



XIX Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã

de 08 a 10 de outubro 2025
Universidade Federal do Tocantins

O BAIXO ALCANCE DOS VÍDEOS DO MST SOBRE A TRAGÉDIA DO RIO GRANDE DO SUL NO YOUTUBE¹

Autor: Marla Galdino Silva – Universidade Federal do Maranhão

RESUMO

Este trabalho analisa o baixo alcance dos vídeos do MST sobre a tragédia climática no Rio Grande do Sul, publicados em 2024 no *YouTube*. O objetivo é compreender como o algoritmo da plataforma influencia o engajamento desses conteúdos. A metodologia combina análise de métricas de visualização e observação qualitativa do funcionamento do algoritmo, com base em relatórios institucionais. Fundamenta-se em autores como Tufekci, Van Dijk e Bourdieu. Os resultados indicam uma invisibilização ativa dos conteúdos do MST frente à amplificação de discursos conspiratórios, evidenciando disputas simbólicas na plataforma.

PALAVRAS-CHAVE: Youtube; Vídeos; MST; Engajamento; Algoritmo.

1 INTRODUÇÃO

O *YouTube* consolidou-se como uma das principais plataformas de circulação de conteúdo audiovisual no Brasil, sendo amplamente utilizado para entretenimento, informação e ativismo. Apesar de sua aparência democrática e acessível, a plataforma opera sob uma lógica algorítmica voltada à maximização do tempo de permanência do usuário e à geração de receita publicitária (Van Dijk, 2008). Esse funcionamento influencia diretamente quais conteúdos ganham visibilidade e engajamento.

Neste cenário, movimentos sociais como o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) enfrentam dificuldades para disputar atenção na esfera digital. Em 2024, durante a tragédia climática no Rio Grande do Sul, o canal oficial do MST no *YouTube* publicou vídeos com foco na solidariedade, denúncia social e crítica política. Apesar da relevância do conteúdo, os vídeos alcançaram pouca audiência, especialmente quando comparados a vídeos sensacionalistas e desinformativos sobre o mesmo tema. Estudos sugerem que o crescimento

¹ Trabalho submetido ao GT3 – Redes Sociais e Ativismo Midiático da **XIX Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã 2025**, realizada de 08 a 10 de outubro de 2025, na Universidade Federal do Tocantins, Palmas-TO.

de usuários consumindo notícias extremistas pode estar ligado à lógica financeira das plataformas, que priorizam conteúdos inflamatórios para aumentar o tempo de engajamento e, consequentemente, a receita publicitária (Avaaz, 2020; Tufekci, 2018, 2019).

Este trabalho busca compreender como o algoritmo da plataforma impacta o alcance de conteúdos produzidos pelo MST, especialmente em situações de crise. Parte-se da hipótese de que a lógica do *YouTube* favorece conteúdos monetizados e emocionalmente apelativos, prejudicando iniciativas de comunicação popular. Ao investigar esse fenômeno, a pesquisa contribui para o debate sobre os limites da visibilidade algorítmica e as disputas simbólicas no ambiente digital.

2 METODOLOGIA

A pesquisa adotou abordagem qualitativa, com foco na análise de cinco vídeos publicados pelo canal oficial do MST no *YouTube* entre junho e julho de 2024, todos relacionados à tragédia climática no Rio Grande do Sul. Os vídeos foram selecionados com base na centralidade temática voltada à solidariedade e à denúncia social.

As métricas observam visualizações, tempo médio de exibição, data de publicação, elementos textuais como título e hashtags, e foram coletadas diretamente da interface da plataforma. Esses dados foram organizados em uma tabela comparativa para possibilitar análise do desempenho e visibilidade de cada vídeo. Complementarmente, foi realizada uma revisão de literatura sobre os mecanismos algorítmicos do *YouTube*, com base em relatórios de organizações como o NETLAB/UFRJ e autores que analisam criticamente o papel das plataformas digitais na mediação do discurso público. Também foram consultadas pesquisas sobre a relação entre visibilidade, monetização e radicalização algorítmica.

A análise considerou tanto os dados quantitativos extraídos da plataforma quanto uma leitura interpretativa do contexto informacional e político que atravessa a circulação de conteúdo nas redes. Essa combinação permitiu compreender como elementos técnicos e simbólicos contribuem para limitar ou potencializar a performance de vídeos no *Youtube*.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

A pesquisa fundamenta-se na compreensão de que plataformas digitais operam sob lógicas comerciais e políticas, mesmo quando se apresentam como espaços abertos à diversidade. Van Dijk (2008) destaca que a organização da visibilidade nos meios digitais tende

a reproduzir interesses das elites econômicas, restringindo a circulação de discursos contra-hegemônicos.

Zeynep Tufekci (2019) argumenta que os algoritmos de recomendação, como os do *YouTube*, privilegiam conteúdos capazes de provocar reações emocionais intensas, por manterem os usuários por mais tempo na plataforma. Essa lógica impulsiona vídeos radicais ou sensacionalistas enquanto conteúdos críticos ou informativos, ficam à margem.

Pierre Bourdieu (1989), ao discutir o poder simbólico e o discurso autorizado, contribui para refletir sobre os mecanismos de legitimação que operam também no ambiente digital. O algoritmo, nesse contexto, atua como instância de consagração, determinando o que será visto, legitimado e monetizado.

O estudo de Salles *et al.* (2023) sobre o documentário *Cortina de Fumaça do Brasil Paralelo* exemplifica como plataformas como o *YouTube* amplificam narrativas conspiratórias da extrema direita, alinhando-se à lógica comercial destacada por Van Dijk (2008) e Tufekci (2019).

Ao articular esses autores, é possível compreender como a estrutura algorítmica do *YouTube* afeta a circulação de narrativas, revelando um cenário de desigualdade em que a visibilidade não depende apenas do conteúdo, mas de sua compatibilidade com a lógica da plataforma.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dos cinco vídeos do MST analisados sobre a tragédia no RS, apenas um ultrapassou 12 mil visualizações; os outros ficaram abaixo de 1,5 mil. A baixa performance contrasta com a viralização de conteúdos sensacionalistas e desinformativos sobre o mesmo tema.

Dois fatores explicam a limitação: ausência de monetização (o canal não usa anúncios, reduzindo prioridade algorítmica) e linguagem política direta, sem apelo sensacional. Dados do NETLAB/UFRJ (2024) mostram que o *YouTube* impulsionou até conteúdos conspiratórios que violavam suas regras, privilegiando engajamento sobre qualidade.

O algoritmo age como um filtro ideológico: marginaliza produções críticas e favorece narrativas alarmistas, criando uma disputa desigual. A baixa visibilidade dos vídeos do MST reflete não falhas técnicas, mas uma exclusão sistêmica.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos vídeos do MST sobre a tragédia climática no Rio Grande do Sul revela que o *YouTube*, apesar de se apresentar como democrático, prioriza discursos comerciais e sensacionalistas. A pesquisa mostra que a falta de monetização, linguagem não apelativa e posicionamento crítico limitam a visibilidade desses vídeos, enquanto informações descontextualizadas ou conspiratórias ganham alcance, mesmo violando as regras da plataforma.

Como perspectiva, o estudo destaca a necessidade de movimentos sociais adotarem estratégias mais eficazes na produção digital, como otimização técnica (títulos, miniaturas e palavras-chave) sem perder a coerência política. Também reforça a importância de debater transparência algorítmica e o direito a uma comunicação plural. A disputa simbólica permanece um desafio central, exigindo compreensão das dinâmicas das plataformas e táticas críticas para enfrentar a hegemonia informacional digital.

REFERÊNCIAS

AVAAZ. **Por que o YouTube está compartilhando desinformação sobre mudanças climáticas?** Nova Iorque, 16 jan. 2020. Disponível em: https://secure.avaaz.org/campaign/po/-youtube_climate_misinformation/. Acesso em: 15 jul. 2025.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Tradução Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

VAN DIJK, Teun A. **Discurso e poder**. In: HOFFNAGEL, J.; FALCONE, K. (Org.). Estudos do discurso: perspectivas teóricas. São Paulo: Contexto, 2008. p. 113-140.

NETLAB. **Recomendação no YouTube: o caso Jovem Pan**. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 5 set. 2022. Disponível em: <https://netlab.eco.ufrj.br/>. Acesso em: 20 jul. 2025.

NETLAB. **Como o YouTube financia o negacionismo climático e a desinformação sobre o RS?** Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 3 jun. 2024. Disponível em: <https://netlab.eco.ufrj.br/post/o-youtube-financia-o-negacionismo-e-o-conspiracionismo-climatico>. Acesso em: 20 jul. 2025.

SALLES, Débora *et al.* **A cortina de fumaça da extrema direita: conspiração ambiental e guerras culturais no YouTube brasileiro**. Mídias Sociais + Sociedade, v. 9, n. 3, p. 1-22, set. 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/20563051231196876>. Acesso em: 5 jun. 2025.

TUFEKCI, Zeynep. **YouTube, o grande radicalizador**. The New York Times, Nova Iorque, 10 mar. 2018. Opinião. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2018/03/10/opinion/sunday/youtube-politics-radical.html>. Acesso em: 10 jul. 2025.

TUFEKCI, Zeynep. **O algoritmo de recomendação do YouTube tem um lado negro**. Scientific American Brasil, São Paulo, abr. 2019. Disponível em: <https://www.scientificamerican.com/article/o-algoritmo-do-youtube-tem-um-lado-negro/>. Acesso em: 1 jul. 2025.