsas, que já foram cientificamente refutadas. O ponto principal para causar alerta logo no início do vídeo sobre o conteúdo apresentado pelo Patrick Moore, é a legenda que afirma que ele é co-fundador do *Greenpeace*. Observa-se que o discurso negacionista das mudanças climáticas pregado por ele, não corresponde ao discurso de preservação do meio ambiente geralmente defendido por estas organizações que tem como função combater o impacto negativo da ação humana no planeta.

Por fim, dando continuidade ao princípio da exterioridade de Foucault, nota-se as consequências negativas deste tipo de conteúdo falso que circula pelas redes sociais, especificamente no *YouTube*. Com a circulação da desinformação, perdemos os esforços de uma parcela da população que poderia contribuir com ações em favor do meio ambiente, mas não o fazem porque não acreditam que seja necessário.

Em suma, um discurso baseado em informações falsas produz efeitos negativos na vida dos que se convencem de sua veracidade. Estes efeitos podem ir desde prejuízos menores até a morte de pessoas inocentes, como foi o caso da dona de casa Fabiane, de 33 anos de idade, que morreu a pauladas em São Paulo após boatos circularem no *Facebook* acusando a mulher de sequestrar crianças para praticar magia negra¹⁸.

Considerações finais

Desse modo, para explicar o que há nas entrelinhas do discurso do Patrick Moore, homem que aparece no vídeo do *YouTube* disseminando informações falsas, foi realizada análise do discurso com base nos princípios de Michel Foucault. Além do financiamento da desinformação no *YouTube* por parte de grandes e conhecidas empresas, nota-se que os esforços da plataforma para combater este tipo de conteúdo ainda são baixos.

O trabalho analisou apenas um dos diversos vídeos que espalham desinformação na rede social estudada, sugerindo um maior número de análises nas pesquisas posteriores. Porém abre espaço para novas discussões referentes ao papel das mídias

¹⁸Disponível em: <http://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2014/05/mulher-espancada-apos-boatos-em-rede-social-morre-em-guaruja-sp.html>. Acesso em 20/08/20.

digitais no combate à desinformação. Além disso, será que os esforços destas redes são suficientes? Por que estes conteúdos falsos ainda continuam circulando por estas plataformas? Existe alguma vantagem financeira para que as empresas mantenham estes conteúdos *online*?

Este artigo oferece a oportunidade para que demais pesquisadores possam investigar mais profundamente o trabalho que é feito pelo *YouTube*, *Facebook*, *Whatsapp*, *Instagram*, e outras redes sociais para combater as informações falsas, além de entender até que ponto elas estão realmente interessadas em fazer isso.

Referências

AGÊNCIA BRASIL. **Avaaz diz que YouTube promove desinformação sobre mudanças climáticas**. 2020. Disponível em:< <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-01/avaaz-diz-que-youtube-promove-desinformacao-sobre-mudancas-climaticas>> Acesso em 20 Julho 2020.

ALTHUSSER, LOUIS. **Aparelhos ideológicos do Estado**. Tradução de Walter José Evangelista e Maria Laura Viveiros de Castro. Rio de Janeiro: 6º edição. 1992.

AVAAZ. **Why is YouTube broadcasting climate misinformation to millions?** 2020. Disponível em: https://secure.avaaz.org/campaign/en/youtube_climate_misinformation/> Acesso em 20 Julho 2020.

BAHIA. Bolsonaro acusa imprensa de fake news e insinua: ‘Se negociar bilhões, acaba?’. 2020. Disponível em:< <https://bahia.ba/politica/bolsonaro-acusa-imprensa-de-fake-news-e-insinua-se-negociar-bilhoes-acaba/>> 20 Julho 2020.

BBC. **Como o termo “fake news” virou arma nos dois lados da batalha política mundial**. 2018. Disponível em:< <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-42779796>> Acesso em 20 Julho 2020.

D'ANCONA, Mathew. **Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news**. Barueri: Faro Editorial, 2018.

ESTADÃO. **As fake news sobre vacinas e a volta do sarampo**. 2019. Disponível em:< <https://educacao.estadao.com.br/blogs/estadao-na-escola/2019/10/15/as-fake-news-sobre-vacinas-e-a-volta-do-sarampo/>> Acesso em 20 Julho 2020.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. Aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. Tradução de Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Edições Loyola, 2012.

G1. **Google divulga faturamento do YouTube pela primeira vez**. 2020. Disponível em:< <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/02/03/google-divulga-faturamento-do-youtube-pela-primeira-vez.ghtml>> Acesso 20 de Julho 2020.

G1. **Mulher espancada após boatos em rede social morre em Guarujá-SP.** 2014. Disponível em:< <http://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2014/05/mulher-espancada-apos-boatos-em-rede-social-morre-em-guaruja-sp.html>> Acesso em 20 Julho 2020.

PIAUI. **O negacionismo no poder.** 2020. Disponível em:< <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/o-negacionismo-no-poder/>> Acesso em 22 Julho 2020.

REVISTA GALILEU. **NASA revela novas (e preocupantes) evidências do aquecimento global.** 2019. Disponível em:< <https://revistagalileu.globo.com/galileu-e-o-clima/noticia/2019/02/nasa-revela-novas-e-preocupantes-evidencias-do-aquecimento-global.html>> Acesso em 20 Julho 2020.

SALAVERRÍA, Ramón; BUSLÓN, Nataly; LÓPEZ-PAN, Fernando; LEÓN, Bienvenido; LÓPEZ-GOÑI, Ignacio; ERVITI, MARÍA- Carmen. 2020. **Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19.** El profesional de la información, v. 29, n. 3, e290315. Disponível em:<<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>> Acesso em 6 junho 2020.

SANTAELLA, Lucia. **A Pós-verdade é verdadeira ou falsa?** Barueri: Estação das Letras e Cores Editora, 2018. Livro eletrônico, não paginado.

SÓ HISTÓRIA. **Resumo: Revolução Industrial.** Disponível em< <https://www.sohistoria.com.br/resumos/revolucaoindustrial.php#:~:text=A%20Revolu%C3%A7%C3%A3o%20industrial%20foi%20um,com%20o%20uso%20das%20m%C3%A1quinas.>> Acesso em 20 Julho 2020.

TECMUNDO. **A história do YouTube, a maior plataforma de vídeos do mundo.** 2017. Disponível em:< <https://www.tecmundo.com.br/youtube/118500-historia-youtube-maior-plataforma-videos-do-mundo-video.htm#:~:text=O%20YouTube%20nasce%20oficialmente%20em,comprou%20o%20sistema%20de%20pagamentos.>> Acesso 20 Julho 2020.

TECMUNDO. **Quanto o YouTube paga por mil, 100 mil e 1 milhão de visualizações?**2020. Disponível em:< <https://www.tecmundo.com.br/mercado/152208-youtube-paga-mil-100-mil-1-milhao-visualizacoes.htm>> Acesso em 22 Julho 2020.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN. **Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making.** Council of Europe, 2017.

YOUTUBE. **O que não lhe contaram sobre a mudança climática.** 2015. Disponível em:< <https://www.youtube.com/watch?v=RkdbSxyXftc>> Acesso em 20 Julho 2020.