

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL
PRODUÇÃO CULTURAL

GUILHERME MENEGUCI PESSANHA

YOUTUBE: O TERRITÓRIO DE DISPUTA ENTRE LGTBTS E BOLSONARISTAS

Niterói
2023

GUILHERME MENEGUCI PESSANHA

YOUTUBE: O TERRITÓRIO DE DISPUTA ENTRE LGTBTS E BOLSONARISTAS

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel.

Orientador: Profa. Dra. Flávia Lages de Castro

Niterói
2023

Ficha catalográfica automática - SDC/BCG
Gerada com informações fornecidas pelo autor

P475y Pessanha, Guilherme Meneguci
YOUTUBE: O TERRITÓRIO DE DISPUTA ENTRE LGTBs E BOLSONARISTAS
/ Guilherme Meneguci Pessanha. - 2023.
59 f.

Orientador: Flávia Lages de Castro.
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação)-Universidade
Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social,
Niterói, 2023.

1. YouTube (Recurso eletrônico). 2. Território. 3. Minorias
sexuais. 4. Produção intelectual. I. Castro, Flávia Lages
de, orientador. II. Universidade Federal Fluminense. Instituto
de Arte e Comunicação Social. III. Título.

CDD - XXX



COORDENAÇÃO DE
PRODUÇÃO CULTURAL



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL
COORDENAÇÃO DO CURSO DE PRODUÇÃO CULTURAL

ATA DA SESSÃO DE ARGUIÇÃO E DEFESA DE TRABALHO FINAL II

Ao **décimo quinto dia do mês de dezembro do ano de 2023**, às **catorze horas**, realizou-se de forma remota (online), em conformidade com resoluções do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão da Universidade Federal Fluminense - CEPEX/UFF no 637/2022 e 1.59/2022 - a sessão pública de arguição e defesa do Trabalho Final II intitulado **YOUTUBE: O TERRITÓRIO DE DISPUTA ENTRE LGBTS E BOLSONARISTAS**, apresentado por **Guilherme Meneguci Pessanha**, matrícula **420033005**, sob orientação do(a) **Dra. Flávia Lages de Castro**. A banca examinadora foi constituída pelos seguintes membros:

1º Membro (Orientador(a)/Presidente): **Dra. Flávia Lages de Castro**

2º Membro: **Dra. Marina Bay Frydberg**

3º Membro: **Dr. Mário Ferreira de Pragmácio Telles**

Após a apresentação do(a) candidato(a), a banca examinadora passou à arguição pública. O(a) discente foi considerado(a):



Aprovado



Reprovado

Com nota final após arguição: 10.0

E para constar do respectivo processo a coordenação de curso elaborou a presente ata que vai assinada pelo presidente da banca:

Presidente da Banca

"A Cultura tem que ser ordinária, ela deve estar na Cesta Básica da população".

(Eulícia Esteves - Funarte)

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso pretende abordar a evolução da internet no Brasil, desde a fase inicial de acesso via IP discado até a democratização promovida pelo projeto da Rede Nacional de Pesquisa, passando pelos períodos da Web 1.0 à Web 3.0 com inteligência artificial, destacando o papel crucial das redes sociais, especialmente o YouTube, no cenário atual, com questionamentos sobre seu viés político e influência na formação de audiência. A utilização dos conceitos como capital social, campo, economia da atenção e capitalismo de vigilância, pânico moral relacionado a questões de gênero e sexualidade. Por fim, fazer uma análise quantitativa, utilizando estatísticas para compreender aspectos como seguidores, viralização e capital econômico de canais, e uma análise qualitativa do conteúdo de um canal LGBT e um canal Bolsonaristas, explorando a competição pelo mesmo território digital.

Palavras-chave: YouTube Território LGBT Bolsonarismo

ABSTRACT

This study, which concludes the course, aims to address the evolution of the internet in Brazil, from the initial phase of dial-up access to the democratization promoted by the National Research Network project, spanning from the Web 1.0 to Web 3.0 with artificial intelligence. It highlights the crucial role of social networks, especially YouTube, in the current scenario, raising questions about their political bias and influence on audience formation. The study incorporates concepts such as social capital, field, attention economy, and surveillance capitalism, along with moral panic related to gender and sexuality issues. Lastly, a quantitative analysis employing statistics is conducted to comprehend aspects such as followers, virality, and economic capital of channels, coupled with a qualitative analysis of content from one LGBT channel and one Bolsonaro-supporting channel, exploring the competition within the same digital territory.

Keywords: YouTube Territory LGBT Bolsonarism

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1-Curtidas e descurtidas.....	20
Figura 2 - Comentários	20
Figura 3-Inscrição e compartilhamento do canal	21
Figura 4 - Métricas de Desempenho.....	38
Figura 5-Canal Tempero Drag	38
Figura 6-Canal Folha Política.Org	39
Figura 7-Canal Te Atualizei	39
Figura 8-Rank de Classificação Tempero Drag	41
Figura 9-Rank de Classificação Põe na Roda	41
Figura 10-Rank de Classificação Folha Política.Org	41
Figura 11-Rank de Classificação Te Atualizei	42
Figura 12-Conservadorismo e Internet	46
Figura 13-Brasil não Possui Canais Conservadores	46
Figura 14-Favoritismo da Imprensa	47
Figura 15-Depoimento Gabriela Ritter	47
Figura 16-Pai Preso na Papuda.....	48
Figura 17-Protestos	49
Figura 18-Motociata.....	49
Figura 19-Invasão à Sede do Governo	50
Figura 20-Passeata Pacífica.....	50
Figura 21-Guerra Cultural	51
Figura 22-Retórica do Ódio.....	51
Figura 23-Crenças em Olavo de Carvalho.....	52

LISTA DE QUADROS

Tabela 1-Métricas de Desempenho	38
Tabela 2-Métricas de Classificação	40

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	O COMEÇO	14
2.1	O ACÚMULO.....	16
2.2	A REDE SOCIAL.....	18
2.3	A ATENÇÃO, A ECONOMIA E O CAPITALISMO.....	21
3	O GÊNERO, A IDEOLOGIA E O PÂNICO.....	26
4	OS DADOS	32
4.1	AS MÉTRICAS.....	37
5	O CONTEÚDO.....	42
5.1	A ANÁLISE “CONSERVADORA”	45
5.2	A ANÁLISE “PROGRESSISTA”	51
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	56

1 INTRODUÇÃO

Em meados de 1995, surge uma nova forma de acessar a internet no Brasil a partir da modalidade de IP (do inglês “Internet Protocol”) discado. Porém, anos antes, a internet era usada apenas por instituições de pesquisa. Financiado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), inicia-se um projeto intitulado de Rede Nacional de Pesquisa, que possuía o objetivo de disseminar o uso de redes no país, liderado e monitorado pela Rede Nacional de Pesquisa (RNP), criada pelo Ministério da Ciência e Tecnologia, conectando as principais instituições de pesquisa e universidades em São Paulo e no Rio de Janeiro. O projeto interligava as redes locais, sendo possível a comunicação entre os departamentos, posteriormente se espalhando rapidamente para outras instituições de ensino superior.

Em um contexto global, as operadoras de telecomunicação passaram a fazer pressão com o objetivo de tornar a internet um negócio altamente rentável. A Embratel (Empresa Brasileira de Telecomunicação) levou um tempo considerável para compreender que a internet difere fundamentalmente da telefonia, uma vez que é uma rede descentralizada que oferece várias rotas de conexão. Um evento marcante que moldou o curso da internet global foi quando o provedor AOL introduziu uma nova maneira para os usuários aproveitarem essa rede interconectada. Eles anunciaram que os usuários navegariam na internet e não mais surfariam, o que resultou em uma transformação substancial na estrutura da web e garantiu maior liberdade de exploração da rede para o público.

Podemos separar a internet em períodos, caracterizadas pelas condições tecnológicas da época e o comportamento de seus usuários. A primeira foi a WEB 1.0 responsável pelo processo de democratização, oferecendo a oportunidade de acessar conteúdo do mundo todo, foi a famosa internet discada, aquela que era usada após a meia noite, pois era de graça ou possuía tarifa mais barata, que tinha um som bem característico, e que se alguém ligasse para sua residência a conexão era interrompida. A navegação possuía pouquíssima interação entre o visitante e o conteúdo de uma página. Logo em seguida, a Web 2.0 garantiu logo o processo de produção de conteúdo, surgia aí os blogs, Youtube, redes sociais (Orkut) e, não

podemos deixar passar despercebido, o famoso bate-papo Uol. Por fim, chegamos na Web 3.0, que reúne as virtudes das suas antecessoras adicionando uma boa colher de sopa de inteligência artificial. As máquinas passam a ser “aliadas” dos usuários, tanto na produção de conteúdo, quanto na experiência online. Porém, sofremos um grande revés com as BigTechs, no quesito machine learning e o cruzamento de dados, esses dois processos fazem com que a web não apenas gere e armazene informações, mas faz com que interprete e faça sugestões baseadas no grande número informações colhidas com o discurso de uma experiência de usuário personalizada e interativa.

Atualmente, as redes sociais têm se tornado um tema central em diversas áreas de pesquisa acadêmica. Isso se deve à maneira como as pessoas as utilizam, à forma como elas influenciam as interações sociais e às implicações que têm nas esferas política e econômica, uma vez que estão cada vez mais interligadas com os produtos digitais. Nesse contexto, é importante ressaltar o papel significativo do YouTube, uma plataforma amplamente adotada, que tem ganhado ainda mais relevância, especialmente com o aumento do poder político da extrema direita em todo o mundo. A plataforma possui duas formas de operar, a primeira é atraindo a atenção para o conteúdo dos influenciadores, em contrapartida ela oferece uma “comissão” nas vendas de anúncio, durante a exibição do conteúdo. Já a segunda, é a disponibilização “perfeita” para compartilhamento de conteúdo publicitário para grandes organizações. Quem nunca pulou o anúncio depois dos 3 segundos, na versão gratuita?

A decisão de utilizar o Youtube como objeto de pesquisa, veio a partir de questionamentos como: o Youtube é uma rede social? O Youtube entrega de forma igualitária o conteúdo de influenciadores LGBT e não LGBT? O conteúdo da direita e extrema direita viraliza mais? O Youtube possui um discurso de neutralidade, será que ele é realmente neutro, ou se posiciona como se fosse? O Youtube possui um viés político? O Youtube tem interesse em mediar o conteúdo disponibilizado na sua plataforma, ou independente do conteúdo seu lucro é mais importante? O importante é o lucro, e menos do que se fala? Como o Youtube utiliza o algoritmo e o comportamento humano para capturar a atenção? A economia da atenção é realmente lucrativa? Os influenciadores realmente conquistam um capital social na formação de sua audiência? Como os algoritmos exercem uma importante função de

selecionar qual conteúdo é relevante para o usuário? Esses são alguns questionamentos que foram surgindo ao pensar sobre o tema, o que não necessariamente serão respondidos neste trabalho. Foram perguntas norteadoras, inquietações para dar um caminho.

No primeiro capítulo deste trabalho, faremos uma análise geral do tema, abordaremos os principais conceitos como Capital Social a partir da formação de audiência e estatísticas que envolvem os canais de produtores de conteúdo LGBT e Bolsonaristas; o conceito de campo como um espaço estruturado de posições onde dominantes e dominados lutam pela manutenção e pela obtenção de determinados postos. Os campos dão suporte nas relações entre indivíduos, grupos e instituições que lutam pela sua hegemonia, ou seja, monopólio da autoridade que concede o poder de ditar as regras e repartir um capital específico; economia da atenção a partir da extrema importância as plataformas de streaming e redes sociais capturar e mobilizar a atenção de seus usuários para que eles passem o maior tempo possível conectados em suas plataformas. Uma vez que, quanto mais tempo eles passam engajados, maior será a produção, coleta e armazenamento de dados, melhorando os mecanismos de algoritmo, aumentando a receita; capitalismo de vigilância que mostra que a Big Data é um componente fundamental de uma nova lógica capitalista de acumulação, é uma nova forma que procura prever e modificar o comportamento humano como fonte de receita e controle de mercado.

No segundo capítulo, vamos aprofundar nossa análise no conceito de pânico moral, com foco nas questões de gênero e sexualidade das minorias. Esses grupos tornaram-se alvos frequentes de discursos de ódio, que disseminam desinformação acerca das políticas públicas destinadas a essa parcela da população. Além disso, exploraremos o fenômeno da “ideologia de gênero” e seu combate aos papéis estereotipados. Nesse contexto, é crucial abordar expressões como "mamadeira de piroca" e "kit gay", que, embora muitas vezes utilizadas de forma pejorativa, fazem parte desses discursos simplificados provenientes da direita e extrema-direita, contribuindo para a propagação de ideias prejudiciais.

No terceiro capítulo, realizaremos uma análise mais voltada para dados quantitativos. Esses dados serão obtidos a partir de estatísticas disponíveis na internet, que, por sua vez, serão respaldadas por pesquisas e instituições de renome. Através desses números, buscaremos compreender diversos aspectos, como o

número de seguidores de um canal, quais conteúdos tiveram maior viralização ou visualizações, quantos seguidores foram conquistados após a publicação de um vídeo, e a quantia de capital econômico gerada pelo canal por meio do seu conteúdo. As análises serão realizadas a nível Brasil e, como complemento, traremos dados gerais relativo à demanda global.

Por fim, no último capítulo, examinaremos o conteúdo de um canal relacionado à comunidade LGBT e outro associado a posições bolsonaristas, com o objetivo de entender como ambos competem pelo mesmo espaço e público.

2 O COMEÇO

O YouTube teve sua origem em 2005, fundado por ex-funcionários da PayPal, uma plataforma de pagamentos digitais de código aberto. Sua missão era superar os desafios técnicos que antes limitavam o compartilhamento de vídeos na internet. Com uma interface fácil de usar e intuitiva, o YouTube permitiu que os usuários fizessem upload, publicassem e assistissem a vídeos em streaming, sem a necessidade de um profundo conhecimento técnico, dentro das limitações tecnológicas da época.

Ao longo de sua evolução e atualizações, a plataforma foi incorporando funcionalidades fundamentais, como a capacidade de conectar-se com outros usuários, a geração de URLs e códigos HTML para facilitar a incorporação de vídeos em outros sites, sem a imposição de limites rígidos quanto ao número de vídeos que os usuários poderiam compartilhar online. A única restrição era a duração dos vídeos, sendo semelhante a outros sites de compartilhamento de vídeos daquela época. Gradualmente, o YouTube conquistou seu público e influenciou a maneira como as pessoas consomem mídia, compartilham informações e desenvolvem seu pensamento crítico.

O grande sucesso veio em 2006, quando o grupo Google compra o Youtube por 1,65 bilhão de dólares. Com o passar dos anos a plataforma foi ganhando cada vez mais popularidade. A mudança no conceito do slogan de Your Digital Video Repository, para Broadcast yourself, nos leva a perceber uma mudança de conceito de uma plataforma que apenas hospedava vídeos, para uma plataforma destinada a

produção de conteúdo pessoal. Vale ressaltar que, apesar do Youtube ser uma empresa de mídia, ela não é produtora de conteúdo, ela bebe na fonte das pessoas que produzem conteúdo para ela. E assim, é produzido diariamente pelos usuários novas formas de valores culturais, econômicos e sociais, levando a uma falsa sensação de empreendedorismo, seja dono do seu próprio negócio, produzindo conteúdo incansavelmente para obter a monetização.

Com o tempo, o YouTube estabeleceu-se como uma plataforma digital dominante. Nossa análise se concentrará em como essa plataforma se transformou em um verdadeiro "território" onde diversos conteúdos são produzidos e consumidos. A plataforma abriu espaço para grupos minoritários que anteriormente não tinham voz na grande mídia, notadamente a comunidade LGBTQIAP+ e a extrema direita. Esse fenômeno se intensificou após as eleições de 2018, quando Jair Messias Bolsonaro foi eleito Presidente do Brasil. O YouTube se tornou um meio para a disseminação de conteúdo agressivo, notícias falsas e discurso de ódio direcionados a esses grupos.

Diante desse cenário, surgiram mais canais LGBT, preenchendo uma lacuna de conteúdo e público que antes era negligenciada. Canais que originalmente ofereciam tutoriais de maquiagem "drag" expandiram seu escopo para abordar questões comportamentais, diversidade, cultura pop, identidade de gênero e política. Essa conquista de espaço despertou a atenção de conservadores, resultando em ataques daqueles que se consideram defensores da família tradicional brasileira.

Enxergo o YouTube como um gigante da tecnologia preocupada com o lucro, cujas ações não diferem muito das grandes empresas petrolíferas, por exemplo, uma vez que seu foco está, não no que é dito, mas no que as pessoas consomem, gerando cada vez mais capital.

2.1 O ACÚMULO

Em nossa sociedade, os indivíduos absorvem e internalizam estruturas sociais que influenciam sua forma de agir e pensar de maneira uniforme. Um exemplo notório desse processo é a instituição escolar, que desempenha um papel crucial na assimilação e perpetuação dessas estruturas sociais. Na escola, convivem crianças, jovens e adultos provenientes de diversas origens sociais, etnias, crenças religiosas e orientações sexuais, e é nesse ambiente que se replicam as dinâmicas observadas na sociedade em geral.

A escola emprega métodos que permitem um controle rigoroso sobre o corpo dos cidadãos por meio da regulação do tempo, espaço, movimentos, gestos e atitudes, tudo com o objetivo de moldar indivíduos submissos, disciplinados e dóceis. Isso é feito com a intenção de estabelecer relações de obediência e utilidade. Na escola, a observação, o escrutínio minucioso e a documentação detalhada dos alunos funcionam como meios de controle e dominação, constituindo um método para registrar individualidades. A criação desse campo documentário permitiu a inserção do indivíduo no domínio do conhecimento, desencadeando, conseqüentemente, uma forma inédita de poder sobre os corpos.

A estrutura social está continuamente sujeita a conflitos e não são inerentemente justa ou igualitária. Isso significa que o poder em um campo específico é socialmente construído, beneficiando aqueles que detêm mais influência nesse contexto. Nesse cenário, os sistemas simbólicos desempenham um papel político essencial, já que as relações de poder dependem da acumulação de poder material ou simbólico por parte dos agentes ou instituições envolvidos.

Os sistemas simbólicos, enquanto ferramentas que modelam e são moldados pelo conhecimento, desempenham um papel fundamental na imposição ou legitimação das relações de dominação, que garantem a supremacia de uma classe sobre outra. Diferentes classes sociais estão envolvidas em uma luta simbólica para estabelecer um contexto social mais alinhado com seus interesses, influenciando o campo das posições ideológicas.

Para entendermos como o sistema simbólico é disputado, precisamos conhecer o conceito de Campo. Para Bourdieu, Campo é o espaço simbólico, no qual, o confronto legitima as representações, ou seja, a sociedade passa estar dividida em espaços de disputa por aquilo que a gente entende por: política, filosofia, arte, economia, ciência, religião e outros. Ele acredita que, quanto mais autonomia um campo possui, quanto menos influência de outros campos ele tenha, mais poder de influência ele possui, pois os campos também disputam entre si, e cada campo possui a sua própria regra.

Nesse contexto, os criadores de conteúdo no YouTube se envolvem, também, em uma constante disputa de capital: o capital intelectual, adquirido através do domínio de conhecimentos específicos legitimados pela academia, ciência, jornalismo. Já o capital econômico, é gerado a partir da quantidade de visualizações de seus vídeos e/ou pelo patrocínio de grandes marcas, empresas ou grupos dos mais diferentes ramos, o agronegócio, políticos, entre outros.

Quando nos referimos a canais LGBT temos, além dos conhecimentos citados anteriormente, temos aqueles relacionados ao próprio mundo LGBT, que vai desde tutorial de maquiagem, saúde sexual, relacionamento, “letramento identidade” e aceitação. Já nos canais de extrema direita, conteúdos relacionados a temas como escola sem partido, kitgay, desqualificação da ciência e da política, movimento antivacina, armamento da população, censura e outros assuntos, sem qualquer comprovação e embasamento científico, bastando apenas a aprovação dos seus pares, aqueles que consomem seu conteúdo.

A legitimidade do YouTube como uma plataforma pode ser compreendida de maneira ampla, considerando sua utilidade e sua integração como parte essencial da cultura pública. No entanto, quando aplicamos a perspectiva de Bourdieu, a acumulação de capital só ocorre de forma mais convencional. Isso acontece, por exemplo, em situações como debates políticos em canais jornalísticos, como a cobertura das eleições presidenciais brasileiras de 2022 pela CNN, ou quando diversas instituições de ensino utilizam a plataforma para disponibilizar conteúdo educacional, como aulas e palestras, ou ainda, produtores de conteúdo como o Dr Drauzio Varela e Rita Von Hunty, produzem seus materiais relacionados ao seu campo de ação.

Em última análise, o YouTube está em constante evolução, atuando como uma estrutura para aqueles que produzem significados e símbolos. Ele desempenha o papel de intermediário para diversos discursos e ideologias voltados para os usuários, o que pode conferir legitimidade a diversos debates. No entanto, essa abertura também pode resultar em equívocos, contribuindo para a criação de uma cultura de alienação e disseminação de informações incorretas (fake News)

2.2 A REDE SOCIAL

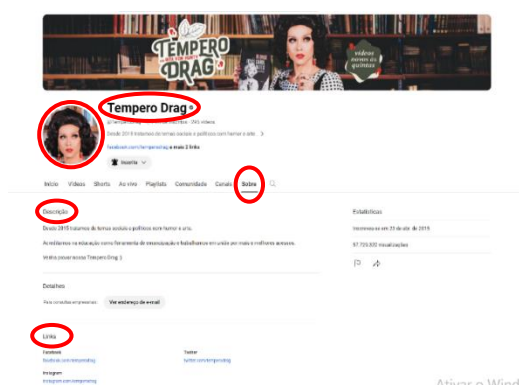
Neste momento tangenciaremos nosso olhar para entender que o Youtube vai além da criação de conteúdo, para uma pequena quantidade de usuários, ele também é uma rede social (BURGESS e GREEN, 2009). Definiremos o que são redes sociais e suas características e como isso se aplica ao Youtube, será que a plataforma é uma rede social, também?

Ao longo dos anos tivemos uma gama de redes sociais a nossa disposição, Fotolog, LinkedIn, MySpace, Orkut, Flickr, Facebook (apenas em Harvard), Youtube, Instagram, Snapchat, Tiktok, Grindr, Tinder, Hornet, Onlyfans entre outros. A definição de rede social está vinculada a serviços online que possibilitam que as pessoas criem um perfil público ou semipúblico dentro de um sistema restrito. Isso inclui a capacidade de estabelecer conexões com outros usuários e interagir com as listas de conexões desses usuários, compartilhando informações e se conectando. O que faz os sites de rede social ser único é a liberdade de articulação do usuário de se tornar visível suas redes sociais, resultando em conexões e interações entre indivíduos que não fariam fora da vida virtual, criando laços que não se teria no offline (BOYD,2007). Uma outra definição está relacionada a representações. As redes sociais são constituídas de representações dos atores sociais e de suas conexões, sendo individuais e personalizadas. As conexões são os elementos que dão suporte a estrutura e as representações formam as redes sociais, podendo ser dos mais variados tipos, construídas pelos atores através da interação, e mantidas pelo sistema online (RECUERO, 2009).

Ao se cadastrar em uma plataforma de rede social, é pedido ao usuário que responda a uma variedade de perguntas. O perfil do usuário é gerado usando a resposta dessas perguntas, que incluem idade, interesses, localização, sobre mim/bio, foto de perfil, muitas vezes até orientação sexual, preferência sexual e posição sexual, em redes sociais de relacionamento. A visibilidade de um perfil, varia de aplicativo para aplicativo, além de estar relacionado com a descrição do usuário. Muitas redes sociais restringem o que pode ser visto pelo usuário, se a conta realizada na plataforma é básica ou premium, dessa forma, mais recursos são liberados, como é o caso do LinkedIn, Grindr, Telegram e outros. Depois de tudo criado, pronto para usar, os usuários precisam identificar outras pessoas no sistema com quem tem relacionamento, criando rótulos diferentes para cada tipo de relação, podendo ser “amigos”, “contatos”, “conexões” e “seguidores” (BOYD,2007).

Analisaremos o Youtube como uma rede social, a partir das definições e características mencionadas anteriormente. O primeiro ponto que destacarei é o perfil de usuário, todo cadastro na plataforma possui um perfil pessoal ou institucional, no qual podem compartilhar informações sobre si e personalizar suas páginas. Ele contém uma foto de perfil, um nome, uma breve descrição e links para outras redes sociais.

Figura 1 — Perfil do canal



Fonte: <https://www.youtube.com/@TemperoDrag>

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

Outro ponto é a interação social, a audiência pode interagir com vídeos e criadores dando curtidas e descurtidas e comentário nos vídeos, seguido de uma seção de comentários que os seguidores ou usuários discutem o conteúdo, expressam opiniões e fazem comentários, positivos ou negativos (haters).

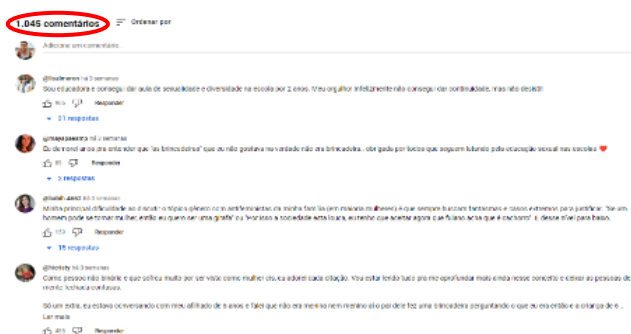
Figura 1-Curtidas e descurtidas



Fonte: <https://www.youtube.com/@TemperoDrag>

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

Figura 2 - Comentários



Fonte: <https://www.youtube.com/@TemperoDrag>

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

No último ponto, temos a inscrição de seguidores; os usuários podem se inscrever em canais, o que os torna seguidores desse canal, recebendo notificações sobre novos vídeos. Quando um canal publica um novo vídeo ou faz uma transmissão ao vivo, o seguidor recebe uma notificação via e-mail, ou recebe uma notificação no celular informando sobre o novo conteúdo. Além disso, ainda é possível compartilhar o vídeo em outras redes sociais.

Figura 3-Inscrição e compartilhamento do canal



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=uySYzAnqYvvc&t=1s>

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

Por fim, existem diversos tipos de redes sociais, permitindo que vários grupos sociais estejam permanentemente conectados. Alguns sites são projetados com categorias específicas como orientação sexual, religião, política, até mesmo para pets e encontros casuais. O objetivo das companhias por trás das redes sociais é atrair cada vez mais usuário, projetam seus aplicativos/sites de forma acessível, intuitiva e dinâmica, mas não é difícil encontrarmos grupos usando-as para segregar, cometer crimes raciais, religiosos, até mesmo crimes cibernéticos, muitos usuários utilizam-se da “invisibilidade” para praticar cyberbullying e outros tipos de prejuízos para outros usuários.

2.3 A ATENÇÃO, A ECONOMIA E O CAPITALISMO.

Neste momento, iniciarei o tema a partir de uma definição antropológica de consumo, sob a perspectiva de Mary Douglas.

Uma fronteira pode ser traçada por uma ideia essencial à teoria econômica: isto é, a de que o consumo não é imposto; a escolha de consumir é sua escolha livre. Ele pode ser irracional, supersticioso, tradicionalista ou experimental; a essência do conceito de consumidor individual do economista é que ele exerce uma escolha soberana. Outra fronteira pode ser traçada pela ideia, central para a contabilidade nacional, de que o consumo começa onde termina o mercado. O que acontece aos objetos materiais quando deixam o posto varejista e passam para as mãos dos consumidores finais é parte do processo de consumo (DOUGLAS, 2006).

Para Canclini, o consumo desempenha o papel de um espaço onde ocorre a diferenciação e a distinção entre classes e grupos sociais. Isso acontece porque os aspectos simbólicos e estéticos do ato de consumir levam à criação de sinais de status e às formas de comunicá-los. Muitas interações sociais são moldadas pela competição em torno da apropriação dos meios de distinção simbólica, mais do que pelos meios de produção em si. A lógica que guia a aquisição de bens como objetos de distinção não se baseia na mera satisfação de possuí-los, mas sim na ideia de que esses bens são escassos e na impossibilidade de que outros também os possuam.

Consumimos bens e serviços como uma maneira de nos comunicarmos com o mundo, e o ato de consumir desempenha um papel importante na construção de nossa identidade. Isso ocorre à medida que revelamos quem somos, nossas preferências e a que grupos pertencemos por meio das escolhas de consumo (CANCLINI, 2005). Quando assistimos a vídeos no YouTube, ou seja, quando consumimos cultura, ampliamos ainda mais a forma como comunicamos nossa identidade, gostos e, crucialmente, a que grupos não pertencemos.

Os vídeos no YouTube são projetados com um determinado público-alvo em mente, mas esses conteúdos são apropriados pelos espectadores de maneiras diversas, mesmo que não tenham sido originalmente planejados para tal uso. No contexto do consumo, esses vídeos são criados para comunicação e, portanto, devem ser facilmente compreensíveis para seu público e atrair uma ampla audiência. A percepção do vídeo como positivo ou negativo pode variar dependendo da posição social de onde ele foi produzido e por quem ele foi produzido. Alguns canais têm mais recursos econômicos à disposição do que outros, e, frequentemente, capital externo é investido para aumentar sua visibilidade e relevância (capital econômico), outros possuem notoriedade no assunto, pois estão chancelados por alguma instituição que possui legitimação no campo do saber (capital cultural), e outros que possuem milhões de seguidores, com vídeos visualizados milhões de vezes, compartilhado pelos mais diversos canais e redes sociais (capital social).

Para prosperar na lógica da acumulação de capital, que é diferente de um produto físico aguardando ser comprado em uma prateleira, o YouTube e outros produtos digitais precisam capturar e manter a atenção dos usuários em suas plataformas pelo máximo de tempo possível. Isso ocorre porque a produção e coleta de dados aumentam à medida que os usuários permanecem engajados por mais

tempo. Esse modelo de negócio se baseia em big data e no uso de algoritmos para classificar, segmentar e reconhecer padrões de comportamento individual, com o objetivo de prever e modificar o comportamento humano, a fim de proporcionar uma experiência mais personalizada ao usuário. Esse novo modo de operação é chamado de "economia da atenção" e envolve a utilização de estratégias para influenciar e persuadir o comportamento humano (BENTES, 2019). Portanto, a capacidade de prever, influenciar e guiar o comportamento humano por meio da gestão de algoritmos está intrinsecamente ligada à competência de capturar, mobilizar e direcionar a atenção dos usuários.

Ouvimos a todo momento sobre o algoritmo, que ele sugere algo, que ele produz dados, mas o que eles são? onde vivem? onde comem? o que fazem? Algoritmo não são softwares, são procedimentos codificados que, com base em cálculos específicos, transformam dados em resultados específicos, ou seja, podemos fazer uma analogia com a álgebra linear da matemática, que serve para calcular ou prever o movimento de um corpo celeste (GILLESPIE, 2018). Algoritmo é uma sequência de regras ou instruções voltadas para execução automatizada de uma tarefa, são elementos fundamentais na elaboração de técnicas e estratégias para agir sobre o comportamento humano enquanto estão em execução (BENTES, 2019).

Vou dar destaque ao algoritmo de recomendação, que desempenha um papel crucial na identificação de nossas preferências em comparação com outros usuários. Ele estabelece parâmetros para gerenciar nossas interações em sites de redes sociais, priorizando as atualizações de amigos com quem interagimos mais e relegando as atualizações daqueles com quem temos interações menos frequentes. Essa mesma lógica se aplica ao YouTube, onde a repetição de visualizações de vídeos sobre um tópico específico resulta em uma série de recomendações relacionadas a esse tema na página inicial do site ou aplicativo. Mesmo se assistirmos apenas uma vez a um vídeo que o algoritmo considera altamente relevante devido à sua popularidade entre outros usuários, isso desencadeará uma enxurrada de sugestões de vídeos semelhantes.

Para ilustrar esse ponto, usaremos como artifício um vídeo com conteúdo enganoso ou notícias falsas da esfera política de direita ou extrema direita. Embora esse conteúdo seja de um nicho específico, ele teve uma ampla circulação durante as eleições de 2018. Uma vez que esse vídeo seja acessado e compartilhado por um

grupo de pessoas reais e até mesmo por robôs, o algoritmo interpreta isso como altamente relevante. Ao fazermos um único acesso a esse tipo de conteúdo, ou seja, se visualizarmos apenas um vídeo, sinaliza para o algoritmo que esse conteúdo é do interesse do usuário, mesmo que não o seja necessariamente. Como resultado, o algoritmo passa a sugerir uma série de vídeos relacionados a esse conteúdo. Isso exemplifica uma das implicações específicas do uso de algoritmos para selecionar o que é mais relevante com base em um corpo de dados composto pela trilha de nossas atividades e preferências.

Os algoritmos de relevância pública, estão - através dos mesmos procedimentos matemáticos - produzindo e certificando conhecimento. A avaliação algorítmica da informação, assim, representa uma lógica de conhecimento particular baseada em suposições específicas sobre o que é o conhecimento e como alguém deveria identificar seus componentes mais relevantes. O fato de estarmos recorrendo a algoritmos para identificar o que precisamos saber é tão marcante quanto termos recorrido aos especialistas credenciados, ao método científico, ao senso comum ou à palavra de Deus (GILLESPIE, 2018).

O algoritmo é a principal ferramenta na captação de informações, que irá alimentar o banco de dados dos servidores de empresas, que está disponível na rede mundial de computadores, podendo ser acessado remotamente de qualquer lugar do mundo, esse banco de dados é chamado de "Big Data". Ele representa o elemento essencial de uma nova forma de acumulação chamada "Capitalismo de Vigilância". Esse modelo de capitalismo na era da informação tem como objetivo antecipar e influenciar o comportamento humano como um meio de gerar lucros e exercer controle sobre o mercado (ZUBOFF, 2015). Seu sucesso acontece a partir da comercialização do conhecimento gerado dos comportamentos futuros e da possibilidade de agir em tempo real.

O conhecimento resultante pode ser aplicado de inúmeras maneiras. Gillespie nos adverte a prestar atenção especial à introdução de algoritmos nas práticas do conhecimento humano, levando a possibilidade de ter ramificações política, pois isso pode ter implicações políticas significativas. Ele se refere a essa dinâmica como "algoritmos de relevância pública", que abrange seis dimensões distintas.

A primeira dimensão é o "padrão de inclusão", que se concentra nas escolhas subjacentes que determinam o que é indexado e, conseqüentemente, o que é excluído. Isso envolve a preparação dos dados para o algoritmo. A segunda dimensão é o "ciclo de antecipação", que se refere aos esforços dos provedores de algoritmos

em compreender profundamente seus usuários e prever seus comportamentos, bem como a importância das conclusões que eles alcançam. A terceira dimensão é a "avaliação de relevância", que se concentra nos critérios usados pelos algoritmos para determinar o que é relevante, como esses critérios são mantidos em segredo e como escolhas políticas são implementadas em relação ao conhecimento considerado apropriado e legítimo. A quarta dimensão é a "promessa da objetividade algorítmica", que explora como o caráter técnico dos algoritmos é usado para alegar imparcialidade, bem como como essa alegação é mantida diante de controvérsias. A quinta dimensão é o "entrelaçamento da prática", que considera como os usuários reestruturam suas ações para se ajustar aos algoritmos em que dependem e como o algoritmo se torna um espaço de disputa política. Por fim, a sexta dimensão aborda a "produção de públicos calculados", focando na forma como a apresentação algorítmica dos públicos influencia a autopercepção desses públicos e quem está em melhor posição para se beneficiar desse conhecimento (GILLESPIE, 2018).

Qualquer organização que deseje se beneficiar desses seis pontos deve ser cuidadosa ao analisá-los. É importante reconhecer que existe a tentação de interpretá-los de forma equivocada ao tentar fornecer informações relevantes sobre como os algoritmos afetam o discurso público. É fundamental compreender que, embora a tecnologia desempenhe um papel importante, ela é moldada por escolhas feitas por seres humanos e instituições.

Além disso, é vital considerar que os algoritmos dependem da interação com um banco de dados específico para funcionar efetivamente. Portanto, devemos sempre levar em conta os bancos de dados com os quais os algoritmos estão conectados. Muitas vezes, os criadores do banco de dados e os provedores do algoritmo são as mesmas pessoas ou entidades, o que significa que esses sistemas refletem a estrutura política e social das pessoas que os controlam. Geralmente, isso implica uma perspectiva influenciada pelo pensamento de homens brancos, cisgêneros, que perpetuam estruturas patriarcais e preconceitos sociais em todas as suas formas.

Toda essa análise do algoritmo visa entender a economia da atenção. No contexto do capitalismo de vigilância, a atenção dos usuários é traduzida pelo algoritmo em dados valiosos para as Big Techs. Quanto mais atenção seus serviços

atraem, mais dados são acumulados sobre aqueles que estão prestando atenção. Essa lógica de acumulação se mescla e integra em uma nova economia da atenção.

Através do uso da inteligência artificial para processar com mais efetividade e menos margem de erro os dados coletados pelo algoritmo, a atenção se torna uma moeda valiosa tanto para empresas quanto para indivíduos. Esse novo modelo econômico, alinhado com os meios de comunicação e informações atuais, oferece ao mundo empresarial uma ferramenta analítica e prática eficaz. Estamos constantemente expostos a uma ampla variedade de conteúdo visual, informativo e interativo. No entanto, o que muitas vezes falta é o tempo e a atenção necessários para consumir e acessar toda essa gama de informações.

A finitude e a raridade da atenção, portanto, estão nas bases de seu modelo econômico. Este princípio se deve ao fato de que a atenção é um recurso que não pode ser substituído por outro e nem pode ser terceirizado, pois esta é uma reserva individual limitada: “ninguém pode prestar atenção por mim e somente eu posso saber para onde direciono minha atenção (BENTES, 2019).

Por fim, na competição pela economia da atenção, cada empresa almeja uma parcela significativa da atenção do usuário. No entanto, elas não querem que esse interesse seja apenas temporário, pontual; em vez disso, buscam estabelecer uma experiência do usuário que transforme o uso de seu produto em um hábito. Muitos autores, especialmente aqueles que influenciam a literatura sobre produtos digitais, enfatizam que o conceito de tempo livre é o principal concorrente dos serviços de streaming.

3 O GÊNERO, A IDEOLOGIA E O PÂNICO

Falar sobre gênero, é falar sobre um conceito. No canal do Youtube intitulado “Tempero Drag”, Rita Von Hunt, faz uma breve análise do conceito a partir da declaração em rede nacional, em caráter oficial, do ex-ministro da educação Ricardo Velez Rodrigues dizendo “Quem define gênero é a natureza”. Ao virmos ao mundo, somos categorizados com base em nosso corpo, especificamente nos órgãos genitais, como menino ou menina. No entanto, as formas de expressar a masculinidade ou a feminilidade não decorrem exclusivamente desses órgãos genitais, mas sim de

aprendizados culturais que variam de acordo com o contexto histórico, geográfico e social (PISCITELLI,2009).

De acordo com a influenciadora Von Hunt, quem define o gênero binário, menino e menina, é a sociedade e o tempo no qual estamos inseridos. Como exemplo de comportamento social atual da figura masculina, está o ato de “cuspir no chão”, “coçar o saco”, “sentar-se de perna aberta no transporte público. Já a mulher, é frágil, emotiva e sensível. Esta última frase, não permite que o gênero feminino ocupe espaços, uma vez que essas características não são ditas viris, subjugando a capacidade da mulher. Von Hunt, define gênero como um processo de socialização.

O termo gênero, vem sendo desenvolvido desde o período de Simone de Beauvoir, em seu livro intitulado “Segundo Sexo”, a autora cunha a famosa frase que orienta o pensamento até os dias atuais sobre o significado acerca do papel de gênero, que diz: “ninguém nasce mulher, torna-se mulher”. Futuramente, esse conceito fica cada vez mais elaborado quando pensadoras feministas o usam para desmontar o duplo processo de naturalização das diferenças atribuídas a homens e mulheres, derivadas de distinções naturais, e as desigualdades entre ambos, são percebidas como resultado dessa diferença, ou seja, gênero refere-se ao caráter sociocultural das distinções entre homens e mulheres, além de ideias sobre feminilidade e masculinidade, já o sexo, é definido a partir das distinções inatas/biológicas (PISCITELLI,2009).

O conceito de gênero surge em um momento de intensa disputa, inserido em um contexto binário. Sua finalidade é distinguir-se do sexo, uma categoria analítica fortemente associada à biologia e a uma abordagem essencialmente ancorada na natureza biológica. Por outro lado, o gênero destaca traços da construção histórica e social, especialmente de natureza política, implicando em uma análise relacional. Essa abordagem conceitual rompe com o padrão estabelecido, abrindo caminho para inúmeras formas de expressão, e os estudos passam a se dedicar à desconstrução dessas categorias. A força das feministas, brancas, cis, socialistas, acadêmicas e norte-americanas, cria uma teoria feminista mais provocativa no discurso focado nos atravessamentos de gênero e classe, raramente a teoria feminista juntou analiticamente, raça, gênero e classe. “Para as feministas, gênero significa o fazer e desfazer de “corpos” num mundo de contestações; um relato de gênero é uma teoria da experiência como corporificação significativa significativa (HARAWAY,2009).”

Gênero é um conceito desenvolvido para contestar a naturalização da diferença sexual em múltiplas arenas de luta. A teoria e a prática feminista em torno de gênero buscam explicar e transformar sistemas históricos de diferença sexual nos quais “homens” e “mulheres” são socialmente constituídos e posicionados em relações de hierarquia e antagonismo. Já que o conceito de gênero está tão intimamente ligado à distinção ocidental entre natureza e sociedade ou natureza e história, via a distinção entre sexo e gênero, a relação das teorias feministas de gênero com o marxismo está vinculada à sorte dos conceitos de natureza e trabalho no cânone marxista e na teoria ocidental de modo mais geral” (HARAWAY,2009).

Algumas pessoas têm características genitais de um sexo ao nascer, mas sua "identidade de gênero" está associada ao outro sexo. Por exemplo, há pessoas que possuem órgãos genitais masculinos ao nascer, mas se identificam como meninas. Além disso, existem indivíduos que nascem com o desenvolvimento total ou parcial de órgãos sexuais tanto masculinos quanto femininos. Portanto, é essencial distinguir entre natureza e cultura, reconhecendo que as diferenças de gênero estão inseridas no domínio cultural, envolvendo hábitos e aprendizados (PISCITELLI, 2009).

Para Judith Butler, a diferenciação do gênero ocorre a partir do tabu do incesto da teoria de Freud e o tabu da homossexualidade. O tabu do incesto é um conceito antropológico e psicanalítico que se refere à proibição cultural e psicológica de relações sexuais ou matrimoniais entre parentes próximos. Esse tabu é uma norma social que existe em praticamente todas as sociedades humanas e desempenha um papel crucial na estruturação das relações familiares e sociais. Então, na perspectiva psicanalítica Freudiana, destaca-se a importância do tabu do incesto no desenvolvimento humano, especialmente no contexto do complexo de Édipo. O tabu do incesto é fundamental para a formação da ordem social e para evitar conflitos familiares intensos. Ele representa a necessidade de estabelecer limites nas relações familiares e contribui para a construção de uma estrutura social mais ampla. O respeito ao tabu do incesto é considerado essencial para a estabilidade e coesão social.

Quando Simone de Beauvoir afirma que "ninguém nasce mulher, torna-se mulher", Butler nos explica que o ato de "tornar-se" um gênero é um processo complexo e trabalhoso de naturalização, envolvendo a diferenciação entre o que é considerado prazer e o que é inerente ao corpo, com base nas características de gênero. Socialmente, a noção de prazer é construída a partir de uma perspectiva falocêntrica, centrada na vagina e nos seios. No entanto, isso corresponde a um corpo que já foi construído ou naturalizado, carregando traços específicos de gênero. No caso das travestis e dos/das transexuais, frequentemente todes destacam uma

desconexão significativa entre os prazeres sexuais desejados e as partes corporais que possuem. Em muitos casos, o prazer almejado envolve a participação imaginária de partes do corpo, como acessórios ou orifícios, que a pessoa pode não possuir fisicamente. Em outras palavras, o prazer pode exigir a imaginação de um conjunto exagerado ou diminuído de partes corporais. Essa relação entre o desejo e a anatomia não se limita à identidade transexual; a natureza fantasiosa do desejo não considera o corpo como sua base ou causa, mas como sua ocasião e objeto. A estratégia do desejo envolve, em parte, a transformação imaginária do próprio corpo desejante (BUTLER, 2003).

Até o momento elaboramos o pensamento sobre gênero a partir da construção social, e o binarismo sendo parte de um sistema simples, para que as pessoas entendam, e assim estruturar a sociedade. Para Butler, deve haver novas possibilidades para a pessoa formar e escolher sua própria identidade individual, a posição feminista humanista entende gênero como “atributo” de cada pessoa, “caracterizado” essencialmente como uma substância ou um núcleo de gênero preestabelecido. Contudo, a identidade vem do interno para o externo, o “atributo” é algo que o outro designa, é do externo para o interno. Dessa forma, todos, todas e todes nós colocamos em ação uma “performance de gênero”, seja tradicional, ou não. Ao escolhermos sermos “diferentes” no campo de gênero, devemos trabalhar para transformar as normas de gênero e a compreensão da masculinidade e da feminilidade em algo natural, que também faz parte da sociedade.

Essa construção que estamos tendo até o momento, é para entendermos toda uma estrutura de dominação que está por trás da construção de gênero e identidade, no qual a diferença sexual serve como base da opressão e da subordinação da mulher pelo homem. Essa dinâmica não se restringe apenas a mulher, mas tudo aquilo que performa diferente da performance masculina heteronormativa. O Patriarcado, é a estrutura social em que os homens detêm a maior parte, se não toda, do poder político, econômico, cultural e social. Nesse sistema, as instituições e práticas sociais são organizadas de maneira a favorecer os homens em detrimento das mulheres ou qualquer outro gênero que não se enquadre na estrutura social binária. “Meninos vestem azul e meninas vestem rosa.” (cof cof cof)

A falsa naturalização da subordinação das mulheres resulta da construção social do papel feminino. Dessa forma, aquilo que é visto como não natural, fixo ou

imutável pode ser transformado, alterando como a mulher pode ser percebida e modificando o espaço social que ela ocupa. Esse movimento levou as feministas da segunda geração a reivindicarem a igualdade no exercício dos direitos, desenvolvendo estratégias para eliminar a subordinação. “O reconhecimento político das mulheres como coletividade, ancora-se na ideia de que o que une as mulheres ultrapassa em muito as diferenças entre elas. Isso criava uma “identidade” entre elas” (PISCITELLI, 2009). Nesse contexto, qualquer atividade que perpetue a dominação masculina passou a ser considerada política, ampliando a definição de política para abranger qualquer relação de poder, independentemente de estar ou não ligada à esfera pública.

Essas formas de opressão não se limitam às mulheres; o movimento pelos direitos sexuais advoga, também, pelos direitos da comunidade LGBTQIAP+. Esse grupo de pessoas desafia e resiste as classificações lineares. Um exemplo é o caso das pessoas intersexuais, cujos genitais apresentam ambiguidade. As travestis, que possuem genitais masculinos, transformam seus corpos por meio de hormônios, silicone nos seios, roupas e cabelos femininos, e transitam entre espaços femininos e masculinos. Já as e os transexuais adotam um gênero diferente daquele associado aos seus genitais, buscando alterações de sexo, que podem envolver cirurgia (PISCITELLI, 2009).

A gama de pessoas existentes nessa realidade embaralham e desafiam as distinções tradicionais entre masculino e feminino, questionando as normas de heterossexualidade que dependem dessa diferenciação. Ao romper com essa estrutura binária, desarticulamos uma coerência social preestabelecida, não temos mais seres humanos “adequados”, damos lugar ao desprezível abrindo espaço para a diversidade, mas também enfrentando discriminação, violência física, violência psicológica e até mesmo homicídios (BUTLER, 2003).

Nos últimos cinco anos, uma onda conservadora tem agido com força na manutenção da estrutura patriarcal em nossa sociedade, o avanço da extrema-direita é um fenômeno mundial. A inversão do consenso e os discursos considerados marginais ganham potência nas disputas políticas. Partidos ganham força eleitoral, pois carregam com eles o fundamentalismo religioso que faz do medo, seu viés manipulador através da crescente visibilidade das pautas dos movimentos feministas e LGBT, que leva a ideia de que a família está em risco, consideramos aqui “família”

como um núcleo tradicional, heteronormativo, cisgênero e fundado na dominação paterna (cof cof cof). A dicotomia neste pensamento está na conformação familiar da grande parcela da sociedade brasileira formada por mulheres, mães solas, no qual, o homem abandona o lar, e a criação/educação das crianças está centrada na figura feminina da própria mãe, avó, tia e outras configurações.

A máxima desse movimento ultraradical se manifesta, também, na proposta de uma "ditadura gay", claramente repudiando atitudes homoafetivas. Entretanto, no cenário público, esse termo foi substituído pela noção de "ideologia de gênero". Isso representa uma distorção e simplificação da discussão teórica sobre "gênero". Popularizada por grupos conservadores, a expressão "ideologia de gênero" é usada para denotar a oposição aos papéis estereotipados, marcando uma investida contra a desconstrução desses papéis de gênero (MIGUEL, 2020). Para Rita Von Hunt, Ideologia é algo que a gente reproduz, replica, passa a diante e é cooptado sem saber que existe. É o que a gente vive, é um mundo e sociedade no qual homem não chora, mulher é delicada, homem é forte, mulher é fraca, um momento de binarismo. Tudo isso é uma construção social. Replicamos sem perceber e não questionamos.

Esse discurso se baseia na preocupação de que a subversão dos papéis sexuais pode representar uma ameaça à estrutura familiar. Conforme discutido anteriormente por Butler, nos diálogos do dia a dia, essa perspectiva sugere que a "confusão" nos papéis de gênero é percebida como um sinal de desordem social significativa e grave, que deve ser enfrentada sem hesitação. A dissolução moral, que o feminismo e o movimento LGBT patrocinarão, seria o prelúdio da revolução comunista, dessa forma, devemos considerar que a gramática política que envolve a "ideologia de gênero" opera na lógica do pânico moral.

Um novo cenário político surgiu nas eleições de 2010, destacando o aumento de integrantes na representação da bancada neopentecostal no Congresso Nacional brasileiro. Parlamentares desses grupos passaram a ocupar e controlar comissões estratégicas, como a Comissão de Direitos Humanos, impedindo avanços em pautas importantes para indígenas, negros, homossexuais, quilombolas e outros grupos minoritários. O ponto de partida para o que ficou conhecido como pânico moral pode ser identificado nas iniciativas de combate à homofobia nas escolas, como o controverso "kit gay". Essas ações resultaram na desmontagem de programas e

iniciativas voltadas para essa temática, limitando o diálogo entre o governo federal e representantes dos movimentos LGBT e outros grupos.

Posteriormente, a noção de "ideologia de gênero" intensificou o movimento de pânico moral, associando-se fortemente à desvalorização e criminalização da produção acadêmica. De um lado, observamos a instauração de um pânico moral traduzido pela ideologia de gênero, defendendo um modelo heteronormativo, machista, misógino e LGBTfóbico, que visa preservar um ideal de família contra uma suposta ameaça de destruição. Do outro lado, surgem narrativas progressistas, liberais, feministas e queer, fundamentadas nos conhecimentos das ciências sociais e humanas. Nesse embate, as redes sociais ganham destaque, especialmente o YouTube, que passa a abrigar mais canais voltados para essas temáticas.

A luta pelo direito à expressão, discutindo quem pode falar e quem tem esse direito, torna-se intensa. Surge um campo de batalha pela deslegitimação da fala do outro, com a narrativa neoconservadora ganhando vantagem devido à sua coesão (CÉSAR; DUARTE, 2017).

Em última análise, as reflexões dos autores citados neste capítulo ajudam a delinear os conceitos de ideologia de gênero e pânico moral, proporcionando uma compreensão mais profunda da dinâmica política construída a partir da estrutura de dominação patriarcal. Isso lança luz sobre a incessante disputa entre grupos conservadores e progressistas em busca de posições hegemônicas de poder e conhecimento.

4 OS DADOS

O cenário digital e social continua a evoluir de maneiras fascinantes.

Nos últimos doze meses, os comportamentos digitais do mundo mostraram algumas das mudanças mais profundas que vimos em anos, mesmo em comparação com "os anos da pandemia". As pesquisas mais recentes revelam que esses comportamentos estão evoluindo de maneiras inesperadas também. A partir de dados disponíveis na internet faremos um panorama de como essa mudança está acontecendo. Para isso utilizaremos a análise de dados, que é o processo de

examinar, limpar, transformar e modelar dados com o objetivo de descobrir informações úteis, chegar a conclusões e apoiar a tomada de decisões. Ela utiliza a aplicação de técnicas estatísticas e matemáticas para identificar padrões, tendências e insights nos conjuntos de dados.

Para o que ela serve?

Serve para uma tomada de decisões informada: A análise de dados permite que empresas e organizações tomem decisões mais informadas, baseadas em evidências e insights derivados dos dados disponíveis. Descoberta de Padrões e Tendências: Identificação de padrões ocultos e tendências nos dados, o que pode ajudar a prever comportamentos futuros e oportunidades. Otimização de Processos: Identificação de áreas em que os processos podem ser otimizados ou melhorados com base nos dados coletados. Personalização e Segmentação: Facilita a personalização de produtos, serviços e estratégias de marketing com base no entendimento das preferências e comportamentos dos usuários. Identificação de Anomalias: Permite a detecção de anomalias ou atividades suspeitas nos dados, sendo valiosa para a segurança cibernética.

O uso dessas informações faz com que as grandes empresas (Big Techs) de tecnologia tenham a capacidade de coletar, compilar e gerar resultados para seu empreendimento com mais eficiência, gerando pontos positivos e negativos. Podemos destacar alguns pontos positivos como a melhoria de serviços: as empresas de tecnologia usam análise de dados para melhorar a experiência do usuário, oferecendo serviços mais personalizados e eficientes. Inovação: a análise de dados alimenta a inovação ao permitir que as organizações identifiquem oportunidades de mercado e desenvolvam novos produtos e serviços. Eficiência Operacional: otimizam suas operações internas usando dados para melhorar processos, reduzir custos e aumentar a eficiência.

Como pontos negativos temos a Violação de Privacidade: a coleta massiva de dados pelas big techs levanta preocupações sobre a privacidade dos usuários, especialmente quando os dados são usados de maneiras não autorizadas. Monopólio de Dados: algumas grandes empresas acumulam uma quantidade significativa de dados, o que pode resultar em monopólios de dados e limitar a concorrência. Manipulação de Opinião: o uso indevido de dados pode levar à manipulação de opiniões e comportamentos, como visto em escândalos de influência política. Vieses

nos Algoritmos: se os dados usados na análise contiverem vieses, os algoritmos resultantes também serão tendenciosos, impactando as decisões e recomendações feitas por esses sistemas. Racismo Algorítmico: acontece quando o aprendizado da inteligência artificial possa perpetuar ou amplificar preconceitos raciais existentes na sociedade. Isso acontece quando os dados usados para treinar esses algoritmos refletem desigualdades ou vieses raciais, resultando em sistemas que tomam decisões discriminatórias.

Portanto, enquanto a análise de dados oferece inúmeras vantagens, é fundamental garantir práticas éticas e transparentes, especialmente quando se trata do vasto volume de dados gerenciado pelas grandes empresas de tecnologia. Isso inclui o respeito à privacidade do usuário, a mitigação de vieses algorítmicos e a conformidade com regulamentações relevantes. Vamos focar nossos números baseado no conceito de Data Analytics, que é uma abordagem para comunicar os resultados dos dados, ou seja, convertê-los em algo que pode ser facilmente visualizado como informações ou insights.

A We Are Social, é uma agência criativa global centrada em redes sociais, destaca-se por sua expertise incomparável em mídias sociais, contando com 1.300 colaboradores em 19 escritórios em quatro continentes. Sua abordagem proporciona aos clientes uma perspectiva global em um contexto em que as redes sociais desempenham um papel fundamental na forma de moldar a cultura. A agência compreende os comportamentos sociais em comunidades online, culturas e subculturas, auxiliando os clientes a alcançarem seu público de maneira estratégica, relevante e eficaz. Em janeiro de 2023, a plataforma lançou em parceria com várias empresas de dados e análise de dados um relatório chamado "The Changing World of Digital 2023", que pode ser equiparado a um "CENSO" dos dados digitais, oferecendo uma visão abrangente do cenário atual.

Atualmente, a população global atinge cerca de 8,01 bilhões de pessoas, com 57,2% residindo em áreas urbanas. Dos habitantes do planeta, 5,44 bilhões utilizam exclusivamente dispositivos móveis, correspondendo a 68% da população, enquanto 5,16 bilhões são usuários ativos da internet, representando 59,4% da população mundial. No que diz respeito ao uso da internet, 61,6% das mulheres em todo o mundo são usuárias, comparadas a 67,2% dos homens. O tempo médio diário gasto online por usuário é de 6 horas e 37 minutos. Notavelmente, 92,3% dos usuários acessam a

internet por meio de dispositivos móveis, enquanto 65,5% utilizam computadores e tablets. Além disso, 78% da população urbana total faz uso da internet.

Na extremidade oposta do espectro de conectividade, a Coreia do Norte mantém sua posição no último lugar dos rankings globais, mantendo a internet inacessível para a maioria dos cidadãos no Estado isolado do norte asiático. Ao mesmo tempo, os dados revelam que o uso da internet é inferior a 10% nas populações do Sudão do Sul e da Somália, situando essas nações logo acima da Coreia do Norte na parte inferior dos rankings globais. Em termos absolutos, a Índia abriga a maior população "não conectada" do mundo, e os dados indicam que 730 milhões de pessoas em todo o país ainda não estão usando a internet no início de 2023. Enquanto isso, apesar de mostrar uma taxa de adoção da internet de mais de 70%, a China abriga a segunda maior população "não conectada" do mundo, com quase 375 milhões de pessoas em todo o país ainda não online.

O YouTube destaca-se como uma das principais plataformas sociais, conforme indicado pelos estudos da Datareportal, que apontam a possibilidade dos anunciantes alcançarem 2,52 bilhões de usuários em abril de 2023. Essa posição coloca o YouTube como a segunda plataforma mais ativa do mundo, segundo a classificação da própria Datareportal. No entanto, dados provenientes das ferramentas de publicidade do YouTube (Youtube ADS) revelam uma diminuição constante no potencial alcance publicitário ao longo do último ano, com uma redução de 35 milhões de usuários nos doze meses que precederam abril de 2023.

É relevante observar que o uso da plataforma é restrito a pessoas com 13 anos ou mais, e os dados demográficos da publicidade do YouTube são disponibilizados apenas para audiências com 18 anos ou mais. De acordo com as informações mais recentes desses recursos, o YouTube conta com 2,1 bilhões de usuários nessa faixa etária, representando 36,9% de todas as pessoas com 18 anos ou mais no mundo que utilizam a plataforma atualmente.

O alcance potencial total de anúncios no YouTube atinge 2,53 bilhões de pessoas, o que corresponde a 31,5% da população total. Ao compararmos esse alcance com o total de usuários de internet, alcançamos um valor de 48,8%. Ao analisarmos os dados sob a perspectiva do gênero binário, observamos variações significativas. O compartilhamento de anúncios no YouTube para mulheres com 18 anos ou mais, em comparação com o alcance geral para mulheres nessa faixa etária,

é de 45,6%. Já para o sexo masculino, o compartilhamento de anúncios no YouTube para homens com 18 anos ou mais, em comparação com o alcance geral para homens maiores de 18 anos, é de 54,4%. Isso evidencia discrepâncias de gênero até mesmo nas propagandas veiculadas.

Apesar de o YouTube ser uma plataforma líder para conteúdos audiovisuais, o alcance de sua audiência nos anúncios diminuiu em 14% nos últimos 12 meses, o que representa uma queda de 35 milhões de usuários. Esse declínio ocorre mesmo em países densamente populosos, como a Índia, que possui 467 milhões de usuários, os Estados Unidos, com 246 milhões de usuários ativos, e o Brasil, com 143 milhões de usuários ativos.

A partir deste ponto, concentraremos nossa análise exclusivamente no desempenho do Brasil, conforme destacado no relatório "The Changing World of Digital 2023". Até abril de 2023, o Brasil contava com aproximadamente 181,8 milhões de usuários de internet, representando cerca de 84,3% da população. Além disso, abrigava 152,4 milhões de usuários de redes sociais, equivalendo a 70,6% da população total, e registrava 221 milhões de conexões ativas de dados móveis, abrangendo 102,4% da população total. Esses dados proporcionam uma visão abrangente do "estado digital" no Brasil. No entanto, para compreendermos a evolução das tendências e comportamentos digitais, é fundamental analisar outros parâmetros.

Em 2023, estima-se que a população total do Brasil seja de 215,8 milhões, um aumento de 977 mil pessoas entre 2022 e 2023. A divisão por gênero indica que 51% são do sexo feminino, enquanto 49% são do sexo masculino. No início de 2023, 88% da população brasileira residia em grandes centros urbanos, enquanto 12% viviam em áreas rurais.

Quanto ao uso da internet, como mencionado anteriormente, o Brasil contava com 182 milhões de usuários. Segundo a análise da empresa Kepios, houve um aumento de 7,1 milhões de usuários de internet, representando uma taxa de +4,1% entre os anos de 2022 e 2023. Esses números indicam que, no início de 2023, cerca de 33,97 milhões de pessoas no Brasil não utilizavam a internet, sugerindo que 15,7% da população permanecia offline até o início do ano.

No que diz respeito à velocidade de conexão, dados da empresa Ookla revelam que a velocidade média de conexão à internet móvel aumentou em 10,77 Mbps,

representando um acréscimo de +47,7%. Já as velocidades de internet fixa aumentaram em 14,27 Mbps, um acréscimo de +17,1% durante o mesmo período de análise.

No âmbito das mídias sociais, o número de usuários corresponde a 70,6% da população total. De maneira mais abrangente, 83,8% da base total de usuários de internet do Brasil (independentemente da idade) utilizaram pelo menos uma plataforma de mídia social em janeiro de 2023. Durante esse período, 54,8% dos usuários de mídia social do Brasil eram mulheres, enquanto 45,2% eram homens.

4.1 AS MÉTRICAS

A plataforma Social Blade, compila dados do YouTube, Twitter, Twitch, Daily Motion, Mixer e Instagram e os usa para fazer gráficos estatísticos que acompanham o progresso e o crescimento dos criadores de conteúdo dessas mídias sociais. Eles incluem informações como ganhos estimados e projeções futuras, fornecendo dados numéricos e gráficos de fácil leitura. As estatísticas estão disponíveis gratuitamente para qualquer pessoa que utilize o site ou aplicativos para smartphone. Atualmente, a Social Blade rastreia mais de 23 milhões de canais do YouTube, mais de 6 milhões de perfis do Twitter, mais de 5 milhões de canais do Twitch, mais de 206 mil usuários do Daily Motion e mais de 416 mil Mixer Streamers. Ela atinge mais de 7 milhões de visitantes únicos todos os meses, com uma boa parte desses usuários acessando o site todos os dias.

Buscaremos analisar como o Youtube se tornou um verdadeiro “território”, onde são produzidos e consumidos diversos conteúdos, abrindo uma lacuna para as maiorias minorizadas que antes não havia espaço de fala na grande mídia. A rede social se popularizou, democratizou e construiu audiência para diversos públicos, principalmente o LGBTQIAP+ e a extrema direita, principalmente após as eleições de 2018, com a eleição de Jair Messias Bolsonaro para o cargo de Presidente da República, produzindo conteúdo de ataque, notícias falsas e discurso de ódio contra esse segmento social. A partir dos dados coletados pela plataforma Social Blade faremos uma breve análise quantitativa de dois canais de extrema-

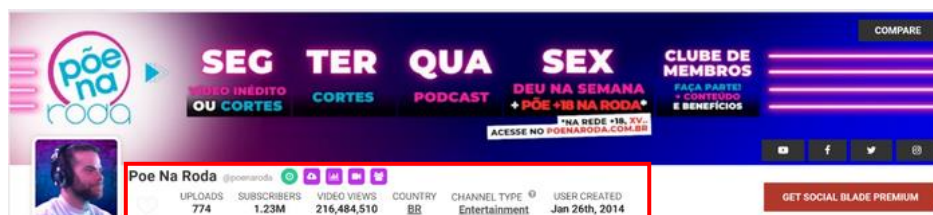
direita/bolsonaristas, e dois canais LGBTs. Os valores são referentes ao período de 01 de novembro de 2023 à 14 de novembro de 2023. A escolha veio a partir da matéria da carta capital, que lista os principais canais bolsonaristas que receberam financiamento.

Tabela 1-Métricas de Desempenho

Canal	Tipo de canal	Envios	Inscritos	Visualizações de vídeos	Usuário criado em
Põe Na Roda	Lgbt	774	1,23M	216,484,510	26/01/2014
Tempero Drag	Lgbt	297	1,18M	58,448.710	24/04/2015
Folha Política	Direita	18,969	3,02M	1,339,976,995	01/05/2016
Te Atualizei	Direita	362	1,9M	198,182,503	06/10/2012

Fonte: Social Blade (2023) .

Figura 4 - Métricas de Desempenho



Fonte: <https://socialblade.com/youtube/c/poenaroda>

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

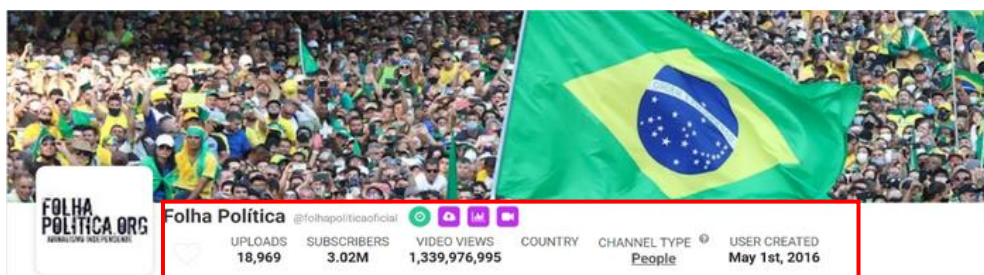
Figura 5-Canal Tempero Drag



Fonte: <https://socialblade.com/youtube/c/temperodrag>

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

Figura 6-Canal Folha Política.Org



Fonte: <https://socialblade.com/youtube/channel/UCYiM773ssvNMaBHvaWWeloQ>

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

Figura 7-Canal Te Atualizei



Fonte: <https://socialblade.com/youtube/c/teatualizei>

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

Podemos notar inicialmente que o Canal Folha Política apresenta uma disparidade nos números de envios, inscritos e visualizações em comparação com os outros canais. Uma matéria divulgada pela Carta Capital destaca que onze canais bolsonaristas, responsáveis por disseminar fake news e apoiar o Governo Federal, receberam mais de 10 milhões de reais entre janeiro de 2019 e agosto de 2021, conforme indicado pelo Tribunal Superior Eleitoral. O canal que registrou o maior aumento em suas cifras foi o Folha Política, recebendo 2,58 milhões. Por outro lado, o Te Atualizei recebeu 1,41 milhões, mas manteve uma margem próxima aos canais Põe Na Roda e Tempero Drag.

Quando o Social Blade foi criado, inicialmente, listava apenas classificações com base no número de inscritos e visualizações. No entanto, logo ficou claro que esses dados não eram indicadores precisos do desempenho real no YouTube. Alguém poderia ter um grande número de assinantes, obtidos de maneira desonesta, sem gerar visualizações reais. O sistema de classificação "SB Rank" foi então introduzido para medir a influência de um canal com base em diversas métricas,

incluindo contagens médias de visualizações e a presença de widgets de "outros canais". Ter uma classificação A+, A ou A- indica que o criador é muito influente no YouTube.

As classificações são: A+: Canais com excelente desempenho, geralmente com um grande número de inscritos, visualizações e engajamento. São considerados os mais destacados. B: Canais com um desempenho sólido, mas talvez não tão destacados quanto os das categorias A. Ainda assim, têm uma base de inscritos considerável e boas estatísticas. C: Canais com um desempenho médio. Podem ter uma base de inscritos mais modesta e números de visualizações mais moderados. D: Canais com um desempenho abaixo da média, com uma base de inscritos menor e números de visualizações mais baixos. E: Canais com um desempenho considerado fraco, geralmente com números de inscritos e visualizações bastante limitados. F: Canais com um desempenho muito baixo, com poucos inscritos e visualizações. Todos possuindo o valor + e -.

Essa classificação é uma ferramenta rápida e fácil de usar para ter uma noção do desempenho geral de um canal nas plataformas sociais. No entanto, é importante observar que essa classificação é uma simplificação e não reflete necessariamente a qualidade do conteúdo ou a influência real de um canal. Os valores são referentes ao período de 01 de novembro de 2023 à 14 de novembro de 2023.

Tabela 2-Métricas de Classificação

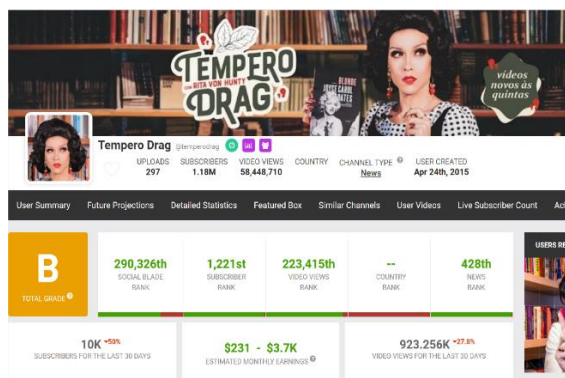
Canal	Nota total	Classificação de usuários	Classificação por vídeos visualizados	Classificação do país	Ganhos mensais em US\$
Põe Na Roda	B-	1,215°	68,406°	616°	89-14K
Tempero Drag	B	1,221°	223,415°	-	231-3,7K
Folha Política	B	1,025°	9,2°	-	1,1k-17,4k
Te Atualizei	B	1,141°	74,493°	549°	745-11,9K

Fonte: Social Blade (2023) .

Embora os canais de direita tenham recebido algum financiamento, sua classificação em termos de conteúdo permanece, em média, comparável aos canais LGBT. Isso sugere que, independentemente do tipo de conteúdo disponibilizado aos usuários, a forma como o público consome permanece semelhante. Vale ressaltar que

essa análise se estende ao consumo do conteúdo, indo além da mera categorização, destacando a similaridade na maneira como ambos os tipos de canais são consumidos pelos espectadores.

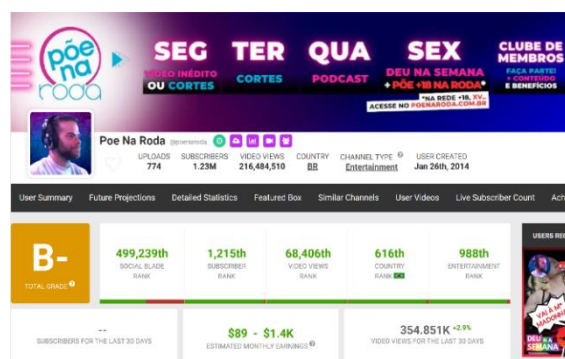
Figura 8-Rank de Classificação Tempero Drag



Fonte: <https://socialblade.com/youtube/c/temperodrag>

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

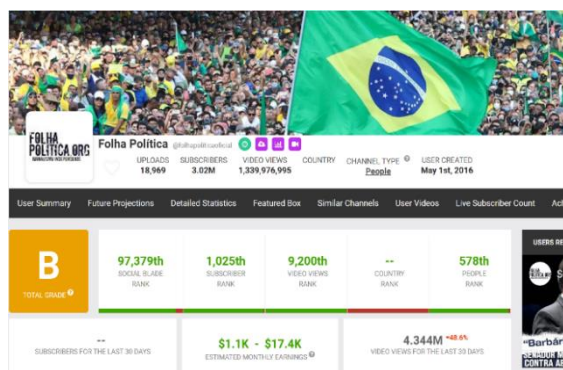
Figura 9-Rank de Classificação Põe na Roda



Fonte: <https://socialblade.com/youtube/c/poenaaroda>

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

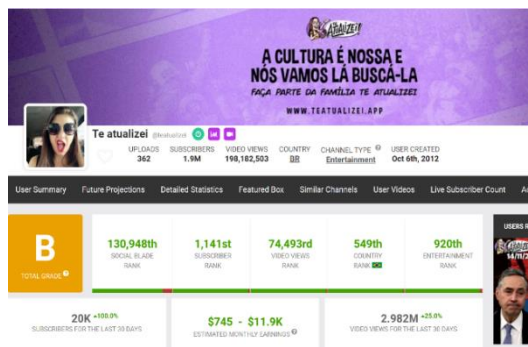
Figura 10-Rank de Classificação Folha Política.Org



Fonte: <https://socialblade.com/youtube/c/folhapolitica.org>

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

Figura 11-Rank de Classificação Te Atualizei



Fonte: <https://socialblade.com/youtube/c/teatualizei>

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

Por fim, os canais de direita adotam a desinformação como estratégia para expandir sua base de usuários. A desinformação não é simplesmente a falta de informação; ela é cuidadosamente elaborada, planejada e estruturada. Este fenômeno é intencional, abrangendo diversas áreas como ciência, tecnologia, educação e outros setores. O discurso dessas mídias está intrinsecamente ligado à disseminação de valores, alimentando assim a persistência das fake News. Esse jogo de desinformação coloca os canais LGBT frequentemente na posição de ter que refutar assuntos que a comunidade já está cansada de esclarecer. Em um ciclo contínuo, o discurso de gênero retorna como uma ameaça pelos criadores de conteúdo de direita, representando um retrocesso nas conquistas de direitos, inclusive em questões de saúde pública relacionadas a doenças sexualmente transmissíveis.

5 O CONTEÚDO

A decisão de analisar o conteúdo do canal bolsonarista "Te Atualizei" foi baseada na matéria "Onze canais bolsonaristas lucraram R\$ 10 milhões com propagação de fake News", publicada pela Carta Capital, e o seu formato composto pela própria criadora produzindo o conteúdo, diferente do canal Folha Política, que seu conteúdo é feito a partir de recortes de matérias jornalísticas. Em contrapartida, a escolha do canal LGBT "Tempero Drag" se deu devido à sua relevância e ao conteúdo

que oferece. Bárbara Destefani, influenciadora política do canal "Te Atualizei", tem 37 anos e é comunicadora. Seu canal político no YouTube conta com mais de 1,7 milhão de inscritos. Originária de Belo Horizonte, casada e mãe, ela aborda a política de maneira humorada, satirizando as figuras influentes que moldam o cenário nacional. Sentada em seu sofá, Bárbara destaca que não impõe limites ao expressar suas opiniões, utilizando referências e informações provenientes da mídia para fundamentar seu raciocínio. No entanto, ela enfrentou restrições por parte do TSE, que bloqueou seus vídeos no YouTube devido à disseminação de informações falsas relacionadas ao processo eleitoral brasileiro.

Rita Von Hunty, a persona drag queen criada pelo professor Guilherme Terreri Lima Pereira, é descrita como uma senhora de meia-idade dos anos 50. Guilherme, acadêmico formado em artes cênicas pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) e em Letras pela Universidade de São Paulo (USP), é o criador da drag comunista mais famosa do Brasil. A personagem tem como missão combater diversos estereótipos que permeiam o universo das drag queens. Guilherme desafia a ideia de que a performance de mulher é apenas uma sátira, acreditando que as drags não precisam necessariamente ser caricaturas. Além disso, ele questiona a visão limitada de que a drag é apenas uma fonte de entretenimento, enfatizando que o conhecimento pode ser uma parte essencial dessa forma de representação.

A metodologia empregada neste momento envolve a utilização da técnica de Análise de Conteúdo para identificar aspectos narrativos de cada vídeo. Como já observado, a disparidade no engajamento entre canais de direita e esquerda é evidente. Porém, com os canais de direita, mesmo em alguns casos tendo menos inscritos, alcançam índices mais elevados de visualizações.

A análise do conteúdo será realizada de acordo com as categorias identificadas por Lewis (2018) em seu relatório sobre a direita no YouTube dos Estados Unidos. Lewis delinea três etapas para a criação de uma rede de informação alternativa, envolvendo a construção de identidade, o estabelecimento de credibilidade e mecanismos de promoção do conteúdo.

No processo de construção dessa mídia alternativa, Lewis destaca a expressão de desconfiança pelos influenciadores em relação aos meios de comunicação considerados "mainstream", muitas vezes autodenominando-se "mídia alternativa". Esses influenciadores, ao desconfiarem da grande mídia, frequentemente a rejeitam

e a tratam com hostilidade, como evidenciado por interrupções aos repórteres da Globo com gritos de "Globo Lixo". A primeira forma de rejeitar as normas tradicionais dos meios de comunicação envolve recusar prestígio institucional, aderência à objetividade, neutralidade e aplicação de mecanismos de controle de veracidade. A segunda forma inclui o fornecimento de uma identidade social específica para eles e seus públicos, criando uma comunidade para aqueles que se sentem socialmente desfavorecidos pela rejeição e promovendo um sentimento de rebelião contracultural, como visto nos movimentos terra planistas que rejeitam a forma da Terra ser um geoide.

Ao desacreditizar as grandes mídias tradicionais, a Rede de Influência Alternativa constrói a confiança de seus públicos por meio de práticas de comunicação social participativa (curta, comente e compartilhe). Os laços sociais desempenham um papel mais importante do que a reputação de uma fonte específica, como evidenciado pela frequente contestação de estudos sobre vacinas. Quando as pessoas veem uma notícia de alguém em quem confiam pessoalmente, é mais provável que a recomendem a amigos e parentes, aumentando assim o número de seguidores dessa pessoa, como ocorre com Olavo de Carvalho para a família Bolsonaro (LEWIS,2018).

O que se destaca nesse movimento é que o consumo da informação está menos relacionado a informações factualmente corretas ou incorretas do que à mobilização em torno de uma identidade social coletiva. O senso de identidade, lugar, pertencimento, apoio, segurança emocional, social e cultural dá origem a afiliações e crenças políticas. A identidade funciona tanto como meio de criar laços fortes com a audiência quanto como forma de delimitar território numa economia da atenção saturada. Essa dinâmica atrai público e constrói influência, gerando uma identidade tanto de oprimidos sociais quanto de uma cultura moderna, como observado nos "redpills", que está relacionado a "tomar a pílula vermelha", uma alusão a uma cena do filme Matrix em que o protagonista vê verdades sobre o mundo que antes lhe eram escondidas. Isso também se aplica ao público LGBT, quando canais falam sobre divas pop ou qualquer outra temática que envolva esse público, sendo formas de gerar pertencimento e preencher o vazio do não lugar social, o não lugar hetero, mas sem o radicalismo do redpill, isso não se aplica, até o momento, a esse público.

O último ponto de Lewis refere-se aos mecanismos de promoção de conteúdo ou marketing de influência, que envolvem o desenvolvimento de relações altamente

íntimas com seguidores antes de adotar técnicas de marketing. Ao invés de venderem produtos, esses influenciadores vendem ideologia política. Embora se apresentem como fontes de notícia, as estratégias frequentemente consistem em abordagens de marketing com o objetivo de provocar sentimentos, memórias, emoções e laços sociais. É difícil avaliar a "mensagem" por meio da verificação de fatos. Técnicas incluem testemunho ideológico, enquadrando questões políticas em termos de histórias pessoais, funcionando como depoimentos ideológicos, e o uso estratégico de palavras-chave politizadas para fins de marketing, com o objetivo de obter uma classificação elevada do conteúdo nos resultados de pesquisa (LEWIS, 2018).

5.1 A ANÁLISE “CONSERVADORA”

Com base no enfoque teórico adotado, procederemos à análise do vídeo "Os Presos do Dia 08 – Enquanto houver voz", do canal "Te Atualizei".

O vídeo "Os Presos do Dia 08 – Enquanto houver voz" inicia com imagens de cidadãos brasileiros vestidos de verde e amarelo, portando a bandeira do Brasil em vários locais do país. Uma narração se inicia, abordando o tema da justiça. A narradora questiona a concepção tradicional da justiça como "mãe protetora dos direitos conquistados ao longo das eras" e sugere uma visão enviesada do significado de justiça, utilizada para interesses próprios de políticos. Destaca que o movimento de protesto bolsonarista não teve seu início em 8 de janeiro de 2023, quando indivíduos invadiram o Palácio da Justiça, promovendo depredação, destruição do acervo artístico, danificação do mobiliário e fazendo saques. Segundo a narradora, a motivação dessas pessoas em sair de casa para reivindicar direitos foi a vitória do candidato Luís Inácio. O vídeo cria uma atmosfera intensificada por um fundo musical de suspense e tensão, além de legendas em inglês.

Nos primeiros minutos, já podemos observar a abordagem de Lewis sobre criadores de conteúdo que afirmam oferecer uma fonte alternativa de mídia para sua audiência, permitindo o acesso a notícias fora dos meios de comunicação tradicionais. O vídeo busca mostrar que o viés político conservador não encontra espaço efetivo

para expressar suas ideias nos meios convencionais, construindo assim uma rede alternativa de influência. Esse contexto é ilustrado na transcrição a seguir:

"[...] é importante lembrar que o Brasil é um lugar atípico. Embora grande parte dos eleitores não se declare de esquerda, o país não possui um partido que seja ideologicamente conservador, não existem canais de TV nem de rádio de grande alcance que sejam declaradamente conservadores, o único lugar que o brasileiro conservador tem de fato é a internet, e foi na internet que as pessoas se informaram sobre o que os donos do Poder consideraram ilegal [...]"

Figura 12-Conservadorismo e Internet



Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=OV_whtSUcpU

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

Figura 13-Brasil não Possui Canais Conservadores



Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=OV_whtSUcpU

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

Observamos constantemente que a narradora adota um tom conversacional próximo, íntimo, assemelhando-se a uma amiga ou parente compartilhando informações sérias e exclusivas, que só ela sabe. Nesse momento, ela utiliza um

artifício apontado por Lewis, descredibilizando a imprensa de maneira amigável e sutil, instalando uma desconfiança em relação a esses meios. Isso fica evidente no trecho a seguir:

"[...] todos viram também, pesquisas que diziam o contrário do que os nossos olhos viam, o candidato à frente nas pesquisas era aquele que o povo rejeitava nas ruas, ele era o querido da Imprensa, é essa que possuía e possui até hoje opiniões alinhadas à ala Progressista e é tanto que passamos a chamá-los de consórcio, a mídia de pauta única e deu certo[...]".

Figura 14-Favoritismo da Imprensa



Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=OV_whtSUcpU

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

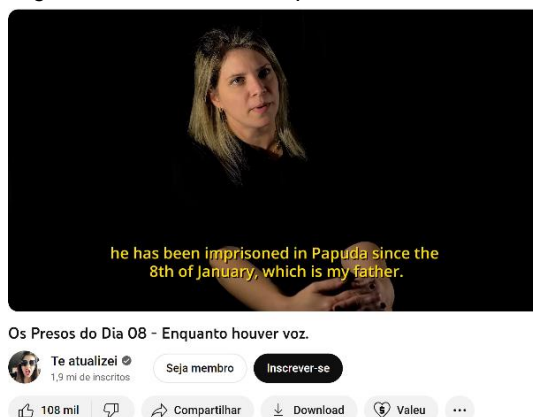
Figura 15-Depoimento Gabriela Ritter



Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=OV_whtSUcpU

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

Figura 16-Pai Preso na Papuda



Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=OV_whtSUcpU

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

Continuando na mesma linha de Lewis, a autora aponta que a identidade construída pelos influenciadores da direita tem menos a ver com a precisão da informação do que com a mobilização em torno de uma identidade coletiva. Isso auxilia na construção de influência, atraindo um público que busca uma comunidade com um nível de rebelião. Essa dinâmica é evidenciada nas cenas de acampamentos em frente aos quartéis, motocicletas e manifestações, culminando nos ataques golpistas durante a invasão do Governo Federal. Para essas pessoas, a frustração por terem perdido as eleições e o sentimento de unidade as levaram a cometer crimes. Cegas por um ideal político, acabaram sendo presas sob a forte influência de uma ideologia extremista, como no trecho a seguir.

“[...] assim desde 2013, naquele 8 de janeiro de 2023 não seria diferente, e lá se foi do QG em Brasília um grupo escoltado e orientado pelos policiais do Distrito Federal que estavam preocupados com que tudo ocorresse pacificamente como todos os eventos na última década[...].”

“[...]então, alguma coisa deu errado, manifestantes se excederam, outros tentavam a todo custo conter os exaltados, alguns baderneiros foram contidos e entregues à polícia, mesmo com milhares de manifestantes ficando do lado de fora, uns poucos já exaltados iniciaram a quebradeira dentro dos prédios, estranhamente sem o habitual contingente de policiamento, a multidão do lado de fora assistia sem acreditar no que via, de nada havia adiantado o esforço de não destruir o patrimônio público, de protestar pacificamente e de se fazer ouvir a situação saiu do controle, foi

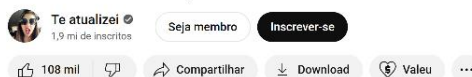
dada ordem de evacuar a Praça dos Três Poderes e todos retornaram para as suas casas ou acampamentos.”

Nesse segundo trecho, o tom de passividade daqueles que atentam contra a democracia traz um ar indefeso, como se apenas um grupo de radicais tivesse realizado o ataque, enquanto a grande maioria estava do lado de fora assistindo ao ocorrido sem acreditar. Essa narrativa, de certa forma, é leviana e omite outros aspectos, como o racismo e a LGBTfobia. Esse tom que mascara a gravidade do evento contribui para que a população PRETA e LGBT brasileira sofra com racismo, LGBTfobia e discriminação, tudo sob o disfarce de "não foi por mal".

Figura 17-Protestos



Os Presos do Dia 08 - Enquanto houver voz.



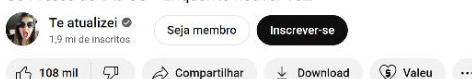
Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=OV_whtSUcpU

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

Figura 18-Motociata



Os Presos do Dia 08 - Enquanto houver voz.



Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=OV_whtSUcpU

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

Figura 19-Invasão à Sede do Governo



Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=OV_whtSUcpU

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

Figura 20-Passeata Pacífica



Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=OV_whtSUcpU

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

Em última análise, toda essa investigação detalhada até o momento revela que os influenciadores do YouTube atuam na promoção de uma ideologia por meio do marketing de influência. As abordagens descritas têm o objetivo de provocar sentimentos, memórias, emoções e laços sociais. Como mencionado anteriormente, os testemunhos, semelhantes aos depoimentos de produtos em publicidade, são usados para construir uma narrativa persuasiva. Todos nós já vimos um comercial com testemunhos sobre produtos como Calcitran D12, Imecap Hair ou até mesmo o Cogumelo do Sol. No entanto, os testemunhos realizados pela direita negam

fundamentalmente a existência da opressão sistêmica sobre populações vulneráveis, retratando a opressão e a vitimização como uma escolha que pode ser superada.

5.2 A ANÁLISE “PROGRESSISTA”

Vamos analisar agora o vídeo "Guerra Cultural e a Retórica do Ódio" do canal "Tempero Drag". Desde o início, percebemos uma diferença visual em relação ao canal "Te Atualizei" e ao canal da "Rita Von Hunty". No cenário, uma estante repleta de livros evoca uma atmosfera de intelectualidade e conhecimento acadêmico. A protagonista segura um livro como referência para sua pauta, há um intérprete de libras presente, e a descrição inclui referências bibliográficas.

Figura 21-Guerra Cultural



GUERRA CULTURAL E RETÓRICA DO ÓDIO



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=C1pxtNjLPVI>

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

Figura 22-Retórica do Ódio



GUERRA CULTURAL E RETÓRICA DO ÓDIO



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=C1pxtNjLPVI>

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

Como intelectual, Von Hunty parte do pressuposto de que deveria estar discutindo teorias mais importantes, como expresso na transcrição a seguir: "[...] queria estar fazendo o quê discutindo a recepção de Regell pelos franceses, como Kojève ensinou Regell, ensinou para Sartre, ensinou para Lacan e Simone de Beauvoir, mas não, eu vou aqui discutir Olavo de Carvalho e, se você sente pena de mim, menina, imagina o que a gente precisa sentir do professor João César de Castro Rocha". João Cesar, professor titular da Universidade Federal do Rio de Janeiro, realiza uma etnografia do pensamento bolsonarista em seu livro "Guerra Cultural e Retórica do Ódio: crônicas para um Brasil pós-político". A temática do vídeo se concentra no primeiro capítulo, "A Ascensão da Direita e o Sistema de Crenças de Olavo de Carvalho".

Figura 23-Crenças em Olavo de Carvalho



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=C1pxtNjLPVI>

Acesso em: 25 de novembro de 2023.

Ao contrário da análise anterior, a intelectualidade é o ponto de referência, as instituições do saber são mencionadas, além de mostrar que a obra citada é um estudo de ponta, produzido no Brasil, e possui detalhes ao pensar na documentação etnográfica, voltada ao pensamento no que o povo acredita, de que forma acredita e como essa crença se torna um discurso hegemônico para esse povo. Ao retornarmos na discussão de Lewis, a criadora de conteúdo não oferece uma fonte alternativa de mídia para sua audiência, pelo contrário, ela permite acesso a bibliografias legitimadas pela estrutura de legitimação intelectual, a academia.

Continuando sua exploração sobre o livro, Hunty menciona que o professor João César faz uso de um rap de direita intitulado "O velho Olavo tem Razão". Essa linguagem foi apropriada pela extrema direita bolsolavista, uma mistura de

bolsonarismo com olavismo que são indissociáveis. É impossível pensar no bolsonarismo sem considerar o trabalho que Olavo de Carvalho vem realizando desde os anos 90, impondo no discurso social uma bibliografia reacionária conservadora de extrema direita e formando midiaticamente quadros que reproduzem uma lógica discursiva aqui chamada de retórica do ódio. Hunty recomenda a leitura da letra em vez de assistir ao vídeo do Heavy Metal, para não dar visualizações aos inimigos, pois trabalham com o algoritmo. Ela pede para dar visualizações aos aliados.

"ler Carta Capital
gostar de Marginal
é pré-requisito
para ser intelectual
para que ficar sentado
que nem burro esperando
bem aí do seu lado tem
alguém que está esquerdando"

Nas palavras do professor João César, o anti-intelectualismo é a marca d'água do sistema de diferenças do Olavo de Carvalho, e o ressentimento que o move é tão evidente que tornaria constrangedor qualquer esboço de análise psicológica. A influencer esclarece que Olavo de Carvalho sempre foi uma figura abjeta à filosofia e ao pensamento da intelectualidade brasileira. É difícil definir a forma de pensamento da produção de Olavo de Carvalho, pois não pode ser chamada de obra, sendo apenas um amontoado de textos. Academicamente, não produz nada que possa ser lido pelos pares, não extrai nenhuma abstração e consiste em um conjunto de argumentos ad hominem, teorias da conspiração e citações absurdas, muitas vezes de coisas que Olavo não leu, assumindo isso ele mesmo.

Nesse contexto, o movimento cria a retórica do ódio, visando constantemente a criação de um inimigo, dependendo da lógica binária e estúpida de que se você não está conosco, está contra nós. Logo, você é considerado um inimigo, devendo ser apagado ou expurgado. Um segundo fenômeno é a Idiotia Erudita, em que quem escuta muitas citações, sem aprofundamento, acredita que aquilo que está escrito

está cancelado. A lógica Olavista surge da concepção de que se você não tem aderência total, é considerado um inimigo, sem espaço para meio termo. Por último, temos a lógica da refutação, que desconsidera qualquer coisa que se oponha. A retórica do ódio opera desqualificando o outro, partindo de uma animalização de corpos.

Rita Von Hunty compartilha experiências pessoais de ataques, destacando um episódio em que um bolsonarista pegou um vídeo dela falando sobre gênero e natureza, que cita o então ministro da educação, o primeiro governo bolsonarista, fez uma declaração estapafúrdia dizendo que quem define gênero é a natureza. Von Hunty utiliza referências como Margarete Midi e Simone de Beauvoir para fundamentar seu conteúdo. Um rapaz bolsonarista se apropria do vídeo da influenciadora, produz um vídeo de refutação, no qual a insulta e desconsidera seus argumentos por ser uma Drag Queen, incentivando seus seguidores a atacá-la nas redes sociais.

Outro momento de ataque ocorre quando Olavo de Carvalho, em vida, comenta em outro vídeo sobre a dor na indústria da cultura, referindo-se a Von Hunty como uma "bonita senhora transexual". Olavo de Carvalho deslegitima a identidade de Von Hunty e critica o movimento de Drag Queens que se aliam ao movimento feminista. Essa deslegitimação visa descredibilizar não apenas sua argumentação, mas também sua humanidade, tornando-a mais fácil de "destruir" aos olhos dos ataques.

Este parágrafo destaca claramente todo o modus operandi discutido desde o início deste trabalho. Apesar de um canal LGBT construir conteúdo, engajar seguidores, utilizar fontes confiáveis e estruturar seu pensamento baseado em intelectuais, ele sempre enfrentará desafios adicionais. Enquanto canais que seguem uma receita de manipulação, baseada em vozes da cabeça, da extrema direita, capturam o público. O YouTube é o principal beneficiário, gerando lucro a partir desses conteúdos de massa, frequentemente associados a teorias conspiratórias.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou trazer um estudo inicial sobre o Youtube. Hoje, vários estudiosos dão ênfase em seus estudos sobre as outras redes sociais, porém essa plataforma tem um grande potencial de transformação cultural.

O trabalho visa investigar o YouTube, destacando seu potencial de transformação cultural muitas vezes subestimado. Analisa a eficácia da plataforma na circulação de ideias políticas, ressaltando a presença de influenciadores alternativos bem articulados. O primeiro capítulo aborda a história e aquisição do YouTube pelo Google, explorando sua natureza como rede social e seu papel na economia da atenção.

O Segundo capítulo, traz a discussão da complexidade de como o conceito de gênero é explorado, desde sua construção social até as lutas feministas contemporâneas. A teoria feminista, interseccionalidade e a perspectiva de Judith Butler são discutidas, destacando a resistência progressista, especialmente no YouTube, diante da onda conservadora.

O terceiro capítulo pretende abordar a evolução do cenário digital, destacando mudanças nos comportamentos globais. Explora a análise de dados, benefícios como tomada de decisões informada e desafios, como violação de privacidade. O relatório "The Changing World of Digital 2023" da We Are Social destaca disparidades globais na conectividade. O YouTube, com 2,52 bilhões de usuários, enfrenta uma redução no alcance publicitário. Métricas de canais LGBT e direita revelam financiamento para os últimos, mas ambos têm audiências semelhantes, sugerindo padrões de consumo comparáveis. Canais de direita adotam desinformação, colocando canais LGBT na posição de refutar constantemente.

Por fim, no último capítulo analisamos a partir da percepção de Lewis, como os canais de extrema direita operam, criam seguidores, atraem e fidelizam sua audiência. Usar um canal bolsonarista e um canal progressista, nos direciona na tentativa de entender que a informação será sempre manipulada. Apesar de ambos os canais estarem voltados para o seu público, baseado no estudo de Lewis, o modo de operar é o mesmo, tanto para o progressista, quanto para o conservador, quem fica a mercê desse jogo é a audiência. Destaco o caráter dinâmico do Youtube, e na construção de

seus algoritmos, na tentativa de coletar o máximo de dados, mascarado pelo discurso de uma melhor experiência de usuário. Todos os dados aqui presentes, está disponível na internet em plataformas abertas. Um ponto é certo, todo produto digital visa o lucro, logo a posição política tomada, mesmo que pareça neutra, tem uma tendência. É a tendência daquilo que viraliza, aumenta o número de visualizações e lucra bilhões.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A HISTÓRIA por trás dos 20 anos da internet comercial no Brasil. *In*: RNP. **A história por trás dos 20 anos da internet comercial no Brasil**. [S. l.], 22 jul. 2015. Disponível em: <https://www.rnp.br/noticias/historia-por-tras-dos-20-anos-da-internet-comercial-no-brasil#:~:text=Em%201995%2C%20o%20Brasil%20veio,da%20internet%20comercial%20no%20Brasil>. Acesso em: 12 nov. 2023.

BENTES, Anna. A GESTÃO ALGORÍTMICA DA ATENÇÃO: ENGANCHAR, CONHECER E PERSUADIR. **Políticas, Internet e Sociedade**, Belo Horizonte, p. 222-232, 2019.

BOURDIEU, Pierre. O mercado de bens simbólicos. *In*: As regras da arte: Gênese e estrutura do campo literário. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**: A gênese dos conceitos de habitus e de campo. Tradução Fernando Tomaz, f. 156. 1988, p. 59-73.

BOURDIEU, Pierre. **The Forms of Capital**: Handbook of theory and Research for Sociology of Education. 1983. 450 p.

BOYD, Danah; ELLISON, Nicole . Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, p. 210-230, 17 dez 2007.

BRUNO, Fernanda *et al.* **Tecnopolíticas da vigilância**: Perspectivas da margem. São Paulo: Boitempo Editorial, v. 3, f. 237, 2018, p. 149-236.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital**: Como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. Tradução Ricardo Giassetti. São Paulo: Aleph, 2009. Tradução de: YouTube: digital media and society series.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero**: Feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, v. 3, f. 144, 1990. 288 p.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. 3 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, f. 136, 1997, p. 51-68.

CÉSAR, Maria Rita de Assis; DUARTE, André de Macedo. Governo e pânico moral: corpo, gênero e diversidade sexual em tempos sombrios. **Educar em Revista**, Curitiba, n. 66, p. 141-155, 2017.

EPISÓDIO Suzy Brasil #18. Podtudo Podcast. São Paulo, 2022. Disponível em: www.youtube.com/@podtudo_podcast_oficial. Acesso em: 25 nov. 2023.

FERREIRA, Kellison. **Análise de dados: o que é e dicas fundamentais para obter sucesso na sua análise**. Rockcontent Blog. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/analise-de-dados/>. Acesso em: 12 nov. 2023.

GUERRA CULTURAL E RETÓRICA DO ÓDIO. *In*: **GUERRA CULTURAL E RETÓRICA DO ÓDIO**. São Paulo, 25 nov. 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=C1pxtNjLPVI>. Acesso em: 25 nov. 2023.

GILLESPIE, Tarleton. A relevância dos algoritmos. **Parágrafo**. Tradução Tarleton Gillespie, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 95-121. Tradução de: The Relevance of Algorithms.

HARAWAY, Donna. “Gênero” para um dicionário marxista: a política sexual de uma palavra. **Pagu**, p. 201-246, 2004.

HUNTY, Rita Von. **Rita em 5 minutos: Gênero e Natureza**. Youtube. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vK3koljeWoc&t=12s>. Acesso em: 9 nov. 2023.

KEMP, Simon. **DIGITAL 2023: BRAZIL**. DData Reportal – Global Digital Insights. 2023. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil>. Acesso em: 13 nov. 2023.

KEMP, Simon. **Relatório Digital Global Statshot de julho de 2023**. We Are Social. julho de 2023, 2023. Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/07/social-media-use-reaches-new-milestone/>. Acesso em: 9 nov. 2023.

LEWIS, Rebecca. Alternative influence: broadcasting the reactionary right on YouTube. **Data & Society Research Institute**. 61 p, 18 set 2018.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação**: uma perspectiva pós-estruturalista. 6 ed. Petrópolis: Vozes, f. 96, 2003. 192 p.

MIGUEL, Luis Felipe. O mito da “ideologia de gênero” no discurso da extrema direita brasileira. **Cadernos Pagu**, 2021.

ONZE canais bolsonaristas lucraram R\$ 10 milhões com propagação de fake news. Carta Capital. 2021. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/onze-canais-bolsonaristas-lucraram-r-10-milhoes-com-propagacao-de-fake-news/>. Acesso em: 14 nov. 2023.

PISCITELLI, Adriana. **Gênero: a história de um conceito**. São Paulo: Berledis, 2009.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão. **Metamorfoses jornalísticas**, 2009.

SENRA, Lorena Thevenard. **A Direita Alternativa no Youtube Brasileiro e a Captura de Atenção: Uma Análise do Canal Nando Moura**. Niterói, f. 44, 2022 Trabalho de Conclusão de Curso (Sociologia) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2022.

STERLING, Anne Fausto. Dualismos em duelo. **Caderno Pagu**, p. 9-79, 2001.

TEMPERO DRAG. **Rita Von Hunty**. Youtube. São Paulo, 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/@TemperoDrag>. Acesso em: 25 nov. 2023.

TOLILA, Paul. **Cultura e Economia: Problemas, hipóteses, pistas**. Tradução Celso M. Paciornik. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, v. 3, f. 73, 2007. 145 p. Tradução de: Economie et politique.

VENCATO, Anna Paula; VIEIRA, Regina Stela Corrêa. Uma virada conservadora: pânico moral, mídias digitais, (des)ilusões e (des)afetos no Brasil dos anos 2010. **Revista Eletrônica Interações Sociais – REIS**, v. 5, n. 1, p. 10-29, 06 ago 2021.

WOEBCKEN, Cayo. **Web 3.0: conceito, aplicações e impactos para as empresas**. 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/web-3-0/#web>. Acesso em: 6 nov. 2023.

YOUTUBE USERS, STATS, DATA & TRENDS. DData Reportal – Global Digital Insights. 2023. Disponível em: <https://datareportal.com/essential-youtube-stats>. Acesso em: 13 nov. 2023.

ZUBOFF, Shoshana. Big Other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. **Journal of Information Technology**, 2015.