

**Um mapa da <<direita>> no *YouTube* do Brasil  
através dos métodos digitais.**

**Rodrigo Oliveira Silva**

**Dissertação de Mestrado em  
Ciências da Comunicação – Cultura Contemporânea e  
Novas Tecnologias**

**Dezembro de 2018**

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários  
à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação – Cultura  
Contemporânea e Novas Tecnologias, realizada sob a orientação científica  
do Professor Doutor Rui Mateus Pereira

*Quero dedicar esta dissertação a todos aqueles que, de alguma forma,  
me desmotivaram a fazer este mestrado, dentro e fora da academia.*

*Como diria meu amigo e poeta Viton Araújo:  
“não há maior estímulo do que ser subestimado”*

## **Agradecimentos**

De todos os caminhos da vida, o mestrado foi mais um que não trilhei sozinho. Neste percurso importante, além de percalços, incertezas, alegrias e tristezas, muito se fez devido às pessoas que estavam ao meu lado, indispensáveis nesta caminhada.

À minha mãe, Solange Maria Gulart Oliveira, que desde que eu nasci, mostrou-me a importância do conhecimento e sempre me deu apoio, financeiro e emocional, para realizar os meus estudos. Muitas vezes, acreditando em mim, abriu mão das suas prioridades para que eu tivesse melhores oportunidades.

À Inês Belo Gomes, companheira em praticamente todas as etapas deste mestrado, pelo amor, força, coragem e apoio incondicionais, nunca faltando incentivo e carinho da sua parte. Sem ela, nada disto seria possível.

Ao meu orientador, Professor Rui M. Pereira, que acreditou em mim e esteve presente nos momentos mais difíceis, contribuindo não apenas com a sua experiência acadêmica e elevada competência, mas também com os seus conselhos exemplares. Serei grato para sempre e espero honrar todo o seu apoio.

Por fim, o meu enorme agradecimento a todos os que contribuíram indiretamente nesta dissertação, estimulando-me intelectual e emocionalmente.

# Um mapa da <<direita>> no *YouTube* do Brasil através dos métodos digitais.

RODRIGO OLIVEIRA SILVA

## RESUMO

Movimentos populistas de direita crescem no Brasil, fazendo uso das redes sociais como um espaço digital seguro para a propagação de ideias conservadoras. Tendo isto em vista que, o *YouTube* é uma das plataformas principais onde esta onda crescente se propaga, objetivo principal deste trabalho é identificar os principais canais de direita de *youtubers* brasileiros e perceber, a partir da interatividade entre os mesmos, como estes estão correlacionados. Este trabalho só foi possível de ser realizado por conta do uso de novos métodos digitais de pesquisa, que hoje são pouco usados, mas que poderão fazer parte da vida de pesquisadores num futuro muito próximo.

PALAVRAS – CHAVE: Brasil; Interatividade; Métodos Digitais; Política; Direita; Redes Sociais; Medias Sociais; *YouTube*.

**A map of the << right >> on Brazil's YouTube  
through digital methods.**

**RODRIGO OLIVEIRA SILVA**

**ABSTRACT**

Right-wing populist movements grow in Brazil, making use of social networks as a secure digital space for the propagation of conservative ideas. With this in mind, YouTube is one of the main platforms where this growing wave propagates, the main objective of this work is to identify the main right channels of Brazilian youtubers and to perceive, from the interactivity between them, as these are co-related issues. This work was only possible due to the use of new digital research methods, which are little used today, but which can be part of the life of researchers in the very near future.

**KEYWORDS:** Brazil; Interactivity; Digital Methods; Politics; Social Networks; Social Media; *YouTube*.

# Índice

|   |               |
|---|---------------|
| <b>1. INTRODUÇÃO</b>  | <b>1</b>      |
| <b>2. A COMUNICAÇÃO NA POLÍTICA</b>                                   | <b>13</b>     |
| 2.1. COMUNICAÇÃO E MARKETING POLÍTICO NO BRASIL                       | 16            |
| 2.2. O MARKETING POLÍTICO NAS MÍDIAS DIGITAIS                         | 21            |
| <b>3. UMA VISÃO GERAL DA DIREITA</b>                                  | <b>23</b>     |
| 3.1. A EXTREMA-DIREITA NO BRASIL                                      | 31            |
| <b>4. YOUTUBE</b>   | <b>37</b>     |
| 4.1. O YOUTUBE COMO INFLUENCIADOR DE OPINIÃO                          | 39            |
| 4.2. POLÍTICA DA PLATAFORMA   | 44            |
| 4.2.1. YOUTUBE API  | 47            |
| 4.2.2 YOUTUBE ALGORITMOS  | 52            |
| <b>5. METODOLOGIA/EXTRAÇÃO DE DADOS</b>                               | <b>55</b>     |
| 5.1.MÉTODOS DIGITAIS  | 56            |
| 5.2.MÉTODOS DIGITAIS PARA O YOUTUBE                                   | 59            |
| 5.3.VISUALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO  | 62            |
| <b>6. ESTUDO DE CASO: A DIREITA NO YOUTUBE DO BRASIL</b>              | <b>67</b>     |
| 6.1.OS PRINCIPAIS CANAIS DE YOUTUBERS DE DIREITA NO YOUTUBE DO BRASIL | 74            |
| 6.2.UM MAPEAMENTO DA DIREITA NO YOUTUBE DO BRASIL                     | 106           |
| <b>7. HASHTAGS: #ELENAO #ELESIM #CAIXA2BOLSONARO</b>                  | <b>110</b>    |
| <b>8. CONCLUSÃO</b>   | <b>122</b>    |
| <b>BIBLIOGRAFIA</b>   | <b>132</b>    |
| <b>ANEXOS</b>   | <b>I-XIII</b> |

## Lista de Abreviaturas

**DEM** Democratas

**DMI** Digital Methods Initiative

**MDB** Movimento Democrático Brasileiro

**PMDB** Partido do Movimento Democrático Brasileiro

**PSL** Partido Social Liberal

**PSOL** Partido Socialismo e Liberdade

**PT** Partido Trabalhista

## 1. INTRODUÇÃO

Quando nasci, em 1982, três anos ainda faltavam para que a ditadura militar no Brasil chegasse, por fim, ao seu término. Como em qualquer outro regime ditatorial repressivo, a liberdade de expressão do indivíduo esteve altamente condicionada. O pensamento das massas, também neste caso, “oleado” por discursos políticos tornados propaganda. Como viria a perceber mais tarde na vida, praticamente todos os regimes politizados se tendem a apoiar nesta simbiose complexa entre o que se fala [discurso] e o que se dissemina [propaganda].

A história política e social do último século assim nos demonstra. Na antiga União Soviética, cartazes ilustrados sobre as “vitórias” do Exército Vermelho e os documentários de Dziga Vertov, entre outros, chegavam eficazmente às massas populares. Durante o regime do Terceiro Reich seria filmado o muito influente *Triunfo da Vontade* (1935), dirigido por Leni Riefenstahl mas conceitualizado por Joseph Goebbels, responsável pela propaganda nazi. Na China de Mao Tsé-Tung, um “pequeno” *Livro Vermelho*, editado pela primeira vez em 1964, chegaria aos dias de hoje como o segundo tomo mais lido no mundo – apenas atrás da *Bíblia*.

Já, na época da ditadura brasileira (1964 – 1985), a propaganda política entrou de rompante nas casas de cada um de nós, principalmente através da televisão. Programas cuidadosamente esmiuçados pela censura chegavam ao grande público brasileiro a favor do enaltecimento ao regime. Em 1975, a Rede Globo – uma das maiores emissoras do mundo e ainda operante na atualidade – exaltaria o estado ditatorial num documentário com cerca de cinquenta minutos<sup>1</sup> e assistido por milhares de pessoas.

Mas, de tudo isto, pouco ou nada me recordo. Não me lembro da ditadura militar brasileira *in loco*. Era demasiado novo para que desta fosse consciente. Porém, sei o que adveio depois.

---

<sup>1</sup> <[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=798&v=JHMOLQDRER8](https://www.youtube.com/watch?time_continue=798&v=JHMOLQDRER8)>, consultado em 26 de Março de 2018.

Por vezes se diz que a grande influência de um indivíduo em formação é, em primeiro lugar, a família; depois, a sociedade. Vinte e um anos de repressão ditatorial não podem ser desconsiderados e, tanto em meu espectro familiar como no social, tiveram o seu devido peso. A questão familiar é interessante porque, aí, as percepções políticas inscreveram-se em permanência numa polarização ideológica diversificada – mais para a “esquerda” ou, mais para a “direita. Também, crescer numa época liminar e/ou transacional entre a ditadura e a democracia, implicou a adaptação social a uma nova realidade. Mais taxativamente, a da construção de uma narrativa de “liberdade”. Tal como aconteceu em Portugal – onde o regime ditatorial durou 48 anos – a mudança de um regime para outro marcou geracionalmente os que viveram em ditadura e aqueles outros que nasceram fora dela. Se uns foram afetados diretamente, os outros, de alguma forma, carregam “sequelas” indiretas através dos discursos e memórias das gerações anteriores. No contexto português isto já havia sido notado pelo antropólogo Tiago Matos Silva, em *Pais de Abril, Filhos de Novembro* (2002). Não julgo que seja muito diferente em outros lugares que também tenham passado por situações ditatoriais semelhantes. De fato, o que consigo discernir pelo meu contexto familiar, é que alguns mantiveram receios e retóricas vindas do passado ditatorial – é comum ainda se dizer no Brasil que futebol, política e religião não se discute – enquanto outros decidiram abraçar a promessa de democracia.

Não posso afirmar, no entanto, que alguma vez tenha sido politizado a ponto de pertencer a alguma organização de índole política formal. Mas posso afirmar que não sou apolítico – acredito que ninguém o é, tal como Aristóteles um dia afirmou que “todo o homem é um animal político”. Isso está presente nas nossas convicções, como também nos nossos atos individuais e coletivos.

Pouco antes de iniciar, no ano de 2000, a minha graduação em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda (ESPM-SUL), tornei-me integrante de uma banda de música *punk*. Era um grupo politizado, que se pautou por enfrentar musicalmente o movimento *skinhead* e ideologias totalitaristas. Este período representou, para mim, um exemplo de como se pôde fazer “política” sem estar dentro da “Política”. Invariavelmente, o meu interesse pela área continuou e ganhou uma expressão mais concreta na

monografia final de minha graduação, realizada durante o ano de 2006 e intitulada de “As Ideologias Leninistas e Stalinistas no Cinema de Eisenstein”.

Perceba-se a questão da propaganda, da política e da ideologia que, como se entenderá ao longo dos capítulos que compõem esta dissertação, continuarão presentes no cerne das minhas preocupações teóricas, epistemológicas e empíricas.

Pouco antes de mudar para Portugal e ingressar no Mestrado em Ciências da Comunicação – Cultura Contemporânea e Novas Tecnologias (FCSH-NOVA), a ex-presidente do Brasil, Dilma Rousseff, do Partido Trabalhista (PT), foi “substituída” pelo seu vice-presidente, Michel Temer, do Partido do Movimento Democrático Brasil (PMDB), num processo de *impeachment*<sup>2</sup>. Esse acontecimento deflagrou, antes, durante e depois do processo, uma série de manifestações por todo o país – tanto contra, como a favor do *impeachment*.

Um reflexo do descontentamento pelos sucessivos escândalos de corrupção que assomaram o país – particularmente aqueles que se reportam a partidos de esquerda, nomeadamente ao PT – algumas pessoas com quem privava começaram a modificar a sua perspetiva política numa viragem para a “direita”. Vários fatores mostraram-se preponderantes para que isto viesse a acontecer. A desilusão com os sucessivos governos do Partido Trabalhista – que culminou com o impeachment de Dilma Rousseff, com o apoio de parte da população brasileira (inclusive de eleitores que, anteriormente, a tinham colocado no poder); ou, ainda, com a prisão do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva por corrupção, em 2018 – derivou num sentimento antipetismo generalizado (e que se traduziu claramente na corrida de Fernando Haddad, do PT, para as eleições presidenciais de 2018). Também de referir a crise económica que deflagrou no país, nos últimos anos. Por volta de 2008, quando a crise económica europeia “rebentou”, o Brasil foi um dos países “escape” no processo das migrações económicas. A mídia mostrava um país

---

<sup>2</sup> Processo político-criminal instaurado contra altas figuras governamentais, como o/a Presidente/a da República, que tenham infringido, de alguma forma, as funções para as quais foram designados.

pleno de oportunidades, onde a possibilidade de emprego florescia em comparação com a Europa. O PT governava. Mas a economia brasileira começou a decair gradualmente. Todos estes acontecimentos se tornaram motivos para que a direita “desabrochasse” e começasse a ganhar preponderância política no cenário brasileiro e que, inclusive, “abraçasse” as redes sociais em busca de novos partidários e possíveis eleitores. Também foi sensivelmente nessa época, em 2016, que me deparei, pela primeira vez, com um canal de um *youtuber* brasileiro dentro dessa mesma linha de pensamento.

Não procurava por qualquer conteúdo político quando entrei no canal de Nando Moura. Este, aparentemente, falava substancialmente de música no seu canal e, por conta disso, me inscrevi. Alertado pelas notificações do *YouTube*, assisti a um vídeo no seu canal que propagava discursos de ódio balizados em premissas que este viria a classificar de “direita”.

Mas se em 2016 a proporção de vídeos com conteúdo musical no canal de Nando Moura era bem mais substancial do que aqueles, em teoria, “sobre política”, em 2018, os segundos foram bem mais numerosos. O número de inscritos aumentou exponencialmente e, não sendo *youtuber* o ponto de partida desta dissertação, foi o seu canal do *YouTube* que me despertou para a problemática do crescimento de outros canais do gênero e de discursos que incitam a violência.

Ao invés de focar o “olhar” em outras redes sociais como o *Twitter*, o *Facebook* ou o *Instagram*, preferi analisar o *YouTube* num momento de pré-campanha às presidenciais brasileiras de 2018. Não é que as outras redes, como aquelas descritas anteriormente, fossem de somenos importância em todo o processo e percurso das eleitorais. No entanto, o *YouTube* foi também um catalisador na propagação de mensagem e opinião política. Como proponho, tendo como base esta pesquisa, esta plataforma de partilha de vídeo foi também relevante ao desencadeamento do resultado eleitoral: o da presidência de Jair Bolsonaro. E é, para mim, pessoalmente preocupante que, vozes similares, se levantem todos os dias no Brasil. Tanto dentro, como fora, da *internet*.

Mas porque iniciar esta introdução a partir de um introito autobiográfico? Primeiro, porque sou da opinião que qualquer objeto de estudo se constrói a partir da nossa própria curiosidade em relação a uma realidade em particular. Em segundo, porque mesmo não tendo propriamente planejado uma “continuação” investigativa, de fato, a questão política e suas formas de propagação já tinham sido abarcadas anteriormente na minha monografia de graduação – se bem que no formato cinema e no contexto histórico da antiga União Soviética. Desta vez, expatriado, decidi olhar o cenário político do Brasil pela perspectiva de quem se encontra distanciado. E, distante, que melhor forma de o fazer que através do *online*? Em terceiro, apesar dessa curiosidade que referi anteriormente e que rege em permanência o trabalho do investigador, assumo que esta se mistura com preocupação. Preocupação, porque a proliferação de discursos e narrativas de ódio, como veremos adiante, chegaram a candidatos políticos que disputaram a presidência brasileira nas eleições de 2018. Ao mesmo tempo que também à esfera do cidadão “comum” – principalmente no espaço pouco regulamentado da *internet* que, segundo Mark Epstein, Fulvio Orsitto e Andrea Righi (2017, p. 364), concentra e facilita o reconhecimento de vozes extremistas no plano social.

Por fim, em jeito de reflexão para a prossecução deste trabalho, uma citação de Karl Marx em *The Eighteenth Brumaire of Louis Napoleon*:

“(...) all great world-historic facts and personages appear, so to speak, twice (...) the first time as tragedy, the second time as farce. (...) Men make their own history, but they do not make it as they please; they do not make it under self-selected circumstances, but under circumstances existing already, given and transmitted from the past.” (1978, p. 10)

\*\*\*

Quinze anos após o término da Segunda Guerra Mundial, em 1961, um dos torcionários principais do Holocausto, Adolf Otto Eichmann, começa a ser julgado pelos tribunais de Jerusalém, em Israel, por genocídio e crimes contra a Humanidade. Hannah Arendt, filósofa alemã e judia, naturalizada norte-americana, assiste ao desenrolar do julgamento enquanto correspondente do

jornal *The New Yorker*, para onde envia notícias regulares sobre o ocorrendo. No ano de 1963, compilando todo o material por si recolhido durante o período do julgamento, Arendt publica a sua obra mais controversa: *Eichmann em Jerusalém – A Banalidade do Mal* (2006). É através da lente crítica da filósofa que Eichmann é visto não como o “monstro” que esperávamos encontrar, mas como um homem comum, banal, que serviu e foi obediente ao sistema e a uma figura de autoridade extremamente persuasiva. Não que os atos grotescos de Eichmann tenham sido desculpabilizados por Arendt. Uma leitura menos atenta talvez assim o demonstrasse. Mas o que o relato da autora nos revela é a possibilidade real de nos conformarmos com as palavras e os discursos estudados de uma personalidade carismática – e de agirmos consoante. Mais que isso, é um alerta para que pensemos sobre a incapacidade individual de refletir moralmente. Neste sentido, “(...) o mal pode ser praticado cotidianamente por qualquer indivíduo, e não apenas por aqueles considerados monstros” (Bertolini, 2016, p. 16), pois a “banalidade do mal” é, tão somente, “(...) a incapacidade de pensar individualmente como forma de ignorância passível de tornar-se violência” (Penachioni, Guisordi, & Prada, 2016, p. 91).

Ainda acerca dessa banalização, talvez possamos pensar na própria “banalidade do ódio”. Os últimos anos têm visto um crescendo de discursos fundeados na hostilidade em relação ao “outro” e à diferença – reiterados, inclusive, pela classe política de estados democráticos. O processo do *Brexit* no Reino Unido; o crescimento recente de movimentos de extrema-direita na França, Itália e outros; as problemáticas que abalaram as fundações sociais da União Europeia aquando da crise dos refugiados; ou, até mesmo, a eleição de Donald J. Trump nos Estados Unidos da América, são acontecimentos que nos demonstram como “soluções” propostas por vozes conservadoras têm conquistado um espaço cada vez mais relevante e sonoro na política euro-americana (Stavrakakis, Katsambekis, Nikisianis, Kioupiolis, & Siomos, 2017). Mas outros casos são também de monta relevar, nomeadamente o do Brasil, que viu acontecer um *impeachment* em 2016 e a “substituição” da ex-presidente Dilma Rousseff (PT) pelo seu ex-vice-presidente, Michel Temer (PMDB). Quando comecei esta dissertação de mestrado, o Brasil encontrava-se a passos largos para as eleições presidenciais de 2018, onde um dos

candidatos principais – Jair Bolsonaro (PSL) – discursava contra minorias étnicas, mulheres e homossexuais. A verdade é que nunca cogitámos que, após a queda do Muro de Berlim, outros “muros” pudessem vir a ser tão claramente erguidos. Muito menos, tendo como fundação, premissas contrárias aos direitos fundamentais do indivíduo.

Mas qual é o motivo para esta viragem política acentuada para a direita? A insatisfação social face a sistemas governamentais “tradicionais” – presidencialismo, parlamentarismo, militarismo, entre outros – pode ser entendida como uma das razões principais (Van Bouwel, 2009, p. 124). Também o crescimento dos índices de desigualdade ou os abusos cometidos pela classe política (Fieschi & Heywood, 2004) sugerem, em paralelo, soluções baseadas em discursos individualistas e populistas (Bartlett, Birdwell, & Littler, 2012). Há ainda quem, para o caso euro-americano, argumente que o “fator medo” – referente aos casos de terrorismo, à demonização dos migrantes, etc. – tem vindo a ser apropriado pela classe política, mais taxativamente pelos partidos de direita, numa extrapolação de ideais nacionalistas (Robin, 2004; Postelnicescu, 2016). São pensamentos que reiteram a diferença entre indivíduos e criam categorizações entre “cidadãos de primeira” e “cidadãos de segunda” (Dorf, 2011; Reiter, 2012).

Mas, o conservadorismo político que sem tem vindo a instalar na realidade passou também para o virtual (Rohlinger, Bunnage, & Klein, 2014). Porém, não quer isto dizer que haja um descolar do virtual para a realidade pois o primeiro consiste, invariavelmente, no exacerbar do segundo (Castells, Majer, Gerhardt, & Cardoso, 2008). A política, sendo um domínio da realidade social, encontra no ciberespaço mais uma plataforma de disseminação de ideologia. Esta, diga-se, aparentemente bem mais abrangente e com maior poder comunicativo/interativo do que os meios “tradicionais” de difusão – como, a título de exemplo, a televisão. Ou seja, no ciberespaço a política consegue um grau de acessibilidade discursiva mais ampla. E, se este é um lugar onde o *self* se constrói em permanência (Roesler, 2008; Patra, 2015), o que pensar das possibilidades múltiplas em termos de criação de *persona* política (Corner, 2000; Marshall & Henderson, 2016)?

Se tivermos em conta as redes sociais – canais de preferência para a disseminação de conteúdo, mensagens e de ideologias diversas – veremos que todos nós enquanto usuários construímos *personas* de nós mesmos. Isto, seja pelo que partilhamos nas redes, pelo que deixamos fora das mesmas, pelas mensagens que veiculamos, mas também através da forma como interagimos. Porém, além do “usuário comum”, existem ainda personalidades e *influencers* que operam as suas redes congregando um número vasto de seguidores em torno de “si” (Freberg, Graham, McGaughey, & Freberg, 2011). Sejam as mensagens que perpassam do teor mais diversificado possível, a posição privilegiada nas redes sociais permite-lhes propagar os seus ideais, rápida e facilmente. Os discursos que veiculam *online* e que partilham via interação direta com os seus seguidores detêm o “poder” de criar, potencialmente, um *shift* no pensamento individual – conseguindo chegar até mesmo ao pensamento do coletivo de seguidores (Krause, James, & Croft, 2010). Também a política é, já de si, um exercício de influências conceituais no indivíduo. Nas redes, como no *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Youtube* – ou tantas outras que vão surgindo e desaparecendo – a força da propagação do conteúdo político, em qualquer espectro e incidência, amplifica-se a um mundo globalizado e conectado numa quase permanência. Em um momento em que o mundo político tende para a apropriação de ideais baseados naquilo que, em terminologia comum, convencionámos apelidar de “direita”, as redes sociais tornaram-se, mais uma vez, no espaço de privilégio facilitado para a propagação destes mesmos discursos.

Vários contextos globais têm sido “fustigados” por prédicas politizadas de semelhante teor, recorrendo a temáticas geralmente pensadas como sendo socialmente fraturantes. Não é, portanto, desconcertante, que políticas “de direita” falem ao público invocando – mesmo que veladamente – percepções xenófobas (Wimmer, 1997; Van Dijk, 1997; Triandafyllidou, 2000), homofóbicas (Graff, 2010; Mole, 2011; Garry & Pearsall, 2015), conservadoras (Calhoun, 1994; Chouliaraki, 2000) ou, até, de pendor religioso (Kloppenbergh, 1987; Driessen, 2010; Nelsen, Guth, & Highsmith, 2011; Papastathis, 2015) e patriarcal (M. Becker, 1999; Hamrud, 2014; Pettersson, 2017), entre outras possíveis. Mas é ainda interessante denotar que estes discursos e ideais têm vindo a ser apropriados e tornados – tanto por

determinadas facções da classe política, como pelas pessoas “comuns” – nos tais discursos de ódio (Cioccarri & Ezequiel, 2017; Nascimento & Neves, 2017).

A disseminação desta tipologia discursiva penetra na *internet* com eficácia (Özarlan, 2014; Pohjonen & Udupa, 2017; Brown, 2017). Se pensarmos que a rede é um espaço global parcamente, ou mesmo nada, regulamentado por qualquer controlo estatal (Salbu, 1997; Benkler, 2000; Weiser, 2009), então está criado o entremeio para veicular os mais diversificados pontos de vista. Do mesmo modo, coexiste a conceptualização de que a internet nos permite a total liberdade de expressão a qual, em muitos contextos mundiais, não corresponde à realidade implementada pelos diferentes sistemas governamentais e políticos. A *internet* torna-se, legitimamente, num escape para aqueles não têm possibilidade de falar livremente. Mas onde se traça a fronteira, quando a liberdade de expressão é levada ao limite?

A *internet* detém ainda um cariz de anonimato (Lee, 2006; Bernstein et al., 2011; Cho, Kim, & Acquisti, 2012; Kang, Brown, & Kiesler, 2013). Este pode, até certo ponto, conter a fragilidade de um IP pouco disfarçado; mas tenha-se em consideração que existem formas de codificação – como, a título de exemplo, os VPN – que disfarçam a navegação e facilitam este processo de “tornar anónimo”. Mesmo sem recorrer a estas estratégias, o facto da internet nos conectar nos mais variados níveis de interação e sem ser necessário o “clássico” face-a-face, viabiliza um “despudor” opinativo que advém da mediação relacional distanciada e através do uso de dispositivos tecnológicos.

Atrás de um computador ou de um visor de *smartphone*, as represálias sociais pelo uso de discursos menos consensuais ou de terminologias de ódio tornam-se menos impactantes. É verdade que, nas redes sociais, conteúdo partilhado e considerado impróprio pode ser bloqueado pela plataforma se um utilizador se sentir pessoalmente ofendido; mas nem sempre isso ocorre. Mesmo ocorrendo, dificilmente a represália passará para o cômputo “*off-line*”.

Neste sentido tenha-se como exemplo o caso de Richard Spencer<sup>3</sup>, norte-americano e autodenominado “supremacista branco”, que após ter sido suspenso do *Twitter*, em 2016, passou para o *YouTube*. Os seus vídeos possuem mais de 2.920.000 visualizações. No Brasil, o *youtuber* Nando Moura, que se define apoiante da direita política, detentor de um discurso que talvez possamos classificar de “odioso”, possui cerca de 1.277.500 inscritos no seu canal. Ambos foram repreendidos pelos conteúdos ofensivos que propagaram na *internet*; porém, continuam presentes nas redes sociais e nos seus respectivos canais.

Tal como referido por Dhiraj Murthy (2008) os vídeos partilhados nas redes sociais deverão ser olhados criticamente como uma “auto-representação” ou um processo pessoal de “empoderamento”. É interessante como, no *YouTube* – a rede social que será trabalhada nesta dissertação – se torna perceptível como a forma de comunicação em vídeo está correlacionada, também, com o próprio sentido representacional da personalidade do comunicador (Hamburger & Ben-Artzi, 2000). A partir do que partilhamos publicamente, construimo-nos; mas, é a partir das respostas dos outros ao que veiculamos que adaptamos pensamentos e discursos. Como nos diz Daniel Miller, “*the self is a more transient creation, largely formed from other people’s response*” (2008, p. 13). *Performatizamos* para “fora”, num processo “(...) of making the self known to others” (Jourard & Lasakow, 1958, p. 91). Dhiraj Murthy (2008) reflete ainda sobre a potencial encenação desses conteúdos discursivos nas redes, os quais podem trazer um carácter inovador para a pesquisa científica.

Entendendo a *internet* e as comunicações mediadas por computadores como relevantes e inerentes ao mundo social contemporâneo, Angela Cora Garcia, Alecea I. Standlee, Jennifer Bechkoff, & Yan Cui, (2009), nos participam as potencialidades da adoção de uma investigação virtual em ciências sociais. Evidenciado a dissolução de fronteiras entre o *online* e o *offline*, os autores salientam a interação permanente entre ambas as realidades, não as desligando uma da outra. Neste sentido, Samuel William e Leighton P.

---

3 <<http://richardbspencer.com/>>, consultado em 24 de Março de 2018.

Peterson (2002), nos adiantam que o *online* é permanentemente pautado por regras culturais e sociais que fazem parte do nosso dia-a-dia. A *internet* é, portanto, destas sintomática e está “embebida” nessas mesmas regras e constrações (Miller & Slater, 2000).

As próprias redes sociais são disso exemplo, devendo ser estudadas enquanto tal. É inegável que as redes sociais se tornaram parte preponderante da nossa contemporaneidade, integrando e participando na vivência da maioria da população global. Porém, o desenvolvimento das “*social networks*” confronta, segundo Daniel Miller (2008) os dogmas das ciências sociais, obrigando ao reconfigurar de ideias, objetos de estudo e metodologias.

Novas metodologias deverão ser tidas em conta – ou, então, deverá pensar-se na adaptação das metodologias “convencionais” e criar novas categorias analíticas que se coadunem com estas “novidades” conceituais da indagação científica. Assim sendo, se entendermos que todos os trabalhos de investigação “(...) *of contemporary society should include technologically mediated communication (...)*” (Garcia et al., 2009, p. 57), teremos de compreender a necessidade do investigador de posicionar e ajustar metodologicamente – tanto na recolha, como na análise de informação – quando o ciberespaço se torna terreno, legitimado, de pesquisa. Para tanto, neste trabalho, se fará uso dos métodos digitais e suas ferramentas numa tentativa de se estudar vozes dominantes inerentes ao objeto de estudo e suas redes de engajamento. Estas novas ferramentas de interação, segundo Inês Amaral (2016) compreendem comunidades dinâmicas, as quais permitem compreender as relações inter-pessoais macro dos usuários através do conteúdo disponibilizado pelas redes.

Algumas pistas foram fornecidas ao longo desta introdução para que chegássemos, agora, ao ponto da sua sistematização. O objetivo principal deste trabalho será, com base no *YouTube*, **desenvolver um mapeamento dos principais canais, de youtubers brasileiros, que vem utilizando discursos de teor politizado para a “direita”, que podem ser**

**considerados influenciadores da opinião pública.** Para tal será necessário:

1. Desenvolver um referencial teórico diversificado, trazendo os elementos que compõem a formação e comunicação da imagem do político. Tanto em um viés histórico quanto ideológico;
2. Revisitar conceitos políticos, clarificando direita e esquerda bem como suas vertentes, dentro e fora do Brasil;
3. Entender como funciona tecnicamente o *YouTube*, não apenas como rede social, mas como instrumento de formação de opinião.
4. Eleger, com base no referencial teórico, um canal como ponto de partida. E, através deste – com base nos algoritmos do *YouTube* – encontrar canais relacionados que serão considerados vozes influenciadoras;
5. Criar um mapeamento destes canais, através dos métodos digitais, e explorá-lo, incentivando o uso desta prática em trabalhos futuros.

## 2. A COMUNICAÇÃO NA POLÍTICA

A comunicação na política é um assunto evidenciado por vários autores em diversas áreas do saber, as quais vêm transitando entre a comunicação e a política (Bourdieu, 1989; Dahl, 1991; Miguel, 2002; Cook, 2005). Os termos *política* e *comunicação* estão tão próximos um do outro que, em evidência, toda e qualquer ação política deverá ser considerada como um ato de comunicação entre o candidato/político e o eleitor/povo (Bongrand, 1986).

Comunicação é um termo de múltiplos conceitos, com origem no latim, que estabelece algo em comum com alguém (Catto & da Silva Filho, 2009, p. 16). No entanto, para esta dissertação de mestrado, vamos entender comunicação como um processo que evoluiu na medida em que o homem encontrava sinergia entre modos, formas e meios de expressão (Corrêa, 2011, p. 98).

Seja na comunicação *online* (diga-se, nas redes sociais, *blogs*, etc.) ou *off-line* (mídias tradicionais, como televisão, rádio e impressos) são sempre definidos objetivos concretos, como também as melhores estratégias a serem seguidas para que estes venham a ser alcançados. Tome-se, como exemplo recente, o caso de Donald J. Trump, que utilizou reiteradamente as redes sociais – principalmente o *Twitter* – para difundir a campanha *Make America Great Again* entre março de 2015 a fevereiro de 2016, com finalidade à presidência dos Estados Unidos da América<sup>4</sup>.

Independentemente dos objetivos ou o viés escolhido para que estes venham a ser concretizados, há sempre a idealização de uma imagem pública criada especificamente para as massas (W. Gomes, 2004). Na maioria das vezes, políticos criam suas ações dispendo jogos partidários com a comunicação de massa, todavia nunca prescindindo de um hábil gestor de comunicação. Este é fundamental para a gestão de uma imagem pública, transformando uma campanha política em um fenômeno midiático na criação de opiniões públicas (*idem*, 2004). Pese embora uma comunicação bem

---

4 <<http://www.mediapost.pt/2016/07/14/conheca-brilhante-estrategia-donald-trump-nas-redes-sociais/>>, consultado em 29 de Outubro de 2017.

estruturada não seja o único elemento para um resultado positivo numa eleição, esta é uma peça vital para que o jogo político se desenrole no plano do eleitorado:

Sabemos que os posicionamentos ideológicos influenciam a adesão da massa e, conseqüentemente, tem a possibilidade de manipular as ideologias dos telespectadores ou receptores, com cobertura jornalística que se posicionem em seus discursos (L. C. da Silva, Lourdes Soares, & Monteiro, 2018, p. 166–167).

Ademais, “*a opinião pública está no topo das prioridades da comunicação quando se trata do ambiente político*” (E. D. Rocha & Severo, 2017, p. 13). No entanto, os termos se confundem e “político” tanto poderá ser percebido como um substantivo ou como um adjetivo pessoal, ideológico e de carácter. Isto, no sentido em que um indivíduo poderá ser fortemente politizado fora do cumprimento de qualquer função pública/política “normativa”. Tenha-se em mente o caso do ativismo político, nas suas mais diversas vertentes (*queer*, feminista, ambientalista, etc.) – e relembremo-nos, a título de exemplo, do que constituiu a prisão de Luaty Beirão e cia. em Angola, encarcerados em Junho de 2015 pelo Governo de Luanda (Raposo, 2015).

Neste trabalho assumirei, porém, que o termo “política” deverá ser doravante entendido como uma ação prática voltada para a tomada de decisões em relação a um determinado grupo, implicando a comunicação como uma interação entre duas pessoas partilhando informações entre si (Bordenave, 1989) e o *marketing* político como um conjunto de estratégias utilizado na formação imagética de um candidato (Figueiredo Júnior, 2000).

Como referido anteriormente, a comunicação é uma parte fundamental de um processo eleitoral:

A campanha publicitária eleitoral em países de tradição democrática tem objetivos bem claros: planejar, criar, produzir e difundir alguns suportes com mensagens que influenciem as atitudes e as condutas dos eleitores a votarem num determinado partido ou candidato, a um

cargo público. Para tanto, estas mensagens divulgarão ideias, atuações de partidos ou de candidatos (Gomes, 2018, p. 170).

Para que possamos ter uma ideia, Barack Obama, em sua primeira campanha presidencial (2008) gastou grande parte do seu orçamento em comunicação<sup>5</sup>. Com um total de US\$ 721 milhões gastos durante a campanha somados a alguns sorrisos, olhares e gestos de empatia, Obama assumiu a presidência dos Estados Unidos da América desde 2008 a 2012 e, depois, num segundo mandato entre 2012 e 2016<sup>6</sup>.

Uma eleição, na maioria das vezes possui um tema. Muitas vezes, o eleitor e os meios não percebem muito bem que o tema que está em jogo (Urca Filmes, 2010). E o papel do marketing político – área de atuação que será explorada seguidamente – é identificar o que está em jogo para elaborar a melhor estratégia, moldando a opinião pública através dos meios de comunicação e publicidade. Pois a comunicação:

*(...) faz barulho que mistura jogos de interesses das empresas oligopolistas, briga do Estado pela detenção do poder das mídias, manipulação, direcionamentos subliminares e os meandros que envolvem as políticas públicas* (da Silva, de Lourdes Soares, & Monteiro, 2018, p. 161).

Através da técnica, o marketing político vai construir a imagem a partir do meio que é usado para comunicar. Marcus Figueiredo (2000), cientista político brasileiro e um dos pioneiros em estudos sobre comportamento eleitoral, define três pilares básicos de uma campanha: a) a presença nos comícios, b) uma assessoria de imprensa com foco no rádio e c) a formação de grupos de simpatizantes regionais. Em um comício, onde o microfone geralmente é pouco sensível, o som tem pouco alcance e a transmissão é ruim, é importante o político falar devagar e com pausas, adequando a

---

5 <<https://www.opensecrets.org/pres08/expend.php?cid=n00009638&cycle=2008>>, consultado em 29 de Outubro de 2017.

6 Estimativas do Centro de Políticas Responsáveis (CRP, sigla em inglês), ONG que monitora o financiamento político nos EUA.

linguagem ao meio. No rádio se fala alto, forte. Os grupos de simpatizantes vão gerir a campanha em locais específicos (Urca Filmes, 2010).

## **2.1. COMUNICAÇÃO E MARKETING POLÍTICO NO BRASIL**

*“Um dos momentos determinantes para o exercício das democracias com sistemas presidenciais é a eleição do presidente”* (Lobo & Contreiras, 2017, p. 91). Juscelino Kubitschek, em sua campanha eleitoral de 1955 que o consagrou 21º presidente do Brasil, com o slogan *“50 anos em 5”*, foi o primeiro candidato a fazer uso de televisão e é responsável por um dos jingles históricos da política brasileira (Manhanelli, 2011):

*“Gigante pela própria natureza  
há 400 anos a dormir  
são 21 estados, são teus filhos a chamar  
agora vem lutar, vamos trabalhar.*

*Queremos demonstrar ao mundo inteiro  
e a todos que nos querem dominar  
que o Brasil pertence aos brasileiros,  
e um homem vai surgir para trabalhar.*

*Aparece como estrela radiosa  
neste céu azul de anil  
o seu nome é uma bandeira gloriosa  
pra salvar este Brasil.*

*Juscelino Kubitschek é o homem  
vem de Minas das bateias do sertão  
Juscelino, Juscelino é o homem  
Que além de patriota é nosso irmão.*

*Brasil, vamos para as urnas  
Povo democrata, gente varonil  
Juscelino, Juscelino, Juscelino,  
Para presidente do Brasil!”*

Este foi um caso onde contexto histórico, o perfil do candidato e o discurso estiveram tão alinhados como ferramenta eleitoral que, em uma

época que não existiam formatos de comunicação tão definidos como se tem hoje (televisão, rádio, jornal, mídia externa, revista, mídia online, mídia portal, entre outras) desempenharam um papel fundamental no resultado da eleição. Dando origem, anos mais tarde, a primeira figura do coordenador de campanha na política brasileira, com característica e organização mais profissional, como vemos atualmente.

Em 1974 na campanha do MDB<sup>7</sup> em um momento histórico na luta contra a ditadura que o Brasil vivia naquela época, a equipa da campanha contava com um personagem importante na história política o Brasil que organizou a mensagem do partido (Carvalho, 2012, p. 561). Este personagem, intelectual, foi o sociólogo Fernando Henrique Cardoso, que anos mais tarde se tornaria presidente do Brasil por dois mandatos consecutivos, se tornando uma figura importante que influenciaria a comunicação da política brasileira nos anos seguintes:

Na busca pela visibilidade, as campanhas eleitorais precisam ser atraentes, os discursos de fácil assimilação e os candidatos surgem como sujeitos capazes de conquistar o eleitor (...). Assim surgem o marketing político - compreendido como uma estratégia permanente de aproximação do candidato com os cidadãos - e o marketing eleitoral – estratégia voltada para o eleitor, com o intuito de auxiliar o partido ou o candidato a conquistar um determinado processo eleitoral (...) (Silva Souza, Almeida, & Oliveira, 2017, p. 65)

Nos anos 80, com as mobilizações políticas ganhando força para eleições diretas, que a comunicação teve todo o foco voltado para pressão da opinião pública. E, através da televisão, o colégio eleitoral teve sua ligação direta com o povo brasileiro. Disputas eleitorais passaram a ser vistas como jogos midiáticos. Tancredo Neves foi eleito o primeiro presidente brasileiro

---

<sup>7</sup> O Movimento Democrático Brasileiro, conhecido como MDB, é um partido político que, era composto por opositores do Regime Militar do Brasil que teve início em 1964 (Kinzo, 1988).

pós-ditadura militar através de uma eleição indireta e, em 1989, aquele país se preparava para a primeira eleição direta em décadas<sup>8</sup>.

Tanto no resto do mundo como no Brasil, pesquisas de opinião e mercado apontavam tudo aquilo que o povo não queria naquele momento, orientando assim, toda a estratégia de comunicação dos políticos. Os grandes meios de comunicação, que sempre foram partidários, deixavam claro suas posições políticas (Barbosa and Martin, 2012, p. 42). A Rede Globo, maior emissora do Brasil, filtrava muito bem o conteúdo político e permitia que Fernando Collor de Mello veiculasse uma campanha muito atrativa para o telespectador. Com computação gráfica e uma promessa de caçar “marajás”, a emissora teve grande participação na eleição que resultou na vitória de Collor como presidente do país no segundo turno contra Lula. No entanto, o jingle publicitário criado para Lula nesta campanha, com atores da própria Rede Globo, se perpetua até os dias de hoje e foi fortemente veiculado nas campanhas eleitorais que elegeram Luís Inácio Lula da Silva para presidente do Brasil, em duas vezes consecutivas nos anos 2000.

No segundo turno da eleição contra Fernando Collor, foi realizado um trabalho de imagem para que Lula tivesse chance de uma vitória. Este candidato passou a usar terno e a sorrir mais. Tinha-se dado início o *show* midiático do segundo turno nos meios de comunicação de todo o Brasil, onde se fazia uso de ataques envolvendo temas como aborto, adultério e abandono (M. B. Gomes, 2006, p. 2). Com uma edição televisiva desequilibrada do conteúdo no debate final entre os candidatos (Mello, 1994), tal veio a beneficiar a imagem de Fernando Collor, tanto que a Rede Globo – através de retransmissões – decretou a derrota de Luiz Inácio Lula da Silva.

Menos de 2 anos depois, o mesmo veículo responsável pela eleição de Fernando Collor de Mello dava seus primeiros passos no que viria resultar na formação da opinião pública no *impeachment* deste presidente.

---

<sup>8</sup> A eleição é direta quando os ocupantes dos cargos legislativos e executivos são escolhidos pelo voto dos eleitores. Na eleição indireta a população não possui direito ao voto. Os representantes são escolhidos em um colégio eleitoral, constituído por uma assembleia fechada. < <https://www.jusbrasil.com.br/> >, consultado em 29 de Outubro de 2017.

Nos anos seguintes, sempre presente nas eleições, as pesquisas quantitativas e qualitativas realizadas diariamente, apontavam as linhas de comunicação que deveriam ser seguidas. E, com o desafio de eleger um sociólogo intelectual e deixa-lo com “aparência de povo” (Urca Filmes, 2010), o material criado para Fernando Henrique Cardoso foi batizado de “levanta a mão”. A destreza dos publicitários brasileiros Nizan Guaneses e Sérgio Campanelli, em união com a composição musical de César Brunetti, expunha a debilidade física do rival de Cardoso. Lula, que tentava mais uma vez a presidência do Brasil – depois de a ter tentado sucessivamente nos anos seguintes – perdera um dedo da mão esquerda, anos antes, num acidente de trabalho na área da metalurgia. O audiovisual era, portanto, uma alusão – não tão sutil – tanto quanto uma hostilidade, ao candidato do PT<sup>9</sup>.

Interpretada pelo sanfoneiro nordestino Dominginhos, o audiovisual contava com recursos cinematográficos, trazendo a ‘mão’ como ícone e fazendo uso de simbolismos: a mão que trabalha, o aperto de mão, força, união, etc. Não por acaso, estes simbolismos foram todos retirados de pesquisas que identificavam o que o povo brasileiro buscava no momento:

*"Tá na sua mão/na minha mão/na mão da gente  
Fazer de Fernando Henrique nosso presidente  
Tá na sua mão/na minha mão/na mão da gente  
O Brasil precisa muito da força da gente"*

Fernando Henrique, que tinha criado um novo plano econômico, com uma nova moeda, estava com o apoio dos meios de comunicação. O Brasil vivia com o fantasma de uma inflação que já durava 30 anos. Através de um vídeo muito simples, onde aparecia apenas um pão, a narração era a seguinte:

---

<sup>9</sup> <<https://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2014-08-30/conheca-historia-do-levanta-a-mao-o-hit-eleitoral-que-ajudou-a-eleger-fhc.html>>, consultado em 29 de Outubro de 2017.

"O preço do pãozinho está comemorando seu primeiro aniversário  
Faz um mês que ele não muda  
Parabéns pãozinho".

A eleição estava ganha, mensagem estava passada. O brasileiro precisa saber que deveria votar em quem acabou com a inflação e este foi o foco da campanha. O tema da eleição era claro: "o novo plano econômico". E todos os candidatos precisavam se posicionar - contra ou a favor - do, até então ex-ministro, Fernando Henrique Cardoso que contava com o apoio da imprensa.

Neste contexto, com uma moeda forte, o Brasil era um país que mais importava do que exportava (Oliveira & Turolla, 2003, p. 8). Fernando Henrique contava com apoio de presidentes de outros países como, por exemplo, Bill Clinton, que preparava sua campanha de reeleição em 1996 e tinha um histórico de relação com a economia muito similar com o brasileiro<sup>10</sup>.

Nos anos seguintes, os profissionais de marketing político americanos influenciaram novamente os brasileiros. Através de campanhas publicitárias cinematográficas, estes profissionais passaram a ser conhecidos publicamente e não vistos como apenas aliados desconhecidos. Conhecidos como "showrunners"<sup>11</sup> da política, passaram a serem disputados e, obviamente, fazerem muito dinheiro. No entanto, se pegarmos os livros mais recentes sobre campanhas políticas, como por exemplo *Political Marketing: Principles and Applications* (Lees-Marshment, 2009), vemos que eles são silenciosos em relação ao montante nas campanhas eleitorais, até mesmo biografias carecem desse tipo de informação.

Mesmo assim, estas agências, especializadas em comunicação política, passaram a orientar os candidatos em relação à postura em público, entrevistas, em frente as câmeras, como falar na TV e no rádio, bem como conquistar eleitores indecisos. Políticos inibidos passaram a enfrentar multidões e até mesmo a escolha dos gestos passaram a ser orientados pelos

---

10 . Durante o primeiro mandato, os norte americanos contaram com uma baixa inflação e estabilidade na economia (R. A. Barbosa, 2013).

11 Showrunner é um termo designado para definir um diretor de criação televisivo.

profissionais de marketing. Há, entretanto, “*diversas as ferramentas disponíveis para fazer com que os políticos entrem em sintonia com o ambiente externo e estabeleçam um conceito de sua imagem*” (Brizolla & Reichelt, 2017, p. 417) para a comunicação, que é hoje, mais objetiva e consegue prender a atenção do público, através de um discurso mais articulado e compreensivo. Aprofundaremos estas ferramentas no próximo capítulo.

E sejamos justos, a política está em todo o lado e, como já diria Aristóteles, o ser humano é um ser político.

## **2.2. O MARKETING POLÍTICO NAS MEDIAS DIGITAIS**

Com base no que dito anteriormente, o marketing político pode ser entendido como um fenômeno de origem americana, cujo desenvolvimento tem acompanhado o dos media e o das tecnologias da comunicação (Correia, Ferreira, & do Espírito Santo, 2010, p. 77) que emerge com suas estratégias de buscar, no consumidor real e/ou potencial do mercado político-eleitoral, as expectativas e desejos, imprimindo, assim, na visão instrumental, os atributos e potencialidades esperados nos candidatos aos cargos eletivos e nos governantes em atuação (Nobre & Nobre, 2013, p. 68). Afinal:

(...) o reconhecimento público é proveniente das atividades sociais e das redes de contato que são criadas nesses espaços sociais. (C. M. Miranda, Rodrigues, & Carvalho, 2018, s.p.)

Pode parecer um conceito bem sólido de marketing político, até mesmo um pouco fechado, se tivermos como premissa que a comunicação tem mudado nos últimos anos e a *internet* tem tornado as ferramentas mais diversificadas, tirando a totalidade do peso comunicativo das mídias tradicionais que, tendencialmente, têm vindo a perder audiência (V. Becker, Gambaro, & Lemos de Souza Filho, 2015, p. 368).

Com a redução do horário eleitoral gratuito<sup>12</sup> nos últimos anos, as redes sociais são cada vez mais relevantes num processo eleitoral. E, embora alguns *memes*<sup>13</sup> que fazem parte da história das últimas eleições no Brasil (Chagas, Freire, Rios, & Magalhães, 2017, p. 1) nos induzam a pensar que os políticos não estão preparados para a ascensão da comunicação online, os partidos políticos vêm percebendo que o marketing digital não é somente um complemento de uma potencial campanha de sucesso:

O amplo uso da internet e dos sites de redes sociais por candidatos a cargos políticos, gestores públicos, parlamentares em exercício de mandato, eleitores, movimentos sociais, cidadãos e sociedade civil em geral, marca cada vez mais a entrada de países no contexto da ciberpolítica (...). Desenhada nos moldes de uma cultura digital participativa, a ciberpolítica tem despertando o interesse de inúmeros pesquisadores e grupos de pesquisa que analisam as novas mídias enquanto mediadoras dos processos comunicativos e informacionais em torno da política (Araújo, Travieso-Rodríguez, & de Oliveira Santos, 2017, p. 279–280).

Todavia, há que ter em consideração que uma campanha criada para a mídia tradicional pode não ser adequada para o digital, logo sendo necessário um processo de adaptabilidade na sua morfologia comunicativa. Muitos desconsideram o fato de que *“a internet oferece aos brasileiros um conjunto de ferramentas que são importantes para o ativismo e a participação política no espaço social e também midiático”* (Camargo, Magnoni, & Miranda, 2018, p. 109). Para que uma campanha *online* possa resultar, esta tem de ser bem pensada e estruturada antes da sua passagem efetiva para a digitalização. Isto, do ponto de vista em que, tendo em conta a velocidade informativa da *internet*, associada a pluralidade de opiniões derivadas de eleitores/users amontoados em tempo real nas redes – até na página pessoal de um

---

12 O horário eleitoral gratuito é um espaço reservado por lei, dentro das programações de televisão e rádio, para propaganda eleitoral dos candidatos concorrentes. Atualmente, o horário eleitoral é regulamentado pela Lei nº 9.504/97[2] com alterações baseadas na Lei nº 13.165/2015 do código eleitoral brasileiro.

13 Muito conhecido e utilizado na internet, associado à propagação rápida de um conteúdo, o conceito da palavra teria sido criado por Richard Dawkins, no seu livro *The Selfish Gene* em 1976.

candidato – a imagem de um determinado político pode tanto ser construída, como destruída, da noite para o dia.

As redes passaram a ter um papel fundamental para qualquer candidato. O processo eleitoral se tornou muito mais pessoalizado, formalizando-se relações mais céleres e facilitadas entre político, ideologia e eleitor. Baseado em uma comunicação com raízes no marketing de relacionamento, oriundo dos Estados Unidos e países do Norte da Europa (A. da Rocha & Luce, 2006, p. 90), o diálogo passou a ser rápido, funcional e eficaz. Isto, porque o eleitor passou a exigir uma resposta imediata em um meio onde interação é uma característica primária (Conceição Rossini, Baptista, Oliveira, & Sampaio, 2016). Esta interação é também uma fonte de pesquisa assertiva para a obtenção mais clara das necessidades dos eleitores. Sendo necessário, uma participação ativa do candidato nas redes sociais, através de mecanismos de interação e engajamento – conceitos que tratarei com maior rigor, adiante. Mas tendo como premissa básica que *“nas redes sociais se pode mesmo buscar ativamente eleitores de acordo com determinado perfil político”* (Deslandes, 2018, p. 3133).

Em 2008, com maior proliferação social de diferentes redes sociais (nomeadamente, o *Facebook*), o marketing político digital ganha força nas campanhas eleitorais. Desde então, equipes são montadas exclusivamente para *internet*, começando a trabalhar muito antes do período de propaganda televisiva obrigatória. Pouco tempo depois, o tempo de campanha passa a ser reduzido e o de pré-campanha é aumentado. E, a partir do momento em que o futuro candidato já é pré-candidato, o trabalho de campanha se torna constante e se inicia muito antes do período eleitoral estabelecido por lei.

“Antigamente”, em uma campanha política “clássica”, onde as eleições eram geralmente em setembro, existia a premissa básica de que o *budget* seria distribuído de forma gradual. Assim, começar-se-ia em maio com uma verba menor, aumentando até setembro.

No entanto, no Brasil, durante o período eleitoral, não é permitido por lei fazer publicidade paga na *internet*<sup>14</sup>. Por conta disso, a rede social tornou-se ainda mais relevante dentro desta premissa, porque no seu cerne é um universo gratuito – sendo verdade, no entanto, que é possível comprar espaço patrocinado nas redes para se conseguirem mais seguidores e alcance. Não o fazendo, em época de *EdgeRank* – algoritmo do *Facebook* que determina o alcance de um determinado conteúdo (Bucher, 2012, p. 1165) – ter um milhão de *likes* numa página pode não significar muito em termos de comunicação. Sendo necessário trabalhar intensivamente o alcance de uma página sediada em rede social, nomeadamente através da mobilização de indivíduos/*users* para o papel de seguidor. Neste caso, essa é uma tentativa de transmutar o seguidor em potencial eleitor – e, esse potencial eleitor, em voto. Esta ideia pode ser vista e reiterada em:

Social media have become ubiquitous communication channels for candidates during election campaigns. Platforms like Facebook and Twitter enable candidates to directly reach out to voters, mobilize supporters, and influence the public agenda. These fundamental changes in political communication therefore present election candidates with a widened range of strategic choices (Stier, Bleier, Lietz, & Strohmaier, 2018, p. 50).

Mas ter alguém do outro lado do computador, prestando informação em tempo real aos seguidores deixou de ser tão relevante. Ao invés, dá-se primazia à coleta de *leads*<sup>15</sup>, de dados e mineração<sup>16</sup> com finalidade de um melhor planejamento político. Em outras palavras, coletar dados, interpretá-los e saber as necessidades das pessoas e o que estas querem, passou a ser o foco do marketing político e digital. Esta necessidade, em coletar dados, pode ser entendida como um legado da campanha do antigo presidente norte americano, Barack Obama, aos profissionais de comunicação política digital do mundo todo, incluindo os brasileiros. Importa ressaltar que, na época, esta

---

14 Art. 36 da Lei 9.504/1997. <<http://www.tse.jus.br/legislacao-tse/res/2015/RES234572015.html>>, consultado em 9 de Novembro de 2017.

15 Lead é um usuário potencial interessado em assunto ou produto (Hoffman & Fodor, 2010).

16 Mineração de dados se refere à descoberta de novas informações em função de padrões em grandes quantidades de dados (Elmasri & Navathe, 2010).

coleta foi obtida através de mais de 7 mil mensagens diferentes que ajudaram a traçar melhor o perfil dos eleitores (Kenski, Hardy, & Jamieson, 2010). Naquele caso, houve 1 milhão de pessoas inscritas para receber SMS sobre a campanha, um cadastro com 13 milhões de e-mails sendo que, 3 milhões se cadastraram para doarem dinheiro, totalizando 500 milhões de dólares somente na *internet* (idem, 2010).

No Brasil, as coletas de *leads*<sup>17</sup> muitas vezes estão disfarçadas através de abaixo assinados por *internet*, petições e *newsletters box* muito antes do período oficial da campanha. Esta mineração poderá ou não dar resultado satisfatório conforme o uso dos dados. Em uma pesquisa realizada em 2014 (Vitorino, 2014) com uma amostragem de 1500 brasileiros, foi constatado que 13% dos entrevistados aceitariam fazer doações. Pode parecer pouco, mas em um país com milhões de habitantes, é uma grande amostra. Por outro lado, dos que responderam que não fariam doações, tinham como principal argumento que político não precisa de doação, no entanto, poderiam ser convertidos em doadores. O que não é considerada uma situação desfavorável, se a equipe de marketing digital encontrar essas pessoas e conseguir reverter a posição de não-doador para doador. Para isto acontecer, é necessário coletar *lead*. Para coletar *lead*, é necessário conteúdo. E para ter conteúdo, se faz necessário ter uma boa equipe. É desta forma que a escola norte americana do marketing digital influenciou – e influencia – os profissionais de comunicação política, através daquilo apelidado de “cultura do convencimento do eleitor” (Maarek, 2008).

Ao contrário da militância que releva o discurso político, o eleitor sediado nas redes sociais pode não estar envolvido ativamente em política e estar mais interessado no potencial de entretenimento. Isto significa que publicar um conteúdo intrinsecamente político para 100% dos seguidores pode ser uma má estratégia. A mesma pesquisa (idem, 2014) constatou que 5% dos entrevistados possuem interesse em ver fotos e outros 4% frases de efeito do candidato. Em outras palavras, publicar unicamente conteúdo político nas

---

<sup>17</sup> No momento em que um usuário preenche as informações solicitadas e deixa os contatos no formulário indicado, este passa de visitante a lead.

redes sociais pode fazer com que potenciais eleitores não se interessem e inclusive deixem de seguir o candidato.

Ter um conteúdo alinhado com o que os seguidores querem ver nas redes sociais é essencial. Diversificar as publicações de modo que permita ao potencial eleitor conhecer melhor o candidato pode ser o caminho mais assertivo. Para o eleitor, conhecer um candidato é perceber o que este pensa e quais são as suas propostas centrais. Por exemplo, para um candidato regional, as propostas podem estar focadas em políticas micro e assertivas ao contexto; candidatos a cargos maiores precisam de magnitude e de alcance geral, sobre questões que fraturam a opinião do eleitorado. Mas é também necessário que o eleitor reconheça a personalidade do seu candidato, pois essa é também uma forma de engajamento. O carisma público de um político, não só as suas ideias, é relevante para que o eleitorado receba positivamente – ou não – a sua mensagem.

Neste sentido, os candidatos munem-se de estratégias específicas. O *storytelling*, por exemplo, termo que define a arte de contar uma história (Ochs & Capps, 2009), é recrutado para passar certas mensagens de uma maneira mais interativa. Se a temática em questão for a da “educação”, o candidato poderá fazer valer-se de momentos narrativos como:

1. Colocar uma foto com a turma de aula, como todos os colegas e com um professor.
2. Contar a história da foto. Focar a narrativa no professor, que muito marcou a vida do candidato, pois era um professor que “pegava no pé” muito, mas graças a ele o candidato conseguiu estudar, ganhando motivação e marcando sua vida para sempre.
3. Agradecer este professor publicamente, reconhecendo o esforço do mesmo, valorizando e admirando ainda mais o trabalho de todos os professores.

Através de uma narrativa, como a exemplificada acima, o candidato pode inclusive dizer que não gostava de alguns professores e assim estará mostrando transparência aos possíveis eleitores, que se interessam por histórias dentro das redes sociais (Gosciola, 2012, p. 11). E embora mesmo em uma publicação como esta possa ser alvo de *haters*, pessoas que expressam ódio nas redes sociais (A. Amaral & Coimbra, 2015, p. 298), é muito provável que *leads* se identifiquem com a mensagem e comentem.

Estes seguidores podem ser convertidos em votos e possuem dados importantes a serem coletados e analisados.

Como referido anteriormente, a informação é a grande arma em uma campanha e quanto antes esta for coletada, melhor e mais fundamentada será a estratégia do candidato. Tal significa também que a pré-campanha é tão, ou mais importante, que a campanha propriamente dita. Trazer este *lead* para próximo do candidato só é possível com diálogo e transparência na rede social entre candidatos e eleitores. Esta identificação que o *lead* possui com o candidato, pode se dar por um emparelhamento de interesses que só é possível quando o candidato “levanta uma bandeira”, que pode ser: cristã, LGBT, socialista, comunista, etc. Desde que haja um foco, permitindo que através do interesse o *lead* encontre o candidato através da indexação do conteúdo.

Pode ser óbvio, mas estar na internet através de perfis em redes sociais não significa ter presença online ou muito menos significa que o *lead* vai conseguir ter acesso ao conteúdo de uma forma fácil. O primeiro passo é a escolha de uma plataforma sólida, a escolha das ferramentas e o planejamento do conteúdo, pontos fundamentais para começar a campanha com assertividade. O plano de ação focado no conteúdo relevante, com palavras-chaves certas associada as técnicas de *SEO*<sup>18</sup> para otimizar a busca do mesmo, é o primeiro passo (Formaggio, 2010), principalmente se o candidato em questão for ainda desconhecido, não será através do nome do mesmo que o eleitor fará uma busca na internet e sim através de um assunto específico.

E é neste contexto, que o termo *engagement*<sup>19</sup> ganha atenção maior. Sendo as redes sociais uma plataforma de mão de dupla, não basta apenas ser curtido. É necessário saber curtir, comentar e compartilhar para que seu

---

18 *SEO* - Search Engine Optimization (Otimização para Mecanismos de Busca) – é o termo designado para técnicas de indexação, que otimizam um site para ser melhor encontrado por motores de busca. (Formaggio, 2010)

19 Tecnicamente, o *engagement* é medido pela soma das reações, dos compartilhamentos e dos comentários.

<<https://apps.facebook.com/netvizz/>>, consultado em 9 de Novembro de 2017.

conteúdo seja curtido, comentado, visualizado e compartilhado. Pois, sem interação, não há diálogo.

Em época que política está em crise, não havendo como negar, segundo (Merkel, 2014, p. 11), focar na transparência e no diálogo não apenas aproxima o eleitor do candidato, como também dá credibilidade em um momento de desvalorização do papel dos mesmos. Um exemplo de pré-campanha, que envolveu conteúdo, diálogo, posicionamento em temas polêmicos – e que foi feito visando engajamento do público – foi um vídeo para o *YouTube* sobre *bullying* desenvolvido pela equipe de comunicação da atual governadora da Carolina do Sul, Nikki Haley, nos Estados Unidos, quando se encontrava em processo de reeleição em 2014. Com uma visão estratégica muito interessante, um tema relevante, inicialmente o vídeo tinha apenas 2 mil visualizações nos primeiros dias. No entanto, através de um anúncio patrocinado no *YouTube*, conhecido como *true view* ou *YouTube Ads*, onde uma parte do vídeo aparece antes de um outro vídeo, ela conseguiu pular de 2 mil para 289 mil visualizações<sup>20</sup>.

Mas não apenas de *YouTube Ads* trabalha o profissional de mídia online em época de eleição. O *Google Adwords* e o *Facebook Ads* possuem um papel tão relevante quanto. O *Facebook Ads* permite aumentar o alcance da página, aumentar seguidores, aumentar o alcance de uma determinada publicação, levar as pessoas ao site principal ou mesmo conduzir seguidores a baixarem uma aplicação própria. Embora alguns países sejam proibidos de pedir votos na pré-campanha, patrocinando o seu discurso, a sua bandeira e as suas causas, o pré-candidato vai sim estar mais próximo dos *leads*. Pois é nesta etapa de campanha que se faz necessário criar uma audiência para ser trabalhada no período eleitoral.

No marketing político atual, é necessário saber que o perfil eleitor mudou e este fato vai, de alguma forma, influenciar o perfil do político. Através das redes sociais, é muito mais fácil saber se um candidato está mentindo ou não. Mesmo com a proliferação de notícias falsas nas redes, as campanhas

---

20 <<https://www.youtube.com/watch?v=YvX2LAlm12w>>, consultado em 9 de Novembro de 2017.

publicitárias, consideradas sérias, estão cada vez mais baseadas na verdade e na transparência. Em outras palavras, fazer campanha política fora da internet poderá resultar em um fracasso eleitoral até em grandes eleições presidenciais. Pese o caso de Evo Morales na América Latina, onde este reconheceu que as redes sociais tiveram papel em sua não reeleição<sup>21</sup>.

Percebe-se que o marketing político digital, se bem utilizado, não apenas torna a eleição mais interessante para ambos os lados, mas ajuda a entender melhor o eleitor através da coleta dos dados e alinhando o discurso eleitoral desde muito antes da campanha até o dia do voto. E o monitoramento da campanha associado ao *storytelling*, acaba se tornando ferramenta fundamental para saber o que dizer, quando dizer e como dizer.

Até ao momento reportámo-nos sobre como a política comunica ao eleitorado de uma forma mais generalista – independentemente da posição partidária e/ou ideologia. Lá voltaremos adiante. Mas, antes disso, abramos um “parêntesis” nesta narrativa para falarmos sobre a ideia de “direita” na sua concepção política, social e económica.

---

21 <<http://www.cbc.ca/news/world/bolivia-evo-morales-1.3461074>>, consultado em 9 de Novembro de 2017.

### 3. UMA VISÃO GERAL DA DIREITA

Há muitas vertentes dentro da esquerda e da direita (Giddens, 1994, p. 22), portanto não nos prenderemos a julgamentos morais, até por que ambos os lados possuem tais argumentos para se defender. Neste capítulo, escrever-se-a de uma forma mais generalista, de forma a facilitar o entendimento dos conceitos e posteriormente aprofundado nos próximos capítulos. Neste sentido, é impossível falar de direita, sem falar em esquerda. Até porque *“não precisamos nos estender muito mais para mostrar que tanto os termos “esquerda” e “direita” [...] sofrem do mesmo “mal”: são usados como termos de pugna, de ofensa pessoal e pública”* (Feres Júnior, 2017, p. 56).

Embora, hoje em dia os termos são usados para definir percepções políticas bem diferentes entre si, os primeiros conceitos sobre esquerda e direita surgem durante a Revolução Francesa, em 1789 na Assembleia dos Estados Gerais. Com o objetivo de decidir sobre os novos rumos da França após as revoltas, do lado esquerdo ficavam os mais exaltados e liberais, alinhados com a baixa burguesia e trabalhadores e do lado direito os mais moderados, articulados com a nobreza e alta burguesia (Hobsbawm, 2005).

Ao longo de mais de 300 anos, estes conceitos sofreram muitas mudanças e adaptações. Hoje em dia, direita e esquerda não são conceitos absolutos, o que quer dizer que não são termos que designam conteúdos fixados uma vez para sempre. Podemos dizer que direita e esquerda representam uma oposição mas não dizem nada sobre os seus conteúdos, pois os mesmos podem mudar (Bobbio & Nogueira, 2001, p. 107,108). Durante esta evolução de conceitos, a esquerda quase sempre se manteve priorizando igualdade, buscando acabar com desigualdades socialmente construídas; e a direita priorizando a eficiência, aceitando as desigualdades naturalmente. Isto, de certa forma, pode deixar incomodado algumas pessoas de direita, pois dá a ideia que a esquerda é moralmente positiva, pois vê a desigualdade como uma construção social que deve acabar e a direita seria moralmente negativa, pois não quer a mudança de status social, visto que a desigualdade seria natural.

Por outro lado, a direita entende que a desigualdade não só algo natural, mas algo sem solução. Pois ao invés de forçar uma igualdade que não pode ser atingida, seria melhor para a sociedade aceitar a desigualdade e tentar tornar esta sociedade mais eficiente (Apple, 2000, p. 64). Estas diferenças, dos projetos de igualdade da esquerda e a aceitação da desigualdade e busca pela eficiência da direita, ajudaram a criar o que entendemos como extrema esquerda e extrema direita. A extrema esquerda, na busca por uma igualdade e calar todos que se opõem a este projeto de uma forma autoritária. Já a extrema direita é focada na desigualdade, onde todos possuem seu papel bem definido na sociedade em suas classes sociais, havendo pessoas superiores e inferiores (Woshinsky, 2008, p. 154, 155).

A questão da liberdade, por muitas vezes, torna-se o foco das discussões. Se por muitas vezes, a esquerda se apoia num discurso onde esta pensa em todos os indivíduos, sendo moralmente melhor que a direita, há um senso comum que acredita que a direita é o único caminho para a liberdade, pois a esquerda seria autoritária e tentaria impor sua ideologia, através de uma suposta maioria dos indivíduos (Bobbio & Nogueira, 2001). Por outro lado, ainda segundo Bobbio (2001, p. 131, 132), indivíduos que nascem em contextos desiguais não possuem os mesmos direitos de escolhas e para a esquerda, para todos terem as mesmas liberdades é necessário estarem em um mesma classe, com o máximo de igualdade possível. Em outras palavras, classificar o fracasso de uma pessoa que nasceu em diferentes condições de uma pessoa de melhor classe social, seria praticamente imoral ao mesmo tempo que um mecanismo da direita de justificar esta desigualdade.

Economicamente, as diferenças acabam sendo mais complexas e fazem por vezes, nos confundir. Isto por que muita gente que se define liberal economicamente é extremamente conservadora no que diz respeito a direitos de minoria, como também militantes LGBT não terem problema nenhum com livres mercados de um sistema capitalista. Para muitas pessoas isso causa confusão. Sendo assim, percebe-se duas dimensões para classificar direita e esquerda: uma econômica e outra social.

No Brasil, dentre os projetos políticos mais conhecidos estão a esquerda moderada e direita liberal, onde a primeira defende que a função do estado é zelar pelas pessoas gerenciando a economia, ao mesmo tempo que o imposto combate desigualdade (Bresser Pereira, 1989, p. 52) e a segunda defende que o estado não deve intervir nas desigualdades, pois isto deve ser feito através de caridade e iniciativa individual (Dworkin, 2000, p. 17, 199). Economicamente, para a esquerda, a geração de empregos por parte do estado e o gerenciamento da economia tem o objetivo de combater a desigualdade social, dando mais oportunidades para pessoas buscarem suas potencialidades contribuindo para a economia do país através da igualdade. Para a direita, a desigualdade não seria algo negativo, pois com o país rico, supostamente as riquezas seriam distribuídas de uma forma auto-reguladora. Em outras palavras, o foco na eficiência, com entendimento que a desigualdade é algo natural, sendo que as distorções sociais não devem ser corrigidas pelo estado.

Concomitantemente, em uma esfera social vemos que no Brasil, assim como no mundo todo, as lutas por direitos de minoria costumam estar associadas à esquerda. Isto porque estas buscas por direitos buscam corrigir as desigualdades que as minorias enfrentam visto que, em teoria, a esquerda tem como grande objetivo a igualdade. Por exemplo, vemos como pauta em muitos movimentos associados à esquerda o debate das questões de gênero nas escolas, para educar as crianças de modo que elas cresçam sabendo que as pessoas são diferentes como indivíduos, mas iguais em seus direitos como seres humanos, não tendo seus papéis na sociedade definidos através do gênero, orientação sexual ou raça. Esta visão, em médio ou longo prazo, tornaria a sociedade mais igualitária. Para a direita, estas questões não deveriam ser ensinadas na escola, pois é uma imposição de pensamento único e as mudanças devem partir de uma iniciativa individual.

Porém, historicamente, em muitos governos comunistas, gays eram perseguidos e assassinados (Healey, 2001). Muitas vezes o conservadorismo e os preconceitos das sociedades, são maiores que as ideologias políticas que estão em vigor. Podendo haver, em países com regimes políticos de direita e esquerda, casos de desrespeito e violência contra minorias. Em

outras palavras, em qualquer sociedade, sendo ela de esquerda ou direita, sempre haverá conflitos entre posturas libertárias e conservadoras.

Estes conflitos refletem-se na mídia. No Brasil, a esquerda critica os maiores veículos de mídia e os classifica como de direita, pois historicamente estes estiveram alinhados às políticas econômicas mais liberais. A direita, por sua vez, classifica a mídia como de esquerda por abordar questões de identidade de gênero e causa LGBT. Logo, a esquerda critica o viés econômico da grande mídia e a direita, o viés social. Ainda, essas cisões entre o viés social e o econômico criam vertentes, dentro da direita e da esquerda, que podem ser vistos em diversos espectros políticos.

Embora nenhum diagrama seja 100% confiável, o compasso político é um espectro muito usado, por ser de simples entendimento, ajudando interessados a terem mais intimidade com conjecturas políticas. É possível encontrar na internet testes<sup>22</sup> onde o usuário responde um determinado número de perguntas e é “classificado/posicionado” em um determinado ponto do diagrama. No entanto, se desenvolvedores optarem por usar mais um viés econômico do que social (ou vice-versa) pode gerar um resultado mais tendencioso.

Outro ponto importante que o diagrama do compasso político ajuda, é mostrar que existe autoritarismos e posturas libertárias tanto de direita quanto de esquerda:

---

22 <<https://www.politicalcompass.org/test>>, consultado em 22 de Novembro de 2017.

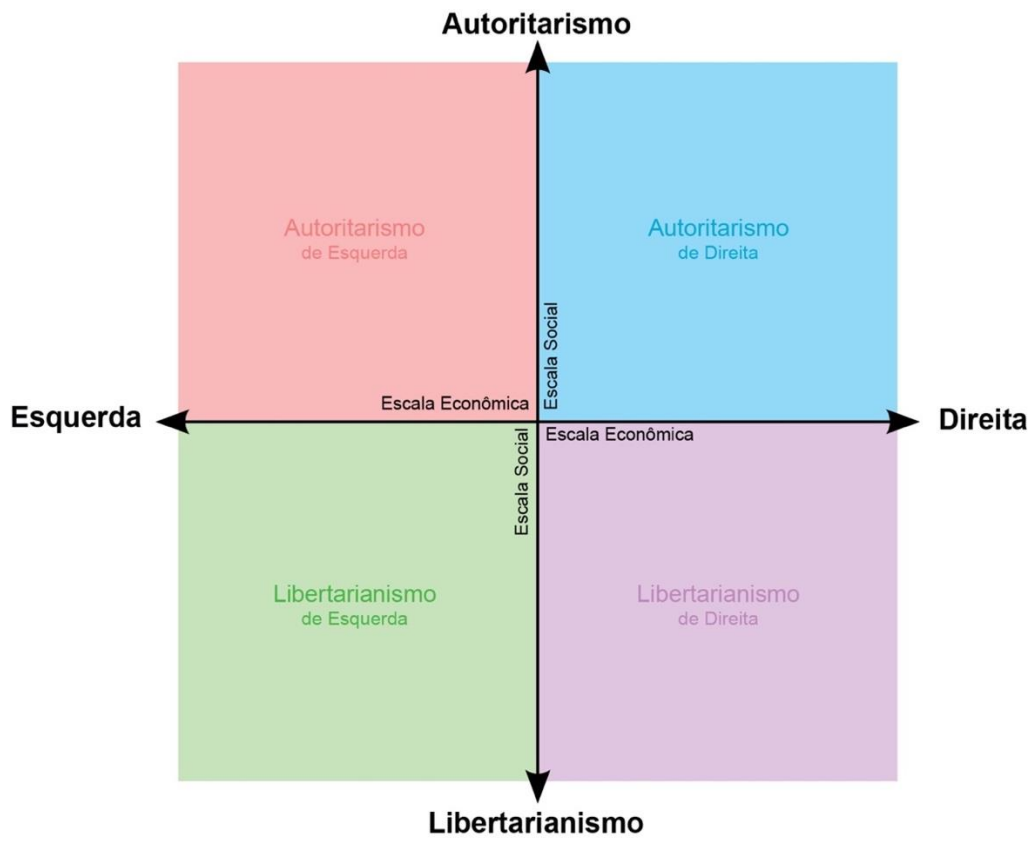


FIGURA 1- GRÁFICO FEITO PELA POLITICAL COMPASS ORGANIZATION  
PARA DEFINIR POSIÇÕES NO ESPECTRO POLÍTICO.

<[HTTPS://WWW.POLITICALCOMPASS.ORG/](https://www.politicalcompass.org/)>, CONSULTADO EM 22 DE NOVEMBRO DE 2017

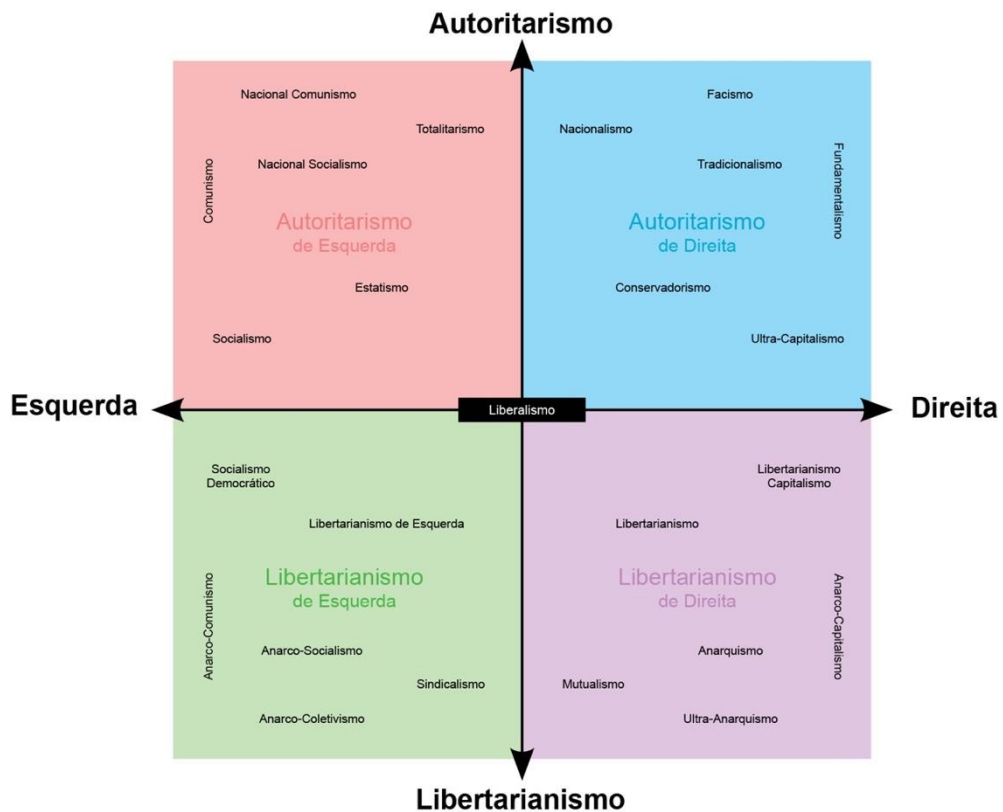


FIGURA 2- VERTENTES DEFINIDAS A PARTIR DO ESPECTRO POLÍTICO.

<[HTTPS://WHSJOHNNYGREEN.ORG/OPINIONEDITORIAL/2016/11/28/THE-POLITICAL-COMPASS-OF-WEEDSPORT/](https://whsjohnnygreen.org/opinioneditorial/2016/11/28/the-political-compass-of-weedspport/)>, CONSULTADO EM 22 DE NOVEMBRO DE 2017

Historicamente, toda a luta pelo fim do estado foi encampada pela esquerda política, e só mais recentemente, correntes de direita passaram a defender um estado mínimo (Pierucci, 1987, p. 41). Mas se analisarmos vertentes políticas através de espectros hoje, vemos que em ambos os lados há vertentes querendo o fim do estado ou defendendo o estado intervencionista. Vemos que o estado e a economia possuem papéis importantes nos conceitos, mas não são suficientes para definir o que é esquerda e direita. Termos como esquerda e direita passam a ser usados puramente como distinção de disputas políticas (Bobbio & Nogueira, 2001, p. 86) e variam de acordo com o que cada indivíduo pensa e que parâmetros estão em questão, muitos destes já desvirtuados de ambos os lados.

No caso da direita, mais especificamente, foi formada como uma reação contra a esquerda (Watson, 1973, p. 242) e sofreu variações entre sociedades, épocas, sistemas políticos e ideologias (Augoustinos, Walker, & Donaghue, 2014, p. 230) tendo como principais vertentes a direita reacionária<sup>23</sup>, moderada<sup>24</sup>, radical<sup>25</sup>, nova direita<sup>26</sup> e extrema direita<sup>27</sup>. Dentre todas estas vertentes, destacam-se os partidos conservadores, democratas-cristãos, liberais, nacionalistas, nacional-socialistas e fascistas. Estes dois últimos de extrema-direita (McLean & McMillan, 2009).

Se olharmos para o espectro político da *Political Compass Organization*, na parte extrema-direita está localizada: a extrema-direita. E por mais redundante que possa parecer, fica um pouco mais fácil o entendimento. Esta posição é caracterizada pela hierarquia, conservadorismo e valores contrários ao igualitarismo, liberalismo e socialismo onde posições sociais não são alteradas, ficando explícito a supremacia de alguns indivíduos ou grupos. Historicamente, a extrema-direita baseia-se no domínio de uma minoria superior a grandes massas, favorecendo o lado mais elitista da sociedade (Woshinsky, 2008, p. 154).

Ganhando proporções maiores do que o espectro, o termo “extrema-direita” passou a ser usado para descrever pontos de vistas mais extremistas, como o nazismo, neonazismo, fascismo, neonacionalismo, nacionalismo, chauvinismo, autoritarismo, xenofobia, etc (Carlisle, 2005). Nos Estados Unidos, por exemplo, o termo é frequentemente utilizado para descrever grupos nacionalistas brancos (Swain, 2002). Não é demasiado lembrar, porém, que diferentes contextos fazem utilizações diversificadas de conceptualizações e terminologias aparentemente iguais na sua essência. O

---

23 Com foco no passado, a direita reacionária se caracteriza por ser aristocrática, religiosa e autoritária (Berlet & Lyons, 2000, p. 117).

24 A direita moderada é tolerante a mudanças graduais, fazendo uso de políticas sociais e nacionalistas (Eatwell & Wright, 2001, p. 284).

25 Termo desenvolvido após da Segunda Guerra Mundial para descrever grupos democratas e populistas de direita (Eatwell & Wright, 2001, p. 284).

26 A nova direita é composta por conservadores liberais, que enfatizam um governo pequeno, mercados livres e a iniciativa individual (Vincent, 1995, p. 66).

27 A extrema-direita possui 4 principais características: anti-democracia, nacionalismo, racismo e estado forte (Berlet & Lyons, 2000, p. 117).

que quero dizer, portanto, é que a ideia de “extrema-direita” pode ter significações dissemelhantes quando a colocamos em cheque.

Olhemos para este exemplo: nas últimas eleições francesas (2017), a candidata da Frente Nacional, Marine Le Pen, conseguiu que o seu partido conservador e populista, de “extrema-direita”, ascendesse no panorama das intenções de voto do eleitorado francês. Tal não se mostrou particularmente surpreendente num contexto europeu onde, atualmente, os partidos de direita começaram a ter grande preponderância no panorama político – com exceção clara de Portugal e Espanha<sup>28</sup>. Como se sabe, a Frente Nacional tem sido geralmente entendida dentro do espectro da “extrema-direita” conservadora, nomeadamente devido às propostas nacional-populistas que marcam a própria identidade do partido. Porém, em França, Le Pen tem vindo a ser colocada numa posição mais “moderada” dentro da “extrema-direita”. Tal deveu-se, em parte, às mudanças discursivas que implementou na sua campanha presidencial e que a diferenciaram, de alguma forma, dos ideais polémicos do antigo líder da Frente Nacional – o próprio pai de Le Pen, Jean-Marie. Esta nova “formatação” da Frente Nacional Francesa tem levantado a questão se o partido se mantém dentro da “extrema-direita” ou se se modificou para uma ala mais moderada e central do espectro político francês<sup>29</sup>. Porém, se formos perceber com quem a Frente Nacional Francesa mantém relações políticas estreitas a nível europeu, veremos rapidamente que nessa lista se incluem Geert Wilders [Dutch Freedom Party] ou Matteo Salvini [Italian Northern League] – ambos líderes de partidos pensados dentro da extrema-direita europeia<sup>30</sup>.

A conceptualização de “extrema-direita” não é, portanto, estaque. Aliás, nenhum espectro político se mantém cristalizado. Da mesma forma, existe adaptabilidade na forma como os partidos se moldam em diferentes lugares – pensemos, a título de exemplo, no caso arquétipo do Partido Comunista e a

---

28 <<https://www.csmonitor.com/World/Europe/2017/0217/Far-right-populism-marches-across-Europe-but-not-in-Iberia.-Why-not>>, consultado em 30 de Novembro de 2017.

29 <<http://theconversation.com/the-french-front-national-is-still-an-extreme-right-wing-party-20983>>, consultado em 30 de Novembro de 2017.

30 <<http://www.bbc.com/news/world-europe-38321401>>, consultado em 30 de Novembro de 2017.

sua diferenciação de atuação dependendo do contexto em que opera. Mas foquemos novamente na ideia de “extrema-direita”, agora através de um olhar micro para a esfera política brasileira.

### 3.1. A EXTREMA-DIREITA NO BRASIL

No Brasil, o termo extrema-direita passou a ser alvo de discussões nos últimos anos onde propagações de valores e manifestações associadas a essa ideologia estão mais frequentes (Reis, 2017, p. 1143). Embora esta forma de pensar não seja nova, nos últimos anos se tornou mais visível um discurso que refuta a dignidade humana e igualdade, defendendo violência por parte das autoridades bem como a volta da ditadura militar no Brasil<sup>31</sup>.

Se por um lado no Brasil não há um partido que se afirme extrema-direita, há figuras públicas na política que se posicionam desta forma sem o menor constrangimento. O presidente eleito, e ex-deputado federal, Jair Bolsonaro, que chegou a ser considerado o político mais repulsivo do mundo pelo site australiano *News*<sup>32</sup>, sem timidez, apoia abertamente a tortura e avalia como positiva a ditadura militar no Brasil<sup>33</sup> ao mesmo tempo que deprecia

---

31 De 1964 a 1985, o Brasil esteve sob comandos militares. Após depor o, então presidente, João Goulart, o país esteve sob ditadura em um período marcado pelo autoritarismo, repressão e desrespeito à democracia (Severo et al., 2017).

32 < <http://www.news.com.au/lifestyle/real-life/wtf/is-this-the-worlds-most-repulsive-politician/news-story/926a4a59cf6132f770dfdbd46f610e97>>, consultado em 30 de Novembro de 2017.

33 Durante o processo de impeachment de Dilma Rousseff, transmitido ao vivo para todo o Brasil pela TV Senado, o deputado Jair Bolsonaro diz “sim, à memória do coronel Carlos Alberto Brilhante Ustra, que descreveu como “o terror de Dilma Rousseff” ao deferir seu voto. Este coronel foi o primeiro militar a ser formalmente condenado como torturador, em 2008, por crimes cometidos durante a ditadura militar no Brasil.

negros<sup>34</sup>, mulheres<sup>35</sup> e homossexuais<sup>36</sup>. De uma certa forma, o até então deputado acabava sendo um porta voz de um grande número de pessoas que se identificam com estas opiniões mais extremistas.

Historicamente, crises tendem a desencadear discursos extremistas (Bertonha, 2000, p. 101). Embora em numa situação dessas nada impede que se busquem alternativas com um viés mais 'esquerdista', quando valores de extrema direita veem sendo construídos aos poucos, em algum momento pessoas podem ser convencidas. Os eleitores, ao longo de suas vidas tiveram contato com este conjunto de valores através de outros caminhos construídos socialmente, passam a se identificar, caracterizando um efeito de sedimentação social de determinadas ideias. O retorno da Ditadura Militar no Brasil, defendida por alguns ativistas de extrema-direita (Freixo, 2016), tem sido pouco problematizada socialmente no país (Mezarobba, 2010). Mais de trinta anos após o seu término, quase nada foi feito para que a ditadura fosse reconhecida como um regime criminoso, pouco se abordou a temática nas escolas – obliterando-se, praticamente, o reconhecimento da tortura a presos políticos – e poucos militares foram punidos *a posteriori* (*idem*, 2010).

Porém, as escolas públicas brasileiras foram um dos principais canais de propagação das mensagens de extrema-direita durante mais de duas

---

34 O deputado Jair Bolsonaro, foi condenado, Ministério Público Federal do Rio de Janeiro, a pagar 50 mil reais por danos morais, a cerca de 13,5 mil euros, a comunidades quilombolas e população negra por ofensas raciais praticados em uma palestra no Clube Hebraico da cidade do Rio de Janeiro, em abril de 2017. Nesta ocasião, o deputado declarou: "*fui a um quilombola em Eldorado Paulista. Olha, o afrodescendente mais leve lá pesava sete arrobas. Não fazem nada, eu acho que nem para procriador servem mais*". A palestra completa está aqui: <<https://www.youtube.com/watch?v=wglulsMrVxE>>, consultado em 30 de Novembro de 2017.

35 Durante uma entrevista a emissora de televisão brasileira Rede TV, o deputado federal Jair Bolsonaro diz, em frente as câmeras, que a também deputada federal Maria do Rosário o chamou de estuproador e afirma, pela primeira vez, que ele não a estupraria porque ela não merecia. Indignada, a deputada se aproxima dele, que a empurra e a chama de vagabunda. <[https://www.youtube.com/embed/atKHN\\_irOsQ?rel=0](https://www.youtube.com/embed/atKHN_irOsQ?rel=0)>, consultado em 30 de Novembro de 2017. Em entrevista ao jornal Zero Hora, de Porto Alegre/RS – Brasil, o deputado diz que mulher deve ganhar salário menor porque engravida: *Entre um homem e uma mulher jovem, o que o empresário pensa? "Poxa, essa mulher tá com aliança no dedo, daqui a pouco engravida, seis meses de licença-maternidade..." Bonito pra c..., pra c...! Quem que vai pagar a conta? O empregador.* Ao ser questionado em rede nacional, o deputado reafirma em vídeo o que foi dito anteriormente. <<https://www.youtube.com/watch?v=8Ror3MKK8Tk>>, consultado em 30 de Novembro de 2017.

36 Em entrevista para um documentário da BBC Out There, apresentado pelo ator britânico, o radiodifusor e pelo ativista gay Stephen Fry, o deputado federal Jair Bolsonaro ataca gays: "*Nenhum pai gostaria de ter um filho gay ... Nós, brasileiros, não gostamos de homossexuais*". O vídeo pode ser visto aqui: <[https://www.youtube.com/watch?v=Hxh\\_laUnt3l](https://www.youtube.com/watch?v=Hxh_laUnt3l)>, consultado em 30 de Novembro de 2017.

décadas (Ferreira Jr & Bittar, 2006). Fora da política, uma reportagem<sup>37</sup> da emissora de televisão SBT, produzida em 1992, identificou vários focos de manifestações neonazistas em todo o Brasil, as quais resultaram na prisão de cerca 20 neonazistas. Tal veio a colocar o assunto na ribalta pela primeira vez no Brasil, tendo o este assunto ascendido mediaticamente em grandes proporções.

Gangues de rua, formadas por jovens de extrema direita que atacam minorias, semeiam o ódio através de seguidores em todo o Brasil. Desde a década de 90, grupos de *skinheads*<sup>38</sup> defendem a separação do estado de São Paulo do resto do Brasil, através da expulsão de negros, nordestinos e judeus por as considerarem “raças inferiores” (Costa, 1992).

Dentro da política, estes grupos contavam com o apoio do vereador Bruno Feder, que criou um projeto de lei que dificultava a entrada dos nordestinos em São Paulo<sup>39</sup>. Estes movimentos também possuíam um suporte intelectual, através de escritores da Editora Revisão, especializada em literatura antissemita e negadora do Holocausto (Jesus, 2006, p. 151) e da velha guarda dos antigos movimentos integralistas<sup>40</sup> (Andrade, 2013, p. 78).

Um grupo que chamou muito atenção nos anos 1990, foram os “Carecas do Subúrbio”, que se auto intitulavam uma versão *skinhead* conservadora e nacionalista:

Conforme afirmado, no âmbito das culturas juvenis urbanas, houve o surgimento daqueles que se denominavam como Carecas do Subúrbio, que apresentavam características semelhantes aos grupos ingleses, como o nível socioeconômico, a proveniência de áreas

---

37 Reportagem: André Rohde. Produção: Eduardo Fustini. Imagens: William Torgano. Edição: J. Roberto Oliveira  
Ano de produção: 1992.

38 Skinhead, é uma subcultura originária da classe operária no Reino Unido no final da década de 60 e, posteriormente, propagando-se para o resto do mundo. Entretanto, no final da década de 70, houveram divergências e divisões entre os skinheads onde a imagem dos mesmos foi atribuída a extrema-direita

<<https://www.cbsnews.com/news/immigration-fueling-white-supremacists/>>, consultado em 30 de Novembro de 2017

39 <<http://www.al.sp.gov.br/noticia/?id=318309>>, consultado em 30 de Novembro de 2017.

40 Ação Integralista Brasileira foi um movimento político fascista e nacionalista brasileiro criado na década de 30 (Reiss, 1974).

industriais, os elementos de identificação estética, cultural e comportamental (vestuários, símbolos, músicas, etc.). (Gonçalves, Neto, & de Andrade, 2017, p. 228)

Em outras palavras, pregavam uma cultura de ódio em relação a tudo o que consideravam diferente de si mesmos: negros, homossexuais, nordestinos, judeus, comunistas, entre outros (França, 2010, p. 91). Ao longo dos anos os *skinheads* brasileiros criaram muitas vertentes, como por exemplo os “*White Powers*”, que se diferenciavam dos grupos de “Carecas do Brasil”, “Carecas do ABC” e “Carecas do Subúrbio” uma vez que se declaravam claramente como herdeiros das ideias nazistas, fazendo o uso da suástica e sustentando preconceitos sociais em relação a negros, religiões e etnias (idem: 93). Igualmente, segundo Carlos Eduardo França, na ótica destes grupos de supremacistas brancos, o indivíduo “(...) *negro é apresentado (...) como a imagem da raça que se encontra em estágio primitivo, que possui a incapacidade biológica de evoluir e atingir o grau de civilização da raça branca*” (ibidem:94). Da mesma forma, os nordestinos foram também alvo do mesmo tipo de preconceito:

Esse “retorno” às ideias do arianismo tinha como fundamento a busca por ideologias do passado, que edificavam as aspirações dos grupos extremistas, sobretudo pela necessidade de fundamentar seus argumentos a partir de (e para) uma imaginada superioridade racial. (Gonçalves et al., 2017, p. 231)

Estes grupos supremacistas dos *Skinheads* estavam alinhados com movimentos integralistas e com o Partido da Restauração da Ordem Nacional, o PRONA (Bracht, 2005, p. 100), que apesar de não ter espectro político declarado, se proclamava patriótico, ultranacionalista e defendia o estado nacional soberano<sup>41</sup>.

Atualmente, vivemos um momento de retomada do conservadorismo moral, valores tradicionais e político no Brasil, bem como ideologias de direita e extrema direita escondidos em um suposto desejo democrático e ode à nação

---

41 Em entrevista para o jornalista Carlos Chagas, no Programa Jogo do Poder, em 1998, o principal representante do partido (e fundador) Enéas Carneiro se posiciona.

(Gomes Ferreira, 2017, p. 166, 167). Esta onda conservadora, em uma esfera política, ganha força ao excluir parcelas da sociedade, onde destacam-se a Bancada Evangélica<sup>42</sup> e a Bancada da Bala<sup>43</sup>. Referente a primeira bancada:

“No campo de gênero e sexualidade, [...] foi representado por perdas significativas envolvendo a discussão desses temas na escola (como a polêmica do kit anti-homofobia e a ofensiva conservadora e fascista da bancada evangélica do Congresso Nacional contra a “ideologia de gênero”), congelamento de pautas feministas como a legalização do aborto e nenhum avanço nas demandas por reconhecimento jurídico da identidade social de travestis e transexuais e criminalização da lesbo-homo-transfobia”. (Gomes Ferreira, 2017, p. 172)

Isto porque, ainda segundo o autor (2017, p. 174), a definição de família se dá como a união entre o homem e a mulher, proposto pelo famigerado “Estatuto da Família”, que é apresentado como uma das grandes tendências do projeto político conservador em ascensão no Brasil através do apoio religioso fundamentalista. Esta perspectiva é reiterada por Ana Luíza Gouvêa Neto, que nos diz que *“Com uma pauta voltada para a família e a moral cristã, o segmento conseguiu legitimar sua presença na arena política e remodelar a identidade de seus membros”* (2017, p. 331). Este cenário pode ser explicado da seguinte forma:

*Quando essas características de estruturação religiosa se encontram com novas possibilidades de fala, presentes nas práticas sociais na internet, observa-se que seus adeptos encontram-se em sites específicos e grupos de redes sociais organizados.* (K. Alves, 2018, p. 112)

---

42 A Bancada Evangélica surgiu com a eleição da Assembleia Constituinte, no final de 1986, já com uma característica bem marcada e que permanece até hoje: não é política nem ideologicamente homogênea, mas é, de forma geral, conservadora (Prandi & dos Santos, 2017, p. 187).

43 A Bancada da Bala fundamenta-se na percepção de que o contexto social está marcado por uma crescente e constante insegurança e desordem pública radical, para os quais medidas repressivas e emergenciais deveriam ser tomadas e legitimadas politicamente (Faganello, 2017, p. 28).

Já a Bancada da bala, que está caracterizada por deputados que foram financiados pela indústria bélica<sup>44</sup> e está associada a Bancada Evangélica, defende a redução da maioria penal, aumento de penas e revisão do estatuto do desarmamento. Esta bancada, que se apoia no lema “bandido bom é bandido morto”, defende medidas repressivas no combate à criminalidade e é composta, majoritariamente, por delegados de polícia civil e ex-policiais militares (Faganello, 2015, p. 147). Seu principal representante é o Major Olímpio<sup>45</sup>, eleito duas vezes deputado estadual e recentemente eleito deputado federal pelo Partido Democrático Trabalhista (PDT).

Em tempos de crise na política, ao mesmo tempo que o tema da “luta contra a corrupção” não é específico da extrema-direita (Löwy, 2015a), este tem sido manipulado com sucesso por setores conservadores. Desde os anos 1940 o combate à corrupção passou a ser justificativa para o fortalecimento de oligarquias tradicionais e legitimar golpes militares (Löwy, 2015, p. 662–663), deixando um legado para “saudosistas” da ditadura que apoiam uma intervenção militar nos dias de hoje<sup>46</sup>. Mas segundo Gomes Ferreira (2017, p. 238), *“dimensionar o caso brasileiro como uma espécie de mimetismo ideológico e social incorreria na simplificação da questão”*.

Antes de continuar com o assunto <<política>> da forma descrita anteriormente, se faz necessário abordar temas técnicos das plataformas de redes sociais – como a própria política da plataforma – para melhor compreendermos como a extrema direita brasileira está presente na internet, especialmente no *YouTube*. Este parenteses técnico se faz necessário para compreender não apenas como o discurso da direita usufrui das novas tecnologias, como também introduzir a metodologia desta dissertação.

---

44 <<https://exame.abril.com.br/brasil/biblia-boi-e-bala-um-raio-x-das-bancadas-da-camara/>>, consultado em 02 de Dezembro de 2017.

45 <[http://www.camara.leg.br/internet/deputado/Dep\\_Detalhe.asp?id=5830405](http://www.camara.leg.br/internet/deputado/Dep_Detalhe.asp?id=5830405)>, consultado em 02 de Dezembro de 2017.

46 <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,manifestantes-pedem-intervencao-militar-com-base-em-regra-que-nao-existe-na-constituicao,1668381>>, consultado em 02 de Dezembro de 2017.

## 4. YouTube

Em 2006, o *Google*, após comprar o *YouTube* por \$ 1.65 bilhões de dólares, comunicou a imprensa que este passaria a ser uma plataforma de distribuição de criadores de conteúdo original com anunciantes pequenos e grandes, fornecendo armazenamento de vídeos e estrutura, funcionando da seguinte forma:

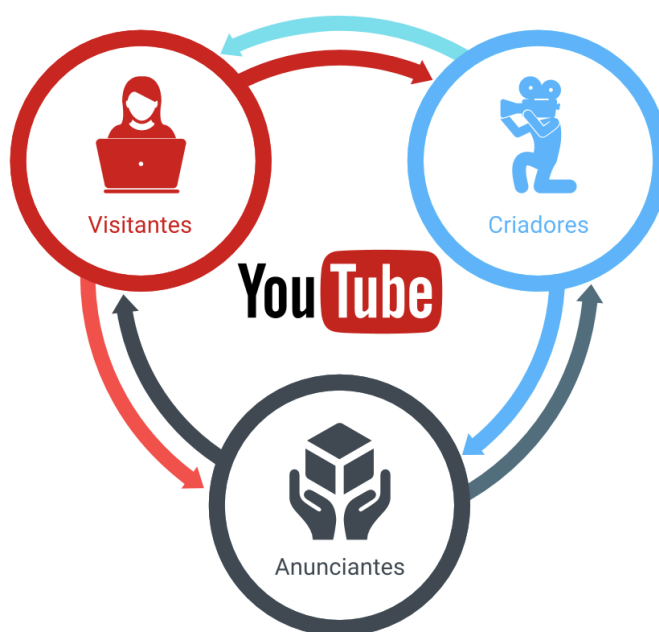


FIGURA 3- FLUXO DA PLATAFORMA

< [HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/YT/DEV/PT-BR/](https://www.youtube.com/yt/dev/pt-br/) > CONSULTADO EM 22 DE NOVEMBRO DE 2017

Neste sentido, os visitantes se divertem, os criadores compartilham suas ideias e os anunciantes compram espaços específicos segmentados. Com esta combinação, a plataforma passou a ter o domínio sólido do mundo dos vídeos online e discussões sobre direitos autorais se tornaram mais frequentes (Grimmelmann, 2007). Ao mesmo tempo, este tipo de plataforma passou a sofrer proteções e obrigações legais. Ainda segundo Grimmelmann, um dos principais pontos fortes do *YouTube*, que está sempre na vitrine das discussões, é o motor de busca da plataforma. Esta ferramenta está em constante aperfeiçoamento para se adequar aos pontos convergentes das legislações de internet, nas legislações de internet diferentes em cada país.

Em maio de 2017, o *YouTube* passou a excluir alguns vídeos e canais infantis por estarem relacionados com conteúdos impróprios para crianças. Essa notícia<sup>47</sup> fez com que alguns anunciantes deixassem a plataforma, como por exemplo a HP e a Mars, que em nota que estas medidas seriam mantidas até que a plataforma reforçasse sua política de proteção aos conteúdos infantis. O *YouTube*, por sua vez, reforçou que endureceu as normas, aumentou as fiscalizações e excluiu um grande número de materiais que contavam com bilhões de visualizações. Neste contexto, o *Google*<sup>48</sup> e o *YouTube* passaram a usar o termo <<plataforma>> como parte de uma estratégia legal com foco na neutralidade da internet (Gillespie, 2010, p. 348).

No site oficial do *YouTube*<sup>49</sup>, onde o mesmo se define como comunidade, é possível encontrar as diretrizes que ajudam a manter a plataforma divertida e agradável para todos os públicos. A plataforma enfatiza que sua equipe trabalha 24 horas por dia, 7 dias por semana para determinar se algum vídeo viola suas diretrizes.

Este é um reflexo do panorama atual dos meios de comunicação: 85% dos adultos com idades compreendidas entre os 18 e os 49 anos utilizam vários dispositivos em simultâneo e dois terços utilizam o *YouTube* num segundo ecrã enquanto veem TV em casa<sup>50</sup>. Com a diferença que, os usuários não são apenas telespectadores que assistem passivamente o conteúdo, eles estão a interagir numa conversa bidirecional com uma comunidade.

O *YouTube* é um aplicativo de media social proeminente, com comunidades, grupos estatísticas e prêmios para vídeos e canais pessoais, que faz com que os vídeos que lá estão não sejam independentes um do outro

---

47 < <https://www.engadget.com/2017/11/25/companies-pull-ads-from-youtube-over-video-comments/> > consultado em 24/12/2017

48 O Google é uma empresa multinacional americana de serviços online e software que hospeda e desenvolve uma série de serviços e produtos. A empresa surgiu no ano de 1998, com a missão de organizar a informação mundial e torná-la universalmente acessível e útil. Atualmente, o Google é executado através de mais de um milhão de servidores em data centers ao redor do mundo e processa mais de um bilhão de solicitações de pesquisa e vinte petabytes de dados gerados por usuários todos os dias. < <https://www.google.com> > consultado em 24/12/2017

49 < <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/policies/#community-guidelines> > consultado em 24/12/2017

50 <<https://creatoracademy.youtube.com/page/lesson/overview-ecosystem?cid=platform&hl=pt-PT#strategies-zippy-link-2>>, consultado em 24 de Dezembro de 2017.

(Cheng, Dale, & Liu, 2008, p. 235). Além disso, as categorias de conteúdo organizam os canais e os vídeos no *YouTube* e ajudam os criadores, os anunciantes e os gestores de canais a identificarem o conteúdo e os públicos aos quais se pretendem associar (YouTube, 2017a). É por esta razão que, se dermos início em um vídeo de um *youtuber* que fale, por exemplo, em extrema direita, vemos uma relação de sugestões de vídeos relacionados com o tema. Pois a plataforma está a todo o momento identificando os principais influenciadores de uma categoria e analisando o valor do conteúdo para o público interessado. E ainda segundo o *YouTube*, ser apelativo é algo fundamental para o sucesso de um canal. Este discurso da plataforma, faz com que a mesma atraia mais usuários, anunciantes e criadores de conteúdos que contrastam com os meios de comunicação tradicionais: fazendo com que o indivíduo fale o que ele quer falar.

Por outro lado, segundo Gillespie (2010), não é a promessa de livre expressão a maior razão do uso e sim, uma clara oportunidade de negócio: ao mesmo tempo que os criadores de conteúdo independentes falam diretamente com os usuários, o *YouTube* também é um terreno para anunciantes criarem conhecimento de marca, desenvolver campanhas públicas ou lançarem um produto de forma mais otimizada através do discurso. O termo plataforma então, torna-se uma palavra pouco suficiente para descrever tudo que o *YouTube* pode representar e oferecer.

Hoje, o *YouTube* é um dos sites mais acessados<sup>51</sup> no mundo, vindo logo depois do *Google* e responsável por uma mudança cultural nos meios de comunicação contemporâneos (Chamberlain, 2010, p. 48).

#### **4.1. O YOUTUBE COMO INFLUENCIADOR DE OPINIÃO**

One year ago, this would not have been possible, but the world has changed. In the past 12 months, thousands of ordinary people have become famous. Famous people have been embarrassed. Huge

---

51 <<https://www.alexa.com/>>, consultado em 24 de Dezembro de 2017.

sums of money have changed hands. Lots and lots of Mentos have been dropped into Diet Coke. The rules are different now, and one website changed them: YouTube (Grossman, 2006).

Retornemos a Novembro de 2006 e tenha-se em conta a citação suprarreferida. Esta faz parte de uma notícia da revista norte-americana *Time Magazine*, da autoria do jornalista Lev Grossman. Humoristicamente – compreenda-se a menção ao vídeo viral datado de Setembro de 2005, onde o professor/celebridade Steve Spangler provoca um geysir utilizando somente guloseimas *Mentos* e uma garrafa de *Coca-Cola Diet*<sup>52</sup> – Grossman apontava para a ascensão, praticamente meteórica, do *YouTube*. Se considere realmente “meteórica”, pois havia passado pouco mais de um ano desde que, três ex-funcionários da gigante *PayPal* – Jawed Karim, Steve Chen e Chad Hurley – se haviam decidido a lançar aquele serviço de compartilhamento de vídeos, em Fevereiro de 2005. E ainda menos tempo se havia passado desde o primeiro *upload* e compartilhamento de um vídeo na plataforma, em abril desse mesmo ano e onde aparece Karim narrando a sua visita a um zoológico<sup>53</sup>.

Mas, claro, novembro de 2006 ficou também registado na história do *YouTube* por outros dois motivos. Em primeiro lugar, como já mencionado em capítulo prévio a este, fora nessa exata época em que a *Google* firmara a compra do *YouTube*. Refira-se que na época a *Google* tinha já um serviço próprio de vídeo, a *Google Video* (lançado em janeiro de 2005) que oferecia serviços semelhantes ao *YouTube*. O também motor de busca *Yahoo!* – outro dos grandes rivais da *Google*, similarmente ao *YouTube* – tinha igualmente lançado um serviço parecido ao *Google Video*: o *Yahoo! Video* (junho de 2005). A compra de algo tão florescente e cada vez mais relevante como o *YouTube* custou, como já descrito anteriormente, à *Google*, bilhões de dólares em ações, consistindo na aquisição mais exigente da companhia até àquele momento. Claro, também fez diminuir progressivamente a pertinência e amplitude de serviços similares. Por exemplo, o *Google Video* passaria ao

---

52 <<https://www.youtube.com/watch?v=rISMNQ5K51c>>, consultado em 24 de Dezembro de 2017.

53 <<https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw>>, consultado em 24 de Dezembro de 2017.

estado *off-line* em agosto de 2012 e o *Yahoo! Video* ainda antes dessa data, em outubro de 2011 (relançado depois como *Yahoo! View*, em setembro de 2013).

Em segundo lugar, a aquisição do *YouTube* pela *Google* coincidiu com um galardão importante, também datado de novembro de 2006: o de “Invention of the Year of 2006”, pela *Time Magazine*<sup>54</sup>. Assim, o *YouTube* destronou Snuppy – a “invenção de 2005” e o primeiro cachorro clonado do mundo – ainda suplantando a vacina do HPV na disputa pelo título de “invenção de 2006”. Tal como referido pela página *online* de informação *G1*, as motivações da *Time Magazine* para distinguir o *YouTube* neste sentido se basearam na ideia de que a plataforma:

(...) conseguiu participar de três revoluções na internet. Primeiro, a transformação da produção de vídeos, possibilitada pela popularização das câmeras digitais (presentes em telefones celulares) e software de fácil uso. Segundo, a força que deu à chamada Web 2.0 – uma tendência definida pela maior participação dos internautas na produção de conteúdo on-line. Terceiro, pela revolução cultural que permite a qualquer pessoa do mundo divulgar na web, sem censura, o conteúdo que produziu” (Globo.com, 2006).

A primeira “revolução” apontada, acerca da acessibilidade facilitada à tecnologia audiovisual, continua hoje a ser verdade para o *YouTube*. Porém, a plataforma entrou numa dinâmica, em termos de conteúdo e de intervenientes, em que as fronteiras do amador e do profissional se esboroaram – e, já agora, também a do comercial e do não-comercial, indústria e audiência, etc. (Burgess & Green, 2009, p. 90). Também é importante mencionar que o *Youtube* agrega vídeos e *clips* provenientes da “mídia tradicional” como a televisão e, até, da indústria do cinema. Tal como referido por Angela Maria Meili, a plataforma é possuidora de,

(...) uma forma de distribuição diferente da TV e do Cinema (...). [Mas] o *YouTube*, enquanto canal e espaço de compartilhamento de

---

54 <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1340903-6174-363,00.html>>, consultado em 24 de Dezembro de 2017.

informação, também apresenta uma circulação de conteúdo de ‘mídia tradicional’ (...). (...) empresas (grandes, médias e independentes) possuem os canais mais acessados do site, demonstrando que o usuário (espectador) procura conteúdos com um determinado grau de produção (Meili, 2011, p. 55).

De facto, essa produção mais profissional passou a ser parte vital do funcionamento do *YouTube*. Mesmo a “classe” *youtuber* necessitou de, a certo ponto, trabalhar em profundidade a sua marca, vídeos e imagem pessoal, entrando naquilo a que Charles Leadbeater (2004) convencionou apelidar de Pro-Am (*Professional-Amateur*). Não desaparecendo totalmente do *YouTube*, os vídeos amadores e caseiros parecem ter passado para o domínio de plataformas mais efémeras – o *Snapchat* ou as funcionalidades *Stories* do *Facebook* e do *Instagram*, que permitem o desaparecimento do conteúdo passadas poucas horas do seu compartilhamento.

Tal como refere Eggo Muller (2009), no *YouTube*, a qualidade e cuidado na elaboração de um vídeo compartilhado passou a ser importante para os internautas no geral. Numa sociedade que se rege pela imagem visual/mensagem discursiva que propaga e dissemina, as empresas/internautas mais profissionalizados refinaram-se também neste sentido para conseguir agregar o maior número de subscritores/consumidores dentro das plataformas. Aqui entra a segunda “revolução”, a da Web 2.0, que foi definida eficientemente por Ali Balunywa,

“(...) Web 2.0 emphasizes the idea of the proliferation of interconnectivity and interactivity of web-delivered content. Web 2.0 concepts have led to the development and evolution of web-based communities and hosted services, such as social-networking sites, video sharing sites, wikis and blogs” (Balunywa, 2008).

Essa ideia de interconectividade entre usuários e de proliferação de conteúdo enquanto geradores de um senso ativo de comunidade, e em agregação à terceira “revolução” – a partilha de conteúdo à escala do global, acessível a todos e sem censura – nos remete a outra questão. A do *YouTube* enquanto influenciador de opinião e de valores. Ou, pelo menos, enquanto espaço “incubador” de influenciadores midiáticos. Nesse sentido, Pelle

Snickars e Patrick Vonderau assumem que o “*youtube has become the very epitome of digital culture (...)by allowing ‘you’ [‘us’] to post a video which might (...) change the course of history*” (2009, p. 11).

Sobre o papel influenciador do *YouTube* nas tomadas de decisões eleitorais, tenhamos em conta os dois países com mais utilizadores dessa plataforma: os Estados Unidos da América (167.4 milhões) e o Brasil (69.5 milhões)<sup>55</sup>. Esses foram também os dois países que, mais recentemente, elegeram para presidentes Donald J. Trump (2016) e Jair Bolsonaro (2017) respetivamente. Ambos utilizaram as redes sociais para se fazerem chegar aos seus eleitores.

Uma realidade bem diferente em relação ao caso português, que segundo o relatório “*Os Portugueses e as Redes Sociais 2018*” da *Marketest Consulting*, os dados demonstram que a predominância do *YouTube* (48.4%) é pouco comparável à do Facebook (95.1%). Fazendo uma breve comparação numérica, se somarmos os inscritos dos 3 principais canais brasileiros no *YouTube*, temos mais de 80 milhões de subscrições<sup>56</sup>, que se comparado a soma das subscrições dos 3 principais canais portugueses<sup>57</sup>, temos uma relação de 20 para 1. O maior *youtube*<sup>58</sup> português possui pouco mais de 3 milhões de inscritos, o que não é um número raro de inscritos para um canal famoso brasileiro ou norte-americano<sup>59</sup>.

Veremos, mais adiante, como a influência desta plataforma está presente no estudo de caso desta dissertação. No entanto, a seguir, aprofundaremos tópicos técnicos da plataforma *YouTube* que são estruturas teóricas fundamentais para a aplicação dos processos metodológicos, bem como melhor compreensão dos medias digitais de uma forma geral.

---

55 <<https://www.statista.com/statistics/280685/number-of-monthly-unique-youtube-users/>>, consultado em 24 de Dezembro de 2017.

56 <<https://socialblade.com/youtube/top/country/br>>, consultado em 24 de Dezembro de 2017.

57 <<https://socialblade.com/youtube/top/country/pt>>, consultado em 24 de Dezembro de 2017.

58 <<https://www.youtube.com/channel/UCSHSlx0CttXzzuT3YLVZC7Q>>, consultado em 24 de Dezembro de 2017.

59 <<https://socialblade.com/youtube/top/country/us>>, consultado em 24 de Dezembro de 2017.

## 4.2. POLÍTICA DA PLATAFORMA

O termo <<plataforma>> pode ser entendido de diversas maneiras, tanto em um sentido material como em um sentido intáctil. No âmbito acadêmico, em um viés computacional, este termo passou a ser implementado para classificar sites de conteúdo online, como por exemplo: sistemas de *e-commerce*, gestões de media digital, transmissão de músicas *online* e catálogos de vídeos também *online* que estimulam a interação entre duas partes ou múltiplos grupos de usuários em ambientes interativos.

Concomitantemente, nas indústrias digitais, o termo é designado para definir uma infraestrutura com suporte ao design e aplicações específicas, possuindo uma API – interface de programação de aplicativos – que permite que terceiros incorporem estas aplicação, conhecidas como *widgets*<sup>60</sup>, nestes ambientes<sup>61</sup>. Na prática:

[...] as API refletem as políticas empresariais das plataformas e estabelecem uma série de limitações para as pesquisas (M. Alves, 2018, p. 208).

Nos focaremos então, nas plataformas das redes sociais que, ainda segundo Alves (2018, p. 206) “*possuem volume imenso de circulação de dados e disponibilizam protocolos públicos para extração*”. Pois em um curto período de tempo, serviços como *Facebook*, *YouTube* e muitos outros passaram a penetrar profundamente nossos hábitos diários de comunicação e produção criativa e embora a maioria destas plataformas tenham começado como de forma comunitária, meia década depois se transformaram em grandes corporações que não apenas facilitam a conexão do usuário, mas se tornaram empresas globais de informação e mineração de dados, extraindo e explorando a conectividade do usuário, bem como examinando sociais (van Dijck, 2013). Pois, segundo o autor, práticas online como: compartilhamento,

---

60 “*Widget é um componente que pode ser utilizado em computadores, celulares, tablets e outros aparelhos para simplificar o acesso a um outro programa ou sistema. Eles geralmente contêm janelas, botões, ícones, menus, barras de rolagem e outras funcionalidades. Esse componente com interface gráfica (GUI) permite adicionar ao sistema operacional uma tarefa específica, como widgets de previsão do tempo, relógio, atualização de redes sociais, emails, etc*”. <<https://canaltech.com.br/produtos/O-que-e-widget/>>, consultado em 24 de Dezembro de 2017.

61 <<https://developers.facebook.com/>>, consultado em 24 de Dezembro de 2017.

pedidos de amizade, gostos e “favoritar” passaram a denotar significados tecnológicos e econômicos específicos que fazem parte de uma maior batalha política e ideológica sobre o controle de informações em um mundo on-line onde tudo está destinado a se tornar "social" (idem, 2013). Por exemplo, uma plataforma de rede social pode funcionar da seguinte maneira:

“In a particular implementation, social application toolkit functions may be used by a developer to create a cross-network social networking application. Such social application toolkit functions may interact with and/or call one or more social platform functions that may provide an interface and/or abstraction layer between the social application toolkit functions and the individual social networks. Social platform functions may provide a common interface for various functional features of individual social networks, thus allowing a cross-network social networking application, upon execution, to render different functionality (e.g., user interface) on different social networks based upon whether such functionality is supported by each particular social network”. (White & Horowitz, 2017)

Segundo Gillespie (2015), as plataformas de redes sociais não apenas guiam, distorcem e facilitam a atividade social ao conectarem usuários, como também promovem algoritmicamente conteúdos. Isto facilmente percebe-se na página inicial do *YouTube* no conteúdo sugerido, na suspensão de usuários no *Twitter* ou na exclusão de fotografias retratando mamilos femininos no *Facebook*, também no *Twitter* e *Instagram*. Esta exclusão – e discussão posterior à mesma – tornou-se tão viral que veio proporcionar a criação da conhecida campanha sobre igualdade de gênero, denominada *#freethenipple*, a qual deu forçosamente visibilidade global ao sectarismo das redes sociais.

*“Em um mundo “datafocado”, caracterizado pela produção contínua e cálculo de dados sociais [...] plataformas de redes sociais são projetadas com as técnicas de segmentação de mercado em mente (T. Silva & Barreto, 2018, p. 279–280) ao mesmo tempo que estas plataformas se tornam referências da opinião pública, estas procuram se proteger e limitar suas responsabilidades (Gillespie, 2010, p. 348). E para pertencer a uma*

plataforma é sempre necessário concordar com os seus termos. Todavia, não é somente de hoje que as pessoas costumam assinar contratos sem procederem à sua leitura, mais ainda se estes forem termos de licença de *softwares* ou uso de plataformas. Textos razoavelmente grandes, com letras pequenas, podem fazer com que usuários cliquem logo em “aceitar”. Segundo a empresa *Measuring Usability*<sup>62</sup>, especializada em estatísticas referentes ao uso de softwares e sites, apenas 5% dos usuários leem o contrato. Dentre os termos mais comuns encontrados no contrato de licença, podemos encontrar a proibição de criticar publicamente o *software* que o usuário está usando, observar o computador do usuário através de *spywares*<sup>63</sup> e a principal: concordar com o que “ainda não existe”, na medida em que são permanentemente feitas adendas aos contratos. Os consumidores são, portanto, automaticamente obrigados a concordar com presumíveis mudanças futuras, mesmo que não venham a tomar conhecimento factual das mesmas. Estas informações foram obtidas no site oficial da *Electronic Frontier Foundation*<sup>64</sup> (*EFF*), uma organização conhecida por defender os direitos civis nas questões relacionadas à *internet* e tecnologia.

Mesmo assim, os usuários que leem os contratos, podem não encontrar com facilidade os termos de uso das plataformas. E embora o termo algoritmo possa ser encontrado com facilidade tanto nas discussões sobre o assunto, quanto nos mecanismos de busca acadêmicos, poucos entendem como funciona. A menos que nos coloquemos em uma posição de parceiro anunciante, neste caso as plataformas mostram como funcionam as publicações patrocinadas e a imparcialidade no conteúdo. Pois o que consideramos um viral, pode ter sido uma mistura composta de planejamento estratégico com engajamento de usuário, muito menos perceptível do que, por exemplo, um jornal imparcial (Gillespie, 2010, p. 350), isto por que as plataformas são privadas com decisões financeiramente motivadas e fluxo de informação filtrado. O que transforma a informação num produto. Por outro

---

62 <<https://measuringu.com/>>, consultado em 24 de Dezembro de 2017.

63 “*Spyware é um software espião de computador, que tem o objetivo de observar e roubar informações pessoais do usuário*”. <<https://www.significados.com.br/spyware/>>, consultado em 24 de Dezembro de 2017.

64 <<https://www.eff.org/>>, consultado em 24 de Dezembro de 2017.

lado, as plataformas podem oferecer um espaço legalmente melhor regulamentado para conteúdo considerado “controverso”. Por exemplo, um usuário pode denunciar um conteúdo inapropriado e obter uma resposta muito mais rápida e eficiente por parte da plataforma do que se entrasse com uma ação judicial.

Mesmo assim, todas as políticas não são suficientes quando tratamos de um número elevado de discursos culturais diferentes um dos outros. Pois uma vez que a plataforma se torna popular, mais usuários irão aderir. Isso implica que cada vez mais as plataformas irão se proteger de potenciais processos judiciais e que as políticas estão sempre em constantes mudanças.

O que se pode perceber, é quem as plataformas são, mesmo não admitindo, uma forma de media tradicional e um modelo de negócio sustentável (idem, 2010, p. 359). Ao mesmo tempo que enfrentam regulamentações tradicionais, influenciam novos debates sobre o que é ou não permitido dentro das mesmas.

#### **4.2.1. YouTube API**

O *YouTube*, através de sua API, permite levar a experiência da plataforma para páginas da *internet*, aplicação ou dispositivo. Isto porque esta API é destinada a desenvolvedores e todos aqueles que desejam criar aplicativos que interagem com a plataforma (YouTube, 2017a).

Ao interagir com a API, o desenvolvedor tem acesso a diferentes tipos de recursos: aceder informações sobre uma ação que determinado usuário executou no site (classificação e compartilhamento de um vídeo, marcação como favorito, a publicação de um boletim do canal, etc), obter informações sobre um canal simples, identificar categorias com base no conteúdo e outros indicadores, consultar informações sobre resultados de buscas, informações

sobre a inscrição de um usuário, entre outros<sup>65</sup>. A plataforma ainda oferece suporte e uma biblioteca disponível em muitas linguagens de programação.

Na linguagem técnica, a API do *YouTube* é compatível com o protocolo OAuth 2.0<sup>66</sup>, que acessa dados particulares de usuários. Basta o usuário estar conectado a uma *Google Account* ou *YouTube account* e conceda a solicitação para que este seja realizado o acesso<sup>67</sup> para poder trabalhar com a API nas linguagens *Apps Script, Go, Java, JavaScript, .NET, PHP, Python, Python on, App Engine* e *Ruby*. Há amostras de códigos disponíveis na plataforma GitHub<sup>68</sup>, bem como bibliotecas de scripts disponíveis no site oficial da plataforma<sup>69</sup>. Abaixo há um exemplo uma parte do código específico do método relacionado à solicitação da API para obter uma lista de canais via *channel ID* em *PHP*:

```
// Sample php code for channels.list

function channelsListById($service, $part, $params) {
    $params = array_filter($params);
    $response = $service->channels->listChannels(
        $part,
        $params
    );

    print_r($response);
}

channelsListById($service,
    'snippet,contentDetails,statistics',
    array('id' => 'UC_x5XG1OV2P6uZZ5FSM9Ttw'));
```

---

65 <<https://developers.google.com/youtube/v3/getting-started?hl=pt-br>>, consultado em 24 de Dezembro de 2017.

66 <<https://oauth.net/2/>>, consultado em 24 de Dezembro de 2017.

67 <<https://oauth.net/2/>>, consultado em 24 de Dezembro de 2017.

68 O Github é um serviço web gratuito que oferece diversas funcionalidades para hospedar seus projetos pessoais de desenvolvedores. Além disso, quase todos os projetos/frameworks/bibliotecas sobre desenvolvimento open source estão no github, e o desenvolvedor pode acompanhá-los através de novas versões, contribuir informando bugs ou até mesmo enviando código e correções. <<https://github.com/youtube/api-samples/>>, consultado em 24 de Dezembro de 2017.

69 Este exemplo está licenciado sob a Licença Creative Commons Attribution 3.0 e as amostras de código estão licenciadas sob a Licença Apache 2.0. <[https://developers.google.com/youtube/v3/code\\_samples/](https://developers.google.com/youtube/v3/code_samples/)>, consultado em 24 de Dezembro de 2017.

Para poder ter acesso aos recursos da API, é necessário que os desenvolvedores estejam de acordo com as condições de acesso da mesma. As condições de serviço também podem ser alteradas sem a necessidade de aviso prévio, mas o desenvolvedor pode ser notificado se assim desejar. Isto porque a plataforma pode impor limitações e proibições do uso e serviços da API, por exemplo, se o desenvolvedor usa marcas registradas ou logotipos a plataforma pode solicitar a remoção (YouTube, 2017a). Essas Políticas ajudam o desenvolvedor usar os serviços da API de forma consistente com os interesses do *YouTube* e respeitando e promovendo o crescimento da comunidade de criadores, visualizadores, detentores de direitos de conteúdo e anunciantes do mesmo. Por exemplo:

|   |   |
|---|---|
| Princípios de desenvolvimento de software | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Criar aplicativos de alta qualidade, estáveis e atualizados.</li> <li>2. Ser sincero e transparente. Não se envolver em qualquer atividade enganosa, suas práticas de coleta, armazenamento, compartilhamento, uso e eliminação de dados, ações que seu Cliente API leva em nome dos usuários ou qualquer outra coisa.</li> <li>3. Dar controle aos usuários. Isso significa que os usuários conhecem e têm autoridade final sobre quaisquer ações que o Cliente API<sup>70</sup> leva para inserir, compartilhar, atualizar ou excluir seus dados. Isso também significa que cada Cliente da API deve fornecer uma política de privacidade que informe claramente os usuários sobre as informações que o Cliente API acessa, coleta, armazena, compartilha e usa de outra forma.</li> <li>4. Respeitar a privacidade dos usuários.</li> <li>5. Ser um bom cidadão. Não usar, distribuir ou promover vírus, <i>spyware</i>, <i>malware</i> ou “outras coisas ruins”.</li> </ol> |
|---|---|

---

<sup>70</sup> “API Client” significa um site ou aplicativo de *software* (incluindo um aplicativo móvel) desenvolvido por você que acessa ou usa os serviços da API do *YouTube*. < <https://developers.google.com/youtube/terms/developer-policies#definition-api-client> > consultado em 26/12/2017

Políticas gerais do desenvolvedor

### **Termos de Uso do Cliente da API e Políticas de Privacidade**

1. Cliente API deve exibir um link para os Termos de Serviço do *YouTube*.
2. Cada Cliente API deve exigir que os usuários aceitem uma política de privacidade antes que os usuários possam acessar os recursos e a funcionalidade do Cliente da API.
3. Referência e link para a Política de Privacidade do Google.
4. Divulgar que o Cliente da API armazena, acessa ou informações direta ou indiretamente nos dispositivos dos usuários.

### **Manutenção e Depreciação**

1. O Cliente API deve usar as versões mais recentes dos Serviços da API do *YouTube*.
2. Quando o *YouTube* pretende fazer mudanças incompatíveis para trás para os Serviços da API do *YouTube*, tais mudanças serão documentadas no Histórico de Revisão do Termos de Serviço.

### **Implementando recursos do YouTube**

1. O Cliente API deve indicar claramente como os dados fornecidos pelo usuário serão usados no *YouTube*.
2. O *YouTube* pode usar cotas e colocar restrições de uso para garantir que os Serviços da API do *YouTube* sejam acessados e usados conforme o previsto e que você e seus clientes de API não reduzam a qualidade do serviço ou limitam o acesso de terceiros.

### **Manipulação de dados e conteúdo do YouTube**

1. O Cliente API deve ser honesto e transparente sobre os tipos de dados do usuário e os propósitos para os quais a API coleta, armazena, exclui, compartilha, salvaguarda e, de outra forma, usa esses dados.
2. O Cliente API não deve exibir ou permitir o acesso a dados autorizados a qualquer pessoa que não o autorizador de usuários ou agentes expressamente aprovados.

|  |  |
|--|--|
|  | <p>3. O Cliente API deve identificar claramente as ações que eles levam para inserir, compartilhar, atualizar ou excluir dados ou conteúdo no nome do usuário autorizado. Além disso, o usuário deve consentir expressamente essas ações antes da sua execução real.</p> |
|--|--|

Estes exemplos acima são apenas uma parte selecionada de “regras”<sup>71</sup> que um desenvolvedor, pesquisador ou qualquer pessoa interessada, deve seguir ao trabalhar com a API do *YouTube*. A documentação da API pode fornecer bons pontos de partida para entender os problemas e as particularidades do acesso aos dados. Tendo um bom conhecimento da mesma, a experimentação da API através de linhas de programação pode ser muito perspicaz. E mesmo não havendo transparência ou responsabilidade perfeita em uma API, podemos obter um conjunto de evidências que podem justificar a confiança nos dados e nas descobertas que podem surgir a partir delas.

Entender o conceito de API, mesmo que superficialmente, é entender até onde um pesquisador ou desenvolvedor pode ir, seja no desenvolvimento de uma aplicação ou em uma metodologia científica. Isto por que, em um viés mais técnico, ao coletar de dados, é um realizado uma execução de uma determinada função da API da plataforma que responde ao solicitante, obtendo as informações necessárias. Uma das aplicações que veremos mais adiante neste trabalho, no capítulo metodológico, o *YouTube Data Tools* é uma coleção de ferramentas simples para extrair dados da plataforma do *YouTube* através da API do *YouTube* v3. Enquanto os usuários regulares podem visualizar essas métricas de vídeos, a API do *YouTube* fornece aos pesquisadores acesso diferenciado através de uma interface de programação

---

<sup>71</sup> O conteúdo completo está disponível em <<https://developers.google.com/youtube/terms/developer-policies>>, consultado em 23 de Fevereiro de 2018.

como: meta dados de usuários, comentários, vídeos relacionados, assinaturas e muitos outros recursos (Chatzopoulou, Sheng, & Faloutsos, 2010).

#### 4.2.2 YOUTUBE ALGORITMOS

Com mais de 1 milhão de linhas de código (Goodrow, 2014), o algoritmo do *YouTube* é um sistema desenvolvido que busca determinar quais os vídeos os usuários desejam ver (Airoldi, 2016).

Na interface da plataforma é possível perceber facilmente o algoritmo sendo executado: na barra de pesquisa, nos vídeos recomendados, na página inicial, abaixo das inscrições, nos vídeos populares e nas notificações. Mas diferentemente da API, o algoritmo não possui o código fonte aberto (YouTube, 2017b).

Diferentemente de como funcionava anteriormente – baseado no número de cliques “*play*” no vídeo – o algoritmo considera o que é visto pelos utilizadores, o tempo médio de visualização de um determinado vídeo, o tempo médio da sessão, *likes* e *dislikes* (Covington, Adams, & Sargin, 2016, p. 191). Ainda segundo Covington (2016), para atingir um modelo mais exato de mensuração de interesses por conteúdo, o algoritmo privilegia o tempo médio das visualizações de um vídeo em detrimento do número de “*plays*” do mesmo. Pois os canais com vídeos que possuem tempo de visualizações mais altos provavelmente aparecerão na barra de pesquisa e nas recomendações. No entanto, um vídeo de 4 minutos, visto do início ao fim, tem mais probabilidade de aparecer no topo do *ranking* do que um vídeo de 20 minutos visto pela metade. Ao mesmo tempo que, um determinado vídeo ou canal conduz o usuário a assistir outros vídeos, este mesmo acumula créditos de tempo de visualização.

O algoritmo muda constantemente. Seja para evitar *fake news*<sup>72</sup>, ou pelo vídeo *Gangnan Style*, do cantor *Psy*: ao atingir 2.147.483.647 visualizações

---

72 <<https://www.tecmundo.com.br/internet/122742-youtube-alterou-algoritmo-busca-evitar-desinformacao.htm>>, consultado em 23 de Fevereiro de 2018.

(limite máximo de uma variável 32 bits) a plataforma passou a aceitar valores de até 64 bits<sup>73</sup>. E os criadores de conteúdos também são afetados, segundo o jornal *New York Times*<sup>74</sup> para cada 100 euros que o *youtuber* faturava anteriormente hoje o mesmo recebe 20 euros. Segundo este artigo, canais que atingem um pico de monetização, não recebem mais por isso e devem buscar formas alternativas de publicidade bem como temas restritos, que recebem menos ou nada de monetização. Sendo que:

Por meio do algoritmo “Entrega dinâmica de anúncios”, o YouTube determina a frequência de exibição das peças de propaganda, a fim de atingir o público esperado. O algoritmo é composto por vários fatores, como a hora do dia em que os usuários pretendidos estão online, como o vídeo foi encontrado (busca direta ou por meio de listas relacionadas), quantos anúncios em média são assistidos pelos usuários antes de abandonarem o vídeo, entre outras questões. Isso é sistematizado, a fim de evitar que o público desista do vídeo antes de ser impactado pelo anúncio (Penner & Mungoli, 2017, p. 100).

Atualmente, mais de 70% do tempo que as pessoas passam assistindo vídeos no site agora é conduzido pelas recomendações algorítmicas do *YouTube*<sup>75</sup>. Isso corresponde a um fenômeno comportamental e cultural que faz parte da vida contemporânea. Mais do que isso, além do seu papel nos resultados de pesquisa, os algoritmos moldam as experiências dos usuários com as plataformas (Wolf, 2016).

No entanto, o algoritmo do *YouTube* comete erros. Por vezes, fazendo como vítima a própria Google, dona da plataforma. O sistema que detecta conteúdos impróprios tirou do ar “sem querer” um anúncio dos computadores

---

73 <<https://tecnoblog.net/170663/gangnam-style-algoritmo-youtube/>>, consultado em 23 de Fevereiro de 2018.

74 <[https://www.nytimes.com/2017/05/07/business/media/youtube-stars-feel-advertising-pinch.html?\\_r=1](https://www.nytimes.com/2017/05/07/business/media/youtube-stars-feel-advertising-pinch.html?_r=1)>, consultado em 23 de Fevereiro de 2018.

75 <<https://www.theverge.com/2017/8/30/16222850/youtube-google-brain-algorithm-video-recommendation-personalized-feed>>, consultado em 23 de Fevereiro de 2018.

*Google Chromebook* por considerar "*spam*, práticas enganosas e golpes"<sup>76</sup>.

Portanto, entender como funciona o algoritmo, pode determinar o sucesso e o fracasso de um canal. E saber que o sistema não é perfeito é fundamental. Grandes *youtubers* podem ter ficado incomodados com essas mudanças, pois obviamente, estão perdendo visualizações ao mesmo tempo que pequenos canais, seguindo as diretrizes do algoritmo, podem passar a fazer parte dos vídeos relacionados dos canais grandes. O que reforça, mais uma vez, o peso que o algoritmo tem sobre a forma que o conteúdo é criado.

---

<sup>76</sup> A ausência do vídeo foi notada por usuários do fórum *Reddit*.

<[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=1&v=iCWADyHh2-U](https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=iCWADyHh2-U)>, consultado em 23 de Fevereiro de 2018.

## 5. METODOLOGIA/EXTRAÇÃO DE DADOS

Se a investigação científica é dependente de um agrupamento de métodos intelectuais e técnicos (Gil, 1999, p. 26), escolher a metodologia adequada poderá, além de proporcionar resultados mais assertivos e com mais credibilidade, viabilizar a reprodução dos resultados da pesquisa na comunidade acadêmica bem como auxiliar e direcionar pesquisas futuras.

Ao mesmo tempo, se todas as mídias são sociais, e os processos de produção destas mídias se tornam também processos sociais (Bruns, 2015), são os usos reais de qualquer meio que determina se este é realmente um meio social.

Mas, apenas um subconjunto particular de todas as mídias é fundamentalmente definido pela sua sociedade como social media, podemos fazer uso deste termo para distinguir dos principais meios de comunicação como imprensa, rádio e televisão. Também, todas as mídias são sociais, pois estabelecem e mantêm relações entre humanos como indivíduos e grupos de pessoas (Jensen, 2015), mas nenhum meio é mais social do que qualquer outro meio, cada meio é social de maneiras distintas.

Ser social no contexto das mídias sociais significa criar conexões dentro dos limites das arquiteturas dos algoritmos das plataformas. Cada clique ou compartilhamento cria uma conexão, uma relação, uma rede que cresce dinamicamente e evolui (Bucher, 2015). Pois *“as mídias sociais estão repletas de situações em que somos interpelados a demonstrar nossos sentimentos e emoções”* (Rodrigues, 2018, p. 67). Ainda:

Pesquisar eleições utilizando mídias sociais pode fornecer respostas para muitas questões de pesquisa possíveis, de acordo com a própria natureza diversa dos estudos sobre campanhas eleitorais e a depender do interesse do investigador. Tais recortes podem cobrir indagações sobre candidatos, sobre eleitores ou ainda sobre a relação entre candidatos e eleitores, e até mesmo com outros agentes, como imprensa, partidos, movimentos sociais e demais instituições e organizações. (Braga et al., 2018, p. 180)

Mas, nesta pesquisa, o que queremos dizer quando discutimos, analisamos, a pesquisa de redes sociais será baseada em uma definição muito mais restrita de mídia social, usada para definir as principais plataformas online, como por exemplo, o *YouTube*.

## 5.1. MÉTODOS DIGITAIS

Ao olhar para objetos de pesquisa, independente do campo, pressupõe-se olhar para as diversidades metodológicas. Nos métodos digitais, de acordo com Rogers (2013a), é importante refletir sobre as especificidades das plataformas digitais e não simplesmente adaptar ferramentas provenientes de outras áreas de pesquisa, repensando assim, as práticas de pesquisas acadêmicas. Este contributo do autor passou a desenhar um novo caminho de procedimentos de estudos, onde: o compartilhamento de conteúdo, o diálogo online e os hyperlinks se tornaram protagonistas na compreensão do conhecimento. No entanto, por exemplo, no âmbito eleitoral:

Como todas as metodologias em Ciências Sociais, essa também tem limitações. Quando falamos sobre usuários únicos que interagiram com a página, não estamos avaliando a direção desta interação. Isto é, ela pode ter ocorrido em sentido negativo, para questionar ou criticar o candidato. (Braga et al., 2018, p. 193)

Repensar a os métodos de pesquisa (Rogers, 2013a), tanto nas redes sociais como nas plataformas digitais, está diretamente relacionado com os aspectos do meio a serem analisados. No entanto, as questões fundamentais para os métodos digitais são: como capturar e analisar hiperlinks, tags, resultados de busca, sites arquivados, perfis em redes sociais, e outros objetos digitais (*idem*, p. 367) com foco no aprendizado e utilização de dispositivos on-line e, sobretudo, como estes podem ser usados para pesquisa social e cultural.

Lev Manovich, pesquisador de novas mídias<sup>77</sup>, reforça que a internet é uma fonte para compreender mudanças sociais. Em seu livro, *The Language of New Media* (2002), o autor aponta que a internet, que pode ser pensada como uma enorme base de dados, também determinou uma condição básica da nova sociedade da informação: a abundância de informações de todo tipo.

Quando alguém acessa a internet, seja para acessar textos, músicas, vídeos ou espaços navegáveis, a navegação do usuário passa pela interface do navegador e, em seguida, por sua vez, a interface do sistema operacional. E raramente isto é simplesmente um mecanismo de transporte neutro. É mais provável este seja composto por algoritmos (Manovich, 2002, p. 76, 49) que possibilitam estudar os usuários através de suas preferências, gostos pessoais, localização e diálogos sendo possível obter uma perspectiva mais contextualizada dos dados:

Neste contexto, os métodos digitais buscam introduzir uma perspectiva de pesquisa social e cultural para o estudo dos dispositivos online (Rogers, 2015, p. 1), pois são técnicas que fazem uso de *hiperlinks*, *tags*, *timestamps*, *likes*, *shares*, *retweets* disponíveis nas APIs no momento que são extraídos. Ainda segundo o autor, buscam compreender como estes objetos são tratados pelas plataformas dominantes e para utiliza-los em uma perspectiva de pesquisa, fazendo parte de uma mudança nas áreas das ciências humanas e sociais. Porém as ferramentas podem ser de curta duração, já que certos serviços podem ser descontinuados. Em outras palavras, podem sofrer efeitos de mudanças feitas por uma determinada plataforma. Quando um serviço é interrompido, a pesquisa avançada pode ser interrompida. E é necessário ter atenção a um pequeno detalhe: muitos dados são de um passado recente, onde abrangem um curto período de tempo e podem estar incompletos. O dado que pode estar disponível hoje para ser extraído da plataforma, pode deixar de estar a qualquer momento.

Atualmente, podemos considerar que o DMI (Digital Methods Initiative), onde Richard Rogers atua, é um dos principais grupos de pesquisa de estudos

---

77 <[www.softwarestudies.com.br](http://www.softwarestudies.com.br)>, consultado em 24 de Janeiro de 2018.

dos métodos digitais e conhecido por projetar ferramentas que trabalham plataformas on-line, com foco em pesquisas de questões sociais e políticas. Sendo que diversas ferramentas de extração de dados estão disponíveis gratuitamente em seu site oficial <sup>78</sup>. Entre as ferramentas mais conhecidas estão: o *Lippmannian*, *Netvizz* (análise do *Facebook*), *DMI-TCAT* (análise do *Twitter*) e o *YouTube Data Tools* que será utilizado neste trabalho. No entanto:

É preciso enfatizar que há aplicativos acadêmicos de código aberto de grande qualidade para mineração de dados das mídias sociais. Contudo, ao contrário das ferramentas plenas, esses programas exigem mais conhecimento e tempo dos pesquisadores. Não há alternativa gratuita disponível que realize todas as etapas de forma rápida e eficiente. Em geral, cada software tem uma função específica e cumpre uma tarefa determinada (M. Alves, 2016, p. 73).

Contudo, a internet deixa de ter uma reputação duvidosa, que tinha em contexto mais históricos por ser um meio de auto-publicação para ser um espaço de estudo cultural. Pois na prática, para Rogers, os métodos digitais são um termo usado recentemente em pesquisas relacionadas à internet em abordagens que trabalham conjunto de dados baseados na qualidade dos mesmos, na coleta, análise e achados/resultados. Neste mesmo sentido, Bernard Rieder (2012) agrega ao afirmar que os métodos digitais são, em primeiro lugar, o estudo dos métodos incorporados nos dispositivos que tratam dados on-line. Este autor questiona também de que forma os motores de busca tratam *hiperlinks*, cliques e outros objetos digitais que posteriormente serão introduzidos em uma perspectiva mais social para o estudo.

Nesta prática, é visível a busca por padrões de métodos onde a etnografia online foi capaz de desenvolver comunidades e observa-las (Hine, 2005). Isto por que *a área de mídias sociais, por seu caráter interdisciplinar próprio, faz uso de metodologias importadas de outros campos das Ciências Humanas e Exatas* (Zanini, 2016, p. 183) e as redes sociais retratam uma

---

78 <<https://wiki.digitalmethods.net/Dmi/ToolDatabase>>, consultado em 9 de Fevereiro de 2018.

nova formação social e representam uma nova maneira de olhar para as estruturas sociais (Baym, 2010). Pois:

Cada indivíduo, desse modo, está inserido em grupos sociais que são constituídos a partir de suas relações nos mais variados ambientes (por exemplo, família, escola, amigos ou trabalho). (Recuero, 2017, p. 8)

Após a extração dos dados descritos anteriormente, podem surgir mais perguntas do que respostas. Como por exemplo: o que podemos aprender com os dados extraídos? Que olhar devemos ter ao analisar para que consigamos não apenas estudar a cultura online com uma mudança social como um todo? É possível combinar ferramentas digitais com métodos de pesquisas tradicionais? Como fundar os resultados com dados on-line?

## **5.2. MÉTODOS DIGITAIS PARA O YOUTUBE**

Para analisar o *YouTube* como um todo, é necessário trabalhar com várias instâncias de técnicas, que incluem mecanismos de classificação e recomendação, como se fossem 2 estágios: no primeiro estágio, todos os vídeos pertinentes para uma determinada consulta são identificados. Esta identificação pode ser baseada na correspondência direta dos títulos ou descrições ou mesmo outros elementos, como comentários. Em um segundo estágio, analisar visualizações, gostos, horários de exibição e métricas mais diretas, como por exemplo quando se trata de decidir se um vídeo tem mais ou menos "relevância" do que outro (Recuero, 2017, p. 8). Segundo Rieder, desenvolvedor do YTDT:

But even if one could specify these complex factors, we need to recognize that a static perspective that frames a ranking algorithm as a stable relation between inputs and outputs is not adequate for a platform of the size and technical sophistication as YouTube. On the one side, users react to rankings in various ways, by clicking, watching and – in the case of content creators – adjusting their strategies to what is considered effective at a given moment. On the other side, algorithmic techniques increasingly espouse a probabilistic and

experimental outlook where parameters are constantly tested against a desired outcome and adapted according to user behaviour. An algorithm could, for example, forecast the success of a newly posted video, rank it favourably and relegate it quickly if it fails to perform. (2018)

Para o autor, os algoritmos, como elementos constitutivos das plataformas on-line, estão moldando cada vez mais a sociabilidade cotidiana. E antes de desenvolver abordagens empíricas adequadas para estudar seu poder social é preciso examinar o ranking dos resultados de pesquisa do *YouTube* no contexto de questões socioculturais. Seja por meio de uma mistura de visualizações de *rank*, métricas de mudança computacional e análise qualitativa, é possível classificar culturas.

No entanto, é preciso saber que os rankings podem não ser vinculados às métricas de popularidade, o que destaca o papel dos recursos da plataforma, como as assinaturas de canais nos processos de distribuição de visibilidade. Em seguida, ter conhecimento que os conteúdos que aparecem nos principais resultados são fortemente influenciados pelos vernáculos da questão e algoritmos da plataforma (Bernhard Rieder et al., 2018).

Uma vez que nossa investigação é baseada no *YouTube*, e conforme visto anteriormente, as ferramentas de extração são responsáveis por minerar grandes conjuntos de dados, filtrar o que é ou não pertinente, é a tarefa do pesquisador. Nesta vertente, o *YouTube Data Tools*<sup>79</sup> (YTDT) é uma coleção de ferramentas simples para extrair dados da plataforma do *YouTube* via *YouTube API v3*.

Através desta ferramenta é possível obter diferentes tipos de informações obtidas através de 5 módulos:

---

79 <<https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/>>, consultado em 09 de Fevereiro de 2018.

|                         |  |
|-------------------------|--|
| Channel Info            | Possibilita obter diferentes tipos de informações para um canal a partir de um ID de canal especificado.   |
| Channel Network         | Rastreia uma rede de canais conectados através da guia <i>feature channels</i> (e via assinaturas) de uma lista de seeds. Os seeds podem ser canais obtidos a partir de uma pesquisa ou através de entrada manual de IDs de canal.   |
| Video List              | Extraí uma lista de informações de vídeo e estatísticas de uma das quatro fontes: os vídeos carregados para um canal especificado, uma lista de reprodução, os vídeos recuperados por uma consulta de pesquisa específica ou os vídeos especificados por uma lista de IDs. |
| Video Network           | Cria uma rede de relações entre vídeos através do recurso "vídeos relacionados", a partir de uma pesquisa ou de uma lista de IDs.  |
| Video Info and Comments | A partir de um ID de vídeo, recupera informações básicas e fornece uma série de análises da seção de comentários.  |

Escrito por Bernard Rieder, mas em constante desenvolvimento, esta ferramenta é um meio para os pesquisadores consigam extrair dados através da API do *YouTube* para, posteriormente, analisar profundamente em algum outro software, como, por exemplo, o *Gephi*.

Os dados coletados fornecerão uma classificação e uma série de metadados dos vídeos, incluindo seu título, canal, descrição, categoria, data e duração de publicação, bem como contagens para visualizações, gostos, desgostos e comentários. Após a extração, o arquivo GDF é importado para o *Gephi*, que editará os dados e trabalhar a representação visual da rede. Mas...

Por que estudar e utilizar Análise de Redes Sociais para Mídias Sociais? Simples: Mídias Sociais são redes sociais. Então, como não utilizar a principal metodologia de análise do tema? Além deste aspecto, podemos apontar outros benefícios fundamentais [...] Essa possibilidade de utilizar dados interacionais permite ao analista de mídias sociais encontrar novas métricas para os seus dados (T. Silva & Statibile, 2016, p. 258).

Recentemente, a equipe de desenvolvedores do DMI tentou desenvolver um método melhor para estudar o sistema ranking do *YouTube* (Bernhard Rieder et al., 2018). O raciocínio da metodologia utilizada trabalhou o *YouTube* como um todo integrado e dinâmico e investigou o ranking através da análise computacional com várias formas de investigação qualitativa. Passando a forma de pensar de "algoritmos de classificação" para "classificar culturas", distinguindo morfologias de classificação, que conectam princípios técnicos ao uso estabelecido e às culturas em questão. Nesta mesma pesquisa, é dito que os fatores externos, sem dúvida, contribuem para a cultura de classificação, mas são difíceis de observar, como por exemplo: função de pesquisa de preenchimento automático do *YouTube*, comunicação em rede, como links de entrada ou integração com outros sites.

É preciso ter claro que interfaces homogêneas não significam práticas homogêneas. As plataformas se esforçam para capturar grandes públicos e deixam margens importantes para os usuários. Todo serviço é diferente e muda ao longo do tempo, tanto em termos de tecnologia como de práticas de uso. Compreender a plataforma é necessário para compreender a constituição dos dados e interpretar os mesmos no contexto de prática social e cultural.

### **5.3. VISUALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO**

Se por um lado a visualização da informação existe desde há séculos, foi com o avanço tecnológico nas áreas da comunicação e informática que permitiu simular sistemas cada mais complexos para a análise de grandes volumes de informações (Freitas, Chubachi, Luzzardi, & Cava, 2001). O acesso a base de dados diversificadas, associado a necessidade de especialistas aptos a produzir melhores visualizações, que transmitem o conhecimento de forma mais didática, são responsáveis por um crescimento neste novo modo de pensar a pesquisa acadêmica.

Para desempenharmos o papel de entender, analisar e avaliar de forma crítica as representações visuais dos dados, é necessário conhecimento em

softwares adequados. Pois para cada conjunto de dados, há visualizações específicas que combinam aspectos da computação gráfica, mineração de dados e percepção visual.

Richard Rogers (2010) desenvolveu o software *Issuecrawler*<sup>80</sup>, que organiza visualmente conjuntos de dados com diferentes graus de separação. Com o uso deste programa, foi possível um encontro entre conhecimentos teóricos e práticos que são essenciais para a criação de visualizações mais apelativas e solidamente fundamentadas. Pois este software se propõe a fazer um mapeamento de uma rede através de contextos concebidos através de listas de links, identificar clusters e identificação geográfica (Rogers, 2013b). Neste sentido, as práticas de visualização de dados buscam caracterizar graficamente informações de um determinado universo, explorando a capacidade de percepção do pesquisador com base nas relações exibidas no software, interpretação e compreensão das mesmas.

O desenvolvimento aplicações para a visualização evoluiu. Desenvolvedores, considerando a melhor forma de mapear dados e representa-los visualmente, criaram ferramentas no intuito de facilitar a interpretação de quem irá trabalhar com informações, fornecendo meios que permitam análises mais completas e precisas.

O *Gephi*<sup>81</sup>, um dos principais softwares de mapeamento de redes e comunidades, de visualização interativa, que explora sistemas complexos, dinâmicos e de gráficos hierárquicos, tornou-se uma ferramenta poderosa para análise dos dados. Os algoritmos executados por este software permitem flexibilidade e agilidade no uso, gerando em resultados rápidos para a quantidade de informação que é analisada. Outra característica desta ferramenta, é que este software de código aberto para explorar e manipular redes (Mathieu Bastian, Sebastien Heymann, & Mathieu Jacomy, 2009). Isto o torna modulável e expansível, que faz uso do uso da ferramenta uma abordagem inovadora para visualização. Isso é possível através de dois

---

80 <<https://www.issuecrawler.net/>>, consultado em 09 de Fevereiro de 2018.

81 <<https://gephi.org/>>, consultado em 09 de Fevereiro de 2018.

mecanismos de renderização, um deles com foco em performances de exibição e o outro em refinamentos estéticos (*idem*, 2009). Na prática, temos um software sustentável e um viés mais técnico, impulsionado pela comunidade acadêmica e pelos desenvolvedores que trabalham com código aberto, compartilhando interesses em comum em pró da pesquisa acadêmica.

O arquivo utilizado no *Gephi*, e proveniente da extração de dados, é o GDF<sup>82</sup>. Um formato construído como uma tabela de banco de dados ou um arquivo coma separado (CSV), e dividido em duas seções: uma para nós (*nodes*) e uma para arestas (*edges*), um conceito básico de rede onde, em sua forma mais básica, uma rede é qualquer coleção de objetos (*nodes*) na qual alguns pares destes objetos estão de alguma maneira, ligados um ao outro (Easley & Kleinberg, 2010). A visualização (e também a análise) de dados é orientada pela intuição por manipulações de redes em tempo real, revelando as estruturas subjacentes das associações entre objetos através conectores organizados pelos algoritmos<sup>83</sup> e métricas:

As métricas de rede são aquelas que indicam características da rede que está sendo analisada como um todo, e não apenas dos nós. Assim, são usadas para extrair características gerais da estrutura observada. [...] Para a visualização de dados, há diferentes algoritmos, cada qual com premissas próprias. É importante salientar, entretanto, que a visualização é uma ferramenta da análise de dados, mas não pode ser utilizada sem algum tipo de centramento nas métricas (Recuero, 2017, p. 21–32).

---

82 <<https://gephi.org/users/supported-graph-formats/gdf-format/>>, consultado em 09 de Fevereiro de 2018.

83 Os algoritmos de layout dão a forma ao gráfico. O Gephi fornece algoritmos de layout de algoritmos de última geração, tanto para eficiência como para qualidade. A paleta Layout permite ao usuário alterar as configurações de layout durante a execução e, portanto, aumentar drasticamente o feedback e a experiência dos usuários. A estrutura de estatísticas e métricas oferece as métricas mais comuns para análises de redes sociais e redes sem escala. <<https://gephi.org/features/>>, consultado em 09 de Fevereiro de 2018.

|           |                                |   |
|-----------|--------------------------------|---|
| Algoritmo | ForceAtlas 2                   | Uma das principais características deste algoritmo é a capacidade de exibir o processo de espacialização, visando transformar a rede em um mapa. O ForceAtlas2 é o último algoritmo de layout padrão e desenvolvido pela equipe Gephi como uma solução completa para as redes. Tem como característica um layout dirigido por força próximo de outros algoritmos (Jacomy, Venturini, Heymann, & Bastian, 2014). |
| Algoritmo | Fruchterman Reingold           | O Algoritmo Fruchterman-Reingold é um algoritmo de layout dirigido por força. A ideia de um algoritmo de layout direcionado forçado é considerar uma força entre dois nós. A ideia básica é minimizar a energia do sistema movendo os nós e mudando as forças entre eles. Neste algoritmo, a soma dos vetores de força determina qual direção um nó deve se mover (Fruchterman & Reingold, 1991).               |
| Métrica   | Modularity                     | Mede o quão bem uma rede se decompõe em comunidades (Blondel, Guillaume, Lambiotte, & Lefebvre, 2008).  |
| Métrica   | Average Clustering Coefficient | O coeficiente de agrupamento, quando aplicado a um único nó, é uma medida de quão completa é a vizinhança deste. Quando aplicado a uma rede inteira, é o coeficiente de agrupamento médio sobre todos os nós (Watts & Strogatz, 1998).  |
| Métrica   | Betweenness Centrality         | Node Betweenness Centrality mede a frequência com que um nó aparece nos caminhos mais curtos entre os nós na rede (Brandes, 2001, p. 4).  |
| Métrica   | Connected Components           | Determina o número de componentes conectados na rede (Tarjan, 1972).  |
| Métrica   | Closeness Centrality           | A distância média de um determinado nó para todos os outros nós da rede (Brandes, 2001).  |
| Algoritmo | PageRank                       | Um algoritmo iterativo que mede a importância de cada nó dentro da rede (Page, Brin, Motwani, & Winograd, 1999).  |

Por ser um software em constante desenvolvimento, uma lista de *plugins*<sup>84</sup> disponíveis está sempre à disposição em [gephi.org](http://gephi.org). Estas extensões, construídas pela comunidade de desenvolvedores, estendem as funcionalidades do *Gephi*, como por exemplo o plugin que permitem a coleta

---

84 "Na informática define-se plugin todo programa, ferramenta ou extensão que se encaixa a outro programa principal para adicionar mais funções e recursos a ele. Geralmente são leves e não comprometem o funcionamento do software e são de fácil instalação e manuseio". < <https://www.tecmundo.com.br/hardware/210-o-que-e-plugin-.htm> > consultado em 09 de Fevereiro de 2018.

de dados *Twitter* direto pelo *Gephi*, o Naoyun<sup>85</sup>, filtros, métricas, entre outros. Temos então, de uma forma simplificada, um método passo a passo, bem como a verificação da API que pode ser chamado de um trabalho de campo técnico (Bernhard Rieder, Abdulla, Poell, Woltering, & Zack, 2015, p. 6):

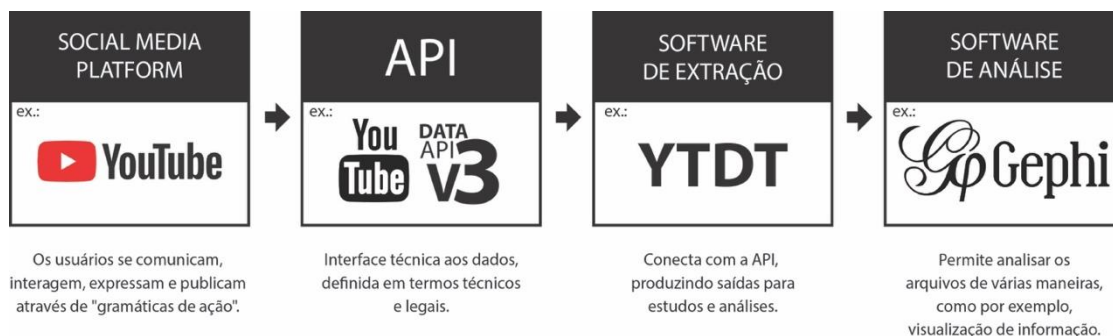


FIGURA 4- FLUXO DE TRABALHO

No contexto da pesquisa orientada a dados, o trabalho de campo técnico se esforça para tornar essas especificidades visíveis para que possam ser contabilizadas na metodologia, na interpretação dos dados e nas descobertas. Pois *“basicamente, a análise dá-se através da aplicação das métricas de rede para os dados que foram coletados”* (Recuero, 2017, p. 32). E uma boa compreensão da interseção entre técnicas e práticas de uso é uma excelente fonte de inspiração para procedimentos analíticos.

As várias formas de trabalho de campo técnico e a crítica de dados servem como uma forma de reduzir a obscuridade sistemática ou, pelo menos, para entender melhor as limitações e o potencial significado dos dados como indicadores. E até mesmo, fazer da plataforma o objeto de pesquisa pode se tornar parte do estudo de um fenômeno cultural ou de um estudo por conta própria.

---

85 < <http://matthieu-totet.fr/Koumin/tools/naoyun/> > consultado em 09 de Fevereiro de 2018.

## 6. ESTUDO DE CASO: A DIREITA NO YOUTUBE DO BRASIL

Se dentro do ciberespaço, o *YouTube* pode ser considerado um mediador da cultura popular (Renó, 2007), não é inviável caracterizar a plataforma como um agente intermediário para emissão de mensagens em massa, inclusive de cunho político. Acredita-se que muitas pessoas buscam na plataforma uma forma de se informarem sobre determinados assuntos, nomeadamente através da interação social presente nos comentários dos vídeos do *YouTube* (Afonso & Té, 2017).

É o que vem acontecendo nos períodos preliminares de campanha presidencial, onde os candidatos conseguem, presumivelmente, criar uma relação mais estreita com os seus seguidores/eleitores desta forma. Ao mesmo tempo, encorajando uma maior participação opinativa do lado do eleitorado:

A expansiva atuação da nova direita nas redes sociais além de provocar a emergência de líderes extremistas, entre os quais destaca-se o deputado federal Jair Bolsonaro, também propiciou o crescimento de um intenso movimento virtual a favor da redução da maioria penal, contra o estatuto de desarmamento, contra os direitos das minorias sociais, contra as políticas de ação afirmativa e de renda mínima do governo federal e, sobretudo, contra o petismo (Abreu & Melo, 2017, p. 141).

Não é estranho encontrarmos canais de políticos em nome próprio no *YouTube*. É perceptível que candidatos se apropriam do espaço das plataformas para comunicar com um público, que segundo Rob Salmond, “[on *YouTube* represents an](...) younger, richer, more educated, more politically interested [people], and more partisan than the population at large” (2012, p. 4). Também, tal como mencionado por Abraham Krieger,

YouTube (...) puts forward a comprehensive understanding of how the website operates alongside other online and offline components of the media landscape. Candidates must grapple with increasing numbers of voters “cutting the cord” and spending less time in front of television sets. As communication technology changes, campaigns in turn adapt their communications methods to reach those who are

unavailable on television. YouTube provides such an option while also changing the financial calculations of video messaging due to its almost nonexistent broadcast cost. (2016, p. 2)

A título de exemplo e a respeito das últimas eleições no Brasil, no ano de 2018, é possível contabilizar diretamente 12.700 canais<sup>86</sup> relacionados com o, então candidato, Deputado Jair Bolsonaro. Em termos de contabilização, o canal oficial em nome próprio do candidato tem hoje 474.678 inscritos. O vídeo de apresentação<sup>87</sup>, titulado “*O Brasil precisa que a verdade seja dita!*”, publicado há cerca de um ano atrás, foi visto 533.130 vezes. Possui 29.000 *likes*, apenas 1000 *dislikes* e 4.401 comentários. Se ranquearmos pelos comentários principais percebemos que o comentário que tem mais interação foi publicado também há um ano atrás, possui 198 *likes* e originou um *thread* de 26 respostas.

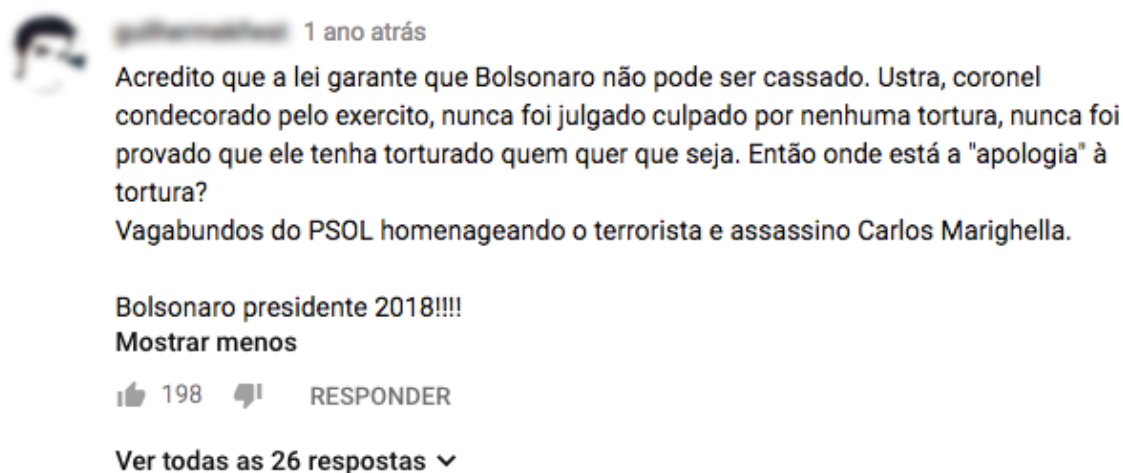


FIGURA 5- COMENTÁRIOS DO VÍDEO DE APRESENTAÇÃO

<[HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=YTSTUHK8RG4](https://www.youtube.com/watch?v=YTSTUHK8RG4)>, CONSULTADO EM 05 DE MARÇO DE 2018

---

86 <[https://www.youtube.com/results?search\\_query=bolsonaro&sp=EglQAg%253D%253D](https://www.youtube.com/results?search_query=bolsonaro&sp=EglQAg%253D%253D)>, consultado em 05 de Março de 2018.

87 <<https://www.youtube.com/watch?v=ytstUHK8rg4>>, consultado em 05 de Março de 2018.

Ao se fazer uma breve análise ao comentário principal do vídeo poderemos discernir o seguinte: em primeiro lugar, a menção ao Coronel do Exército Brasileiro, Carlos Alberto Brilhante Ustra (Santa Maria, 28 de julho de 1932 – Brasília, 15 de outubro de 2015). Este teve um papel de relevo no período da Ditadura Militar (1964 – 1985), tendo sido chefe do DOI-CODI [Destacamento de Operações de Informação – Centro de Operações de Defesa Interna] do II Exército (1970 – 1974), um dos órgãos repressores da Ditadura Militar. Em 2013, Ustra compareceu na *Comissão da Verdade*<sup>88</sup>, onde respondeu por crimes de tortura – inclusive, por ter torturado pessoalmente, a agora ex-presidente petista, Dilma Rousseff. Importante ainda mencionar que, aquando do *impeachment* contra Rousseff, em 17 de abril de 2016, Jair Bolsonaro elogiou publicamente o Coronel Ustra no momento da sua votação:

*“Nesse dia de glória para o povo brasileiro tem um nome que entrará para a história nessa data, pela forma como conduziu os trabalhos nessa casa. Parabéns, presidente Eduardo Cunha. Perderam em 1964. Perderam agora em 2016. Pela família e pela inocência das crianças em sala de aula que o PT nunca teve, contra o comunismo, pela nossa liberdade, contra o Foro de São Paulo, pela memória do coronel Carlos Alberto Brilhante Ustra, o pavor de Dilma Rousseff, pelo Exército de Caxias, pelas nossas Forças Armadas, por um Brasil acima de tudo e por Deus acima de todos, o meu voto é sim”<sup>89</sup>.*

Em segundo lugar, o utilizador faz no comentário menção ao PSOL – Partido Socialismo e Liberdade. Fundando em dezembro de 2003, este é um partido que se posiciona no espectro da esquerda política. Já, Carlos Marighella (Salvador, 5 de dezembro de 1911 – São Paulo, 4 de novembro de

---

88 A Comissão Nacional da Verdade foi criada pela Lei 12528/2011 e tem por finalidade apurar graves violações de Direitos Humanos ocorridas entre 18 de setembro de 1946 e 5 de outubro de 1988.

<<http://cnv.memoriasreveladas.gov.br/>>, consultado em 05 de Março de 2018.

89

<[http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/04/160419\\_torturado\\_ustrabolsonaro\\_lgb](http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/04/160419_torturado_ustrabolsonaro_lgb)><<http://www.uol/eleicoes/especiais/jair-bolsonaro-eleito-presidente-eleicoes-2018.htm>>, consultado em 05 de Março de 2018.

1969), foi um dos principais opositores da ditadura militar brasileira, além de guerrilheiro, escritor e político. Um maior número de respostas no *thread* se posiciona favoravelmente ao comentário (15/26); as restantes (11/26), se posiciona do lado contrário [em baixo, alguns dos comentários de resposta no *thread*].

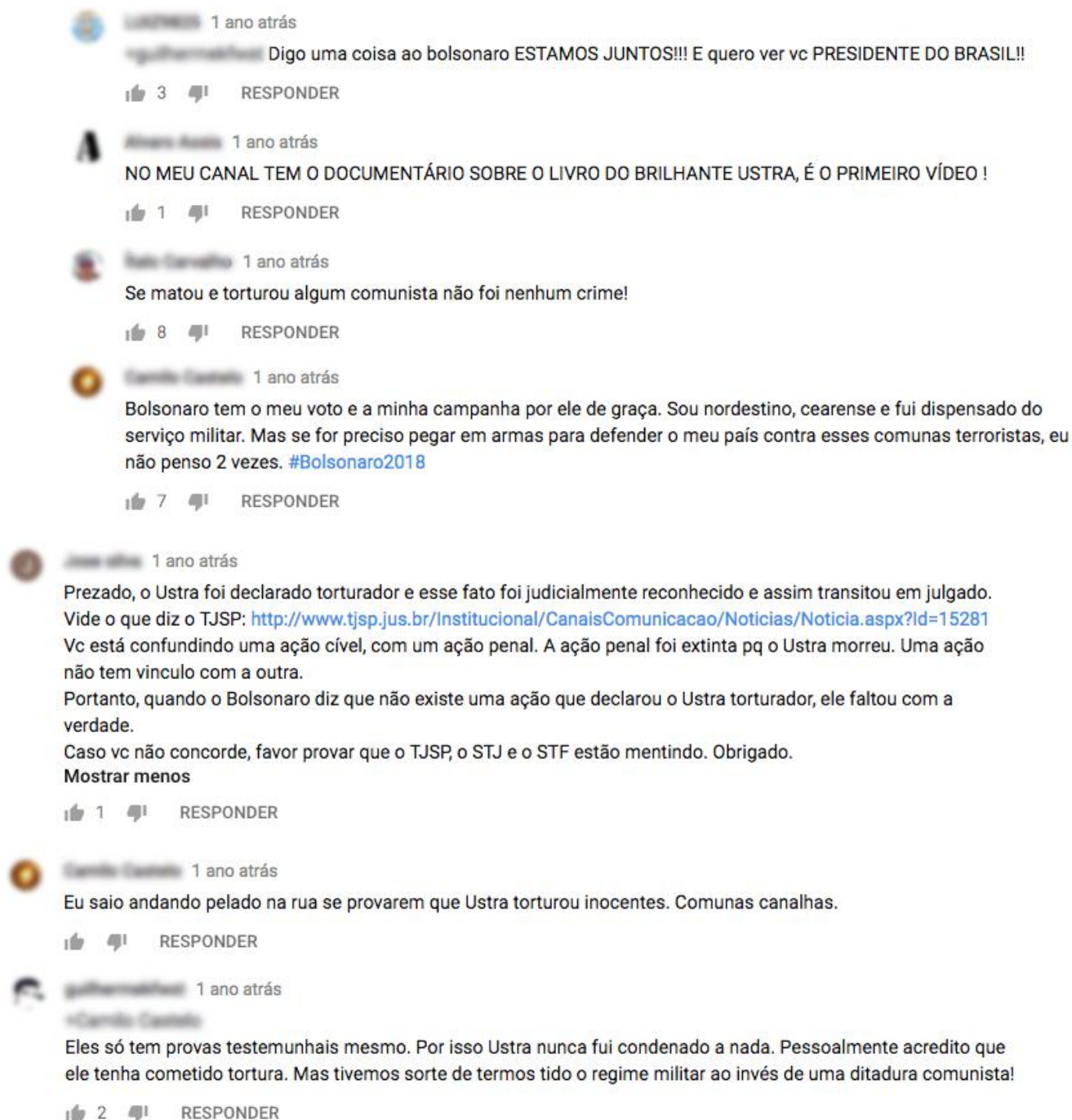
- 
- The image shows a screenshot of a YouTube comment thread. It contains seven comments from users, each with a profile picture, name, and timestamp. The comments are as follows:
- Comment 1:** User: *guthermathias*, 1 ano atrás. Text: "Digo uma coisa ao bolsonaro ESTAMOS JUNTOS!!! E quero ver vc PRESIDENTE DO BRASIL!!". Likes: 3. Action: RESPONDER.
  - Comment 2:** User: *Alvaro Raulo*, 1 ano atrás. Text: "NO MEU CANAL TEM O DOCUMENTÁRIO SOBRE O LIVRO DO BRILHANTE USTRA, É O PRIMEIRO VÍDEO !". Likes: 1. Action: RESPONDER.
  - Comment 3:** User: *Isis Carvalho*, 1 ano atrás. Text: "Se matou e torturou algum comunista não foi nenhum crime!". Likes: 8. Action: RESPONDER.
  - Comment 4:** User: *Carolina Cavalli*, 1 ano atrás. Text: "Bolsonaro tem o meu voto e a minha campanha por ele de graça. Sou nordestino, cearense e fui dispensado do serviço militar. Mas se for preciso pegar em armas para defender o meu país contra esses comunas terroristas, eu não penso 2 vezes. #Bolsonaro2018". Likes: 7. Action: RESPONDER.
  - Comment 5:** User: *João Silva*, 1 ano atrás. Text: "Prezado, o Ustra foi declarado torturador e esse fato foi judicialmente reconhecido e assim transitou em julgado. Vide o que diz o TJSP: <http://www.tjsp.jus.br/Institucional/CanaisComunicacao/Noticias/Noticia.aspx?Id=15281> Vc está confundindo uma ação cível, com um ação penal. A ação penal foi extinta pq o Ustra morreu. Uma ação não tem vinculo com a outra. Portanto, quando o Bolsonaro diz que não existe uma ação que declarou o Ustra torturador, ele faltou com a verdade. Caso vc não concorde, favor provar que o TJSP, o STJ e o STF estão mentindo. Obrigado. **Mostrar menos**". Likes: 1. Action: RESPONDER.
  - Comment 6:** User: *Carolina Cavalli*, 1 ano atrás. Text: "Eu saio andando pelado na rua se provarem que Ustra torturou inocentes. Comunas canalhas.". Likes: 0. Action: RESPONDER.
  - Comment 7:** User: *guthermathias*, 1 ano atrás. Text: "@Carolina Cavalli Eles só tem provas testemunhais mesmo. Por isso Ustra nunca foi condenado a nada. Pessoalmente acredito que ele tenha cometido tortura. Mas tivemos sorte de termos tido o regime militar ao invés de uma ditadura comunista!". Likes: 2. Action: RESPONDER.

FIGURA 6- COMENTÁRIOS DO VÍDEO DE APRESENTAÇÃO

<[HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=YTSTUHK8RG4](https://www.youtube.com/watch?v=YTSTUHK8RG4)> CONSULTADO EM 05 DE MARÇO DE 2018

Mas se este é o canal oficial de um político que se assume de direita, também facilmente encontramos canais de indivíduos não pertencentes formalmente à classe política, mas que possuem canais próprios no *YouTube* onde disseminam o seu ponto de vista politizado. Mas sendo a plataforma um espaço amplo, também é possível encontrar canais pertencentes a utilizadores que se inserem em movimentos “informais” de extrema-direita. Não necessariamente são canais políticos, como é o caso de bandas de supremacistas brancos – vulgo, *skinheads* – que utilizam o *YouTube* para divulgar suas músicas.

Diversos autores haviam já adiantado que a música consiste numa das maiores “preocupações” da cultura *skinhead*, independentemente do seu contexto geográfico. Val Burris, Emery Smith e Ann Strahm (2000) corroboram esta ideia, ressaltando a importância da *internet* para propagar a ideologia proposta pelas letras. Como é o caso do trecho apresentado em seguida, encontrado num canal de *YouTube* pertencente a uma banda *skinhead* brasileira, as letras são geralmente de cunho nacionalista e de incitamento ao ódio:

*As serpentes traiçoeiras quase sempre estrangeiras,  
Ainda praticam seus interesses sobre a terra brasileira.  
Para aniquilar as serpentes a pátria precisa de você  
Seja mais um patriota dentro de nossas fileiras*

Cruzada Patriótica (trecho) – The Skulls<sup>90</sup>

Mas fora estas manifestações musicais mais extremas provenientes de grupos radicais, a música também vem sendo utilizada de forma satírica para, humoristicamente, tratar de assuntos políticos. Leslie A. Rill e Christopher L.B. Cardiel (2013) assumem que o conteúdo satírico em vídeo tem vindo a se

---

90 <[https://youtu.be/1u4A\\_CM8DXg](https://youtu.be/1u4A_CM8DXg)>, consultado em 05 de Março de 2018.

sobrepôr ao conteúdo político “sério”, que é geralmente veiculado pelas mídias tradicionais. Apesar de, segundo os autores, estas paródias não terem propriamente eficácia informativa, conseguem modificar as percepções dos indivíduos em relação à credibilidade dos candidatos e políticos. Demonstrando a eficácia e popularidade desta tipologia de vídeos – em especial na geração *millennial* que, segundo Benjamin T. Boweyer, Joseph E. Kane e Ellen Midaugh (2017), estão ainda a cristalizar a sua opinião política e a fundamentam principalmente nos meandros da *internet* – o vídeo *mashup*, “Barack Obama singing Call Me Maybe by Carly Rae Jepsen”, foi *YouTube Trend* no ano de 2012 (*idem*, 4).

Neste sentido, no Brasil, diversos discursos oficiais da ex-presidente Dilma Rousseff foram transformados em *remixes* musicais. Um discurso proferido por Rousseff na ONU, em 2015, em que a governante falou sobre a energia eólica, foi parodiado pelo canal de *Youtube Timbu Fun* no vídeo “Estocando o Vento”. Com 5.121.616 visualizações, 101.000 *likes*, 1.8 mil *dislikes* e 6.887 comentários, o vídeo mostra a ex-presidente a discursar com o som de uma música ritmada no fundo. Um dos comentários principais ao vídeo, de há onze meses atrás, diz o seguinte: “Eu odiava a Dilma. Mas agora com o Temer eu prefiro mil vezes ela, pq com ela agt tinha bons memes”. Tal indica a existência de um mundo satírico relacionado com a figura de Rousseff. De facto, e entendendo que os *remix* satíricos envolvendo políticos fazem parte do quotidiano de quem utiliza a plataforma do *YouTube* (P. D. da Silva, 2014), poderemos ainda referir o popular vídeo “Saudação a Mandioca” (do canal *Timbu Fun*), semelhantemente “protagonizado” pela ex-presidente petista. Este é também *remix* de um outro discurso, proferido no Brasil durante os jogos indígenas de junho de 2015, onde Rousseff saúda a mandioca como “uma das maiores conquistas do Brasil”. O vídeo tem 8.112.598 visualizações, 143 mil *likes*, 2.8 mil *dislikes* e 9.154 comentários. Um reflexo de uma época em que, não só o discurso de campanha, mas toda e qualquer intervenção política na mídia, se transforma em matéria prima para sátira (P. D. da Silva, 2014). Porém, tal como mencionado por Benjamin T. Boweyer, Joseph E. Kane e Ellen Midaugh, “(...) if the circulation of these sorts of videos has more to do with their entertainment value than with their particular political point-of-view, then it has the potential to increase viewers’ exposure to counter-

*ideological messages*” (2017, p. 4).

Talvez pareça estranho colocar na mesma linha de pensamento um candidato a presidência brasileira, a menção a movimentos de extrema-direita e, por fim, a sátira política. Porém, foi premeditado. Os canais de *YouTube* que analisaremos em seguida tratam, generalizadamente, destas mesmas questões, muitas vezes fundindo-as argumentativamente com o ódio e a intolerância – que são, para Argus Romero Abreu de Moraes, o “*fundamento do fanatismo*” (Moraes, 2017, p. 70).

Um fato curioso é que, recentemente, moderadores do *YouTube* apagaram canais e vídeos de extrema direita ao redor do mundo. A plataforma, porém, veio a público para pedir desculpas e alegou que a remoção foi feita por engano através de uma equipe nova de 10 mil colaboradores contratados para combater comentários ofensivos e inapropriados neste site<sup>91</sup>. Depois de alguma pressão, *YouTube* garantiu que os vídeos serão recolocados no site brevemente. Porém o argumento da plataforma é que as novas regras, associadas ao novo algoritmo, serão cumpridas com mais rigor para garantir um conteúdo mais amigável onde o discurso de ódio não seria compatível (Wright, 2017). Todavia, fica confuso entender porque a plataforma simplesmente não tira do ar canais gigantes de direita e extrema direita que veremos a seguir.

---

91 <<https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-02-28/youtube-s-new-moderators-mistakenly-pull-right-wing-channels>>, consultado em 05 de Março de 2018.

## 6.1. OS PRINCIPAIS CANAIS DE YOUTUBERS DE DIREITA NO YOUTUBE DO BRASIL

A internet brasileira, segundo o IBOPE<sup>92</sup>, é uma zona dominada pela classe média, mas não necessariamente esta é uma classe predominantemente composta por pessoas que se denominam de direita. Veremos a seguir, alguns canais de *youtubers* que tiveram como ponto de partida o canal MBL (Movimento Brasil Livre) e a partir deste, canais relacionados algoritmicamente.

O MBL é um movimento político surgido em 2014, que defende o liberalismo econômico e o republicanismo. Seus principais representantes são os jovens Kim Kataguiri, Renan Santos, Fernando Holiday.

O financiamento deste movimento tem sido repetidamente questionado, uma vez que o grupo não revela transparentemente a origem de seus recursos<sup>93</sup>. Supõe-se que o financiamento do MBL tenha origem internacional<sup>94</sup>, pois o movimento confirma que seus coordenadores receberam treinamento no *Students for Liberty*,<sup>95</sup> organização que é financiada pelos irmãos Koch, que seriam os supostos financiadores. Porém, até o momento, nada foi comprovado.

---

92 Segundo o IBOPE, por classe, de acordo com a atualização do Critério de Classificação Econômica Brasil, modelo que classifica economicamente a população brasileira, em vigor desde 1º de janeiro deste ano, a classe A, que representa apenas 2% da população, possui 4% dos usuários de internet do país, enquanto a maioria se concentra nas classes B (34%) e C (52%). Por outro lado, as classes D/E representam 21% da população, mas reúnem apenas 10% dos internautas. Ainda assim, significa que uma em cada cinco pessoas das classes D/E acessa a internet. Segundo a pesquisa, os brasileiros com idade entre 35 e 54 anos são os que mais acessam a internet. Eles representam 34% dos acessos totais no país, seguidos pelos jovens de 25 a 34 anos (32%) e de 16 a 24 anos (28%). Por outro lado, a população acima de 55 anos ainda não caiu na rede, pois representa apenas 7% dos internautas brasileiros. Fonte: IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística) <<http://www.ibope.com.br/>>, consultado em 25 de Março de 2018.

93 <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/04/1756887-movimentos-antigoverno-nao-revelam-origem-e-volume-de-suas-receitas.shtml>>, consultado em 25 de Março de 2018.

94 <<https://veja.abril.com.br/blog/felipe-moura-brasil/kim-kataguiri-do-mbl-rebate-jandira-feghali-do-pcdob-sobre-8220-financiamentos-8221-dos-movimentos-de-rua/>>, consultado em 25 de Março de 2018.

95 <<https://www.studentsforliberty.org/>>, consultado em 25 de Março de 2018.

Embora o movimento se declare apartidário, Fernando Holiday é atualmente vereador da cidade de São Paulo pelo partido Democratas<sup>96</sup>. Este é um partido político brasileiro de centro-direita, faz oposição à esquerda e suas ideologias políticas advogam o liberalismo, liberalismo econômico, liberalismo clássico, conservadorismo fiscal, conservadorismo social e humanismo cristão. É importante ressaltar que mesmo o deputado sendo negro e homossexual<sup>97</sup>, Fernando Holiday não vê nenhum benefício em secretarias governamentais abordarem estes assuntos. Segundo o deputado e membro fundador do MBL, estas secretarias mais auxiliam a segregar o ódio e o preconceito do que combatem atos de racismo, homofobia e segregação. Também é contrário ao sistema de cotas raciais nas universidades<sup>98</sup>, um sistema paliativo polêmico de inserção de pessoas negras nas universidades brasileiras (Almeida, 2012) por acreditar ser uma medida ainda mais racista. Em 17 de março de 2018 são anunciadas as candidaturas<sup>99</sup> de Kim Kataguiri para deputado federal e Arthur do Val (do canal MamãeFalei, parceiro do MBL) para deputado federal. Ambos pelo mesmo partido de Fernando Holiday.

Em seu manifesto, o movimento baseia-se em 5 pilares: imprensa livre e independente, liberdade econômica, separação de poderes, eleições livres e idôneas e fim de subsídios diretos e indiretos para ditaduras<sup>100</sup> e está posicionado à direita no espectro político<sup>101</sup>. Popularmente, este movimento ficou conhecido em duas grandes manifestações em 2014 em apoio a Operação Lava-jato<sup>102</sup>, protestos a favor do *impeachment* de Dilma Rousseff

---

96 <<http://www.dem.org.br/>>, consultado em 25 de Março de 2018.

97 <<https://super.abril.com.br/blog/alexandre-versignassi/precisamos-falar-sobre-fernando-holiday/>>, consultado em 25 de Março de 2018.

98 <[https://www.youtube.com/watch?v=bbOdO980u\\_c](https://www.youtube.com/watch?v=bbOdO980u_c)>, consultado em 25 de Março de 2018.

99 <<https://www.youtube.com/watch?v=lagakumsF9s>>, consultado em 25 de Março de 2018.

100 <<http://mbl.org.br>>, consultado em 25 de Março de 2018.

101 <<http://www.theguardian.com/world/2017/jul/26/brazil-rightwing-dilma-rousseff-lula>>, consultado em 25 de Março de 2018.

102 A Operação Lava Jato se tornou um conjunto de investigações, ainda em andamento, pela Polícia Federal do Brasileira. O objetivo inicial era apurar um esquema de lavagem de dinheiro que movimentou bilhões de reais em propina. Até o momento, a operação cumpriu mais de mil mandados de busca e apreensão, desde prisão temporária, prisão preventiva e de condução coercitiva. <<http://arte.folha.uol.com.br/poder/operacao-lava-jato/>>, consultado em 25 de Março de 2018.

e liberdade de imprensa. Curiosamente, o movimento ataca constantemente a principal emissora brasileira de televisão, a Rede Globo<sup>103</sup>.

Desde seu surgimento, o MBL participou das manifestações populares que ocorreram em diversas regiões do Brasil, em especial nas regiões sul e sudeste, reunindo centenas de milhares de pessoas. Também foram registrados protestos em seis cidades do exterior: Buenos Aires, Londres, Lisboa, Miami, Montreal e Nova Iorque<sup>104</sup>.

Atualmente, é no *YouTube* que o MBL se destaca. O nome do seu principal *influencer*, Kim Kataguri, que é opositor ao Partido dos Trabalhadores<sup>105</sup>, está em aproximadamente 12.900 vídeos nos resultados de busca<sup>106</sup>. No canal oficial do MBL<sup>107</sup> no *YouTube*, apesar de seus 164.231 não representarem o maior canal que será analisado neste trabalho, seus 834 vídeos já somam 17.762.648 de visualizações.

Com 630.518 visualizações, o vídeo<sup>108</sup>, de pouco mais de 2 minutos, intitulado “Dona Regina cala globais DENTRO DA GLOBO ♥” é o vídeo mais assistido do canal. Durante o programa da rede globo, “Encontro com Fátima Bernardes”, onde discutia-se sobre uma performance artística específica<sup>109</sup>, com atores nu, acontecida no Museu de Arte Moderna de São Paulo, o MAM, uma senhora da plateia, dona Regina, de 70 anos, colocou-se contra a situação:

*"Eu não sou contra a arte, mas sou contra a exposição da criança ali daquela forma. Eu sou contra a mãe que levou a criança, porque um adulto, tudo bem, mas será que essa criança foi preparada?", questionou.*

---

103 <<https://www.youtube.com/channel/UC8QAdpiEWA0g3AOCCFDCOYw/search?query=rede+globo>>, consultado em 25 de Março de 2018.

104 <<http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2015/03/brasileiros-no-externo-fazem-protestos-contra-o-governo-e-corruptao.html>>, consultado em 25 de Março de 2018.

105 <<http://time.com/4088721/kim-kataguri-brazil-protests/>>, consultado em 25 de Março de 2018.

106 <[https://www.youtube.com/results?search\\_query=kim+kataguri](https://www.youtube.com/results?search_query=kim+kataguri)>, consultado em 25 de Março de 2018.

107 <<https://www.youtube.com/channel/UCtxGqPJPPi8ptAzB029jpYA>>, consultado em 25 de Março de 2018.

108 <<https://www.youtube.com/watch?v=hdLP0ucHpZE>>, consultado em 25 de Março de 2018.

109 <<https://catraquinha.catracalivre.com.br/geral/defender/indicacao/performance-mam-homem-nu/>>, consultado em 25 de Março de 2018.

Não temos como objetivo nesta dissertação reacender a discussão sobre o que é arte, mas assunto repercutiu nas redes sociais e no *YouTube*. Mais de 27 mil *likes* (contra 1.1 mil *dislikes*) e 4.323 comentários fomentaram apoios calorosos sobre o assunto, na sua maioria, em apoio a dona Regina:

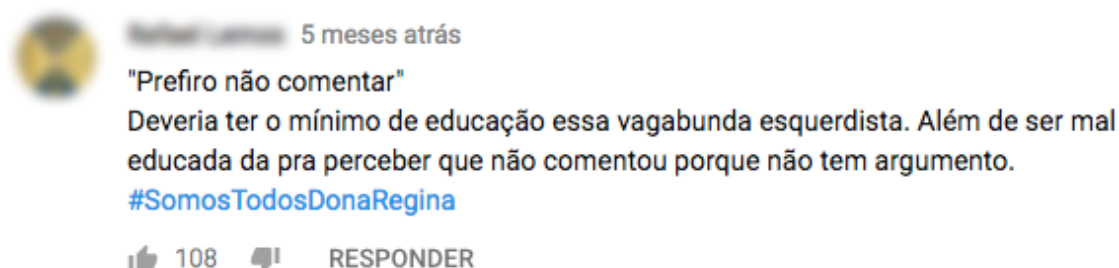


FIGURA 7- COMENTÁRIOS DO VÍDEO DONA REGINA CALA GLOBAIS DENTRO DA GLOBO ♥

<[HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=HDLPOUCHPZE](https://www.youtube.com/watch?v=HDLPOUCHPZE)> CONSULTADO EM 26 DE MARÇO DE 2018

O trabalho, afirmou o Museu em nota oficial, não teria conteúdo erótico tratava-se de uma leitura interpretativa da obra 'Bicho', de Lygia Clark.

Outro destaque do canal é o vídeo<sup>110</sup> intitulado “Estudante humilha professor de esquerda com frase de Marx”. Com 308.523 visualizações, o vídeo não é uma gravação realizada em sala de aula. Com um título forte – claramente contra políticas consideradas de esquerda – e discussões nos comentários, este é apenas mais um exemplo de muitos encontrados no canal. Ficaria demasiadamente longo fazer análises dos comentários, dos títulos e dos conteúdos unicamente para fortificar que o canal se posiciona à direita e, ao fazer uso de preconceitos e discriminações ideológicas, de extrema direita. No grafo que veremos a seguir, temos a rede primária do MBL (grau 1) com seus inscritos:

Segundo Inês Amaral (2016, p. 107) há diferentes forças que condicionam a estruturação de uma rede, como por exemplo a proximidade

---

110 <<https://www.youtube.com/watch?v=A6wP9UXflGU>>, consultado em 25 de Março de 2018.

geográfica, homofilia (tendência para nos relacionarmos com semelhantes), contágio/influência, reciprocidade e transitividade.

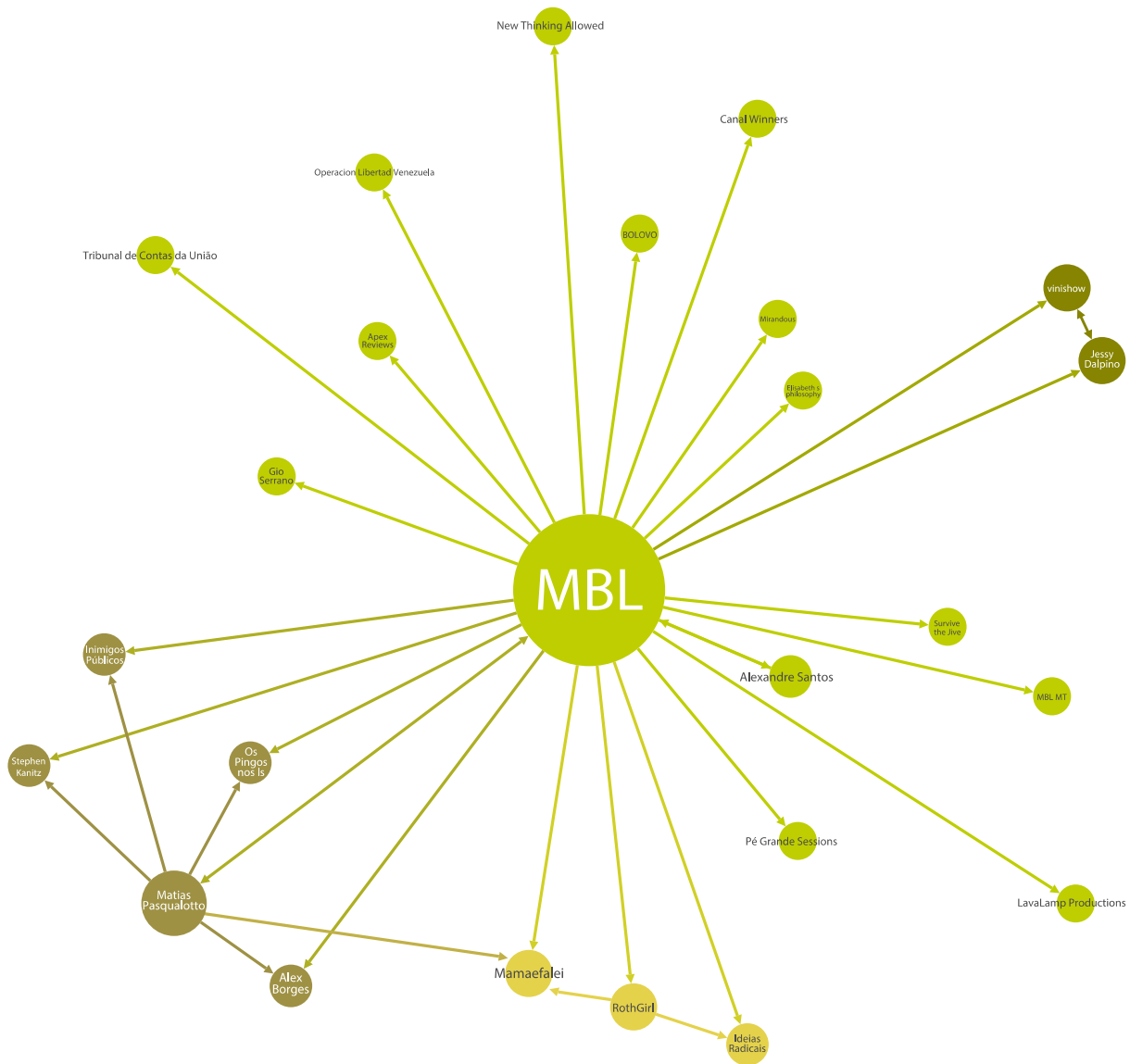


FIGURA 8 - REDE GRAU 1 MBL

Nesta visualização, um nó é um canal e o tamanho deste nó é baseado na métrica “Grau ponderado”. Significa que quanto maior o nó, maior a relevância do mesmo. Com 25 nós e 35 conexões, foram executados os valores 1.4 para grau médio e grau ponderado médio; 2 para diâmetro da rede, 0.058 para densidade do grafo e 0.236 para modularidade. Apparentemente não parece ser uma rede com diâmetro grande, se tivermos como premissa

que os nós conectados tem distância 1 (Mathieu Bastian et al., 2009). Da mesma forma, esta rede está longe de ser uma rede densa, pois um grafo completo com todas as arestas possíveis possui densidade igual a 1. No entanto, os valores executados para modularidade possibilitaram identificar 4 comunidades e, embora o universo dos canais analisados nesta dissertação foram sugeridos pelo algoritmo da plataforma, estas comunidades também poderiam ser analisadas, pois compreendem outras comunidades, e canais, não sugeridos pelo *YouTube*.

Sendo assim, é possível encontrar outros canais significativos dentro das comunidades, que seriam posteriormente analisadas neste trabalho, mas que não foram sugeridos pela plataforma. Este é o caso do canal RothGirl<sup>111</sup> que, com 31 mil inscritos, pertence a mesma comunidade que os canais MamaeFalei e Ideias Radicais, canais estes que serão analisados individualmente neste capítulo.

Tendo em vista estes mesmos parâmetros, tanto para algoritmos e métricas, um mesmo canal pode ter diferentes relevâncias em diferentes graus de rede. Por exemplo, no grafo acima analisamos a rede de inscritos do canal MBL em grau 1, mas se olharmos a rede de inscritos do canal Movimento Brasil Livre em grau 2, compreendendo os “inscritos dos inscritos”, vamos perceber que canais com pouca relevância em grau 1 podem ser grandes influenciadores. Este é o caso do canal Matias Pasqualotto<sup>112</sup>, que apesar de ser o centro da uma comunidade no grau 1, ainda era pouco expressivo. Em grau 2, este canal consegue ser mais influente que o próprio MBL na rede como um todo, se formos levar em consideração as relações que os canais têm entre si. Este tipo de análise consegue identificar vozes dominantes intermediárias que não são facilmente identificadas em grau 1. Com 569 nós e 1995 conexões, foram executados os valores 3.506 para grau médio e grau ponderado médio; 11 para diâmetro da rede, 0.006 para

---

111 <<https://www.youtube.com/channel/UCbON19PsKqIrYHSr2qjxHcQ/videos>>, consultado em 25 de Março de 2018.

112 <<https://www.youtube.com/user/matiasp9>>, consultado em 25 de Março de 2018.

densidade do grafo e 0.53 para modularidade, temos o seguinte grafo composto por 11 comunidades:

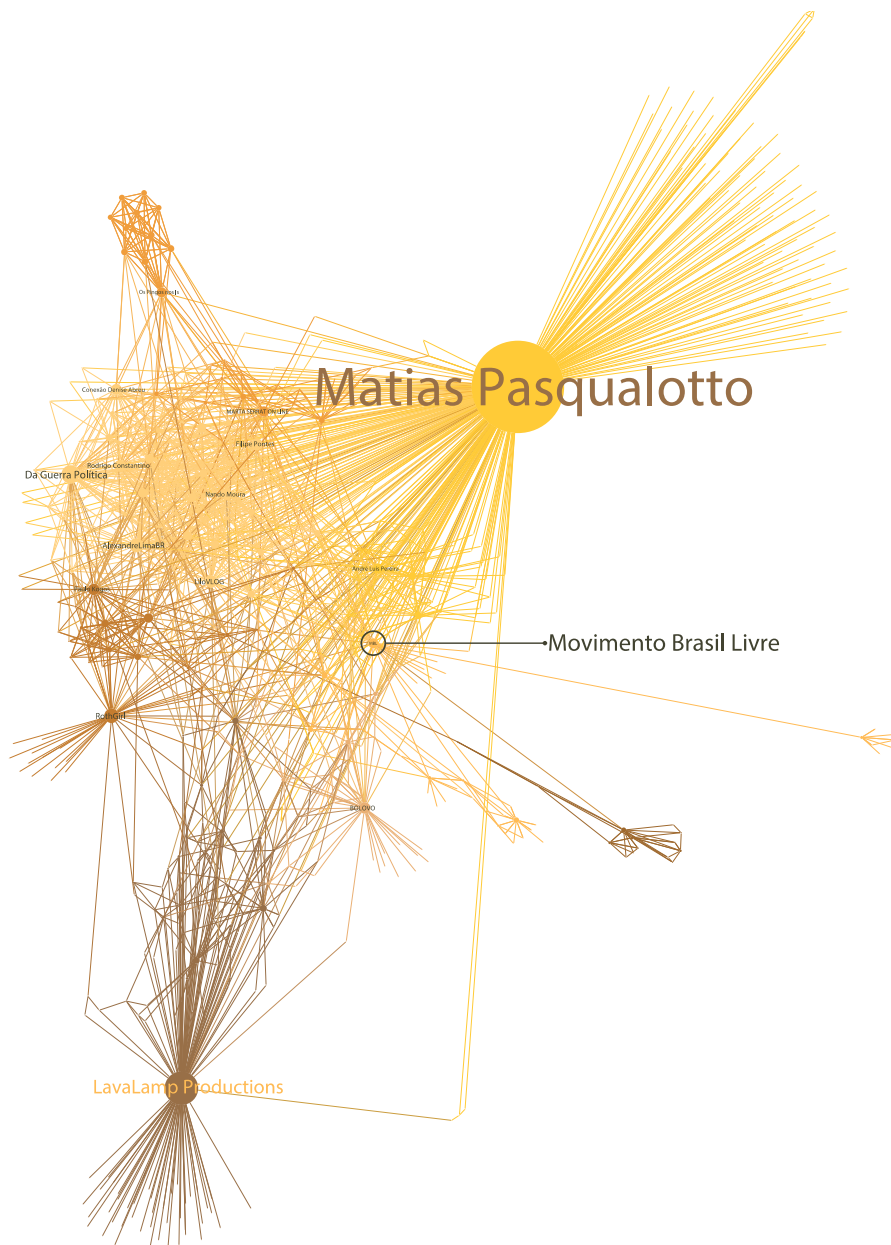


FIGURA 9 - REDE GRAU 2 MBL

Fica em evidência a importância do algoritmo *Force Atlas 2* e das métrica *Modularidade* e *Grau Médio Ponderado* e para a identificação de novas comunidades e vozes dominantes dentro destas mesmas – como, por exemplo, uma comunidade onde a descoberta de uma comunidade inteira

centrada no canal “Paulo Kogos”<sup>113</sup> e outra no canal “Os Pingos nos Is”<sup>114</sup> – como também é útil para confirmação de hipóteses iniciais de pesquisa, como por exemplo uma comunidade em Grau 2 onde as principais vozes dominantes compreendem os canais “LiloVlog” e “Nando Moura”, canais estes que serão analisados logo adiante neste capítulo.

No entanto, prefiro dar seguimento nesta análise/apresentação dos canais de direita do Brasil com o canal MameeFalei. Com 816.670 inscritos – até o momento – este canal é o canal do *youtuber* liberal Arthur Moledo do Val, ligado ao MBL e, um dos principais canais de direita do Brasil. Este canal ficou conhecido através de vídeos que abordavam o assunto “ocupações<sup>115</sup> nas escolas brasileiras”, pois os 2 vídeos mais vistos do canal<sup>116</sup>, compreendem este tema. Tantos nos vídeos mais vistos, como nos vídeos mais recentes<sup>117</sup>, o *youtuber* esteve nas ocupações, onde foi insultado e agredido pelos ocupantes. Embora Arthur do Val seja crítico quando é chamado de radical<sup>118</sup>, o mesmo também é crítico<sup>119</sup> em relação ao Partido dos Trabalhadores – que se auto denomina social democrático de acordo com o espectro político – como também sugere Jair Bolsonaro, que umas das primeiras mudanças necessárias no Brasil é acabar com a esquerda<sup>120</sup>.

---

113 <<https://www.youtube.com/user/paulokogos>>, consultado em 29 de Março de 2018.

114 <<https://www.youtube.com/channel/UCzjtGnD7qqaHW3nvDVrjQA>>, consulado em 29 de Março de 2018.

115 As ocupações de escolas no Brasil surgiram quando os estudantes das escolas públicas do estado de São Paulo entenderam que a “reorganização escolar” imposta pelo governador Geraldo Alckmin (PSDB), que fecharia mais de 90 colégios e remanejaria mais de 300.000 alunos, era um abuso. Ocuparam então as escolas no nal de 2015. Em 2016, o movimento seguiu-se, reivindicando melhores condições na educação e denunciando os Projetos de Lei 44 (privatização do ensino) e 190 (Escola Sem Partido) e, mais recentemente, contra a PEC 241, que congela gastos públicos por 20 anos na educação e saúde, afetando os mais pobres do país (D. Miranda, 2017, p. 267).

116 <<https://www.youtube.com/watch?v=6mzbQg4C8Pg> e <https://www.youtube.com/watch?v=BQCBEI40qfQ>>, consultados em 29 de Março de 2018.

117 <<https://www.youtube.com/watch?v=IGbM7wDA4s0>>, consultado em 29 de Março de 2018.

118 <<https://www.boletimdaliberdade.com.br/2018/01/11/arthur-do-val-do-mamae-falei-critica-capa-da-istoe-que-o-chamou-de-radical/>>, consultado em 29 de Março de 2018.

119 F< <https://www.youtube.com/watch?v=KKuy8UpXKq4>, <https://www.youtube.com/watch?v=xSwBf3vhKzs>, <https://www.youtube.com/watch?v=O17lumeu04l&t=1s>, <https://www.youtube.com/watch?v=QdyCb9zGJFo>, [https://www.youtube.com/watch?v=Sls\\_T-bb3Gc](https://www.youtube.com/watch?v=Sls_T-bb3Gc), <https://www.youtube.com/watch?v=58yys1cACYg>, <https://www.youtube.com/watch?v=XyNLryGRxvY>>, consultados em 29 de Março de 2018.

120 <<https://www.youtube.com/watch?v=C61SeYNMmsw>>, consultado em 29 de Março de 2018.

Arthur, tal como o MBL, também critica<sup>121</sup> posturas e projetos de lei do deputado federal Jean Wyllys, assumidamente gay e de esquerda.

Com uma rede de apenas um nó e uma conexão, este canal não possui uma rede e seu aparecimento em outras redes deve-se ao algoritmo que organiza os canais relacionados da plataforma, por esta razão, este canal possui grande influência nas redes de outros canais como veremos a seguir, como por exemplo o canal Ideias Radicais.

Através de uma abordagem anarcocapitalista – ver espectro político – o canal conta com 357.466 inscritos, 1603 vídeos que compreendem 54.787.219 visualizações. Raphaël Lima, o criador do canal, publica diariamente vídeos sobre política, economia e filosofia, dentro do entendimento libertário.

Também fora de quaisquer formas de governo estatais desnecessárias e prejudiciais à liberdade, o anarcocapitalismo defende a soberania do ser humano como individual, os livres mercados auto ajustáveis junto com a quebra de monopólios estatais (Rothbard, 2006) e é através do ciberespaço, mais precisamente pelo *YouTube*, que o anarcocapitalismo, aparentemente, vem ganhando mais simpatizantes<sup>122</sup>.

Em seus vídeos, o *youtuber* defende um estado mínimo e novas formas de economia, com base em economias descentralizadas desvinculadas ao estado, como por exemplo o *Bitcoin*<sup>123</sup>. Inclusive, na própria descrição do

---

121 <<https://www.youtube.com/watch?v=jZSQvKC9u3k>>, consultado em 29 de Março de 2018.

122 <<http://ancapistan.com/>>, consultado em 29 de Março de 2018.

123 Segundo o site [bitcoin.org](http://bitcoin.org), visto como um sistema monetário promissor, o *Bitcoin* é uma moeda criptografada, completamente digital, já existente e em funcionamento onde os seus usuários, através do ciberespaço, gerenciam o sistema, sem a necessidade de um intermediador ou autoridade estatal. Seu protocolo é composto por um código aberto, dando a possibilidade de qualquer desenvolvedor criar uma adaptação própria e os usuários, a fim de permanecerem compatíveis uns com os outros, necessitam usar o software em conformidade com as mesmas regras. Em outras palavras, *Bitcoin* só funciona corretamente com um consenso total entre todos os usuários. Este sistema é conhecido como *block chain*. Portanto, em razão de estar completamente inserido no ciberespaço e longe do controle estatal, os saldos de *Bitcoin* são armazenados em uma rede de distribuição, não podendo serem alterados de forma fraudulenta por nenhuma pessoa e, em teoria, completamente seguro. Sendo assim, é possível fazer seu uso como qualquer outro instrumento monetário desde que seja aceito em todos os lados de uma determinada transação. Pois este protocolo permite pessoas físicas e jurídicas fazerem transações nos seus próprios termos estabelecidos. Importante ressaltar, que apesar de seu uso não ser considerado um crime na maioria do

canal é possível aceder o contado do patrocinador do canal, uma corretora de criptomoeda. No entanto, Raphaël Lima é analítico em relação à esquerda e os políticos dos partidos PT e PSOL. De uma forma aparentemente irônica, no vídeo “Para onde irão os órfãos do PT?” Raphaël parte de uma premissa que o Partido dos Trabalhadores está morto e questiona para onde irão seus eleitores, onde o *youtuber* os nomeia como órfãos do socialismo e coletivismo. Em seu discurso, Raphaël Lima sugere que estes eleitores muitas vezes não possuem conhecimento para se são de esquerda, ou escondem-se no armário em negação, apoiados apenas o nacionalismo, a proteção das indústrias brasileiras, a reforma da educação estatal e a repressão de certos grupos. Para Raphaël, neste vídeo, não se trata apenas de socialismo, mas da invasão da propriedade privada do indivíduo através da força do estado e apoiado por estes eleitores que possivelmente irão para partidos como PSOL e REDE. O mesmo pode ser visto no vídeo “As novas rotas da esquerda”<sup>124</sup>; ou, ainda, num outro vídeo intitulado “O Socialismo voltará, e só existe UM jeito de evitar isso”<sup>125</sup>. Na descrição desse vídeo o *youtuber* propõe que “(...) o único jeito de (...) [impedir o socialismo] é espalhando a filosofia da liberdade, do indivíduo forte, da defesa de propriedade, da imoralidade do estado e da ordem espontânea”<sup>126</sup>.

O vídeo mais assistido do canal Ideias Radicais, intitulado “CAOS na Venezuela”<sup>127</sup>, com 487.372 visualizações, resume o problema da Venezuela no socialismo. Segundo o *youtuber*, o ex-presidente “[Hugo] Chavez travou o câmbio, nacionalizou indústrias, controlou preços, perseguiu opositores e destruiu a economia do país, deixando-a sustentada apenas em petróleo”<sup>128</sup>. Ao mesmo tempo, rodou enormes déficits, o que fez a inflação disparar e como resposta a isso controlou os preços ainda mais.

---

globo terrestre, há países, como Argentina e Rússia, que proibem seu funcionamento e, frequentemente, o *Bitcoin* é associado, erroneamente, a atos criminosos. <<https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>>, consultado em 30 de Março de 2018.

124 <<https://www.youtube.com/watch?v=c2ZAm7bFH0>>, consultado em 30 de Março de 2018.

125 <[https://www.youtube.com/watch?v=NY\\_aOIMonuM](https://www.youtube.com/watch?v=NY_aOIMonuM)>, consultado em 30 de Março de 2018.

126 Idem.

127 <<https://www.youtube.com/watch?v=d71nTBc8vgw>>, consultado em 30 de Março de 2018.

128 Idem.

Com 14 nós e 51 conexões, foram executados os valores 3.643 para grau médio e grau ponderado médio; 3 para diâmetro da rede, 0.28 para densidade do grafo e 0.101 para modularidade, temos o seguinte grafo composto por 2 comunidades. Embora esta rede, de grau 1, seja 5 vezes mais densa que a rede grau 1 do canal do MBL, o que chama atenção são as 2 grandes comunidades muito bem definidas dentro do liberalismo e anarcocapitalismo, bem como a coerência nas conexões.

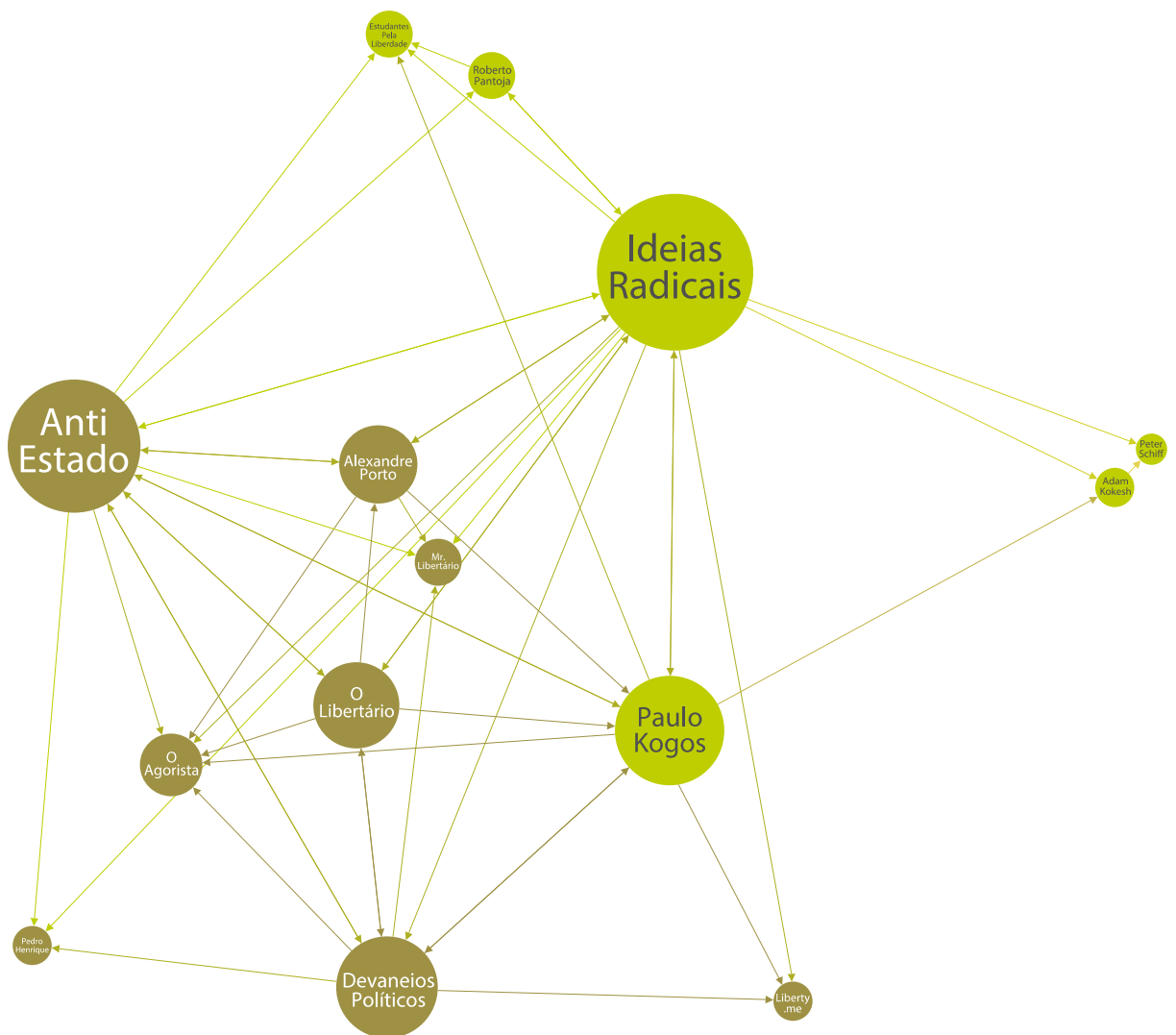


FIGURA 10 - REDE GRAU 1 IDEIAS RADICAIS

Em uma das duas comunidades, o canal Paulo Kogos, que já tinha aparecido como centro de uma comunidade da rede grau 1 do MBL também está presente nesta rede, com um grau ponderado alto (12) e atuando como ponte para a outra comunidade da rede. Na outra comunidade, organizada pela cor mais escura, os canais Anti Estado<sup>129</sup> e Devaneios Políticos<sup>130</sup>, apesar no número baixo de inscritos em relação ao canal principal da rede, possuem alto grau de relevância na rede. O primeiro canal, com 11.410 inscritos, no seu vídeo de apresentação, explica o anarco-capitalismo como fazendo parte de uma ideologia política e filosófica “(...) que se opõem a violência contra o ser humano acima de tudo”<sup>131</sup>. Já o segundo canal, com 3.414 inscritos, possui abordagens mais críticas sobre este assunto. No vídeo intitulado “Grandes refutações ao Anarcocapitalismo”<sup>132</sup>, o *youtuber* coloca em xeque questionamentos importantes sobre esta ideologia política, com base em exemplos fictícios, mas que seriam hipóteses reais de situações caso esta ideologia fosse em algum momento implementada como estrutura social.

Reparando na rede grau 2 do mesmo canal, com 1004 nós e 4580 conexões, foram executados os valores 4.562 para grau médio e grau ponderado médio; 14 para diâmetro da rede, 0.005 para densidade do grafo e 0.499 para modularidade, temos o seguinte grafo composto por 5 comunidades.

---

129 <<https://www.youtube.com/channel/UC6lJgpDhXg0JoULOXw74BKg>>, consultado em 04 de Abril de 2018.

130 <<https://www.youtube.com/channel/UCrjwYZtGT0Gacy2VVKy4yIQ>>, consultado em 04 de Abril de 2018.

131 <<https://www.youtube.com/watch?v=SkOgqFZFvEg>>, consultado em 04 de Abril de 2018.

132 <<https://www.youtube.com/watch?v=noDqP-UOfq0>>, consultado em 04 de Abril de 2018.

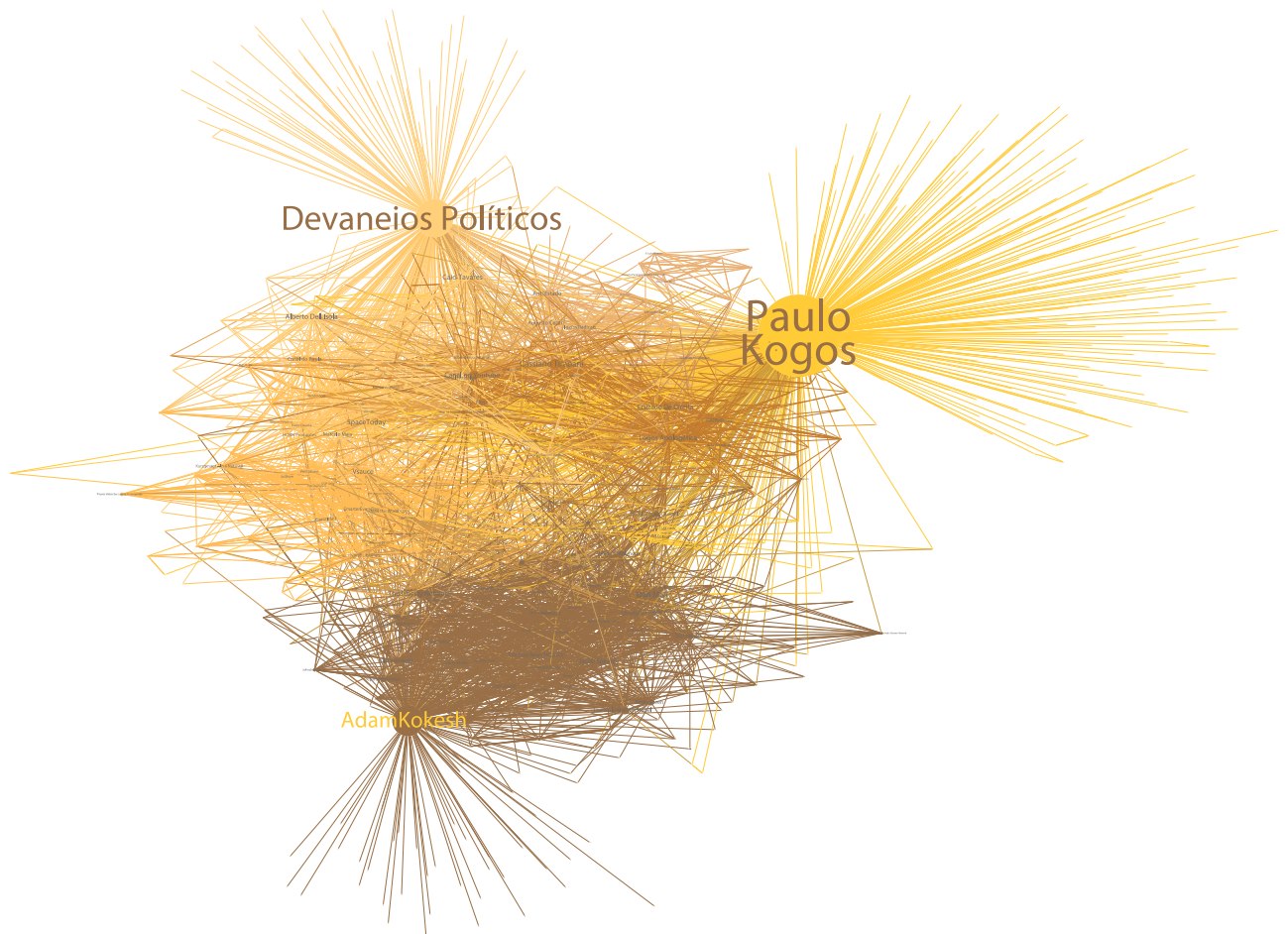


FIGURA 11 - REDE GRAU 2 IDEIAS RADICAIS

Apesar desta rede ser muito menos densa que as redes anteriores, ela possui um diâmetro muito maior e poucas surpresas. Os canais Paulo Kogos e Devaneios Políticos ainda aparecem como vozes dominantes e, concomitantemente um canal fora do Brasil surge como relevante: AdamKokesh<sup>133</sup>, que com seus 229.196 inscritos, aborda temas como libertarianismo, economias descentralizadas, dissolução do estado, entre outros, que pode ser, de forma embrionária, uma futura rede internacional anarcocapitalista com temas semelhantes e discursos alinhados.

Embora na rede anterior seja pouco expressivo a relevância deste canal, não é a primeira vez que vemos o canal de Nando Moura<sup>134</sup> co-relacionado

---

133 <<https://www.youtube.com/user/AdamKokesh/>> consultado em 03 de Março de 2018.

134 <<https://www.youtube.com/user/MrNandomoura101/>>, consultado em 04 de Abril de 2018.

com outros canais aqui neste trabalho. Com 1.747.792 inscritos e 389.473.965 visualizações. Comentários sobre música, filosofia, economia, teologia, política e atualidades são os assuntos que o *youtuber* se propõe a debater. No entanto, não é com muita dificuldade que podemos identificar a essência de seu canal quando olhamos para os 10 vídeos mais assistidos.

“MALAKOI - O Garoto Ixpertinho!!!” é o vídeo mais visto do canal, que com 2.908.635 visualizações, em 5 minutos de duração, mostra o *youtuber* perguntando às pessoas nas ruas se estas conhecem a o significado da palavra <<malakoi>> ao mesmo tempo que balança os braços de forma irônica. Esta palavra, de origem bíblica, possui várias interpretações entre elas afeminado, homossexual, devasso, entre outros (Buhr, 2014) e a razão para esta sátira foi que, em um dado momento, o *youtuber* Felipe Neto realizou um debate<sup>135</sup> com o deputado federal, e pastor da igreja evangélica, Marcos Feliciano, onde o significado desta palavra foi posto em xeque. Nando Moura é evangélico, e como veremos nos próximos parágrafos, defensor da moral e da família nuclear heteronormativa, popularmente conhecida como família tradicional e supostamente homofóbico. Isto fica mais claro, quando olhamos para o 7º vídeo mais visto do canal, intitulado Felipe Neto x Marco Feliciano - Debate da "Viadage" <sup>136</sup> que, com 1.481.609 visualizações, pode ser considerado uma continuação simbólica do vídeo mais visto do canal. Pois Nando Moura começa o vídeo da seguinte maneira:

*“Está comprovado: se você continua seguindo Felipe Neto, depois do “debate” que ele teve com Feliciano, você não é mais um ser humano, você não é mais. Você é uma minhoca. O que você precisa fazer é encomendar uma meia gigante e se vestir de minhoca e viver no jardim a sua nova vida de anelídeo. É isso que você precisa fazer. Por que você não consegue mais diferenciar um argumento de um truque barato. É isso que você precisa fazer, no seu jardim. Imediatamente. Viver sua vida de minhoca.”*

---

135 <[https://www.youtube.com/watch?v=EBtUZbo\\_wLs](https://www.youtube.com/watch?v=EBtUZbo_wLs)>, consultado em 04 de Abril de 2018.

136 <<https://www.youtube.com/watch?v=0McpCvKssmk>>, consultado em 04 de Abril de 2018.

Ao citar um momento do debate, onde Felipe Neto pede perdão antecipado ao pastor pelas futuras perguntas no debate e é previamente perdoado, o *youtuber* Nando Moura critica o pastor por perdoar alguém que não se arrepende daquilo que fez e cita: *ame o próximo como a ti mesmo, não mais do que a ti mesmo* – Mateus 22:39 – onde Nando Moura diz que só é perdoado quem se arrepende do que fez. E não apenas questões religiosas são criticadas neste vídeo: aos 5min10s, Nando Moura critica a fala de Felipe Neto ao referir que ninguém nasce homem e ninguém nasce mulher e fortifica cromossomos X e Y para definir gênero. Isto porque no debate o deputado é diz que transgêneros são antinaturais e é taxado homofóbico por Felipe Neto. Isto por que, segundo Nando Moura, neste mesmo vídeo, o credo cristão determina o que é pecado e o que não é.

Para reforçar que, presumivelmente, Nando Moura é homofóbico, o 9º vídeo mais assistido do canal se chama “Top 5 - Músicas de VIADO!”<sup>137</sup> com 1.582.955 visualizações, o vídeo começa assim: *“Eu tenho certeza que você fez o teste aqui no canal para saber o seu coeficiente, o seu nível de baitolagem”*. O conteúdo do vídeo é uma lista com 5 músicas, do gênero pop, onde o *youtuber* as classifica como de consumo do público LGBT.

O cristianismo de Nando Moura também é evidenciado em outros vídeos. “Edir Macedo diz: Jesus é um idiota”<sup>138</sup> é um vídeo com 1.714.403 visualizações, o *youtuber* inicia afirmando que acha muito bonito e muito importante que as tradições cristãs tenham se mantido em pé durante anos. Até o final do vídeo, é possível ver com perseverança as crenças de Nando Moura em Jesus Cristo. Como também é possível ver em outros vídeos, a exemplo do vídeo intitulado “Por que deixei de ser ATEU???”<sup>139</sup> – 10º vídeo mais assistido do canal – a crítica contra quem é ateu, onde o *youtuber* crê que viver sem acreditar em Deus é viver na loucura e sem propósito e, “seguir” uma pessoa ao invés de Jesus Cristo, é seguir no caminho da destruição.

---

137 <<https://www.youtube.com/watch?v=wihR1QuxKNc>>, consultado em 04 de Abril de 2018.

138 <<https://www.youtube.com/watch?v=kt4Ob8KhxoU>>, consultado em 04 de Abril de 2018.

139 <<https://www.youtube.com/watch?v=0TpUar14V3w>>, consultado em 04 de Abril de 2018.

E através de seu canal, com mais de 2 milhões de seguidores<sup>140</sup>, que Nando Moura dá espaço para o candidato Jair Bolsonaro. O Vídeo “Conversa: Nando Moura e Bolsonaro - Parte 1”<sup>141</sup>, com 2.466.801 visualizações, é uma conversa descontraída entre o *youtuber* e o principal candidato de extrema-direita à presidência do Brasil e é o segundo vídeo mais visto do canal. O terceiro mais visto, no entanto, também é sobre o candidato. Intitulado “Vai votar no Bolsonaro?????”<sup>142</sup>, com 1.886.211 visualizações, além de promover o candidato é uma provocação a esquerda. O *youtuber* diz: “*Você imagine o Jean Wyllys chegando no aeroporto e de repente jogam uma lata de purpurina na cabeça dele [interpretação irônica]...*” e declara seu apoio a Bolsonaro. Agora, olhemos para a seguinte rede:

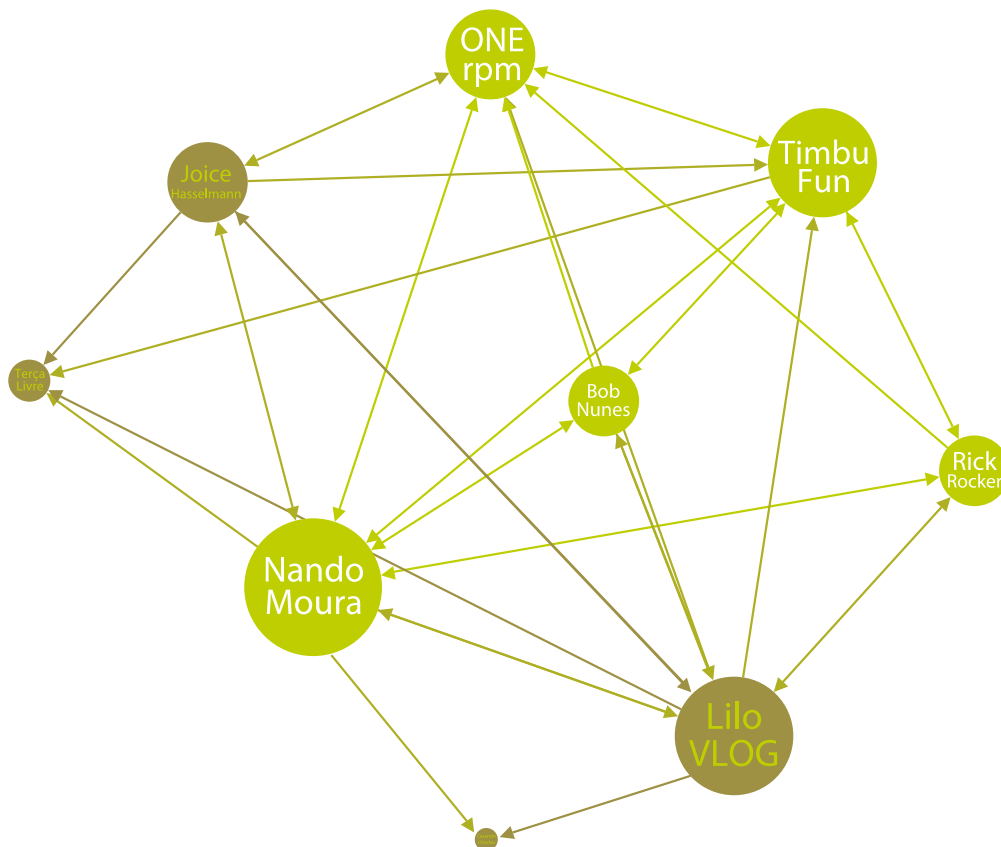


FIGURA 12 - REDE GRAU 1 NANDO MOURA

140 <<https://www.youtube.com/user/MrNandomoura101>>, consultado em 04 de Abril de 2018.

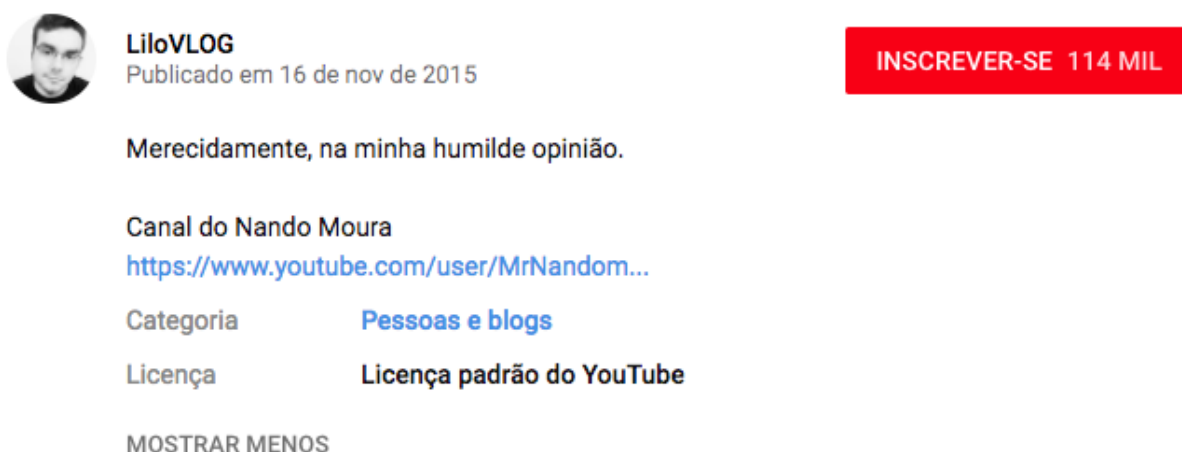
141 <<https://www.youtube.com/watch?v=OQWRWVGv5hY>>, consultado em 04 de Abril de 2018.

142 <<https://www.youtube.com/watch?v=vy5LnhGdTso>>, consultado em 04 de Abril de 2018.



Com 1170 nós e 10318 conexões, foram executados os valores 8.819 para grau médio e grau ponderado médio; 17 para diâmetro da rede, 0.008 para densidade do grafo e 0.392 para modularidade, composto por 4 comunidades. Uma rede, menos densa, mas muito maior em diâmetro que as anteriores vistas até o momento. Tanto em grau 1, como grau 2, o canal LiloVLOG marca presença relevante.

Esta relevância, deve-se pelo fato que, aparentemente, este canal possui metade dos vídeos mais vistos abordando a figura de Nando Moura. Com 311.755 visualizações, o vídeo “Nando Moura esculacha Felipe Neto e Kéfera”<sup>143</sup> é o vídeo mais visto do canal, onde o *youtuber* recomenda o canal de Nando Moura, por uma compreender que o Brasil precisa mais de direita e gostar das opiniões daquele outro canal e, por vezes, achar o extremismo necessário. Na descrição do vídeo, link para o canal de Nando Moura.



**LiloVLOG**  
Publicado em 16 de nov de 2015

**INSCREVER-SE 114 MIL**

Merecidamente, na minha humilde opinião.

Canal do Nando Moura  
<https://www.youtube.com/user/MrNandom...>

Categoria **Pessoas e blogs**

Licença **Licença padrão do YouTube**

MOSTRAR MENOS

FIGURA 14 - COMENTÁRIOS DO VÍDEO NANDO MOURA ESCULACHA FELIPE NETO E KÉFERA

<[HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=4GP89D\\_-LQM](https://www.youtube.com/watch?v=4GP89D_-LQM)> CONSULTADO EM 07 DE ABRIL DE 2018

O 2º vídeo mais visto do canal é “Felipe Neto finalmente cita Nando Moura”<sup>144</sup>, o 5º vídeo mais assistido é “Nando Moura e o Malakoi”<sup>145</sup>, o 8º

---

143 <[https://www.youtube.com/watch?v=4gp89d\\_-LQM](https://www.youtube.com/watch?v=4gp89d_-LQM)>, consultado em 04 de Abril de 2018.

144 <<https://www.youtube.com/watch?v=2gaDQRQD4mo>>, consultado em 04 de Abril de 2018.

145 <<https://www.youtube.com/watch?v=Zwjc95k7o3A>>, consultado em 04 de Abril de 2018.

“Especial 100k - Entrevista com Nando Moura”<sup>146</sup> e o 10º é “Nando Moura x Canal do Otário”<sup>147</sup>. Também não é surpresa que, vídeos abordando a figura de Jair Bolsonaro também fazem parte do top 10 deste canal. No 4º vídeo mais assistido do canal, intitulado “Jair Bolsonaro não ganhará as eleições de 2018?”<sup>148</sup>, logo aos 2min de vídeo, para o *youtuber*, tudo bem o candidato presidenciável homenagear o coronel Ustra no incidente já descrito neste trabalho acontecido durante o impeachment de Dilma Rousseff. Em outro vídeo<sup>149</sup>, o 7º mais assistido de LiloVLOG, o *youtuber* diz que Bolsonaro é a voz do povo e por esta razão, não consegue aprovar projetos de lei. Sintetizando, o conteúdo deste canal tem como base o conteúdo de outros canais onde o *youtuber* dá sua própria opinião e sua rede é um reflexo desta postura:

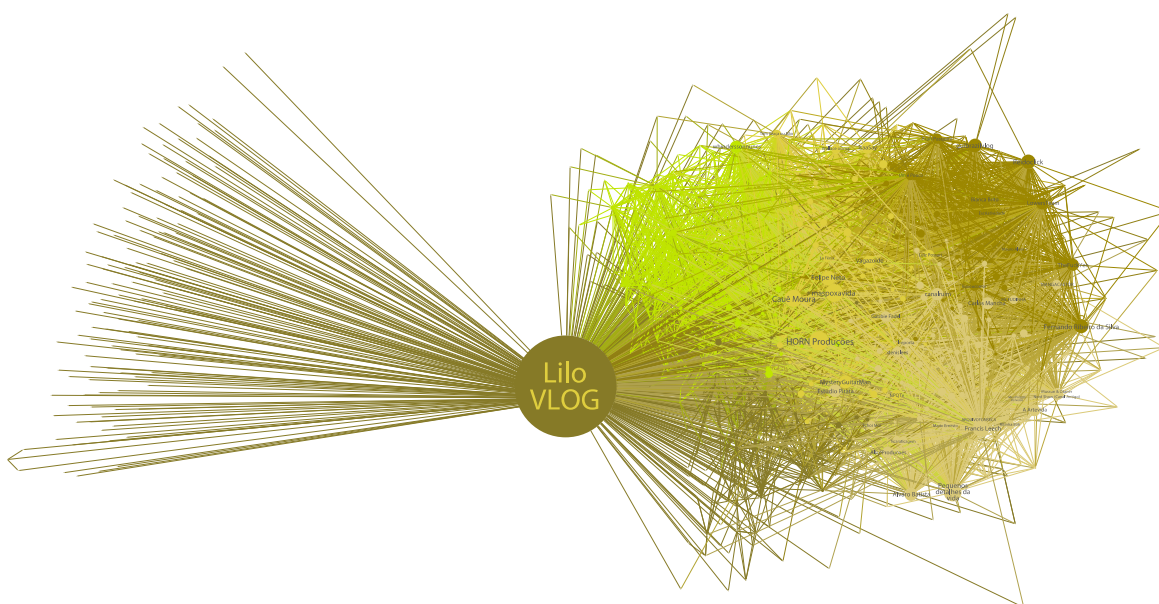


FIGURA 15 - REDE GRAU 1 LILO VLOG

---

146 <<https://www.youtube.com/watch?v=3gQg08a5qr4>>, consultado em 04 de Abril de 2018.

147 <<https://www.youtube.com/watch?v=ptl0o2Rljz8>>, consultado em 04 de Abril de 2018.

148 <<https://www.youtube.com/watch?v=Q53dICM5akQ>>, consultado em 04 de Abril de 2018.

149 <[https://www.youtube.com/watch?v=1zG\\_ZIYzk7M](https://www.youtube.com/watch?v=1zG_ZIYzk7M)>, consultado em 04 de Abril de 2018

Com 782 nós e 7431 conexões, foram executados os valores 9.503 para grau médio e grau ponderado médio; 15 para diâmetro da rede, 0.012 para densidade do grafo e 0.192 para modularidade, composto por 4 comunidades mau definidas. Uma rede, grau 1, com dimensões muito parecidas com uma rede grau 2, como por exemplo a rede grau 2 de Nando Moura. Visualmente, não há canais muito expressivos e em suas maiorias, são canais de youtubers famosos do Brasil, independente de suas convicções políticas, religiosas e sociais. A rede grau 2 do canal LiloVLOG é demasiado grande para a ferramenta *YouTube Data Tools* extrair os dados. Uma realidade muito diferente do próximo canal que será analisado: o de Joice Hasselmann.

Segundo a descrição de seu canal, *“Joice Hasselmann é jornalista, blogueira e comentarista de política. Atuou na BandNews FM, Rede Massa (SBT), RIC TV (Record) e como âncora da TVeja, a TV de Veja na Web, onde comandou a cobertura eleitoral em vídeo como entrevistas e análises políticas diárias. Também trabalhou na Rede Massa (SBT), RIC TV (Record) e como âncora da TVeja, a TV de Veja na Web, onde comandou a cobertura eleitoral em vídeo como entrevistas e análises políticas diárias”*<sup>150</sup>.

Hoje também *youtuber*, Joice é crítica a ex-presidente Dilma Rousseff, e do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e do PT. Nos anos de 2015 e 2016, participou ativamente nas manifestações contrárias ao governo Dilma e como convidada de acusação no processo de impeachment de Dilma Rousseff, bem como nas manifestações favoráveis à Operação Lava Jato, e de apoio à Polícia Federal. Em 2016, escreveu uma biografia do juiz federal Sérgio Moro, responsável pelo julgamento da Lava Jato, em primeira instância, em Curitiba (Hasselmann, 2016).

Com muito conteúdo sobre a Operação Lava-Jato, a *youtuber* não é discreta quando o critério é imparcialidade. O 3º vídeo mais visto do canal, com 569.448 visualizações, *“GRAVÍSSIMO: NOVO GOLPE DE LULA PARA FUGIR DA CADEIA”*<sup>151</sup>, Joice comenta: *pode ser a cartada final, mas ele será*

---

150 <<https://www.youtube.com/channel/UCgfV9J6FuOXaJnp-UuNRydA/about>>, consultado em 04 de Abril de 2018.

151 <<https://www.youtube.com/watch?v=Y9gHdkO6jRQ>>, consultado em 04 de Abril de 2018.

*desmarcado [...] Lula quer o golpe do internamento [...] Lula quer um atestado médico [...] para fugir da cadeia [...] depois de obstruir a justiça [...] Lula está tentando ser esse golpe [...].* O 5º vídeo mais visto do canal, “FIM DA AUDIÊNCIA. LULA SE ACOVARDOU!”<sup>152</sup> também é uma crítica ao ex-presidente. Joice Hasselmann filma manifestantes anti-PT e diz: *esse é o povo que quer ver Lula na cadeia [...] a voz do povo é a voz de Deus [...] Lula covarde fugiu [...] ele não tem coragem de enfrentar a verdade [...].*

O vídeo “A CANALHICE DOS DISCURSOS DE DILMA E LULA”<sup>153</sup>, 10º mais visto do canal, com 368.452 visualizações, é uma interpretação imparcial da *youtuber*. Joice Hasselmann resume o discurso da ex-presidente em uma palavra: mentira. No mesmo vídeo, a *youtuber* define o MST como uma milícia armada criada pelo PT que protege Lula. O 4º vídeo mais assistido, intitulado “DILMA ENLOUQUECEU DE VEZ!!!!”<sup>154</sup>, com 464.895 visualizações, possui um caráter informativo, mas com ironia. Onde a jornalista, aponta fraudes no caixa 1 da campanha eleitoral de Dilma. E da mesma forma que outros canais, seguindo o exemplo de Nando Moura, a *youtuber* abre espaço dentro de seu próprio canal para receber o pré-candidato à presidência do Brasil, Jair Bolsonaro. O vídeo “BOLSONARO E O RISCO DA ESQUERDA VOLTAR - Olho No Olho 1”<sup>155</sup>, com 382.154 visualizações, é uma entrevista descontraída na casa de Joice.

Com 7 nós e 28 conexões, foram executados os valores 4 para grau médio e grau ponderado médio; 2 para diâmetro da rede, 0.667 para densidade do grafo e 0 para modularidade, a rede grau 1 de Joice Hasselmann é uma rede com apenas uma única comunidade:

---

152 <<https://www.youtube.com/watch?v=kNvmQvE-o3M>>, consultado em 04 de Abril de 2018.

153 <<https://www.youtube.com/watch?v=zJNooSshEgU>>, consultado em 04 de Abril de 2018.

154 <[https://www.youtube.com/watch?v=yY051aW\\_y4Q](https://www.youtube.com/watch?v=yY051aW_y4Q)>, consultado em 04 de Abril de 2018.

155 <<https://www.youtube.com/watch?v=-qQ4SCjjTNU>>, consultado em 04 de Abril de 2018.

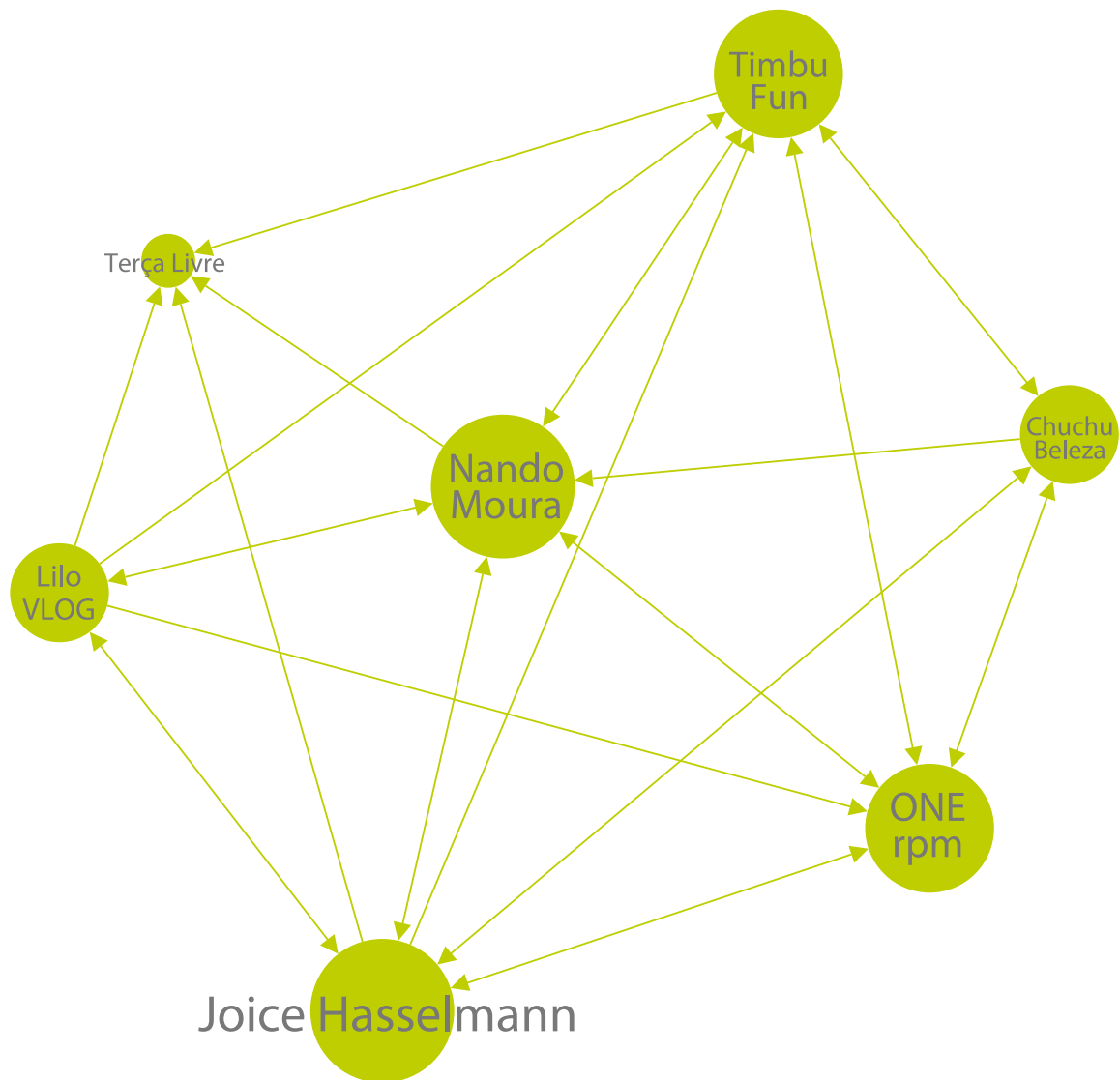


FIGURA 16 - REDE GRAU 1 JOICE HASSELMANN

Uma rede centrada no canal de Nando Moura e de poucas conexões e surpresas. Onde não há canais significativos que sejam mais influentes do que outros usando como parâmetro o grau do nó. Uma realidade muito diferente da rede grau 2, que é praticamente uma rede de conexões criadas pelos canais LiloVLOG e ONErpm. Com 1201 nós e 10965 conexões, foram executados os valores 9,13 para grau médio e grau ponderado médio; 16 para diâmetro da rede, 0.008 para densidade do grafo e 0.389 para modularidade, a rede grau 2 de Joice Hasselmann é uma rede com 4 comunidades onde o próprio canal de Joice não aparece claramente.

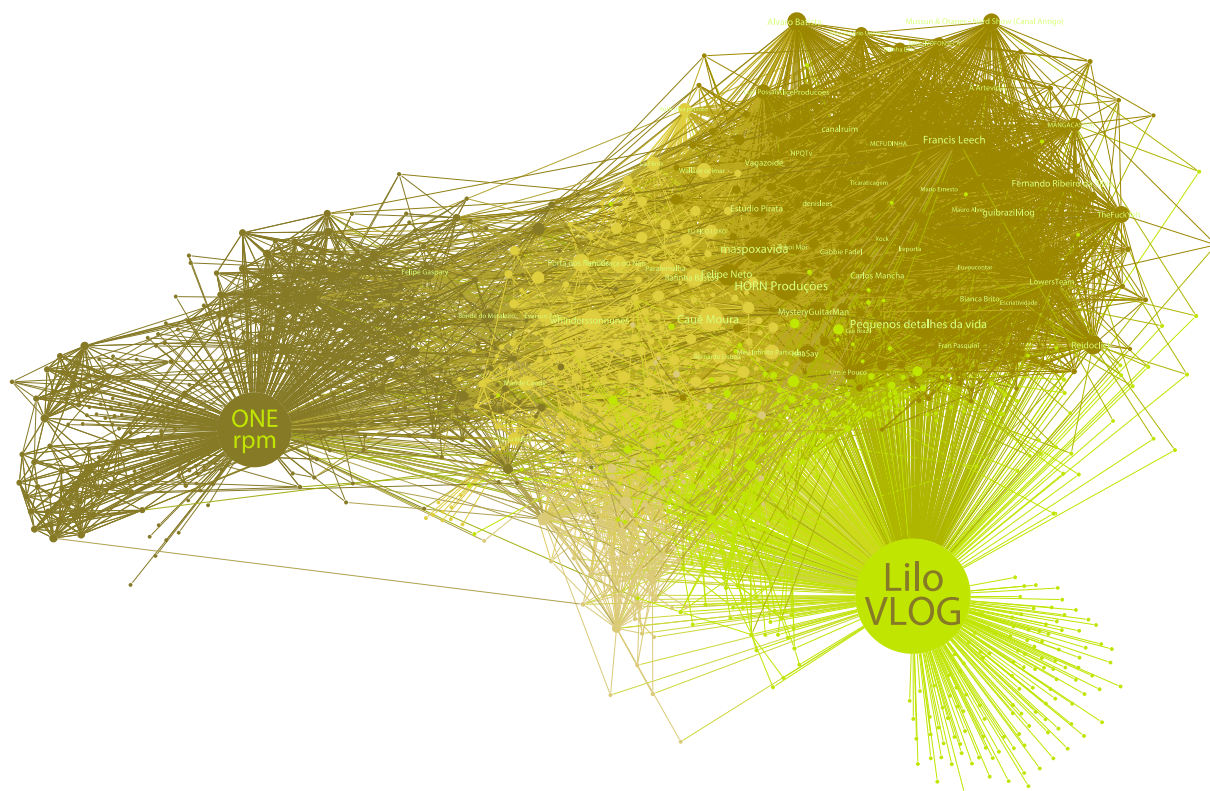


FIGURA 17 - REDE GRAU 2 JOICE HASSELMANN

Outro canal que vem aparecendo em redes grau 1 anteriores, é o canal Terça Livre<sup>156</sup>. Com 251 mil inscritos, este canal se auto define como promotor da boa cultura por meio de vídeos educacionais, políticos e sobre temas relevantes que a mídia esconde, ou, é por ela transmitida por interesses partidários. Tendo em conta os canais previamente analisados, não foi inesperado encontrar um conteúdo muito semelhante. No entanto, este canal, a exemplo do canal Mamaefalei, não apresenta outros canais em sua rede.

O vídeo mais visto do canal é sobre a, já descrita exposição cancelada no Santander Cultural: Queermuseu. Com 617.258 visualizações, o vídeo é narrado da seguinte maneira: [...] *Santander promove exposição polêmica em Porto Alegre e causa revolta nas redes sociais [...] são cerca de 270 obras que fazem alusão à pedofilia, expõe pornografia explícita e escarnece a*

---

156 <<https://www.youtube.com/channel/UC7qk1TCeLAr8qOecIO-s39g>>, consultado em 04 de Abril de 2018.

*imagem de Jesus Cristo [...] o escarnio disfarçado de arte revoltou a população gaúcha [...].* Este tema já foi abordado por Nando Moura<sup>157</sup> e Arthur do Val<sup>158</sup> e são justamente estes dois *youtubers* que são protagonistas do segundo vídeo mais visto do canal Terça Livre. Intitulado “#Debate: Arthur do Val & Nando Moura”<sup>159</sup>, com 469.734 visualizações, é um debate mediado por Alan dos Santos, o *youtuber* do canal, de 1h40min de duração. Os temas abordados foram: religião e política, aborto como método contraceptivo, liberação das drogas sintéticas e barrigas de aluguel para pares homossexuais<sup>160</sup>.

Também é possível assistir no canal Terça Livre, entre os 10 vídeos mais assistidos, vídeos contra a ideologia de gênero<sup>161</sup>, contra o comunismo<sup>162</sup>, bem como críticas à deputados de esquerda<sup>163</sup>. Ao mesmo tempo, dentro do canal Terça Livre, é possível ver muitos vídeos do professor Olavo de Carvalho<sup>164</sup>.

Olavo de Carvalho é escritor, jornalista e filósofo brasileiro, sendo um nome muito conhecido na direita conservadora no Brasil. De acordo com seu site oficial<sup>165</sup>, Olavo afirma que suas ideias não se enquadram em uma categoria ideológica, condenando quem adota posições por automatismo sustentado por ideologias. Segundo uma entrevista ao site Folha de São Paulo, Olavo aponta que o coeficiente de esquerda ou de direita está nos olhos do observador e varia conforme as épocas e os lugares. Olavo diz que prefere se manter afastado dos enquadramentos ideológicos no Brasil, muito embora se veja alinhado à direita americana<sup>166</sup>. De acordo com Olavo de

---

157 <<https://www.youtube.com/watch?v=nko3rYj7goU>>, consultado em 04 de Abril de 2018.

158 <<https://www.youtube.com/watch?v=FISNvXJYmP4>>, consultado em 08 de Abril de 2018.

159 <<https://www.youtube.com/watch?v=xz43w5fbVbU>>, consultado em 08 de Abril de 2018.

160 Idem, consultado em 08 de Abril de 2018.

161 <<https://www.youtube.com/watch?v=HxeTzYL7cbM>>, consultado em 08 de Abril de 2018.

162 <<https://www.youtube.com/watch?v=gi1LUZUDnzi>>, consultado em 08 de Abril de 2018.

163 <[https://www.youtube.com/watch?v=uVb\\_xQ6J6N8](https://www.youtube.com/watch?v=uVb_xQ6J6N8)>, consultado em 08 de Abril de 2018.

164 <<https://www.youtube.com/channel/UC7qK1TCeLAr8qOeclO-s39g/search?query=Olavavo+de+carvalho>> consultado 08/04/2018.

165 <<http://www.olavodecarvalho.org/>>, consultado em 08 de Abril de 2018.

166 <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2013/09/1337614-cruzada-anti-idiotas--entrevista-com-olavo-de-carvalho.shtml>>, consultado em 08 de Abril de 2018.

Carvalho, a esquerda política brasileira conseguiu dominar a universidade, a mídia, a cultura e a política do país, empregando os métodos de Antonio Gramsci<sup>167</sup>.

Em um dos seus canais do *YouTube*, o canal *Mídia Sem Máscara*, com 53.214 inscritos, Olavo de Carvalho muito é respeitado pelos principais canais de direita do Brasil e muito citado por Nando Moura<sup>168</sup>. Mas dos seus 143 vídeos (neste canal), até o momento, se olharmos os mais visualizados, vemos que o grande influenciador dos canais de direita do Brasil no *YouTube*, organiza os títulos em seus vídeos de uma forma mais discreta:

|  |
|--|
| Como tornar-se um leitor inteligente - Olavo de Carvalho                                     |
| Análise da atual situação política brasileira  |
| Lançamento de "O mínimo que você precisa saber para não ser um idiota", de Olavo de Carvalho |
| Entrevista censurada pela revista IstoÉ  |
| True Outspcak - Olavo de Carvalho - 22 de abril de 2013.                                     |
| Olavo de Carvalho - Lançamento de "Maquiavel ou a Confusão Demoníaca"                        |
| True Outspcak - 5 de junho de 2013   |
| A filosofia e seu inverso  |
| True Outspcak - 7 de agosto de 2013  |
| True Outspcak - Olavo de Carvalho - 18 de março de 2013.                                     |

*Mídia Sem Máscara* é um website, fundado em 2002 por Olavo de Carvalho, com o objetivo de combater o viés esquerdista da grande mídia brasileira<sup>169</sup> e passou um período na televisão, intitulado de "*Mídia Sem Máscara na TV*", que foi transmitido pela TV Millennium em São Paulo – TVA e NET em Curitiba. No *YouTube*, o canal MSM possui uma rede com 6 nós e 10 conexões, onde foram executados os valores 1,667 para grau médio e grau ponderado médio; 2 para diâmetro da rede, 0.333 para densidade do grafo e 0.111 para modularidade, sendo uma rede com 2 comunidades. Uma rede

---

167 <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-38282897>>, consultado em 08 de Abril de 2018.

168 <<https://www.youtube.com/user/MrNandomoura101/search?query=olavo>>, consultado em 08 de Abril de 2018.

169 <<http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cultura/noticia/2017/07/09/olavo-de-carvalho-pensador-que-desperta-opinioes-antagonicas-294204.php>>, consultado em 08 de Abril de 2018.

simples, se compararmos com a rede grau 1 do canal pessoal de Olavo de Carvalho<sup>170</sup>:

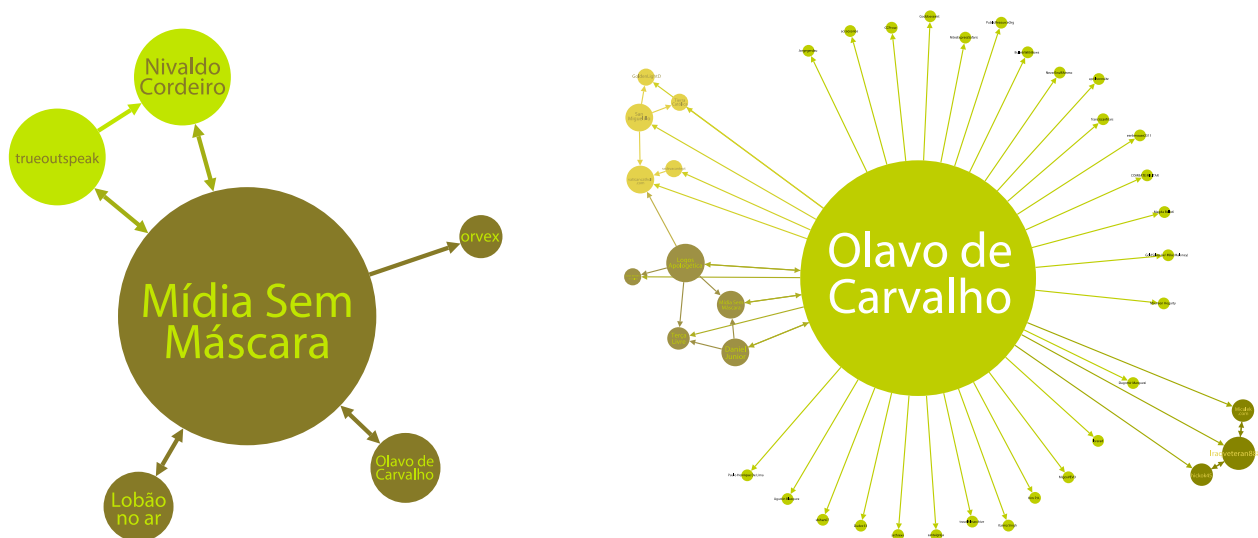


FIGURA 18 - REDES GRAU 1 MÍDIA SEM MÁSCARA E OLAVO DE CAVALHO

No entanto, é no canal pessoal, que Olavo de Carvalho possui uma rede mais diversificada. Com 41 nós e 57 conexões, foram executados os valores 1,39 para grau médio e grau ponderado médio; 2 para diâmetro da rede, 0.035 para densidade do grafo e 0.269 para modularidade, a rede grau 1 do canal Olavo de Carvalho é uma rede com 4 comunidades, muito diferente uma da outra. Destas 4 comunidades, nenhuma delas é composta por canais unicamente brasileiros. No entanto, é possível observar que, apesar do canal Olavo de Carvalho seguir muitos canais estrangeiro, ele só é seguido de volta por uma comunidade de canais brasileiros. O que indica que sua influência não se expande aos canais internacionais. O que não “desmerece” o potencial de influência da persona Olavo de Carvalho, pois é possível encontrar inclusive canais em homenagem ao mesmo. Um exemplo é o canal Olavo de Carvalho TV<sup>171</sup>, que com mais de 149 mil inscritos, possui a seguinte descrição: canal não oficial dedicado a divulgação de todo o conteúdo de

170 <<https://www.youtube.com/user/olavodeca/>>, consultado em 08 de Abril de 2018.

171 <<https://www.youtube.com/channel/UCMa1yXDdSPzehISTGFUPyTQ>>, consultado em 08 de Abril de 2018.

Olavo de Carvalho achado na "internet" inscreva-se e fique por dentro das novidades.

Assim como Olavo de Carvalho, o canal<sup>172</sup> do também professor, Maro Schweder, com 188 mil seguidores, apesar do seu canal supostamente abordar temas de espiritualidade e autoconhecimento, é possível identificar características que fazem este canal fazer parte desta dissertação. O segundo vídeo mais visto de seu canal, “Aos seguidores de Jair Bolsonaro!!!”<sup>173</sup> com 346.817 visualizações, o candidato de extrema direita é representado como uma “figura de bem”, honesta e que faz o seu trabalho exemplarmente.

Dentre os vídeos mais vistos deste canal, é possível encontrar posição em favor do pastor Marco Feliciano no debate contra o Felipe Neto <sup>174</sup>, depreciando o *youtuber* e o chamando de “zé ruela” citando Jesus Cristo: *“Cristo diz que devemos respeitar as pessoas, amar nossos próximos como a nós mesmos [...] mas também disse que ele disse que não devemos jogar pérolas aos porcos [...] E o Felipe Feto não passou de um porco imundo naquele debate para zoar, humilhar Marco Feliciano e infelizmente conseguiu isso [...] então temos que sair do politicamente correto e fazer aquilo que o professor Olavo de Carvalho diz: mandar o cara tomar no [...].*

No vídeo intitulado “SOCIALISMO OU CAPITALISMO - palavras de um professor de história...” <sup>175</sup>, que com 164.134 visualizações, Maro Schweder diz que livros de história possuem um viés mais esquerdista, marxista e foucaultiano. Sendo que os autores destes livros buscam doutrinar as novas gerações, para que estas se transformem em invólucros para teorias de esquerdas onde os jovens as aceitem passivamente.

Com alguns canais novos – como por exemplo o canal Blogdelinks<sup>176</sup> que conta com 57 mil inscritos – e outros nem tanto, a exemplo dos canais

---

172 <<https://www.youtube.com/channel/UCKSfUkYtc3wGCSSOoBbNUHA/featured>>, consultado em 08 de Abril de 2018.

173 <<https://www.youtube.com/watch?v=dCWBAe9WUOQ>>, consultado em 08 de Abril de 2018.

174 <<https://www.youtube.com/watch?v=FVVzNGtNCX4>>, consultado em 08 de Abril de 2018.

175 <<https://www.youtube.com/watch?v=jX5cedxYY6g>>, consultado em 08 de Abril de 2018.

176 <<https://www.youtube.com/user/Blogdelinks>>, consultado em 08 de Abril de 2018.



Pelas conexões da rede grau 1 deste youtuber, a rede grau 2 é significativamente maior: composta por 5.753 nós e 53.645 conexões, foram executados os valores 9,325 para grau médio e grau ponderado médio; 19 para diâmetro da rede, 0.002 para densidade do grafo e 0.505 para modularidade, que resultou na identificação de 8 comunidades e para cada umas desta, há uma voz dominante:

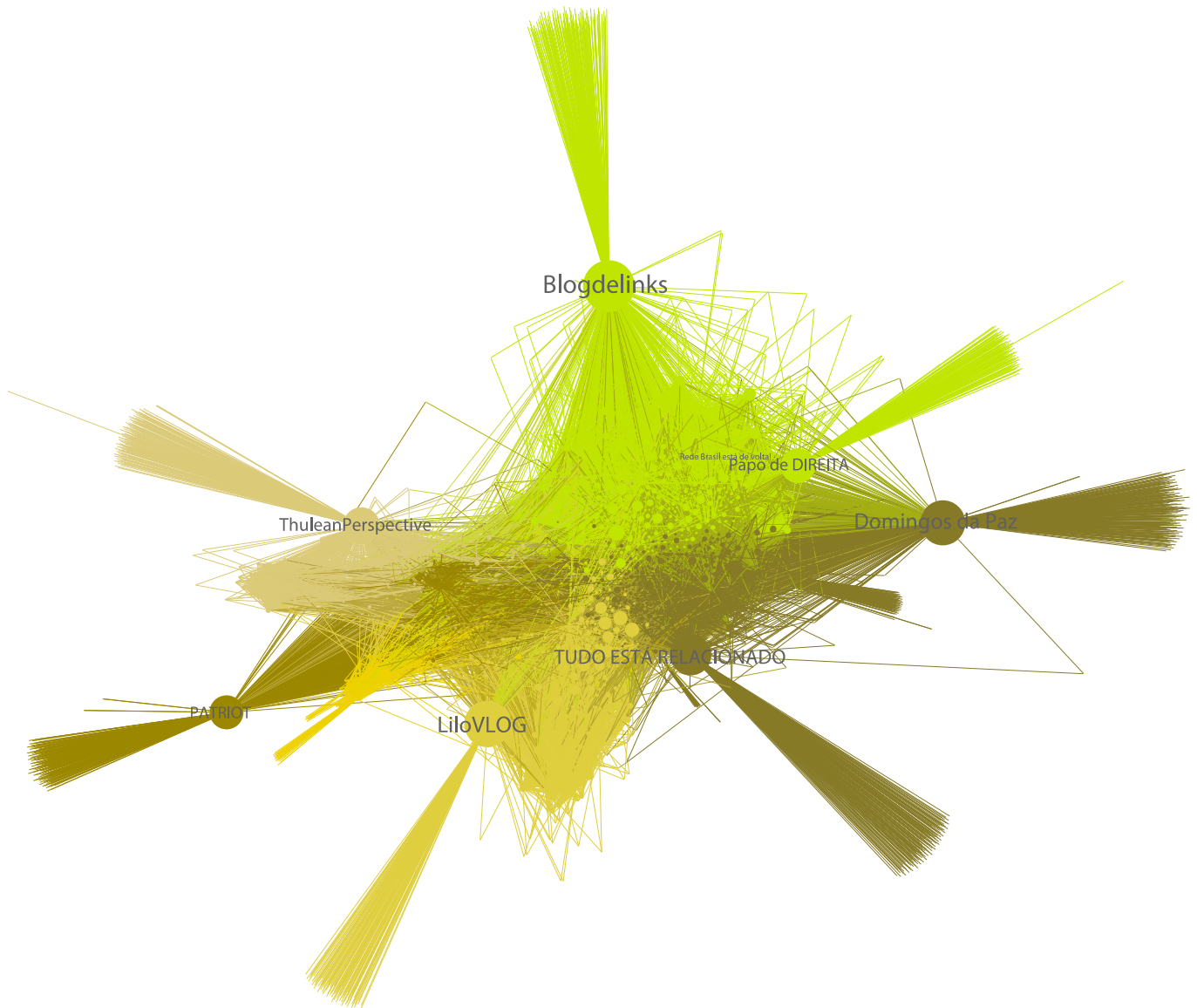


FIGURA 20 - REDES GRAU 2 MARO SCHWEDER

Apesar de não estar visível nesta rede, onde tamanho dos nós são dimensionados pelo grau ponderado médio, o Canal do Otário<sup>177</sup> está presente com um grau menor de saída (4) mas um alto grau de entrada (138).

Este canal, criado em 3 de fevereiro de 2012, por um usuário, cujo pseudônimo é Otário Anonymous<sup>178</sup> e possui hoje 695.976 inscritos. Em seu canal, o *youtuber* preza pelo seu anonimato. Em uma entrevista ao Wall Street Journal<sup>179</sup>, Otário Anonymous diz que seu anonimato é uma proteção, que o permite falar abertamente ao público, permitindo aos inscritos a possibilidade de relação com o canal. Tornando-o conhecido por usar um saco de papel na cabeça, terno com luvas brancas e sua voz aguda.

Seu sucesso inicial se deu por uma premissa de denunciar propagandas enganosas (idem, 2014), como também as altas cargas tributárias que são aplicadas sobre bens de consumo no Brasil e os preços abusivos praticados por grandes empresas. Publicado em 21 de agosto de 2012, com 2.835.531 visualizações até o momento, o vídeo “GOL 1.0 - Volkswagen @CanalDoOtario”<sup>180</sup> é o mais visto do canal e foca nas altas cargas tributárias.

Também é visto em seu canal a exposição de políticos que cometeram irregularidades e o desperdícios de gastos públicos, além de publicar outros temas como corrupção<sup>181</sup>. Todavia, os vídeos mais vistos de seu canal são focam no liberalismo contra o estado. O 6º vídeo mais visto do canal, intitulado “Impostos Malditos @CanalDoOtario”<sup>182</sup>, de uma forma irônica, o *youtuber* reflete sobre as deficiências dos serviços estatais. Outra característica deste canal é ser contra políticos que pertencem à esquerda. São 53 vídeos que envolvem Dilma Rousseff, 94 envolvendo Lula, e 24 envolvendo o Partido dos Trabalhadores.

---

177 <<https://www.youtube.com/user/OtarioAnonymous>>, consultado em 08 de Abril de 2018.

178 <<https://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2014/02/07/canal-do-otario-pagina-no-youtube-faz-criticas-a-empresas-e-ao-governo.htm>>, consultado em 08 de Abril de 2018.

179 <<http://archive.is/akvCx>>, consultado em 08 de Abril de 2018.

180 <<https://www.youtube.com/watch?v=ifp3L0xYmF4>>, consultado em 08 de Abril de 2018.

181 <<https://www.youtube.com/watch?v=nuzCsW77nT8>>, consultado em 08 de Abril de 2018.

182 <<https://www.youtube.com/watch?v=mfCUrxCjyXc>>, consultado em 08 de Abril de 2018.

A rede grau 1 do Canal do Otário é muito simples, curta e densa: composta por 8 nós e 15 conexões, foram executados os valores 1.875 para grau médio e grau ponderado médio; 2 para diâmetro da rede, 0.268 para densidade do grafo e 0.148 para modularidade, que resultou na identificação de 3 comunidades:



FIGURA 21 - REDES GRAU 1 CANAL DO OTARIO

O único canal “famoso” desta rede grau 1 do Canal do Otário é o canal, também liberal e que possui o menor grau ponderado, Ideias Radicais. Esta diversidade, repercute na rede grau 2: composta por 185 nós e 500 conexões, foram executados os valores 2.703 para grau médio e grau ponderado médio; 7 para diâmetro da rede, 0.015 para densidade do grafo e 0.468 para modularidade, que resultou na identificação de 6 comunidades onde o canal mais influente é o canal de nutrição: “Do campo à mesa”<sup>183</sup>. É possível

---

183 <[https://www.youtube.com/channel/UCTIaRP4Iz6IN8wtsOI92O\\_g](https://www.youtube.com/channel/UCTIaRP4Iz6IN8wtsOI92O_g)>, consultado em 08 de Abril de 2018.

encontrar uma comunidade anarcocapitalista muito bem definida com os canais Ideias Radicais, Paulo Kogos, Anti Estado, Devaneios Políticos, O Libertário, Mr. Libertário, Alexandre Porto, O Agorista, entre outros:

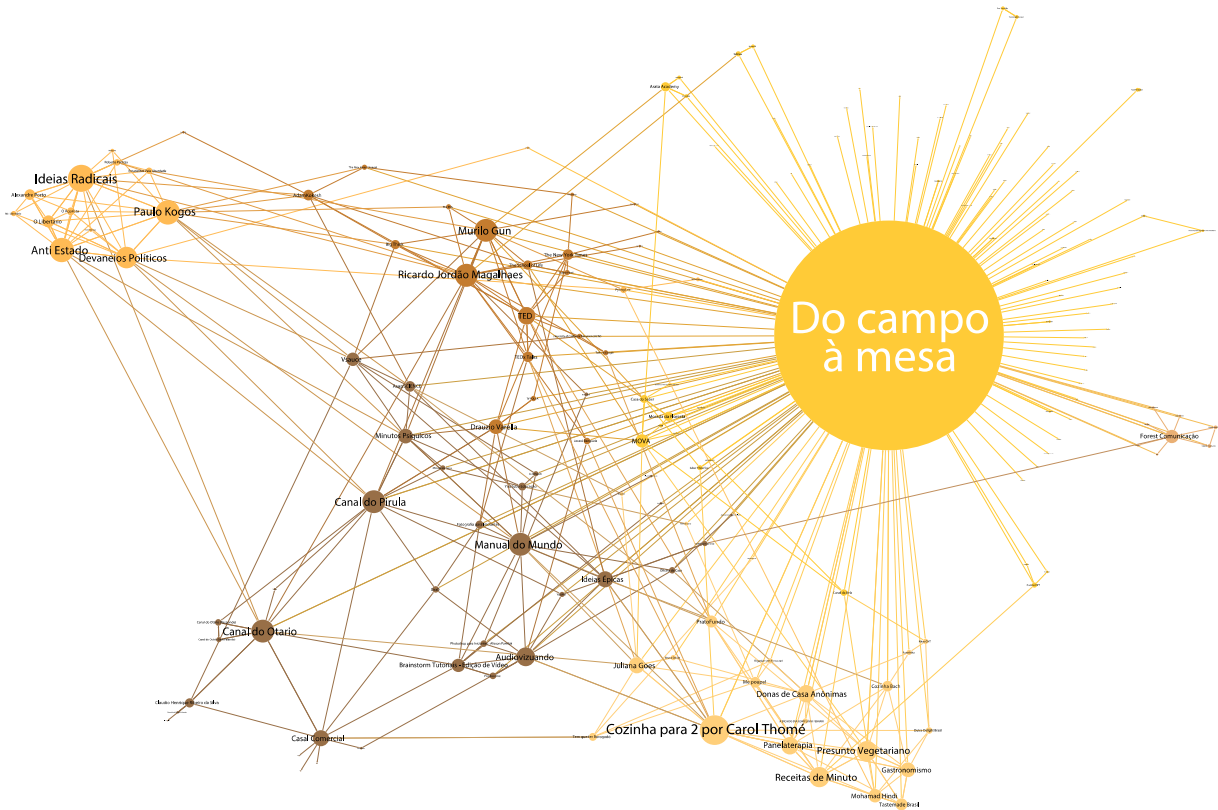


FIGURA 22 - REDES GRAU 2 CANAL DO OTARIO

Muitas vezes, redes grau 2 nos permitem ter insights, aprofundar territórios não explorados em redes grau 1 e até mesmo compreender melhor um universo maior que a amostra inicial. Contudo, muitas vezes somos surpreendidos por canais gigantescos que fogem aos nossos objetivos. Entretanto, com a execução da métrica modularidade associada ao algoritmo contínuo force atlas 2, é possível ter uma visão mais ampla e organizada das redes: isolar comunidades de interesse e entender como elas se relacionam entre si.

## 6.2. UM MAPEAMENTO DA DIREITA NO YOUTUBE DO BRASIL

Muitas vezes, redes grau 2 nos permitem ter insights, aprofundar territórios não explorados em redes grau 1 e ver um mesmo canal de duas perspectivas diferentes. Um canal pouco relevante em uma rede grau 1 pode ser o elo de ligação com uma comunidade volumosa. Fazendo uso de raciocínio reverso, uma comunidade volumosa pode fazer uso de um canal pouco expressivo como intermediário de um canal principal.

LiloVLOG é um canal que tem seu conteúdo baseado em conteúdo de outros canais. Não é possível afirmar que o *youtuber* faz uso deste contexto como técnica para poder se promover, mas o fato é que sua extensa – e diversificada – rede grau 1 desequilibra uma análise quando há um contexto específico a ser analisado. LiloVLOG não se pauta somente por fazer comentários de canais que abordam o assunto direita. Pelo contrário, se formos analisar o grafo é facilmente discernível que LiloVLOG está ligado com canais de música, humor e canais pessoais de grandes *youtubers*:

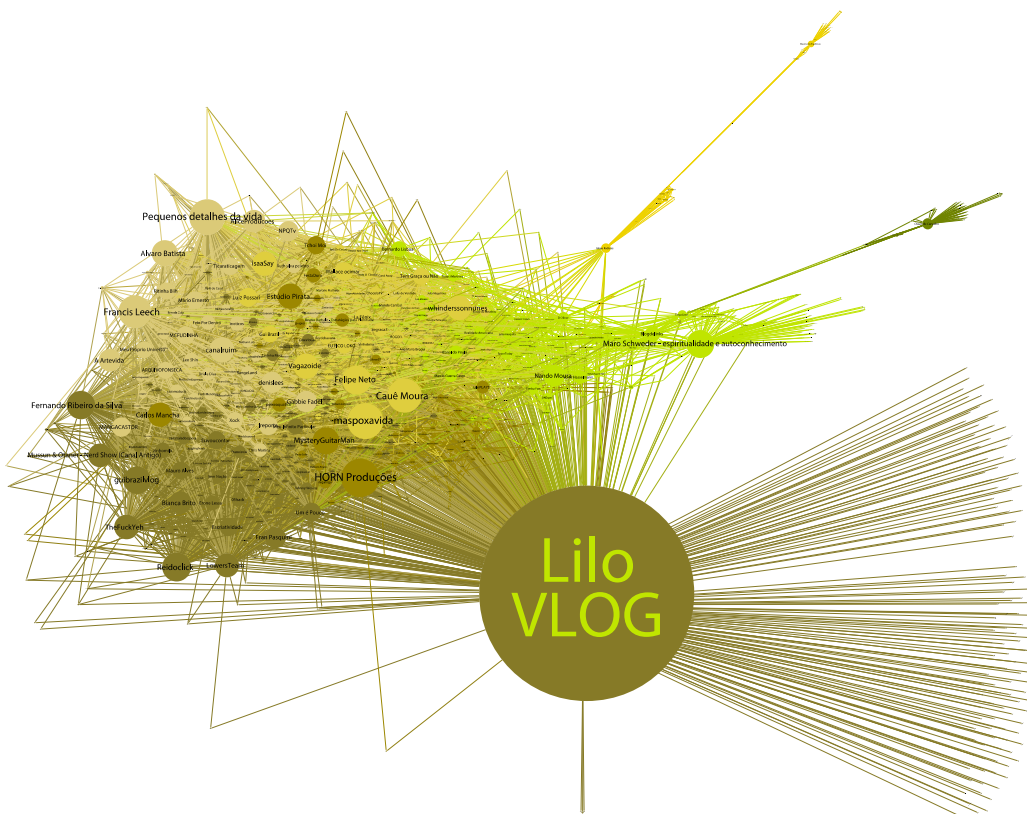


FIGURA 23 - REDES GRAU 1 TODOS OS CANAIS

Usando o Gephi para montar uma rede resultou em um mapeamento composto por 934 nós e 7748 conexões. Foram executados os valores 8.296 para grau médio e grau ponderado médio; 17 para diâmetro da rede, 0.009 para densidade do grafo e 0.310 para modularidade, que resultou na identificação de 6 amplas comunidades.

No entanto, é possível deslocar o olhar para as comunidades que caracterizam a direita no *YouTube* do Brasil:

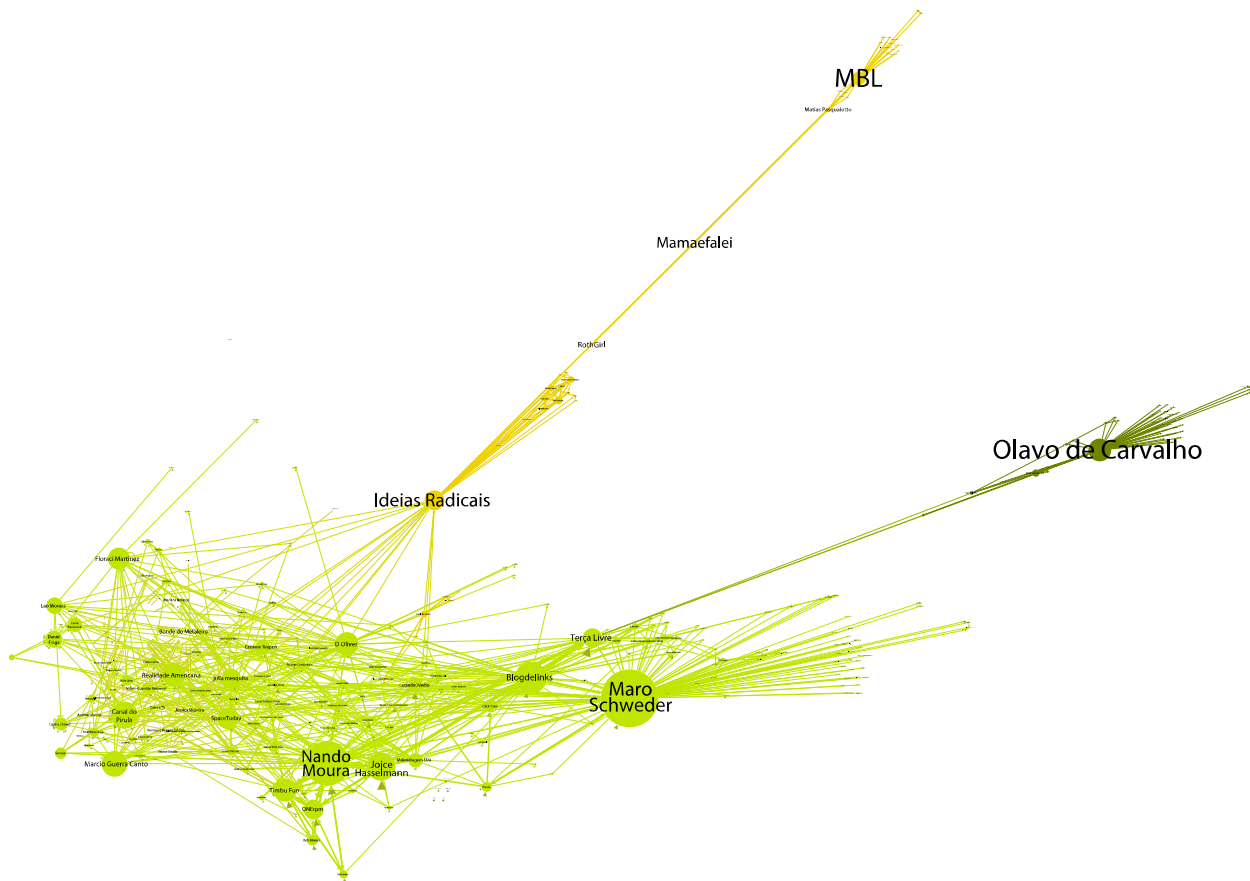


FIGURA 24 - REDES GRAU 1 TODOS OS CANAIS (ZOOM)

É praticável observar que a grande “massa” pertence a um grupo conservador, onde Nando Moura, Maro Schweder e Joice Hasselmann estão inseridos como vozes dominantes. Deste grande grupo conservador e cristão, derivam duas vertentes: uma filosófica centrada na figura de Olavo de

Carvalho e outra liberal, onde o canal Ideias Radicais é o encadeador de uma vertente que tem como ponto de chegada o canal do Movimento Brasil Livre.

A direita no *YouTube* do Brasil, está configurada desta forma. Na sua pluralidade, centra em figuras conservadoras cristãs e discriminatórias – características da extrema-direita – e que apoiam publicamente um candidato presidencial – Jair Bolsonaro. Em outras palavras, embora nenhum destes canais se auto-defina como extrema-direita, são nos detalhes indiretos, nas contradições e nas inferências que estes canais estão unidos. Não apenas ideologicamente, mas nas relações que estes possuem entre si. O uso das métricas e dos algoritmos do Gephi, que possibilitaram esta visualização de dados, reforça esta análise. Pois de uma forma bem clara, a aplicação conseguiu organizar estes canais.

Embora, atualmente, há grandes representantes do liberalismo, com muitos seguidores e visualizações, estão muito isolados numa rede como um todo. O canal Ideias Radicais é o grande representante da vertente do liberalismo econômico, possuindo uma grande relevância entre os canais que fazem parte da comunidade anarcocapitalista, estado mínimo e anti-estado. No entanto, vemos que o número destes canais ainda é baixo e embora alguns destes tenham milhares de inscritos, a quantidade de canais que abordam este tema é expressivamente menor que em outras comunidades. Mesmo assim, ainda é uma comunidade. E poderíamos estudar sub-comunidades dentro desta comunidade. Visto que o canal Movimento Brasil Livre também é centro de outros canais dentro da vertente mais liberal deste mapeamento.

Não podemos dizer o mesmo da outra corrente centrada na figura de Olavo de Carvalho. Pois não há canais de expressivas relevâncias e, tampouco, personas tão influentes quanto Olavo. Mas sim, há tipos de direita e nem todos os canais de direita do Brasil são de extrema-direita. O que temos aqui, é um universo dos canais relacionados como ponto de partida de um mapeamento da direita no *YouTube* do Brasil. Uma escolha que teve como argumento maior o algoritmo de relevância da própria plataforma. A partir disso, foi realizada a análise de uma parte destes canais que, através de suas

conexões e a interação das mesmas, possibilitou a criação de um mapeamento e apontar, com o auxílio dos métodos digitais, quem são as vozes dominantes deste universo e como elas atuam.

## 7. HASHTAGS: #ELENAO #ELESIM #CAIXA2BOLSONARO

Dia 24 de outubro, faltavam 4 dias para o segundo turno das eleições presidenciais no Brasil, pesquisas já apontam uma vitória de Jair Bolsonaro<sup>184</sup>. As redes sociais explodem com posts, memes, vídeos e *hashtags*<sup>185</sup>.

Muito se fala sobre o poder de uma *hashtag* quando se quer aumentar a presença (seja individual ou de uma marca) em uma rede social, seja para gerar resultado nos negócios ou mesmo ganhar notoriedade. Assumo, nesta dissertação, que as *hashtags* deixaram de ser tendência para se tornarem ferramentas de conexão entre entidades e públicos, bem como aumento de engajamento. Muitas *hashtags* são responsáveis pela viralização de um conteúdo ou campanha, por facilitar a procura por um determinado interesse e servir de ferramenta de conexão. Por isso, é possível dizer que uma *hashtag* pode servir como ferramenta para ações estratégicas de campanhas políticas. Elas estimulam a criação de conteúdo e facilmente se fixam na memória de quem as utiliza. Isto porque permitem, tanto para quem as cria e, também, quem as adere, sinta um sentimento de acolhimento e identificação.

Para os pesquisadores, estas podem servir para monitorar determinado conteúdo, campanha ou ação estratégica. Mais do que isso, também podemos analisar o impacto que uma *hashtag* tem sobre as pessoas ou segmentos específicos de mercado/público ou simplesmente facilitar procura por conteúdo.

Interessante de se ver, foi como uma *hashtag* teve o poder de transcender a internet, muitas vezes tomando conta dos protestos nas ruas ou, até mesmo, sendo citada em espetáculos. O músico Roger Waters, principal compositor, fundador e ex-líder da banda britânica Pink Floyd,

---

184 <<http://datafolha.folha.uol.com.br/>>, consultado em 24 de Outubro de 2018.

185 "A palavra tag significa "etiqueta" em inglês. Já Hashtag é uma palavra-chave que etiqueta a mensagem no ambiente digital. A ideia de vincular o símbolo "#" a uma palavra foi usado pela primeira vez no IRC (Internet Relay Chat). Trata-se de um protocolo de internet voltado para a troca de mensagens textuais, na qual vários usuários podem conversar ao mesmo tempo". <<https://plugcitarior.com/blog/2017/06/12/o-poder-das-hashtags-pode-avancar-o-seu-conteudo-digital/>>, consultado em 24 de Outubro de 2018.

“abraçou” a *hashtag* #elenao na sua turnê no Brasil que aconteceu no intervalo entre o 1º turno e o 2º turno das eleições presidenciais. Durante seu primeiro show no Brasil, em São Paulo, para uma plateia de 45 mil pessoas, o músico exibiu a *hashtag* no telão de sua apresentação ao mesmo tempo que colocou o candidato Jair Bolsonaro na lista de ‘neofascistas’.

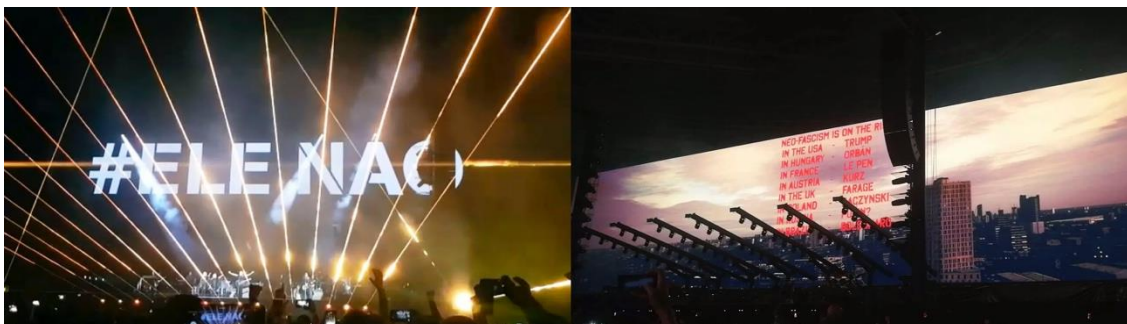


FIGURA 25 - CONCERTO EM SÃO PAULO. FOTO: RODRIGO ORTEGA / G1

O músico dividiu a plateia que respondeu ou com aplausos ou com vaias, aos gritos de “ele não” e “fora PT”. Após a música *"Another brick in the wall"*, do álbum *"The Wall"*, Roger Waters pediu ao público para resistirem ao anti-semitismo, à destruição do meio ambiente e à tortura. Acompanhou esta ação com imagens e frases que diziam “resista ao neofascismo”, compartilhando ainda uma lista com políticos fascistas de vários países –onde incluiu o nome de Jair Bolsonaro. *The Wall* é, talvez, o disco mais popular da banda Pink Floyd. É, ao mesmo tempo, uma obra autobiográfica da vida do próprio Waters. Dando origem a um filme, o álbum reflete sobre a vida conturbada do artista, da morte do pai – na Itália, durante a Segunda Guerra Mundial – e sobre a influência de um sistema de ensino repressivo: *"We don't need no education/ We don't need no thought control/ No dark sarcasm in the classroom/ Teachers leave them kids alone"*. É possível encontrar vídeos no *YouTube*<sup>186</sup> do exato momento onde o músico se posiciona contra o fascismo nos concertos em solo brasileiro. E, ao mesmo tempo que o público se viu dividido nos concertos, foi natural que o mesmo acontecesse nos comentários dos vídeos <sup>187</sup>

---

186 <[https://www.youtube.com/results?search\\_query=roger+waters+%23elenao](https://www.youtube.com/results?search_query=roger+waters+%23elenao)>, consultado em 24 de Outubro de 2018.

187 <<https://www.youtube.com/watch?v=g24ZcwKtpbc>>, consultado em 24 de Outubro de 2018.

encontrados. Também não foi surpresa que um dos principais canais extremistas analisados nesta dissertação de mestrado se tivesse pronunciado:

2.345 comentários CLASSIFICAR POR



Adicionar um comentário público...



**Nando Moura** 3 semanas atrás

Mostra as VAIAS filho da puta.  
Não edita não.

3,7 mil RESPONDER

Ver 254 respostas

FIGURA 26 - PRIMEIRO COMENTÁRIO DO VÍDEO “ROGER WATERS CHAMA BOLSONARO DE NEOFASCISTA, CITA #ELENÃO E DIVIDE OPINIÕES.”<sup>188</sup>

Após o primeiro show da turnê brasileira, em seu segundo concerto o músico britânico trocou o nome de Jair Bolsonaro com uma tarja escrito “ponto de vista censurado” por alguns segundos e depois voltou a exibir o nome do então candidato junto a líderes mundiais responsáveis pela ascensão do neofascismo. Em seu concerto em Salvador, Roger Waters se emocionou ao fazer homenagem ao mestre de capoeira Moa Katendê, assassinado por um eleitor de Jair Bolsonaro: *“Ele foi um grande exemplo para todos nós, espalhando amor e humanidade”*, disse o músico durante o concerto e foi ovacionado pela platéia. Também é possível ver estes momentos no *YouTube*<sup>189</sup>, bem como os comentários contra e a favor do músico que, por perder o pai na guerra, o transformou numa voz anti-fascista.

E não de apenas manifestações musicais a *hashtag* #elenao teve aderência. Há quem diga<sup>190</sup> que esta *hashtag* foi criada após a página de

188 <<https://www.youtube.com/watch?v=g24ZcwKtpbc>>, consultado em 28 de Outubro de 2018.

189 <<https://www.youtube.com/watch?v=F3e5QHUIhQE>>, consultado em 28 de Outubro de 2018.

190 <<https://blogdacidadania.com.br/2018/09/celebridades-criam-hashtag-elenao-contra-bolsonaro/>>, consultado em 01 de Novembro de 2018.

Facebook “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”<sup>191</sup> ter sido *hackeada*, o que se viu foi um grande número de celebridades famosas no Brasil, como por exemplo as atrizes Alessandra Negrini, Deborah Secco, Maria Ribeiro, Fernanda Paes Leme e Claudia Raia aderirem e criarem uma campanha #elenao nas suas redes sociais pessoais e profissionais<sup>192</sup>. A lista longa inclui Rachel Sheherazade, jornalista brasileira conhecida por ser de direita, que colocou em seu twitter:

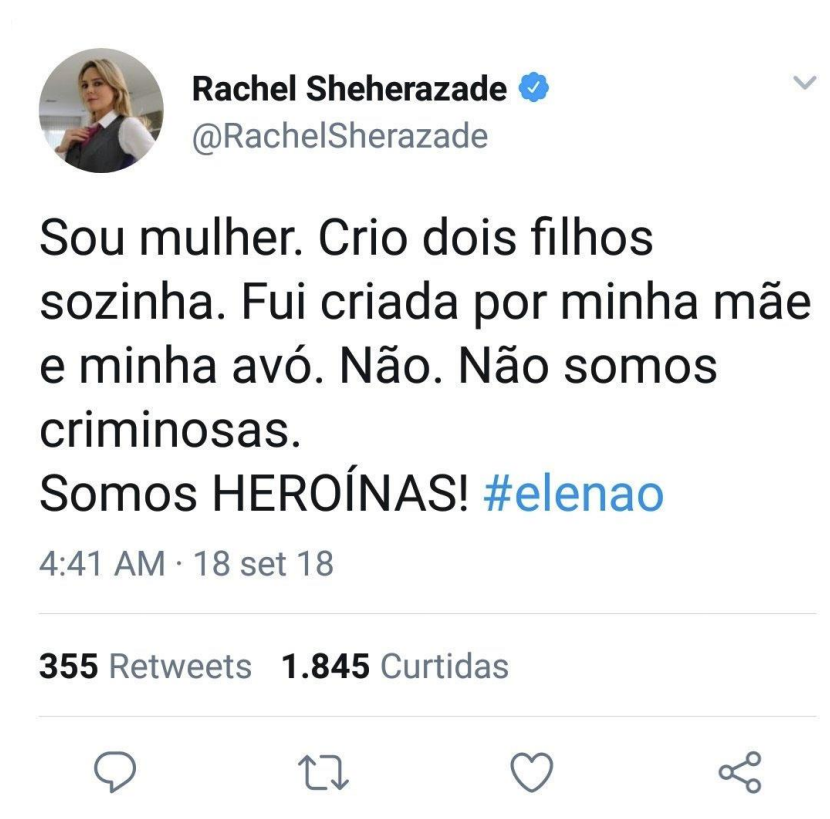


FIGURA 27 - <HTTPS://TWITTER.COM/RACHELSHERAZADE>,

CONSULTADO EM 28 DE OUTUBRO DE 2018

Fora do Brasil, Madona publicou em sua conta no *Instagram* uma imagem com a seguinte mensagem: “*Ele não vai nos desvalorizar. Ele não vai nos calar*”.

---

191 <<https://www.facebook.com/mulherescontraofascismo/>>, consultado em 01 de Novembro de 2018.

192 <<https://nossapolitica.net/2018/09/famosos-campanha-bolsonaro/>>, consultado em 01 de Novembro de 2018.



FIGURA 28 - <INSTAGRAM/@MADONNA>, CONSULTADO EM 28 DE OUTUBRO 2018

Em resposta a este movimento, de uma forma antagônica, apoiadores de Jair Bolsonaro aderiram a *hashtag* #elesim ao mesmo tempo que usaram a *hashtag* #elenao para o candidato do PT. O MBL - Movimento Brasil Livre - em seu canal oficial na plataforma *YouTube*, fez um manifesto<sup>193</sup> totalmente baseado nas premissas que são contrárias ao candidato Jair Bolsonaro mas com a imagem do ex-presidente Lula. Também no *YouTube*, o vídeo intitulado “RAP DO BOLSONARO #ELESIM”<sup>194</sup> possui 2.339.850 visualizações é uma música, de estilo musical conhecido como Rap, do *youtuber* Raylton Soares em total apoio ao candidato que venceria as eleições para presidente do Brasil.

Em meio a disputa destas duas *hashtags*, #elesim e #elenao, ou vozes nas ruas do Brasil gritando “Ele não, Haddad sim”, por volta das 10h da manhã, horário do Brasil, a *hashtag* #Caixa2doBolsonaro<sup>195</sup> chegou ao primeiro lugar nos assuntos mais comentados no *twitter* do mundo todo. O 1º lugar nos *Trendings Topics* desta rede social, teve como motivação uma denúncia do jornal Folha de São Paulo<sup>196</sup>, de que empresários financiaram,

---

193 <<https://www.youtube.com/watch?v=JhPgL0j7Pp0>>, consultado em 01 de Novembro de 2018.

194 <<https://www.youtube.com/watch?v=KAf5LNy-kHg>>, consultado em 01 de Novembro de 2018.

195 <<https://twitter.com/hashtag/caixa2dobolsonaro>>, consultado em 01 de Novembro de 2018.

196 <<http://www.folha.com.br/>>, consultado em 01 de Novembro de 2018.

através de 12 milhões de reais, pacotes de envio de mensagens no *WhatsApp*<sup>197</sup> contra o candidato do PT. Segundo a denúncia deste jornal, as empresas financiaram pacotes de envio de mensagens contra o PT. É importante dizer, que esta prática é ilegal no Brasil, pois doações de empresas são vedadas pela legislação eleitoral. O termo que se usa no Brasil para definir este tipo de dinheiro, não declarado, é chamado de “caixa 2”.

Para entender melhor o que significa isso, o preço de cada mensagem enviada poderia variar entre R\$ 0,08 a R\$ 0,12 quando utilizada a base de dados de Jair Bolsonaro, segundo a denúncia<sup>198</sup> apresentada pelo jornal, que afirma também que tais bases de dados teriam sido obtidas de forma ilícita, intermediadas por empresas de cobranças ou funcionários de empresas telefônicas e enviadas por agências como Quickmobile, Yacows, Croc Services e SMS Market, que negaram o envolvimento.

Pela legislação eleitoral<sup>199</sup>, doações empresariais são proibidas e, portanto, são consideradas ilegais por configurar abuso de poder econômico e anulação da candidatura. Fernando Haddad, em seu *Twitter*<sup>200</sup> comunicou que Jair Bolsonaro fez *"campanha mais rica do país com dinheiro sujo"*, como também disse: *"Vamos acionar a Polícia Federal e a Justiça Eleitoral para impedir o deputado Bolsonaro de agredir violentamente a democracia como ele tem feito. Fazer conluio com dinheiro de caixa 2<sup>201</sup> pra violar a vontade popular é crime. Ele que foge dos debates, não vai poder fugir da Justiça"*. Em

---

197 <<https://www.whatsapp.com/>>, consultado em 01 de Novembro de 2018.

198 <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>>, consultado em 01 de Novembro de 2018.

199 "Financiamento dos Partidos Políticos e das Campanhas Eleitorais Lei n.º 19/2003, de 20 de junho 1 (TP), com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 287/2003, de 12 de novembro, Lei n.º 64-A/2008, de 31 de dezembro 2 (TP), Lei n.º 55/2010, de 24 de dezembro 3,4,5,6,7,8 (TP), Lei n.º 1/2013, de 3 de janeiro 9 (TP), Lei Orgânica n.º 5/2015, de 10 de abril 10 (TP), Lei n.º 4/2017, de 16 de janeiro 11,12,13,14,15,16 (TP) e Lei Orgânica n.º 1/2018, de 19 de abril 17,18,19 (TP) (retificada pela Declaração de Retificação n.º 17/2018, de 18 de junho)" <[http://www.parlamento.pt/legislacao/documents/legislacao\\_annotada/financiamentopartidospoliticoscampanhaseleitorais\\_simples.pdf](http://www.parlamento.pt/legislacao/documents/legislacao_annotada/financiamentopartidospoliticoscampanhaseleitorais_simples.pdf)>, consultado em 01 de Novembro de 2018.

200 <[https://twitter.com/Haddad\\_Fernando](https://twitter.com/Haddad_Fernando)>, consultado em 01 de Novembro de 2018.

201 A expressão “caixa 2” é usada para se referir a todo o dinheiro não declarado aos órgãos fiscais, como por exemplo a lavagem de dinheiro ou sonegação fiscal. <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-39598829>>, consultado em 01 de Novembro de 2018.

resposta, Jair Bolsonaro afirmou que processaria Fernando Haddad por calúnia eleitoral<sup>202</sup>.

Dentre os empresários que financiaram esta campanha está Luciano Hang, dono das Lojas Havan<sup>203</sup>, uma das maiores lojas de departamento do Brasil. Durante o período de campanha eleitoral, Hang reuniu funcionários e fez comunicado que diz que caso o PT ganhasse a eleição, teria que fazer demissões. Esta intimidação aos funcionários é possível ver no *YouTube*<sup>204</sup>. O assunto repercutiu nas redes sociais e o empresário recebeu uma notificação judicial do Ministério Público do Trabalho em Santa Catarina (MPT-SC), por incentivar seus colaboradores a votarem no, até então candidato, Jair Bolsonaro. No vídeo intitulado “*Luciano Hang responde os críticos e desce a lenha na "PTzada"*”<sup>205</sup>, reafirma o que diz e se posiciona contra os críticos.

Segundo a Revista Exame<sup>206</sup>, um grupo de pesquisa em Tecnologias da Comunicação e Política (TCP) da UERJ – Universidade do Estado do Rio de Janeiro – realizou um estudo que mostra como atuam os grupos pró-Bolsonaro no WhatsApp.

Nestes grupos, 90 ao total, durante 5 meses, 14 pesquisadores da UERJ buscaram compreender de que forma os membros dos grupos se organizavam para gerir a “viralização” dos conteúdos eleitorais. Foi diagnosticado que os usuários sugerem ataques a outros usuários em redes sociais. Ao mesmo tempo que quem questiona tais ações ou sugere que uma determinada postagem é *fake news* é banido do grupo.

Nestes grupos, existem pessoas que orientam como outras devem compartilhar tais informações, dando ordens específicas, como por exemplo, dar “dislikes” em massa em determinado vídeo no *YouTube* ou post no

---

202 <<https://observador.pt/2018/10/20/bolsonaro-reage-a-acusacao-e-vai-processar-fernando-haddad-pelo-crime-de-calunia-eleitoral/>>, consultado em 01 de Novembro de 2018.

203 <<https://www.havan.com.br/>>, consultado em 01 de Novembro de 2018.

204 <<https://www.youtube.com/watch?v=vsVCnAZcGvk>>, consultado em 01 de Novembro de 2018.

205 <<https://www.youtube.com/watch?v=5YYuQl3ljkw>>, consultado em 01 de Novembro de 2018.

206 <<https://exame.abril.com.br/brasil/pesquisa-mostra-como-atuam-os-grupos-pro-bolsonaro-no-whatsapp/>>, consultado em 01 de Novembro de 2018.

*Facebook*. Esta dinâmica, de controlar uma determinada narrativa e banir quem a questiona, foi adotada em praticamente todos os grupos do estudo. Deixando espaço apenas discursos de ódio extremistas, como por exemplo ameaças a mulheres e LGBTs. Um exemplo de notícia falsa que circulou nestes grupos foi que o candidato do PT, Fernando Haddad, acabaria com a “família tradicional”, pois o político estaria contra a ideia de Deus – e, que sua vice, Manuela d’Ávila, falou que Jesus Cristo seria um “travesti”<sup>207</sup>.

Em um determinado momento do estudo, que ainda não foi publicado e está em fase de análise e conclusão, os pesquisadores criaram uma mensagem falsa que seria monitorada: “*TSE informa: 7,2 milhões de votos anulados pelas urnas! A diferença de votos que levaria à vitória de Bolsonaro no primeiro turno foi de menos de 2 milhões*”. Ainda segundo o site da Revista Exame, que retirou estas informações da Agência Pública<sup>208</sup>, esta mensagem falsa foi compartilhada 202 vezes em 41 dos 90 grupos analisados onde, destes 41, 37 são de apoio a Jair Bolsonaro, pró-militar e grupos de direita e os 4 de política em geral.

Não podendo ser diferente, a *hashtag* #Caixa2doBolsonaro também foi usada tanto por grupos contrários a eleição do candidato como a favor, que passaram a utilizar junto a *hashtag* #eusouocaixa2 e a defenderem tal prática, e modificando seus avatares – fotos de perfil – nas redes sociais:

---

207 <<http://www.e-farsas.com/manuela-davila-apareceu-usando-camiseta-com-os-dizeres-jesus-e-travesti.html>>, consultado em 01 de Novembro de 2018.

208 <<https://apublica.org/2018/10/grupos-pro-bolsonaro-no-whatsapp-orquestram-fake-news-e-ataques-pessoais-na-internet-diz-pesquisa/>>, consultado em 01 de Novembro de 2018.



FIGURA 29 - < [HTTPS://TWIBBON.COM/SUPPORT/EU-SOU-CAIXA-2-DO-BOLSONARO-4](https://twibbon.com/support/eu-sou-caixa-2-do-bolsonaro-4)>, CONSULTADO EM 28 DE OUTUBRO DE 2018.

Utilizando a ferramenta de extração de dados *Netlytic*<sup>209</sup>, foram extraídos dados das *hashtags* #elesim, #elenao e #Caixa2doBolsonaro, nas plataformas *Twitter* e *Instagram* (em arquivos *GDF*), para compreender, de uma forma empírica, como estas *hashtags* estavam sendo usadas, e por quem, horas antes do 2º turno das eleições.

Com uma amostra de 1000 *tweets* para cada uma das 3 *hashtags*, através da comunicação com a API REST da plataforma, que coletou uma amostra de *tweets* relevantes no dia 25 de outubro de 2018. Isto significa que o serviço de busca do *Twitter* e, por extensão, a API não fornece uma fonte completa de *tweets*, tampouco todos os *tweets*. Ainda, segundo o site oficial da ferramenta *Netlytic*, o limite de taxa da API do *Twitter* permite um número determinado de coletores ativos por usuário. Por outro lado, esta ferramenta também permite a análise de *chain network*, ou rede “quem responde a quem”, que é uma rede construída com base re-postagem dos usuários:

---

209 *Netlytic* é uma ferramenta que analisa de redes desenvolvido para pesquisadores, sem necessidade de conhecimentos de programação e acesso a APIs. Com esta ferramenta é possível aceder postagens publicas disponíveis no *Twitter*, *Facebook*, *Instagram* e *YouTube*. Ao mesmo tempo, é possível, não de uma forma precisa como o *Gephi*, mas de uma forma amigável, visualizar e analisar redes de informação e mapear dados. <[https://netlytic.org/home/?page\\_id=10834](https://netlytic.org/home/?page_id=10834)>, consultado em 01 de Novembro de 2018.

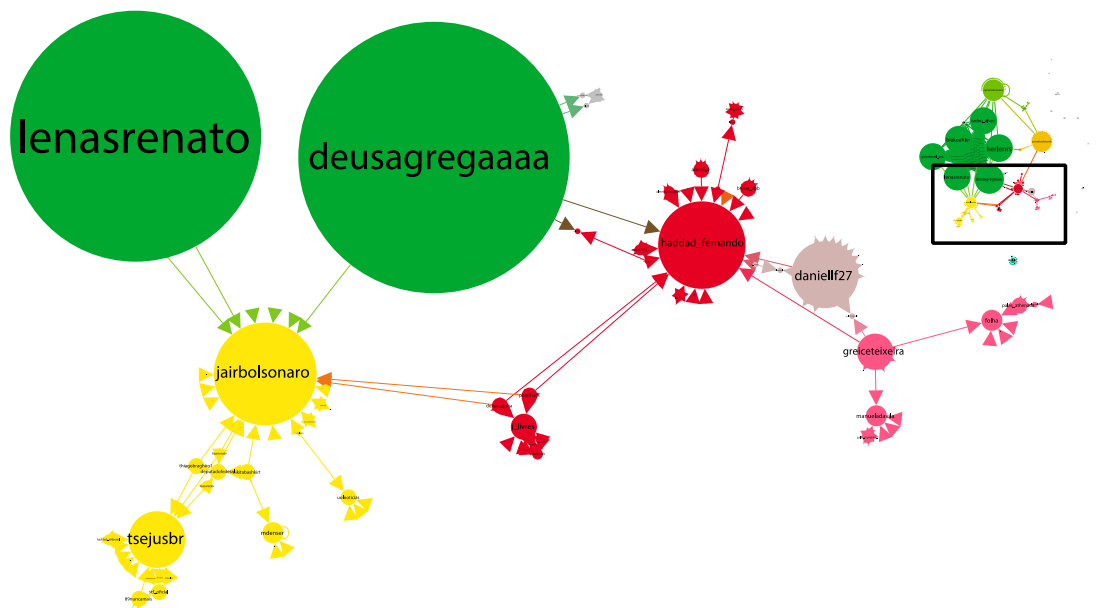


FIGURA 30 - DATASET NAME: #CAIXA2DOBOLSONARO DATASET LAST UPDATED: 2018-10-25 20:05:15

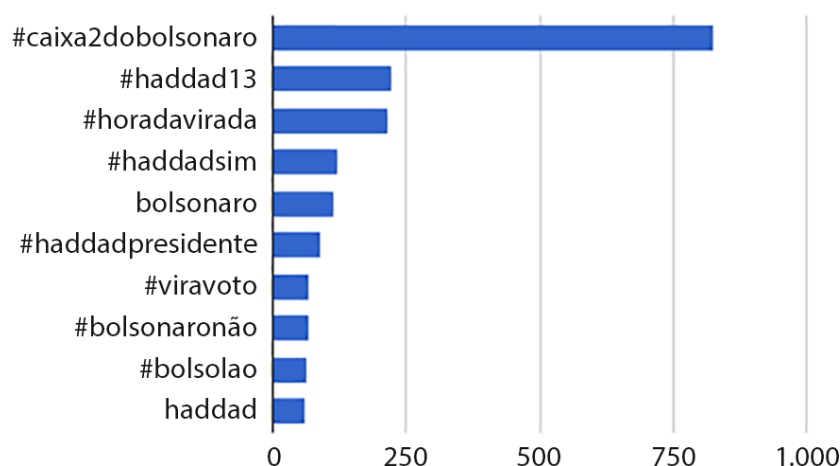
DATASET SOURCE: TWITTER TOTAL MESSAGES: 833 UNIQUE POSTERS: 526

Nesta pequena amostra, com um total de 833 mensagens, a *hashtag* #Caixa2doBolsonaro, é possível ver os usuários que estavam presentes neste diálogo com a *hashtag*. No entanto, não significa que estes usuários são autores das postagens ou mesmo que a comunicação foi uma via de duas mãos. Isto porque, ao analisar Jair Bolsonaro não foi autor de nenhuma postagem com esta *hashtag* mas, no entanto, foi muito citado nesta cadeia de *tweets*, principalmente pelo adversário Fernando Haddad. Uma forma de perceber melhor como funcionam as correntes de *tweets* mais vista é olhar a tabela abaixo e perceber que as 10 correntes mais comentadas são frutos de *re-tweets*.

|  |
|--|
| RT @Luizianne13PT: Empresários gastam até R\$ 12 milhões para impulsionar fake news pró Bolsonaro no Whatsapp. Na prática isso é caixa 2! @T...  |
| RT @Lelecoutz: O candidato honestão nem se eleger e já tá nos esquemas. Imagina esse cara governando o país . E agora @TSEjusbr ? #Caixa2do...   |
| RT @FabrციodeJesus7: #Caixa2doBolsonaro Recado aos bolsominions: Tão criminoso quanto quem paga ou desvia, é aquele que ajuda a divulgar...      |
| RT @EmersonAnomia: E nada mais precisa ser dito. Obrigado @Pontifex_pt.<br>“Ditaduras começam com notícias falsas, diz papa Francisco https:/... |

|   |
|---|
| RT @jaraujolopes: editorial do new york times: "a triste escolha do brasil".<br><a href="https://t.co/caaTnyHQH0">https://t.co/caaTnyHQH0</a> #EAgoraTSE #caixa2dobolsonaro #Bol... |
| RT @Marciolopeste: @LeitePrete @margotbisewski @Cyberdri @Odara_10<br>@AntonioSous @ElaineG16 @Antonia06658963 @GuerreiroSocia1<br>@MarcosSP1969...                                 |
| RT @ConsPatriotica: Consciência Patriótica faz Adesivação com Dança Patriótica em<br>Fortaleza Ceará! Bolsonaro é Nordeste! Vai 17!☐☐☐ #brasi...                                    |
| RT @Silvio_slf: Mostre o poder do teu voto! ☐☐ #Brasil #Eleições2018<br>#Caixa2doBolsonaro #Haddad13 #HaddadSim #SeuVotoMePõeEmRisco #nãoacei...                                    |
| RT @carmenprs: #BolsonaroNAO #Bolsolao #BolsonaroDitador #Caixa2doBolsonaro<br><a href="https://t.co/JKVIT7YAXU">https://t.co/JKVIT7YAXU</a>  |

O mesmo acontece com as *hashtags* #elesim e #elenao, no *twitter* e no *instagram* de forma muito semelhantes, como podem ser vistos nos anexos desta dissertação de mestrado. No entanto, a ferramenta Netlytic ainda permite extrair saber quais são as *hashtags* co-relacionadas, bom como a frequência das mesmas. No caso da *hashtag* #Caixa2doBolsonaro, vemos que as co-relações são, na sua maioria, contra o candidato Jair Bolsonaro:



No dia em que Jair Bolsonaro foi eleito com mais de 55% dos votos válidos, percebi que a *hashtag* #SomosAResistencia ganhou mais força nas redes sociais em que estou presente. Ao mesmo tempo que uma parte da população comemorava, outra parte estava triste e apreensiva. Se esta *hashtag* irá tomar grandes proporções, transcender a internet e fazer parte da vida das pessoas nos próximos anos, ainda é cedo para saber. O que

podemos perceber é que um # pode mobilizar o mundo em questão de horas, para o bem e para o mal.

E todo este capítulo, pré-conclusivo, vai diretamente de acordo com o que diz Rodgers (2013), o “virtual” não existe mais. Em outras palavras, a internet deixou de ser um simples campo de pesquisa para cultura online. O objeto de estudo pode muito bem nascer proveniente de um meio, deslocar suas atenções e migrar para outro como foi o caso das *hashtags*.

## 8. CONCLUSÃO

Durante o tempo em que trabalhei nesta dissertação, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) iniciou a sua pena de prisão de doze anos e um mês, indiciado por corrupção e lavagem de dinheiro. Segundo a acusação, Lula teria recebido um suborno da construtora OAS no valor de 2,2 milhões de reais, que utilizou para reformar o seu apartamento no estado de São Paulo. A defesa de Lula alega que este não é o legítimo proprietário do apartamento, mas a acusação renega esta hipótese. Este é apenas um dos sete processos judiciais em curso onde, o ex-presidente petista, foi constituído réu. Se condenado em todos eles, todas as penas em conjunto podem chegar a um somatório de cento e vinte e cinco anos de prisão efetiva. Antes da sua prisão para cumprimento da primeira pena, Lula anunciou a pré-candidatura para as eleições presidenciais brasileiras de 2018, reunindo consenso por parte do eleitorado. Como em tudo, a *internet* se polarizou sobre o ocorrendo. E, como habitual com acontecimentos impactantes, um *hashtag* foi criado: #lulalivre.

Outro acontecimento, anterior ao acima descrito, veio marcar os últimos meses na política brasileira: o assassinato da vereadora Marielle Franco (PSOL) na cidade do Rio de Janeiro, a 14 de março de 2018. Franco havia sido eleita para vereadora na eleição municipal de 2016 para a Legislatura de 2017- 2020, com a quinta maior votação no estado. Pouco antes de ser assassinada a tiro no centro do Rio de Janeiro juntamente com seu motorista Anderson Pedro Gomes, tinha sido indicada como relatora da Comissão Representativa da Câmara de Vereadores do Rio.

O objetivo da Comissão é o de acompanhar a crescente intervenção federal na segurança pública do estado e da Polícia Militar, das quais Marielle Franco era altamente crítica. Utilizando a visibilidade do seu cargo político, a vereadora denunciava constantemente os abusos policiais sobre comunidades carentes e a violação sistemática dos direitos humanos. Até ao momento a polícia do Rio de Janeiro continua analisando as imagens de segurança dos estabelecimentos perto, dos quais, Marielle e Anderson foram assassinados. Tanto no Brasil como em muitos outros países ao redor do

mundo, o impacto desta execução trouxe uma maior visibilidade da precariedade moral da política brasileira. Também, tudo o que Marielle representava enquanto “mulher, negra, mãe e cria da favela da Maré”<sup>210</sup>, ressoou nas contestações públicas nos dias que se seguiram a sua morte, dentro e fora da *internet*, sob a palavra de ordem #mariellepresente. Mas outras vozes se levantaram: nas redes sociais, o canal MBL e o deputado de centro-direita, Alberto Fraga (DEM), passaram a protagonizar uma campanha altamente difamatória contra a pessoa de Marielle e o seu trabalho. Recentemente, no início de 2019, descobriu-se que o filho do presidente Jair Bolsonaro, o agora senador eleito Flávio Bolsonaro, estaria envolvido com os supostos executores de Marielle Franco e de seu motorista, Anderson Gomes<sup>211</sup>.

Não foi pretensão desta dissertação fazer qualquer apologia ou militância política, mas o de demonstrar como as redes sociais – em especial o *YouTube* – têm ganho relevância na maneira como a informação de teor politizado tem vindo a ser disseminada e difundida, especificamente no Brasil. Estando completamente ciente de que qualquer trabalho de investigação é feito de escolhas e de que, essas mesmas escolhas, compreendem limitações e consequências que transitam para a pesquisa, centralizar o olhar em discursos de <direita> implicam que os de <esquerda> não encontrassem lugar nesta análise – a não ser enquanto contraponto. Essa seria uma das limitações a superar numa pesquisa futura, nomeadamente na representatividade e confrontação discursiva entre os dois espectros políticos. Da mesma forma, acontecimentos recentes como a prisão de Lula e a execução de Marielle, dois intervenientes da <esquerda>, não encontraram “lugar” no corpo desta dissertação por essa mesma razão: a da escolha empírica do objeto. Todavia, estes são dois momentos que marcaram, continuando a marcar, a contemporaneidade e, sem qualquer resto de dúvida, o futuro da política brasileira. Por isso que, aqui, merecem sua devida menção.

---

210 <<https://www.mariellefranco.com.br/quem-e-marielle-franco-vereadora>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

211 <[https://brasil.elpais.com/brasil/2019/01/24/opinion/1548366291\\_877712.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2019/01/24/opinion/1548366291_877712.html)> consultado a 14/11/2018.

Pouco tempo antes da confirmação de Jair Bolsonaro – e seu exército de robôs<sup>212</sup> e notícias falsas<sup>213</sup> - como presidente do Brasil, podia se dizer que seu futuro governo já era marcado por polêmicas. Seu principal economista, Paulo Guedes, era investigado por corrupção<sup>214</sup>. Um possível futuro ministro da educação já dava indícios que não haveria desejado investimento em pesquisas na área de humanas<sup>215</sup> e negociações que livraria o atual presidente, Michel Temer, da prisão envolviam 12 milhões de reais<sup>216</sup>.

Jair Bolsonaro foi eleito com 55% dos votos válidos e uma onda de direita tomou conta das ruas do Brasil<sup>217</sup>. A expressiva votação de Jair Bolsonaro ocorreu nas diversas regiões. Somente na região Nordeste, em alguns estados como Bahia, Tocantins, Pará, e alguns outros, o candidato do PT, Fernando Haddad obteve vitória. Nas demais regiões como Sudeste, Norte, Sul, Centro-Oeste a vitória ficou para Bolsonaro. Kim Kataguiri e Arthur do Val foram eleitos, respectivamente para deputados federal e estadual. Joice Hasselmann também foi eleita deputada federal com mais de um milhão de votos pelo partido de Jair Bolsonaro.

Nos dias seguintes em que as urnas confirmavam a vitória de Jair, a deputada estadual eleita pelo PSL (partido de Bolsonaro) do estado de Santa Catarina, Ana Carolina Campagnolo, oferecia seu contato telefônico para que os estudantes gravassem e enviassem vídeos de professores em sala de aula que fossem contrários a nova política do país<sup>218</sup> com base no projeto, aqui

---

212 <[https://www.revistaforum.com.br/tuites-da-folha-sobre-bolso-e-bolovo-ativam-acao-de-robos-que-saem-em-defesa-de-bolsonaro/?fbclid=IwAR1lx7DBcvPVRJJEBIxyYETgXMwY8Dv0XFtoR\\_tLurlxg-x1wXcH4nGqiEO](https://www.revistaforum.com.br/tuites-da-folha-sobre-bolso-e-bolovo-ativam-acao-de-robos-que-saem-em-defesa-de-bolsonaro/?fbclid=IwAR1lx7DBcvPVRJJEBIxyYETgXMwY8Dv0XFtoR_tLurlxg-x1wXcH4nGqiEO)>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

213 <<https://www.jn.pt/mundo/interior/noticias-falsas-convenceram-90-dos-eleitores-de-bolsonaro-10125661.html>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

214 <<https://odia.ig.com.br/eleicoes/2018/10/5582320-economista-de-bolsonaro-paulo-guedes-e-investigado-por-suspeita-de-fraude-em-fundos.html>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

215 <<http://www.esquerdadiario.com.br/Humanas-nao-podem-ter-mil-pesquisas-afirma-possivel-Ministro-da-Educacao-de-Bolsonaro>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

216 <<https://oglobo.globo.com/brasil/negociacoes-para-livrar-temer-de-denuncia-envolvem-12-bilhoes-21983281?fbclid=IwAR1fjfbx1MUXOSgHCi4PGDOnsHKkj2oM2g1WE1fl9wtrDDEr7XAww3Kiz0>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

217 <<https://temas.folha.uol.com.br/eleicoes-2018-em-graficos/resultado/onda-de-direita-toma-o-pais.shtml>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

218 <<https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/eleicoes/2018/noticia/2018/10/29/deputada-estadual-do-psl-eleita-por-sc-incipita-alunos-a-filmar-e-denunciar-professores.ghtml>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

mencionado, “Escola sem Partido”. Professores em massa protestaram contra o conservadorismo de Ana Carolina e se manifestaram, repudiando a atitude de extrema direita da deputada nas redes sociais.

Na mesma semana, uma atriz negra da pertencente a Rede Globo de Televisão, é atacada por apoiadores de Jair Bolsonaro: “*Esses negros fedidos*”<sup>219</sup> foi a frase que tomou conta dos noticiários no mesmo dia em que Jair Bolsonaro decidiu fundir os ministérios da Agricultura e do Meio Ambiente<sup>220</sup> em decisão polêmica. No dia seguinte, é aprovada no senado uma nova lei de terrorismo, fragilizando protestos no Brasil inteiro<sup>221</sup>. Fato não “reverberado” nas redes sociais, pois no dia 31 de outubro o, então juiz, Sérgio Moro, conhecido por condenar Lula sob o comando da operação Lava-Jato, aceita o convite de Jair Bolsonaro para ser ministro da Justiça<sup>222</sup>. Um fato que, segundo Timothy J. Power (diretor da *School of Global Area Studies*, da Universidade de Oxford), coloca em risco a legitimidade desta operação<sup>223</sup>.

Em apenas 9 dias, o presidente eleito acumulou “trapalhadas”<sup>224</sup> e deixou claro sua falta de preparo para o cargo por conta de suas declarações. Mas nada comparável ao que viria nos dias seguintes: Cuba decidiu deixar programa *Mais Médicos* no Brasil<sup>225</sup>. Ironicamente, uma cidade do Paraná que

---

219 <[https://www.revistaforum.com.br/atriz-da-globo-e-atacada-por-apoiador-de-bolsonaro-esses-negros-fedidos/?fbclid=IwAR3YnHeUcn7pggc47PMze741AgCjq\\_EeKl6jdejmcpYgTaf9mpq-pGyJTc](https://www.revistaforum.com.br/atriz-da-globo-e-atacada-por-apoiador-de-bolsonaro-esses-negros-fedidos/?fbclid=IwAR3YnHeUcn7pggc47PMze741AgCjq_EeKl6jdejmcpYgTaf9mpq-pGyJTc)>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

220 <<https://g1.globo.com/politica/blog/valdo-cruz/post/2018/10/30/bolsonaro-recua-e-decide-manter-fusao-dos-ministerios-da-agricultura-e-do-meio-ambiente.ghtml>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

221

<[https://brasil.elpais.com/brasil/2015/09/10/politica/1441896491\\_455735.html?id\\_externo\\_rsoc=FB\\_CC&fbclid=IwAR35khj9fmXyAsgZ\\_eikN0i4LkWEJWIRcEnL7WXkC0tyw4vTWHPX3A4L0I0](https://brasil.elpais.com/brasil/2015/09/10/politica/1441896491_455735.html?id_externo_rsoc=FB_CC&fbclid=IwAR35khj9fmXyAsgZ_eikN0i4LkWEJWIRcEnL7WXkC0tyw4vTWHPX3A4L0I0)>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

222 <<https://www.jn.pt/mundo/interior/sergio-moro-aceita-ser-ministro-da-justica-de-bolsonaro-10119273.html>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

223 <[https://www.bbc.com/portuguese/brasil-46067516?ocid=socialflow\\_facebook&fbclid=IwAR18uJRcf7taYSs1u\\_-W-1TTFajJTa0lgoHgIiQM8wTw-58Z5Fkw3p6tSNA](https://www.bbc.com/portuguese/brasil-46067516?ocid=socialflow_facebook&fbclid=IwAR18uJRcf7taYSs1u_-W-1TTFajJTa0lgoHgIiQM8wTw-58Z5Fkw3p6tSNA)>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

224 <[https://veja.abril.com.br/mundo/em-nove-dias-bolsonaro-acumula-trapalhadas-na-politica-externa/?fbclid=IwAR0zCfLtMChgJlVdW5z9-iict\\_CLmxxmOe96y7GaTh4jPmGEpTjX11pXQ88](https://veja.abril.com.br/mundo/em-nove-dias-bolsonaro-acumula-trapalhadas-na-politica-externa/?fbclid=IwAR0zCfLtMChgJlVdW5z9-iict_CLmxxmOe96y7GaTh4jPmGEpTjX11pXQ88)>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

225 <[https://g1.globo.com/mundo/noticia/2018/11/14/cuba-decide-deixar-programa-mais-medicos-no-brasil.ghtml?utm\\_source=facebook&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=g1&utm\\_content=post](https://g1.globo.com/mundo/noticia/2018/11/14/cuba-decide-deixar-programa-mais-medicos-no-brasil.ghtml?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=g1&utm_content=post)>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

deu 74% dos votos a Bolsonaro perdeu 75% de seus médicos<sup>226</sup>. Este cenário desastroso, é considerado a primeira crise<sup>227</sup> do Governo Bolsonaro, mesmo em etapa de transição. O presidente eleito, por sua vez, em resposta, disseminou mais *Fake News* sobre médicos cubanos<sup>228</sup>.

Jair Bolsonaro montou sua equipe, inicialmente apenas com homens<sup>229</sup>, com Onyx Lorenzoni<sup>230</sup> (réu confesso da operação Lava Jato<sup>231</sup>), Magno Malta<sup>232</sup> (pastor evangélico<sup>233</sup> e indiciado por suspeita de participação na Máfia dos Sanguessugas<sup>234</sup>), Julian Lemos (acusado de estelionato e três vezes alvo da Lei Maria da Penha<sup>235</sup> e posteriormente demitido pelo vice-presidente eleito<sup>236</sup>), Tereza Cristina (conhecida como “musa do veneno”<sup>237</sup>)

---

226 <<https://www.esmaelmorais.com.br/2018/11/cidade-do-parana-que-deu-74-dos-votos-a-bolsonaro-perde-75-dos-medicos/?fbclid=IwAR3fgFC5gf3WcGrtdq35f8T-8eixhBIkoUyJLJk-SoNBu5ftzOlwKRkMvqc>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

227 <[https://www.dn.pt/mundo/interior/cenario-desastroso-medicos-cubanos-provocam-primeira-criese-a-bolsonaro-10183635.html?fbclid=IwAR2ZGdSJgv3eNS9j4KJ8kDb5cm1evgLOp2Rk\\_P3uBV\\_NU4X3QG7BYHxvQA](https://www.dn.pt/mundo/interior/cenario-desastroso-medicos-cubanos-provocam-primeira-criese-a-bolsonaro-10183635.html?fbclid=IwAR2ZGdSJgv3eNS9j4KJ8kDb5cm1evgLOp2Rk_P3uBV_NU4X3QG7BYHxvQA)>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

228 <<https://catracalivre.com.br/cidadania/jair-bolsonaro-dissemina-fake-news-sobre-medicos-cubanos/?fbclid=IwAR2XaOL2CXujP3kMGflu4Gzivxzo7NVfqmnQpQyRmHzGdTLsCTIaUumGEp8>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

229 <[https://oglobo.globo.com/brasil/inaugurado-nesta-segunda-gabinete-de-transicao-de-bolsonaro-temapenas-homens-23213138?utm\\_source=Facebook&utm\\_medium=Social&utm\\_campaign=O%20Globo](https://oglobo.globo.com/brasil/inaugurado-nesta-segunda-gabinete-de-transicao-de-bolsonaro-temapenas-homens-23213138?utm_source=Facebook&utm_medium=Social&utm_campaign=O%20Globo)>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

230 <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2018/11/05/onyx-lorenzoni-e-nomeado-ministro-extraordinario-de-bolsonaro.ghtml>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

231 <<https://congressoemfoco.uol.com.br/especial/noticias/em-video-deputado-onyx-lorenzoni-admite-ter-recebido-dinheiro-de-caixa-2/>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

232 <<https://catracalivre.com.br/cidadania/bolsonaro-diz-que-magno-malta-pode-ser-ministro-da-familia/>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

233 <<https://exame.abril.com.br/brasil/de-cantor-golspel-a-vice-dos-sonhos-de-bolsonaro-quem-e-magno-malta/>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

234 <<https://www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/senador-magno-malta-e-indiciado-por-suspeita-de-participacao-na-mafia-dos-sanguessugas-agto4zo4k9rwwtk2xirjx16by/>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

235 <[https://oglobo.globo.com/brasil/integrante-da-equipe-de-bolsonaro-foi-acusado-de-estelionato-tres-vezes-alvo-da-lei-maria-da-penha-23214284?fbclid=IwAR3Tb\\_mRflgbCCgdMAIz3Zd6t7nwlz8oxegbAaqTPIHkCYbnI7iC7v6MHiE](https://oglobo.globo.com/brasil/integrante-da-equipe-de-bolsonaro-foi-acusado-de-estelionato-tres-vezes-alvo-da-lei-maria-da-penha-23214284?fbclid=IwAR3Tb_mRflgbCCgdMAIz3Zd6t7nwlz8oxegbAaqTPIHkCYbnI7iC7v6MHiE)>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

236 <<https://catracalivre.com.br/cidadania/mourao-demite-julian-lemos-na-equipe-de-transicao-de-bolsonaro/?fbclid=IwAR0q0UyfrNnNMG5W-RQvN9Hn4pZ1v5nZ1yOQgHIZXehJ7dHU2yt9DU5CnxE>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

237 <<https://www.publico.pt/2018/11/08/mundo/noticia/bolsonaro-escolhe-principal-apoiante-liberalizacao-pesticidas-ministra-agricultura-1850376>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

e Luiz Henrique Mandetta (investigado por fraude em licitação e caixa dois<sup>238</sup>), causando “fúria” nas redes sociais inclusive entre os próprios eleitores<sup>239</sup>. Um pouco contraditório para um candidato que se apoiou na luta contra a corrupção em sua campanha, mas que agora já responde por irregularidades em prestação de contas da mesma<sup>240</sup> e “possivelmente” cometerá crime de nepotismo<sup>241</sup>.

Mesmo antes de assumir, é perceptível uma mudança em todas as estruturas no Brasil. Mais ainda, no que diz respeito às liberdades de imprensa e expressão, questões trabalhistas e da educação. O congresso brasileiro proibiu jornalistas em cerimônia com o presidente eleito<sup>242</sup>, o Ministério do Trabalho deixará de existir<sup>243</sup>, o Brasil caiu para último lugar no ranking de status do professor<sup>244</sup> e a segunda maior emissora de televisão retomou o slogan da ditadura militar<sup>245</sup>.

No campo da educação, Bolsonaro defende que professores sejam filmados em sala de aula<sup>246</sup>, diz que questão do Enem sobre travestis é

---

238 <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2018/11/20/bolsonaro-anuncia-deputado-mandetta-como-futuro-ministro-da-saude.ghtml?fbclid=IwAR2KSq4aVBz8BiJRGPytOMeUo5HU4t0PjhDLUuUpC0sqj8zdz0xgeZEIdTc>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

239 <<https://twitter.com/bolsoregrets>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

240 <[https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/tecnicos-do-tse-apontam-17-indicios-de-irregularidade-em-prestacao-de-contas-de-bolsonaro.shtml?fbclid=IwAR1ztVZolreYUBdaxKI1Bg1Ua53FLdtyK0z\\_\\_DAzfj8rOUxT2yjwgo-jvNU](https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/tecnicos-do-tse-apontam-17-indicios-de-irregularidade-em-prestacao-de-contas-de-bolsonaro.shtml?fbclid=IwAR1ztVZolreYUBdaxKI1Bg1Ua53FLdtyK0z__DAzfj8rOUxT2yjwgo-jvNU)>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

241 <<https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,bolsonaro-diz-que-filho-carlos-tera-espaco-no-governo-se-assim-desejar,70002619958>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

242 <<https://catracalivre.com.br/cidadania/congresso-proibe-jornalistas-em-cerimonia-com-bolsonaro/>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

243 <[https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/11/bolsonaro-confirma-extincao-do-ministerio-do-trabalho.shtml?fbclid=IwAR0HhEakVJKygygRFckJeYE5P5PcUBCyMqbjLeicC\\_pPaU91F0WY7vfuHmZk](https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/11/bolsonaro-confirma-extincao-do-ministerio-do-trabalho.shtml?fbclid=IwAR0HhEakVJKygygRFckJeYE5P5PcUBCyMqbjLeicC_pPaU91F0WY7vfuHmZk)>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

244 <[https://g1.globo.com/educacao/noticia/2018/11/08/brasil-cai-para-ultimo-lugar-no-ranking-de-status-do-professor.ghtml?utm\\_source=facebook&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=g1&utm\\_content=post&fbclid=IwAR0e3Jrb28Q4rU-D4QnheTJ1unkQBB871hjrG4qtmEnXKT4TsOq0rsS\\_sF4](https://g1.globo.com/educacao/noticia/2018/11/08/brasil-cai-para-ultimo-lugar-no-ranking-de-status-do-professor.ghtml?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=g1&utm_content=post&fbclid=IwAR0e3Jrb28Q4rU-D4QnheTJ1unkQBB871hjrG4qtmEnXKT4TsOq0rsS_sF4)>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

245 <[https://veja.abril.com.br/entretenimento/sbt-retoma-slogan-da-ditadura-militar-em-vinheta/?fbclid=IwAR0RI-E39JDctY\\_ngetPbrdFzXY7vjqpS5PD6bLjQXez4H5CxHOHjq6B2XE](https://veja.abril.com.br/entretenimento/sbt-retoma-slogan-da-ditadura-militar-em-vinheta/?fbclid=IwAR0RI-E39JDctY_ngetPbrdFzXY7vjqpS5PD6bLjQXez4H5CxHOHjq6B2XE)>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

246 <<https://catracalivre.com.br/cidadania/bolsonaro-defende-que-professores-sejam-filmados-em-sala-de-aula/>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

'doutrinação' <sup>247</sup> e que 'Não devemos fabricar militantes' <sup>248</sup>. Nos dias seguintes, o presidente eleito disse querer conhecer a prova do Enem antes de ser aplicada <sup>249</sup>. O novo ministro da Educação, indicado por Olavo de Carvalho <sup>250</sup> (que teve ambos os canais analisados empiricamente nesta dissertação), disse que provas do Enem são entendidas como 'instrumento de ideologização' <sup>251</sup> e que golpe de 1964 deveria ser comemorado <sup>252</sup>.

Ter optado por olhar a << direita >> no Brasil através de um “mapeamento possível” de canais de *YouTube*, me obrigou a rever conteúdos teóricos de base em busca de aprofundamento sobre comunicação no meio político, além do *marketing* político brasileiro e o seu uso digital. Tentando me afastar das armadilhas ao senso-comum, fruto do “bombardeamento” de informação que atravessa os media, se pretendeu esclarecer conceitualmente as principais vertentes do termo << direita >> com enfoque nos discursos de << extrema-direita >> no Brasil. Através dos métodos digitais se trouxe, para esta pesquisa, uma metodologia algo recente e com crescente interesse/potencial metodológico e empírico nas áreas de ciências sociais e da comunicação. Para o fazer, no entanto, foi necessário compreender as próprias políticas das plataformas, bem como o funcionamento dos algoritmos para proceder a extração e posterior análise dos dados em bruto fornecidos pelas API's do *YouTube*.

---

247 <<https://catracalivre.com.br/cidadania/bolsonaro-diz-que-questao-do-enem-sobre-travestis-e-doutrinacao/>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

248 <<https://veja.abril.com.br/politica/bolsonaro-volta-a-criticar-enem-nao-devemos-fabricar-militantes/>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

249 <[https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/11/bolsonaro-desafia-criterio-tecnico-e-diz-que-vai-querer-conhecer-enem-antes.shtml?utm\\_source=facebook&utm\\_medium=social-media&utm\\_campaign=noticias&utm\\_content=geral](https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/11/bolsonaro-desafia-criterio-tecnico-e-diz-que-vai-querer-conhecer-enem-antes.shtml?utm_source=facebook&utm_medium=social-media&utm_campaign=noticias&utm_content=geral)>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

250 <[https://blogs.oglobo.globo.com/lauro-jardim/post/novo-ministro-da-educacao-foi-indicado-por-olavo-de-carvalho.html?fbclid=IwAR29TxO-7QMUsF37Um6gl7KQ2UfLXiGLWwG252WPVlv\\_GKoiWxATAwfrAr4](https://blogs.oglobo.globo.com/lauro-jardim/post/novo-ministro-da-educacao-foi-indicado-por-olavo-de-carvalho.html?fbclid=IwAR29TxO-7QMUsF37Um6gl7KQ2UfLXiGLWwG252WPVlv_GKoiWxATAwfrAr4)>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

251 <[https://g1.globo.com/educacao/noticia/2018/11/23/futuro-ministro-da-educacao-diz-que-provas-do-enem-sao-entendidas-como-instrumento-de-ideologizacao.ghtml?utm\\_source=facebook&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=g1&utm\\_content=post](https://g1.globo.com/educacao/noticia/2018/11/23/futuro-ministro-da-educacao-diz-que-provas-do-enem-sao-entendidas-como-instrumento-de-ideologizacao.ghtml?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=g1&utm_content=post)>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

252 <[https://painel.blogfolha.uol.com.br/2018/11/23/novo-ministro-da-educacao-disse-que-golpe-de-1964-deve-ser-comemorado/?fbclid=IwAR0M\\_6tABS5zUUr\\_M8ylxj1stqeSS2FpQidT7dCvMruULH-D\\_DSw36AV7TQ](https://painel.blogfolha.uol.com.br/2018/11/23/novo-ministro-da-educacao-disse-que-golpe-de-1964-deve-ser-comemorado/?fbclid=IwAR0M_6tABS5zUUr_M8ylxj1stqeSS2FpQidT7dCvMruULH-D_DSw36AV7TQ)>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

A fundamentação teórica em associação ao algoritmo da plataforma *YouTube*, mais a minha própria conta *Google* – que, analisando, trouxe um viés de “personalização” para a pesquisa e que, futuramente, talvez fosse interessante pensar analiticamente – me possibilitou obter um ponto de partida. Em esquema de “bola de neve”, mais canais me foram sendo sistematicamente sugeridos e, sem muita dificuldade neste ponto, consegui eleger uma amostra de canais que poderiam ter, ou não, interatividade entre si. Mas a grande dificuldade surgiu no sistema de sugestões do algoritmo já que, quantos mais canais consultava, outros mais me eram sugeridos. Até certo momento achei que não conseguiria limitar a amostragem, mas houve um momento em que as sugestões de canais passaram a se mostrar repetitivas. Aí dei por encerrada a amostra e iniciei a análise do universo.

Acima referi que os resultados que obtive fazem parte de um “mapeamento possível”. Isto porque, ao existir a tal “personalização” face ao algoritmo e ao próprio histórico de minha conta *Google*, certos canais com alto grau de relevância e influência não me foram sugeridos automaticamente pelo *YouTube*. Pude perceber que, a relação do algoritmo vs. minha própria relevância enquanto usuário, não me permitiu, numa primeira instância, tomar conhecimento de certos canais que surgiram depois, quando da análise dos dados. Esse foi o caso de canais como o de *Paulo Kogos*, *Devaneios Políticos*, *Anti Estado*, *O Agorista*, *Blog de Links*, *Roth Girl*, *Matias Pasqualotto*, entre outros. Ou seja, apesar destes canais me terem surgido interativos com aqueles outros que me foram sugeridos pela plataforma do *YouTube* durante a análise, provavelmente eu não lhes teria conseguido chegar unicamente com o sistema de sugestões da API.

Apesar de ter iniciado a extração de dados, seu mapeamento e visualização através das sugestões “personalizadas” do *YouTube*, os métodos digitais me permitiram superar em parte essa “problemática”. Isso porque me mostraram a existência de outros canais fora das minhas próprias redes de interação, os quais vieram confluír na análise. Mas também não penso que essa “personalização”, neste caso, seja, por si só, uma “problemática” – a encaro como um ponto de partida, fruto da curiosidade do

próprio investigador e a qual dever ser sempre encarada como a premissa inicial do trabalho científico.

Embora, nesta dissertação, a visualização e mapeamento de dados tenha constituído no seu “fechamento”, há ainda que perceber o seu potencial como ponto de partida para outras linhas de pesquisa. Falo, por exemplo, da hipótese de explorar que canais internacionais estão interagindo com os canais dos *youtubers* brasileiros mencionados na análise; ou, como referido anteriormente, de pensar a interconexão entre canais de << esquerda >> e de << direita >> no Brasil.

Ao mesmo tempo, a escolha da plataforma do *YouTube* como terreno de estudo me proporcionou utilizar as ferramentas dos métodos digitais em maior profundidade. O primeiro contato com as potencialidades dessas novas formas metodológicas aconteceu no contexto do INOVA Media Lab<sup>253</sup> e, depois, durante o ano curricular do mestrado num trabalho exploratório no *Facebook* e *Instagram* acerca do *hashtag* #prayfor<sup>254</sup>.

A versatilidade desta forma de pesquisa me fez perceber o seu potencial para entender fenômenos sociais a partir de uma perspectiva macro; ou seja, de olhar um assunto atual, torná-lo objeto e perceber como este se traduz amplamente nos meandros do ciberespaço. Da mesma forma, estas metodologias agora disponíveis, conseguem tratar o material computacional em bruto de uma forma que as metodologias “clássicas” ainda não conseguem. Isto não quer dizer que, métodos digitais e metodologias “clássicas”, não se possam complementar: de fato, os interstícios de um trabalho que possua contributos de ambas as valências poderá ser um dos caminhos a seguir. Enquanto os métodos digitais nos trazem uma visualização dos fenômenos a nível macro e coletivo, as metodologias “convencionais” possuem a complementariedade de uma perspectiva micro e individual.

---

253 <<http://inovamedialab.org/>>, consultado em 31 de Dezembro de 2018.

254 A primeira vez que a *hashtag* #PrayFor apareceu e foi usada nas redes sociais foi em março de 2011, quando um terremoto de magnitude 9.0 atingiu a Península de Tohoku, no Japão. Depois disso foi usado reiteradamente em outros momentos, como no atentado do Bataclan em Paris em 2015, etc.

Foi uma escolha optar por fazer um mapeamento “geral” da direita no *YouTube* do Brasil do que uma análise em profundidade de algum canal específico. Isto porque, compreendo que a pesquisa científica deva sempre partir do geral para o particular e um mapeamento como este ainda não tinha sido feito. A prova disso, é que este mapeamento foi feito em no momento em que “tudo se desenrolava” no período pré-eleitoral brasileiro de 2018.

Pela ótica dos grandes “nós” influenciadores da plataforma *YouTube*, descobriu-se que a comunidade que cerca o “grande guru” da direita brasileira, Olavo de Carvalho, é pequena, isolada e pouco significativa. O mesmo acontece na comunidade que cerca os canais dos deputados eleitos através do MBL e pelo canal Mamaefalei. De resto, deixo aqui nesta pesquisa um grande mapa da direita brasileira a ser explorado em profundidade pelos próximos pesquisadores.

O conhecimento prévio que adquiri sobre o *Gephi* me permitiu olhar sobre o universo que propus estudar, mas existem outros softwares abertos para a análise de dados –como o NodeXL, Cytoscape, Ucinet, Pajek – que poderiam viabilizar outras formas de entendimento. Olhando para um futuro próximo, há que contemplar esse aprendizado. Mas, mais que isso, um dos passos a seguir seria o de conceituar e colocar em prática um sistema de extração de dados, sem que este venha a depender totalmente das ferramentas disponíveis no DMI.

## BIBLIOGRAFIA

- Abreu, J. M., & Melo, D. P. (2017). Redes Sociais e Comportamento Político Violento: Uma Síntese das Ameaças aos Direitos Humanos no Brasil. *JURIS - Revista da Faculdade de Direito*, 27(2), 139–154.  
<https://doi.org/10.14295/juris.v27i2.7103>
- Afonso, A., & Té, J. (2017). Um Estudo Sobre Referenciação e a Construção da Opinião a Partir de um Corpus Textual Extraído do YouTube. *Domínios de Linguagem*, 11(2), 339–350.  
<https://doi.org/10.14393/DL29-v11n2a2017-4>
- Airoldi, M. (2015). You Might Also be Interested in: Recommender Algorithms and Social Imaginary, The Case of YouTube. *Im@go. Rivista di Studi Sociali sull'Immagine*, (6), 132–150.  
<https://doi.org/10.7413/22818138050>
- Almeida, J. A. (2012). *As Cotas Raciais no Ensino Superior Público Brasileiro: Uma Análise do Julgamento da Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental n. 186, Sob as Luzes do Ordenamento Jurídico e do Magistério Doutrinário* (Centro Universitário de Brasília). Recuperado de <https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/235/5784>
- Alves, K. (2018). Ilê Asé Internet – Candomblecistas no Ciberespaço. In *Estudando cultura e comunicação com mídias sociais*. Brasília: IBPAD.
- Alves, M. (2016). Abordagens da coleta de dados nas mídias sociais. In *Monitoramento e Pesquisa em Mídias Sociais Metodologias, aplicações e inovações*. Recuperado de [https://www.researchgate.net/profile/Tarcizio\\_Silva/publication/317644915\\_Criando\\_Personas\\_e\\_Ilustracoes/links/594616f0a6fdccb93abbc6b1](https://www.researchgate.net/profile/Tarcizio_Silva/publication/317644915_Criando_Personas_e_Ilustracoes/links/594616f0a6fdccb93abbc6b1)

/Criando-Personas-e-Ilustracoes.pdf

- Alves, M. (2018). Mapeamento das Fanpages Políticas no Facebook. In *Estudando cultura e comunicação com mídias sociais*. Brasília: IBPAD.
- Amaral, A., & Coimbra, M. (2015). Expressões de Ódio nos Sites de Redes Sociais: O Universo dos Haters no Caso# eunãomereçoserestuprada//Expressions of hatred on social networking sites: the universe of haters in the case# eunãomereçoserestuprada. *Contemporanea-Revista de Comunicação e Cultura*, 13(2), 294–310. <http://dx.doi.org/10.9771/1809-9386contemporanea.v13i2.14010>
- Amaral, I. (2016). *Redes Sociais na Internet: Sociabilidades Emergentes*. In *Pesquisas em Comunicação*. Recuperado de [https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/45388/1/Amaral\\_In\\_es\\_2017\\_redes-sociais-emergentes.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/45388/1/Amaral_In_es_2017_redes-sociais-emergentes.pdf)
- Andrade, G. I. F. (2013). A Trajetória da Extrema-Direita no Brasil: Integralismo, Neonazismo e Revisionismo Histórico (1930-2012). *Simpósio Internacional Lutas Sociais na América Latina “Revoluções nas Américas: passado, presente e futuro”*, 5, 72–86.
- Apple, M. W. (2001). Políticas de Direita e Branquidade: a Presença Ausente da Raça nas Reformas Educacionais. *Revista Brasileira de Educação*, (16), 61–67. <https://doi.org/10.1590/S1413-24782001000100007>
- Araújo, R. F., Travieso-Rodríguez, C., & Oliveira Santos, S. R. (2017). Comunicação e participação política no Facebook: análise dos comentários em páginas de parlamentares brasileiros. *Informação & Sociedade: Estudos*, 27(2).
- Arendt, H. (2006). *Eichmann em Jerusalém: Um Relato Sobre a Banalidade do Mal*. São Paulo: Companhia das Letras.

- Augoustinos, M., Walker, I., & Donaghue, N. (2014). *Social Cognition: An Integrated Introduction* (3<sup>o</sup> ed). Los Angeles: SAGE.
- Balunywa, A. (2008, setembro 21). An Analysis of Web 2.0: 'YouTube'. Recuperado 2 de março de 2019, de Masters of Media website: <https://mastersofmedia.hum.uva.nl/blog/2008/09/21/analysis-of-web-20/>
- Barbosa, R. (2013). *O Dissenso de Washington: Notas de um Observador Privilegiado Sobre as Relações Brasil-Estados Unidos* (1<sup>o</sup> ed). Rio de Janeiro: AGIR.
- Barbosa, T. H., & Martin, V. H. (2012). *Mídia e Poder Fernando Collor e a Rede Globo nas Eleições Presidenciais de 1989* (Monografia). Universidade do Vale do Paraíba, São José dos Campos.
- Bartlett, J., Birdwell, J., & Littler, M. (2012). *The new face of digital populism*. London: Demos.
- Baym, N. K. (2010). *Personal Connections in The Digital Age*. Cambridge, UK ; Malden, MA: Polity.
- Becker, M. (1999). Patriarchy and Inequality: Towards a Substantive Feminism. *U. Chi. Legal F.*, 21.
- Becker, V., Gambaro, D., & Lemos de Souza Filho, G. (2015). O Impacto das Mídias Digitais na Televisão Brasileira: Queda da Audiência e Aumento do Faturamento. *Palavra Chave*, 18(2), 341–373.
- Benkler, Y. (2000). Internet Regulation: A case Study in the Problem of Unilateralism. *European Journal of International Law*, 11(1), 171–185. <https://doi.org/10.1093/ejil/11.1.171>
- Berlet, C., & Lyons, M. N. (2000). *Right-Wing Populism in America: Too Close for Comfort*. In *Critical perspectives*. New York: Guilford Press.
- Bernstein, M. S., Monroy-Hernández, A., Harry, D., André, P., Panovich, K., &

- Vargas, G. (2011). *4chan and/b: An Analysis of Anonymity and Ephemerality in a Large Online Community*. 50–57. Recuperado de <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/view/2873>
- Bertolini, J. (2016). A Banalidade do Mal na Internet: Aplicando Arendt, Nietzsche e Hobbes para Pensar Comentários Políticos Agressivos. *Temática*, 12(8), 17–31.
- Bertonha, J. F. (2000). A Questão da “Internacional Fascista” no Mundo das Relações Internacionais: a Extrema Direita entre Solidariedade Ideológica e Rivalidade Nacionalista. *Revista Brasileira de Política Internacional*, 43(1), 99–118. <https://doi.org/10.1590/S0034-73292000000100005>
- Blondel, V. D., Guillaume, J.-L., Lambiotte, R., & Lefebvre, E. (2008). Fast Unfolding of Communities in Large Networks. *Journal of Statistical Mechanics: Theory and Experiment*, 2008(10), P10008. <https://doi.org/10.1088/1742-5468/2008/10/P10008>
- Bobbio, N., & Nogueira, M. A. (2001). *Direita e Esquerda: Razões e Significados de uma Distinção Política*. São Paulo: Editora UNESP.
- Bongrand, M. (1986). *Le marketing politique* (1. éd). In *Que sais-je?: Vol. 1698* (1. éd). Paris: Pr. Univ. de France.
- Bordenave, J. E. D. (1989). *O que é Comunicação* (12º ed). In *Coleção Primeiros passos: Vol. 67* (12º ed). São Paulo: Brasiliense.
- Bourdieu, P. (1989). *O Poder Simbólico*. Lisboa: Difel.
- Bowyer, B. T., Kahne, J. E., & Middaugh, E. (2017). Youth comprehension of political messages in YouTube videos. *New Media & Society*, 19(4), 522–541. <https://doi.org/10.1177/1461444815611593>
- Bracht, A. (2005). O nacionalismo dos skinheads brasileiros. *Sæculum*–

- Revista de História*, (12). Recuperado de <http://www.periodicos.ufpb.br/index.php/srh/article/download/11318/6432>
- Braga, S., Sampoio, R. C., Carlomagno, M. C., Vieira, F., Ester, A., & Suhurt, J. F. A. (2018). E-campanhas em tempos de redes digitais: Estudo de caso de um programa de monitoramento online das eleições municipais brasileiras de 2016. In *Estudando cultura e comunicação com mídias sociais*. Recuperado de <https://ibpad.us11.list-manage.com/subscribe/post?u=05b215cb7030f7be0f24a5c4c&id=c79394b84e>
- Brandes, U. (2001). A Faster Algorithm for Betweenness Centrality\*. *The Journal of Mathematical Sociology*, 25(2), 163–177. <https://doi.org/10.1080/0022250X.2001.9990249>
- Bresser Pereira, L. C. (1989). Ideologias Econômicas e Democracia no Brasil. *Estudos Avançados*, 3(6), 46–63. <https://doi.org/10.1590/S0103-40141989000200004>
- Brizolla, K. P., & Reichelt, V. (2017). Quanto mais curtidas melhor?: análise das práticas de marketing político nas mídias sociais em tempos de crise. *Razón y palabra*, 21(98), 24.
- Brown, A. (2018). What is so Special About Online (as Compared to Offline) Hate Speech? *Ethnicities*, 18(3), 297–326. <https://doi.org/10.1177/1468796817709846>
- Bruns, A. (2015). Making Sense of Society Through Social Media. *Social Media + Society*, 1(1), 205630511557867. <https://doi.org/10.1177/2056305115578679>
- Bucher, T. (2012). Want to be on The Top? Algorithmic Power and The Threat

- of Invisibility on Facebook. *New Media & Society*, 14(7), 1164–1180.  
<https://doi.org/10.1177/1461444812440159>
- Bucher, T. (2015). Networking, or What the Social Means in Social Media. *Social Media + Society*, 1(1).  
<https://doi.org/10.1177/2056305115578138>
- Buhr, J. R. (2014). Exemplos Atuais de Equívocos na Interpretação Bíblica e sua Principal Causa. *Revista Batista Pioneira*, 2(2), 305–322.
- Burgess, J., & Green, J. (2009a). *YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade* (1º ed). São Paulo: Aleph.
- Burgess, J., & Green, J. (2009b). *YouTube: online video and participatory culture*. In *Digital media and society series*. Cambridge ; Malden, MA: Polity.
- Burris, V., Smith, E., & Strahm, A. (2000). White Supremacist Networks on the Internet. *Sociological focus*, 33(2), 215–235.
- Calhoun, C. J. (Org.). (1994). *Social theory and the politics of identity* (1º ed). Oxford, UK ; Cambridge, MA: Blackwell.
- Camargo, A., Magnoni, A. F., & Miranda, G. V. (2018). Comunicação Política, Internet, Juventude e Participação: Proposta de Reflexão. *Comunicação: Reflexões, experiências, ensino*, 14(1), 108–119.
- Carlisle, R. P. (Org.). (2005). *Encyclopedia of Politics: the Left and the Right*. Thousand Oaks, CA: Sage Reference.
- Carvalho, A. (2012). “Democracia e Desenvolvimento” Versus “Segurança e Desenvolvimento”: As Eleições de 1974 e a Construção de uma Ação Opositora pelo MDB na Década de 1970. *Varia Historia*, 28(48), 555–572. <https://doi.org/10.1590/S0104-87752012000200005>

- Castells, M., Majer, R. V., Gerhardt, K. B., & Cardoso, F. H. (2008). *A Sociedade em Rede*. São Paulo: Paz e Terra.
- Catto, C., & Silva Filho, E. M. (2009). A Informação como Subsídio ao Processo de Comunicação. *Revista de Estudos da Comunicação*, 10(21), 11–19. <http://dx.doi.org/10.7213/rec.v10i21.18411>
- Chagas, V., Freire, F. A., Rios, D., & Magalhães, D. (2017). A Política dos Memes e os Memes da Política: Proposta Metodológica de Análise de Conteúdo de Memes dos Debates Eleitorais de 2014. *Intexto*, (38), 173–196. <https://doi.org/10.19132/1807-8583201738.173-196>
- Chao, L. (2014). Brazilians on Social Media at Fore of Free-Speech Battle - WSJ.com [The Wall Street Journal]. Recuperado 10 de abril de 2018, de archive.is website: <http://archive.is/akvCx>
- Chatzopoulou, G., Sheng, C., & Faloutsos, M. (2010). A First Step Towards Understanding Popularity in YouTube. *2010 INFOCOM IEEE Conference on Computer Communications Workshops*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/INFCOMW.2010.5466701>
- Cheng, X., Dale, C., & Liu, J. (2008). Statistics and Social Network of YouTube Videos. *2008 16th International Workshop on Quality of Service*, 229–238. <https://doi.org/10.1109/IWQOS.2008.32>
- Chouliaraki, L. (2000). Political Discourse in the News: Democratizing Responsibility or Aestheticizing Politics? *Discourse & Society*, 11(3), 293–314. <https://doi.org/10.1177/0957926500011003002>
- Cioccari, D., & Ezequiel, V. D. C. (2017). Discurso de Ódio na Tribuna da Câmara de Deputados do Brasil. *Revista de Estudos Universitários - REU*, 43(1), 209–225. <https://doi.org/10.22484/2177-5788.2017v43n1p209-225>

- Conceição Rossini, P. G., Baptista, É. A., Oliveira, V. V., & Sampaio, R. C. (2016). O Uso do Facebook nas Eleições Presidenciais Brasileiras de 2014: a Influência das Pesquisas Eleitorais nas Estratégias das Campanhas Digitais. *Fronteiras-estudos midiáticos*, 18(2), 145–157.
- Cook, T. E. (2005). *Governing With the News: The News Media as a Political Institution* (2º ed). In *Studies in communication, media, and public opinion* (2º ed). Chicago: University of Chicago Press.
- Corner, J. (2000). Mediated Persona and Political Culture: Dimensions of Structure and Process. *European Journal of Cultural Studies*, 3(3), 386–402. <https://doi.org/10.1177/136754940000300306>
- Corrêa, E. S. (2005). Comunicação Digital: Uma Questão de Estratégia e de Relacionamento com Públicos. *Organicom*, 2(3), 94–111. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2005.138900>
- Correia, J. C., Ferreira, G. B., & Espírito Santo, P. (2010). *Conceitos de Comunicação Política*. Recuperado de [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20110817-correia\\_conceitos\\_2010.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20110817-correia_conceitos_2010.pdf)
- Costa, M. R. (1992). *Os Carecas do Subúrbio: Caminhos de um Nomadismo Moderno* (Doutorado em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo). Recuperado de <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/3946>
- Covington, P., Adams, J., & Sargin, E. (2016). Deep Neural Networks for YouTube Recommendations. *Proceedings of the 10th ACM Conference on Recommender Systems - RecSys '16*, 191–198. <https://doi.org/10.1145/2959100.2959190>
- Daegon Cho, Soodong Kim, & Acquisti, A. (2012). Empirical analysis of online anonymity and user behaviors: the impact of real name policy. *2012*

- 45th Hawaii International Conference on System Sciences*, 3041–3050.  
<https://doi.org/10.1109/HICSS.2012.241>
- Dahl, R. A. (1991). *Democracy and its Critics* (12<sup>o</sup> ed). New Haven: Yale Univ. Press.
- de Jesus, C. G. N. (2006). *Anti-semitismo e Nacionalismo, Negacionismo e Memória: Revisão Editora e as Estratégias da Intolerância (1987-2003)* (1<sup>o</sup> ed). São Paulo: UNESP.
- Deslandes, S. F. (2018). O Ativismo Digital e sua Contribuição para a Descentralização Política. *Ciência & Saúde Coletiva*, 23(10), 3133–3136. <https://doi.org/10.1590/1413-812320182310.21122018>
- Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199970773.001.0001>
- Dorf, M. C. (2011). Same-Sex Marriage, Second-Class Citizenship, and Law's Social Meanings. *Virginia Law Review*, 97, 1267–1346.
- Driessen, M. D. (2010). Religion, State, and Democracy: Analyzing Two Dimensions of Church-State Arrangements. *Politics and Religion*, 3(01), 55–80. <https://doi.org/10.1017/S1755048309990435>
- Dworkin, R. (2000). *A Matter Of Principle* (9th print). Cambridge, Mass: Harvard Univ. Press.
- Easley, D., & Kleinberg, J. (2010). *Networks, Crowds, and Markets: Reasoning About a Highly Connected World*. Recuperado de <https://www.cs.cornell.edu/home/kleinber/networks-book/networks-book.pdf>
- Eatwell, R., & Wright, A. (Orgs.). (2001). *Contemporary Political Ideologies* (2<sup>o</sup> ed). London: Continuum.
- Elmasri, R., & Navathe, S. B. (2010). *Sistemas de banco de dados* (6<sup>o</sup> ed).

São Paulo: Pearson Universidades.

- Epstein, M., Orsitto, F., & Righi, A. (2017). *TOTALitarian ARTs: the visual arts, fascism(s) and mass society* (1º ed). Recuperado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=1483928>
- Faganello, M. A. (2015). Bancada da Bala: Uma Onda na Maré Conservadora. In *Direita, Volver! O Retorno da Direita e o Ciclo Político Brasileiro* (p. 145–162). Recuperado de [https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/40378491/Direita\\_volver.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1553634930&Signature=VdEkd5Yy1IpUCiFJg1VEe%2FIDrG4%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DDireitas\\_em\\_rede\\_think\\_tanks\\_de\\_direita.pdf#page=146](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/40378491/Direita_volver.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1553634930&Signature=VdEkd5Yy1IpUCiFJg1VEe%2FIDrG4%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DDireitas_em_rede_think_tanks_de_direita.pdf#page=146)
- Faganello, M. A. (2017). *O Voto na Bancada da Bala: Estudo de Geografia Eleitoral na Cidade de São Paulo (2012/2016)* (Tese de Mestrado, Universidade Estadual de Campinas). Recuperado de <http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/325563>
- Feres Júnior, J. (2017). Esquerda, Direita e o Politicamente Correto: Breve Estudo Comparado. *Revista USP*, (115), 51–66. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i115p51-66>
- Ferreira Jr, A., & Bittar, M. (2006). A Ditadura Militar e a Proletarização dos Professores. *Educação & Sociedade*, 27(97), 1159–1179.
- Fieschi, C., & Heywood, P. (2004). Trust, Cynicism and Populist Anti-Politics. *Journal of Political Ideologies*, 9(3), 289–309. <https://doi.org/10.1080/1356931042000263537>

- Figueiredo Júnior, J. R. de L. (2000). *Marketing Político e Persuasão Eleitoral*. In *Pesquisas: Vol. 17/2000*. São Paulo, SP, Brasil: Konrad-Adenauer-Stiftung.
- Formaggio, E. B. (2010). *SEO—Otimização de Sites: Aplicando Técnicas de Otimização de Sites com uma Abordagem Prática*. Rio de Janeiro: Brasport.
- França, C. E. (2010). Algumas histórias dos Grupos de Skinheads no Brasil: As Múltiplas Percepções, Representações e Resignificações das Formações Identitárias dos “Carecas do Brasil” e do Poder Branco Paulista. *Revista do Laboratório de Estudos da Violência da UNESP-Marília*, 5(5), 89–97.
- Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. A. (2011). Who are the Social Media Influencers? A Study of Public Perceptions of Personality. *Public Relations Review*, 37(1), 90–92.  
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.11.001>
- Freitas, C. M. D. S., Chubachi, O. M., Luzzardi, P. R. G., & Cava, R. A. (2001). Introdução à Visualização de Informações. *Revista de informática teórica e aplicada*, 8(2), 143–158.
- Freixo, A. (Org.). (2016). *Manifestações no Brasil: As Ruas em Disputa*. Rio de Janeiro: Oficina Raquel.
- Fruchterman, T. M. J., & Reingold, E. M. (1991). Graph Drawing by Force-Directed Placement. *Software: Practice and Experience*, 21(11), 1129–1164. <https://doi.org/10.1002/spe.4380211102>
- Garcia, A. C., Standlee, A. I., Bechkoff, J., & Yan Cui. (2009). Ethnographic Approaches to the Internet and Computer-Mediated Communication. *Journal of Contemporary Ethnography*, 38(1), 52–84.

<https://doi.org/10.1177/0891241607310839>

Garry, A., & Pearsall, M. (1996). *Women, knowledge, and reality: explorations in feminist philosophy*. Recuperado de

<http://site.ebrary.com/id/11080271>

Giddens, A. (1994). *Beyond Left and Right: The Future of Radical Politics* (1<sup>o</sup> ed). Stanford, Calif: Stanford University Press.

Gil, A. C. (1999). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. São Paulo: Atlas.

Gillespie, T. (2010). The politics of ‘platforms’. *New Media & Society*, 12(3), 347–364. <https://doi.org/10.1177/1461444809342738>

Gillespie, T. (2015). Platforms Intervene. *Social Media + Society*, 1(1), 205630511558047. <https://doi.org/10.1177/2056305115580479>

Globo.com. (2006, novembro 7). Revista “Time” elege YouTube a melhor invenção do ano. Recuperado 2 de março de 2019, de Globo.com website: <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1340903-6174-363,00.html>

Gomes Ferreira, G. (2017). Conservadorismo, Fortalecimento da Extrema-Direita e a Agenda da Diversidade Sexual e de Gênero no Brasil Contemporâneo. *Lutas Sociais*, 20(36), 166–178.

Gomes, M. B. (2006). A Imagem Pública de Lula e Eleições Presidenciais Brasileiras (1989/2002). *Trabalho apresentado no I Congresso da Compol (Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação e Política), Salvador, UFBA*, 1–28. Recuperado de <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/31010942/bocbolshaw-lula.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1553632555&Signature=zg%2BY2YUhmk1JjzHWdzMvZuS63Hs%3D&res>

ponse-content-

disposition=inline%3B%20filename%3DA\_imagem\_publica\_de\_Lula\_e  
\_eleicoes\_pres.pdf

Gomes, N. D. (2018). A Publicidade Eleitoral na Construção do Referencial Simbólico Político Partidário do Eleitor Brasileiro. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 5(17), 161–177.

Gomes, W. (2004). *Transformações da Política na Era da Comunicação de Massa* (1º ed). In *Comunicação* (1º ed). São Paulo, Brasil: Paulus.

Gonçalves, L. P., Neto, O. C., & Andrade, G. I. F. (2017). Neonazismo e Transição Democrática: A Experiência Brasileira. *Anuario IEHS: Instituto de Estudios histórico sociales*, 32(2), 221–240.

Goodrow, C. (2014). *YouTube's Secret Algorithm - Computerphile*.

Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=BsCeNCVbd8&feature=youtu.be>

Gosciola, V. (2012). Narrativa transmídia: conceituação e origens. In C. Campalans, D. Renó, & V. Gosciola, *Narrativas Transmedia: Entre teorías y prácticas* (p. 7–14). Rosario: Editorial Universidad del Rosario.

Graff, A. (2010). Looking at Pictures of Gay Men: Political Uses of Homophobia in Contemporary Poland. *Public Culture*, 22(3), 583–603.  
<https://doi.org/10.1215/08992363-2010-010>

Grimmelmann, J. (2007). The Structure of Search Engine Law. *Iowa L. Rev.*, 93, 1.

Grossman, L. (2006, novembro 5). The People's Network. *Time*. Recuperado de <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,1555124,00.html>

Hamburger, Y. ., & Ben-Artzi, E. (2000). The Relationship Between

- Extraversion and Neuroticism and The Different Uses of the Internet. *Computers in Human Behavior*, 16(4), 441–449.  
[https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(00\)00017-0](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(00)00017-0)
- Hamrud, A. (2014). *Patriotism and Patriarchy: The Impact of Nationalism on Gender Equality* (1º ed). Recuperado de <https://kvinнатillkvinna.se/wp-content/uploads/2017/10/kvinna-till-kvinna-patriotism-and-patriarchy-2014.pdf>
- Hasselmann, J. (2016). *Sérgio Moro—A História do Homem porTrás da Operação que Mudou o Brasil* (1º ed, Vol. 1). São Paulo: Universo dos Livros Editora.
- Healey, D. (2001). *Homosexual Desire in Revolutionary Russia: The Regulation of Sexual and Gender Dissent*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hine, C. (Org.). (2005). *Virtual Methods: Issues in Social Research on the Internet*. Oxford ; New York: Berg.
- Hobsbawm, E. J. (2008). *A Revolução Francesa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Hoffman, D. L., & Fodor, M. (2010). Can You Measure the ROI of Your Social Media Marketing? *MIT Sloan Management Review; Cambridge*, 52(1), 41–49. (ProQuest Central).
- Jacomy, M., Venturini, T., Heymann, S., & Bastian, M. (2014). ForceAtlas2, a Continuous Graph Layout Algorithm for Handy Network Visualization Designed for the Gephi Software. *PLoS ONE*, 9(6), e98679.  
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0098679>
- Jensen, K. B. (2015). What's Social About Social Media? *Social Media + Society*, 1(1), 205630511557887.  
<https://doi.org/10.1177/2056305115578874>

- Jourard, S. M., & Lasakow, P. (1958). Some Factors in Self-Disclosure. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 56(1), 91.
- Kang, R., Brown, S., & Kiesler, S. (2013). Why do People Seek Anonymity on The Internet?: Informing Policy and Design. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI '13*, 2657. <https://doi.org/10.1145/2470654.2481368>
- Kenski, K., Hardy, B. W., & Jamieson, K. H. (2010). *The Obama Victory: How Media, Money, and Message Shaped the 2008 Election*. Oxford ; New York: Oxford University Press.
- Kinzo, M. D. G. (1988). *Oposição e Autoritarismo: Gênese e Trajetória do MDB (1966-1979)*. In *História eleitoral do Brasil*. São Paulo, SP, Brasil: IDESP : Vértice.
- Kloppenber, J. T. (1987). The Virtues of Liberalism: Christianity, Republicanism, and Ethics in Early American Political Discourse. *The Journal of American History*, 74(1), 9. <https://doi.org/10.2307/1908503>
- Krause, J., James, R., & Croft, D. P. (2010). Personality in the Context of Social Networks. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 365(1560), 4099–4106. <https://doi.org/10.1098/rstb.2010.0216>
- Krieger, A. (2016). *Campaigning on YouTube: Messaging and Online Communication in the 2016 Presidential Nomination Process* (Colby College). Recuperado de <https://digitalcommons.colby.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1820&context=honorstheses>
- Leadbeater, C. (2004). *Personalisation through participation: a new script for public services*. London: Demos.

- Lee, Y.-C. (2006). Internet and Anonymity. *Society*, 43(4), 5–7.
- Lees-Marshment, J. (2009). *Political Marketing: Principles and Applications*. London ; New York: Routledge.
- Lobo, M., & Contreiras, P. (2017). Presidenciais 2016: A Personalização das Campanhas, o Debate das Ideias e o (não) Papel dos Partidos Políticos no Discurso Jornalístico. *CECS-Publicações/eBooks*, 91–119.
- Löwy, M. (2015). Conservadorismo e extrema-direita na Europa e no Brasil. *Serviço Social & Sociedade*, (124), 652–664.  
<https://doi.org/10.1590/0101-6628.044>
- Maarek, P. J. (2008). Political Marketing. In W. Donsbach (Org.), *The International Encyclopedia of Communication*.  
<https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecp062>
- Manhanelli, C. A. (2011). *Jingles Eleitorais e Marketing Político: Uma Dupla do Barulho* (1º ed). São Paulo, SP: Summus Editorial.
- Manovich, L. (2002). *The Language of New Media* (1st MIT Press pbk. ed). In *Leonardo* (1st MIT Press pbk. ed). Cambridge, Mass: MIT Press.
- Marshall, P. D., & Henderson, N. (2016). Political Persona 2016-An Introduction. *Persona Studies*, 2(2), 1–18.
- Marx, K. (1978). *The Eighteenth Brumaire of Louis Bonaparte* (Vol. 11). Beijing: Foreign Languages Press Peking.
- Mathieu Bastian, Sebastien Heymann, & Mathieu Jacomy. (2009). Gephi: An Open Source Software for Exploring and Manipulating Networks. *International AAAI Conference on Web and Social Media; Third International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, 361–362.
- McLean, I., & McMillan, A. (Orgs.). (2009). *The concise Oxford dictionary of politics* (3º ed). In (3º ed). Oxford ; New York: Oxford University Press.

- Meili, A. M. (2011). O audiovisual na era YouTube: pro-amadores e o mercado. *Sessões do Imaginário*, 16(25), 50–59.
- Mello, G. A. (1994). *Muito Além do Cidadão Kane* (1º ed). São Paulo, Brazil: Scritta.
- Merkel, W. (2014). Is There a Crisis of Democracy? *Democratic Theory*, 1(2), 11–25. <https://doi.org/10.3167/dt.2014.010202>
- Mezarobba, G. (2010). Entre Reparações, Meias Verdades e Impunidade: O Difícil Rompimento com o Legado da Ditadura no Brasil. *SUR - revista internacional de direitos humanos*, 7(13), 7–26.
- Middaugh, E., Bowyer, B., & Kahne, J. (2017). U Suk! Participatory Media and Youth Experiences With Political Discourse. *Youth & Society*, 49(7), 902–922. <https://doi.org/10.1177/0044118X16655246>
- Miguel, L. F. (2002). Os Meios de Comunicação e a Prática Política. *Lua Nova: Revista de Cultura e Política*, (55–56), 155–184. <https://doi.org/10.1590/S0102-64452002000100007>
- Miller, D. (2010). An Extreme Reading of Facebook. *Polity*, 2.
- Miller, D., & Slater, D. (2000). *The Internet: An Ethnographic Approach*. Oxford ; New York: Berg.
- Miranda, C. M., Rodrigues, P. C., & Carvalho, R. C. (2018). Comunicação, Política e Gênero: Análise do Enquadramento Jornalístico do Discurso da Primeira Vice-Governadora do Estado do Tocantins. *Revista Observatório*, 4(6), 411–441. <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n6p411>
- Miranda, D. (2017). Ativismo Digital e Novos Sujeitos dos Discursos: A Narrativa do Movimento “Ocupa Escola” no Facebook. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, 4(2), 265–279.

- Mole, R. (2011). Nationality and Sexuality: Homophobic Discourse and the 'National Threat' in Contemporary Latvia: Nationality and Sexuality. *Nations and Nationalism*, 17(3), 540–560.  
<https://doi.org/10.1111/j.1469-8129.2010.00476.x>
- Morais, A. R. A. (2017). Reflexões Sobre a Intolerância Política. *Revista FACISA ON-LINE*, 6(2), 69–75.
- Müller, E. (2009). *Where Quality Matters: Discourses on the Art of Video Making for YouTube*. 126–139.
- Murthy, D. (2008). Digital Ethnography: An Examination of the Use of New Technologies for Social Research. *Sociology*, 42(5), 837–855.  
<https://doi.org/10.1177/0038038508094565>
- Nascimento, D. A., & Neves, I. B. de S. (2017). Contradições do Discurso Político Entre a Liberdade de Expressão e o Ódio. *Profanações*, 4(1), 94. <https://doi.org/10.24302/prof.v4i1.1465>
- Nelsen, B. F., Guth, J. L., & Highsmith, B. (2011). Does Religion Still Matter? Religion and Public Attitudes toward Integration in Europe. *Politics and Religion*, 4(01), 1–26. <https://doi.org/10.1017/S1755048310000507>
- Neto, A. L. G. (2017). O Uso Político da Religião e o Uso Religioso da Política: Como a Defesa de Pautas Morais Indica Uma Compreensão de Gênero. *Interações*, 12(22), 323–342.
- Nobre, H. H. M., & Nobre, G. F. (2013). Comunicação Pública e Comunicação Política: Por Uma Interação Entre Cidadania e Democracia. *Organicom*, 10(19), 15. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2013.139188>
- Ochs, E., & Capps, L. (2009). *Living narrative: Creating lives in everyday storytelling*. Cambridge, Massachusetts, EUA: Harvard University

Press.

- Oliveira, G., & Turolla, F. (2003). Política Econômica do Segundo Governo FHC: Mudança em Condições Adversas. *Tempo Social*, 15(2), 195–217. <https://doi.org/10.1590/S0103-20702003000200008>
- Özarslan, Z. (2014). Introducing Two New Terms into the Literature of Hate Speech: “Hate Discourse” and “Hate Speech Act” Application of “speech act theory” into hate speech studies in the era of Web 2.0. *İLETİ-ŞİM*, (20), 53–75.
- Page, L., Brin, S., Motwani, R., & Winograd, T. (1999). *The PageRank Citation Ranking: Bringing Order to the Web*. Recuperado de Stanford InfoLab website: <http://ilpubs.stanford.edu:8090/422/1/1999-66.pdf>
- Papastathis, K. (2015). Religious Discourse and Radical Right Politics in Contemporary Greece, 2010–2014. *Politics, Religion & Ideology*, 16(2–3), 218–247. <https://doi.org/10.1080/21567689.2015.1077705>
- Patra, S. K. (2015). Online Participation and Self-presentation in Social Networking Sites: A Study of Selective Users of India. *Journal of Creative Communications*, 10(1), 89–104. <https://doi.org/10.1177/0973258615569968>
- Penner, T. A., & Mungiolli, M. C. P. (2017). Youtube: Conteúdos Sob Demanda e Negócios na Lógica da Gratuidade. *Revista GEMInIS*, 8(1), 87–104.
- Pettersson, K. (2017). Ideological Dilemmas of Female Populist Radical Right Politicians. *European Journal of Women’s Studies*, 24(1), 7–22. <https://doi.org/10.1177/1350506815617978>
- Pierucci, A. F. (1987). As Bases da Nova Direita. *Novos Estudos Cebrap*, 19, 26–45.
- Postelnicescu, C. (2016). Europe’s New Identity: The Refugee Crisis and the

- Rise of Nationalism. *Europe's Journal of Psychology*, 12(2), 203–209.  
<https://doi.org/10.5964/ejop.v12i2.1191>
- Prandi, R., & Santos, R. W. dos. (2017). Quem Tem Medo da Bancada Evangélica? Posições Sobre Moralidade e Política no Eleitorado Brasileiro, no Congresso Nacional e na Frente Parlamentar Evangélica. *Tempo Social*, 29(2), 187. <https://doi.org/10.11606/0103-2070.ts.2017.110052>
- Recuero, R. (2017). *Introdução à Análise de Redes Sociais Online* (1º ed). Recuperado de <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/24759>
- Reis, R. V. C. (2017). Marcha por Deus e pela Liberdade em Sergipe (1964): Cultura Política, Conservadorismo Social e Musealização. *Anais do Seminário Nacional de Sociologia da UFS*, 1, 1136–1147.
- Reiss, R. W. (1974). Integralismo (o fascismo brasileiro na década de 30). *Revista de Administração de Empresas*, 14(6), 124–126.  
<https://doi.org/10.1590/S0034-75901974000600010>
- Reiter, B. (2012). Framing Non-Whites and Producing Second-Class Citizens in France and Portugal. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 38(7), 1067–1084. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2012.681449>
- Renó, D. (2007). YouTube, El Mediador De La Cultura Popular En El Ciberespacio. *Revista Latina de comunicación social*, 10(62), 1–5.
- Rieder, Bernard. (2012). What is in PageRank? A Historical and Conceptual Investigation of a Recursive Status Index. : Computational Culture. Recuperado 8 de fevereiro de 2018, de [http://computationalculture.net/what\\_is\\_in\\_pagerank/](http://computationalculture.net/what_is_in_pagerank/)
- Rieder, Bernhard, Abdulla, R., Poell, T., Woltering, R., & Zack, L. (2015). Data Critique and Analytical Opportunities for Very Large Facebook Pages:

Lessons Learned from Exploring “We are all Khaled Said”. *Big Data & Society*, 2(2), 205395171561498.

<https://doi.org/10.1177/2053951715614980>

Rieder, Bernhard, Matamoros-Fernández, A., & Coromina, Ò. (2018). From Ranking Algorithms to ‘Ranking Cultures’: Investigating the Modulation of Visibility in YouTube Search Results. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24(1), 50–68.

<https://doi.org/10.1177/1354856517736982>

Rill, L. A., & Cardiel, C. L. B. (2013). Funny, Ha-Ha: The Impact of User-Generated Political Satire on Political Attitudes. *American Behavioral Scientist*, 57(12), 1738–1756.

<https://doi.org/10.1177/0002764213489016>

Robin, C. (2004). *Fear: The history of a political idea* (1<sup>o</sup> ed). Oxfor: Oxford University Press.

Rocha, A., & Luce, F. B. (2006). Relacionamentos Entre Compradores e Vendedores: Origens e Perspectivas no Marketing de Relacionamento. *Revista de Administração de Empresas*, 46(3), 87–93.

Rocha, E. D., & Severo, C. (2017). Assessoria de Imprensa Política e o Agendamento. *Revista Destaques Acadêmicos*, 9(2), 7–19.

<https://doi.org/10.22410/issn.2176-3070.v9i2a2017.1032>

Rodrigues, J. V. (2018). A Pesquisa Etnográfica e a Gramática dos Sentimentos: Introdução à Antropologia das Emoções através das Mídias Sociais. In *Estudando Cultura e Comunicação com Mídias Sociais*. Recuperado de

[https://www.researchgate.net/profile/Tarcizio\\_Silva/publication/327335155\\_Estudando\\_Cultura\\_e\\_Comunicacao\\_com\\_Midias\\_Sociais/links/5b](https://www.researchgate.net/profile/Tarcizio_Silva/publication/327335155_Estudando_Cultura_e_Comunicacao_com_Midias_Sociais/links/5b)

88a20fa6fdcc5f8b733514/Estudando-Cultura-e-Comunicacao-com-Midias-Sociais.pdf?origin=publication\_detail

- Roesler, C. (2008). The Self in Cyberspace: Identity Formation in Postmodern Societies and Jung's Self as an Objective Psyche. *Journal of Analytical Psychology*, 53(3), 421–436. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5922.2008.00735.x>
- Rogers, R. (2010). Internet Research: The Question of Method—A Keynote Address from the YouTube and the 2008 Election Cycle in the United States Conference. *Journal of Information Technology & Politics*, 7(2–3), 241–260. <https://doi.org/10.1080/19331681003753438>
- Rogers, R. (2013a). *Digital Methods*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Rogers, R. (2013b). Mapping Public Web Space with the Issuecrawler. In B. Reber & C. Brossaud (Orgs.), *Digital Cognitive Technologies* (p. 89–99). <https://doi.org/10.1002/9781118599761.ch6>
- Rohlinger, D. A., Bunnage, L. A., & Klein, J. (2014). Virtual Power Plays: Social Movements, Internet Communication Technology, and Political Parties. In *The internet and democracy in global perspective* (p. 83–109). Springer.
- Rothbard, M. N. (2006). *Power & market: government and the economy*. Auburn, Ala.: Ludwig von Mises Institute.
- Salbu, S. R. (1997). Who Should Govern the Internet: Monitoring and Supporting a New Frontier. *Harv. JL & Tech.*, 11, 429.
- Salmond, R. (2012). MeTube: Political Advertising, Election Campaigns, and YouTube. *Issues in Technology Innovation*, 16, 1–10.
- Severo, E. C., Da Silva, N. R., Dos Santos, C. B., Tremea, A. F. W., Gobo, R.

- M., & Dos Santos, E. M. P. (2017). Ditadura Militar no Brasil: Um Duro Golpe na Democracia. *Mostra Interativa da Produção Estudantil em Educação Científica e Tecnológica*, 3(3). Recuperado de <https://publicacoeseventos.unijui.edu.br/index.php/moeducitec/article/view/7463>
- Silva, L. C., Lourdes Soares, M., & Monteiro, A. C. (2018). Jornalismo e as Políticas de Comunicação no Governo Dilma Rousseff (2011-2014). *ÂNCORA-Revista Latino-americana de Jornalismo*, 5(2), 145–171.
- Silva, P. D. (2014). As Remisturas Satíricas no YouTube: Criatividade e Subversão nas Lutas de Poder Simbólico e Cultural. *Estudos em Comunicação*, 15, 41–60.
- Silva Souza, E. G., Almeida, T. N. V., & Oliveira, S. Q. (2017). Marketing Político e Eleitoral no Agreste do RN: Uma Análise Sobre as Estratégias de Campanha em 2016. *Métodos e Pesquisa em Administração*, 2(1), 64–75.
- Silva, T., & Barreto, P. (2018). Modelos de Personalidade em Mídias Sociais: Oportunidades e Desafio para o Marketing. In *Estudando cultura e comunicação com mídias sociais*. Brasília: IBPAD.
- Silva, T. M. (2002). *Pais de Abril, Filhos de Novembro: Memória do 25 de Abril*. Lisboa: Dinossauro.
- Silva, T., & Stabile, M. (2016). Monitoramento e Pesquisa em Mídias Sociais— Metodologias, aplicações e inovações. In *Análise de redes em Mídias Sociais*. São Paulo: Uva Limão (p. 237–260). Brasília: IBPAD.
- Silva, T., & Statibile, M. (2016). Análise de Redes em Mídias Sociais. In *Monitoramento e Pesquisa em Mídias Sociais Metodologias, aplicações e inovações*. Recuperado de

[https://www.researchgate.net/profile/Tarcizio\\_Silva/publication/317644915\\_Criando\\_Personas\\_e\\_Ilustracoes/links/594616f0a6fdccb93abbc6b1/Criando-Personas-e-Ilustracoes.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Tarcizio_Silva/publication/317644915_Criando_Personas_e_Ilustracoes/links/594616f0a6fdccb93abbc6b1/Criando-Personas-e-Ilustracoes.pdf)

Snickars, P., & Vonderau, P. (Orgs.). (2009). *The YouTube reader*. Stockholm: National Library of Sweden.

Stavrakakis, Y., Katsambekis, G., Nikisianis, N., Kioupiolis, A., & Siomos, T. (2017). Extreme right-wing populism in Europe: revisiting a reified association. *Critical Discourse Studies*, 1–20.  
<https://doi.org/10.1080/17405904.2017.1309325>

Stier, S., Bleier, A., Lietz, H., & Strohmaier, M. (2018). Election Campaigning on Social Media: Politicians, Audiences, and the Mediation of Political Communication on Facebook and Twitter. *Political Communication*, 35(1), 50–74. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1334728>

Swain, C. M. (2002). *The New White Nationalism in America: Its Challenge to Integration*. Cambridge, UK ; New York: Cambridge University Press.

Tarjan, R. (1972). Depth-First Search and Linear Graph Algorithms. *SIAM Journal on Computing*, 1(2), 146–160. <https://doi.org/10.1137/0201010>

Triandafyllidou, A. (2000). The political discourse on immigration in southern Europe: a critical analysis. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 10(5), 373–389. [https://doi.org/10.1002/1099-1298\(200009/10\)10:5<373::AID-CASP595>3.0.CO;2-R](https://doi.org/10.1002/1099-1298(200009/10)10:5<373::AID-CASP595>3.0.CO;2-R)

Urca Filmes. (2010). *Arquitetos do Poder*. Recuperado de <https://archive.org/details/Arquitetos.Poder>

Van Bouwel, J. (2009). *The social sciences and democracy*. Recuperado de <http://public.ebib.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=578858>

Van Dijk, T. A. (1997). Political Discourse and Racism: Describing Others in

- Western Parliaments. *The language and politics of exclusion: Others in discourse*, 2, 31–64.
- Vincent, A. (1995). *Modern Political Ideologies* (2<sup>o</sup> ed). Oxford, UK ; Cambridge, Mass., USA: Blackwell.
- Vitorino, M. (2014). *Interesse em candidatos*. Recuperado de [www.presencaonline.com](http://www.presencaonline.com)
- Watson, G. (1973). *The English Ideology: Studies in the Language of Victorian Politics*. London: Allen Lane.
- Weiser, P. J. (2009). The Future of Internet regulation. *UC Davis L. Rev.*, 43, 529.
- White, W. M., & Horowitz, S. (2017). *Altaba Inc Patent N° US20100114788A1*.
- Wilson, S. M., & Peterson, L. C. (2002). The Anthropology of Online Communities. *Annual Review of Anthropology*, 31(1), 449–467. <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.31.040402.085436>
- Wimmer, A. (1997). Explaining Xenophobia and Racism: A critical Review of Current Research Approaches. *Ethnic and Racial Studies*, 20(1), 17–41. <https://doi.org/10.1080/01419870.1997.9993946>
- Wolf, C. T. (2016). DIY Videos on YouTube: Identity and Possibility in the Age of Algorithms. *First Monday*, 21(6). <https://doi.org/10.5210/fm.v21i6.6787>
- Woshinsky, O. H. (2008). *Explaining Politics: Culture, Institutions, and Political Behavior* (1<sup>o</sup> ed). New York: Routledge.
- Wright, J. (2017). 5 Ways We're Toughening our Approach to Protect Families on YouTube and YouTube Kids [YouTube]. Recuperado 9 de março de 2018, de Official YouTube Blog website: <https://youtube.googleblog.com/2017/11/5-ways-were-toughening-our->

approach-to.html

YouTube. (2017a). Descrição Geral da Plataforma. Recuperado de Youtube

Creators website:

<https://creatoracademy.youtube.com/page/lesson/overview-ecosystem?cid=platform&hl=pt-PT#strategies-zippy-link-2>

YouTube. (2017b). Trending on YouTube. Recuperado 29 de dezembro de

2017, de Trending on YouTube website: Trending on YouTube

Zanini, D. (2016). Etnografia em Mídias Sociais. In *Monitoramento e Pesquisa em Mídias Sociais Metodologias, aplicações e inovações* (1º ed).

Brasília: IBPAD.

## ANEXOS

## Anexo 1 – Video List

| Nome do Canal  | nº inscritos | Id                       | nº Views   | Vídeos mais vistos  | # Views Vídeos |
|--|--------------|--------------------------|------------|---|----------------|
| Canal do Otário  | 694.597      | c_08jhZG1YSX3nxMVGQcc5w  | 74.968.238 | GOL 1.0 - Volkswagen @CanalDoOtario   | 2814403        |
|  |              |                          |            | Big Merda - Mc Donald's @CanalDoOtario  | 1247891        |
|  |              |                          |            | Loterias da Caixa @CanalDoOtario  | 1133503        |
|  |              |                          |            | Merdalife, MMN (99,9%) e Pirâmides @CanalDoOtario   | 1059808        |
|  |              |                          |            | Impostos Malditos @CanalDoOtario  | 932208         |
|  |              |                          |            | TIM @CanalDoOtario  | 920074         |
|  |              |                          |            | Canal do Otário @CanalDoOtario  | 789992         |
|  |              |                          |            | Urna Eletrônica Brasileira #Lixo @CanalDoOtario   | 720872         |
|  |              |                          |            | Nando Moura mentiroso #NandoMouraMentiroso  | 708864         |
|  |              |                          |            | Banco do Brasil - BOMPRATODOS @CanalDoOtario  | 686131         |
|  |              |                          |            | CAOS na Venezuela - Canal Nostalgia ERROU!  | 457510         |
| Idéias Radicais  | 355.809      | C-NwgrkLPYmZM-xoLR2GK-Q  | 54.354.900 | Vamos falar do Bolsonaro  | 454391         |
|  |              |                          |            | Por que o Brasil parou? Quem é o culpado? Como reverter a crise?                                    | 423061         |
|  |              |                          |            | Esquerda e Direita: O que significa?  | 404206         |
|  |              |                          |            | O que é Fascismo?   | 398814         |
|  |              |                          |            | Respondendo Nando Moura em 10 minutos   | 357130         |
|  |              |                          |            | Bolsonaro 2018  | 326729         |
|  |              |                          |            | Por que o Socialismo é Impossível?  | 318147         |
|  |              |                          |            | Nando Moura respondido. Sim, de novo.   | 269959         |
|  |              |                          |            | Você é um Libertário?   | 269150         |
|  |              |                          |            | OS BASTIDORES DO CASO SÉRGIO MACHADO, TEMER E ALVES   | 634805         |
|  |              |                          |            | REINALDO, EM CHOQUE, DESCOBRE QUE NÃO É DEUS  | 586862         |
| Joice Hasselman  | 499.868      | CgV9J6FuOXaJnp-UuNRyda   | 08.180.136 | GRAVÍSSIMO: NOVO GOLPE DE LULA PARA FUGIR DA CADEIA   | 558579         |
|  |              |                          |            | DILMA ENLOUQUECEU DE VEZ!!!   | 464505         |
|  |              |                          |            | FIM DA AUDIÊNCIA. LULA SE ACOVARDOU!  | 463112         |
|  |              |                          |            | MARCELO ODEBRECHT IMPLODE TUDO. DILMA É LULA NA CADEIA!!!   | 427701         |
|  |              |                          |            | URGENTE: BÂNDIDOS AMEAÇAM A MIM E A MINHA FAMÍLIA   | 403044         |
|  |              |                          |            | BOCELLI, FERNANDES E ANITTA? EU VII BRASIL MERECE MAIS!! #VERGONHA                                  | 370538         |
|  |              |                          |            | QUEM ERA E QUEM É A VEJA AGORA  | 370090         |
|  |              |                          |            | A CANALHICE DOS DISCURSOS DE DILMA E LULA   | 368317         |
|  |              |                          |            | Nando Moura escutava Felipe Neto e Kéfera   | 311191         |
|  |              |                          |            | Felipe Neto finalmente cita Nando Moura   | 257429         |
|  |              |                          |            | Aruan Felix cortando a placa do Youtube (Copiou do What's Inside)                                   | 250466         |
| LiloVlog   | 111.238      | C9sV0ieuvY2_K4LucZf4yow  | 8.685.979  | Jair Bolsonaro não ganhará as eleições de 2018?   | 196176         |
|  |              |                          |            | Nando Moura e o Malakoi   | 194988         |
|  |              |                          |            | Por que os artistas são de esquerda?  | 183988         |
|  |              |                          |            | Jair Bolsonaro seria um bom presidente?   | 172131         |
|  |              |                          |            | Especial 100k - Entrevista com Nando Moura  | 170423         |
|  |              |                          |            | O caso da Marina Joyce  | 138759         |
|  |              |                          |            | Nando Moura x Canal do Otário   | 137230         |
|  |              |                          |            | Ocupação Escola Londrina / PR - Conselho Tutelar  | 1786600        |
|  |              |                          |            | Ocupação de Escola - PARTE 2 DENTRO DA ESCOLA   | 1600046        |
|  |              |                          |            | 15 minutinhos com Jair Bolsonaro  | 1333746        |
|  |              |                          |            | Jean Wyllys responde Mamae falei  | 1233891        |
| Mamãe Falei  | 816.670      | UCkSjy-IOEj-eMtarZiUuH1Q | 66.896.270 | Fusão na Câmara dos Vereadores - Juliana Cardoso (PT) agride Fernando Holiday (MBL)                 | 1217526        |
|  |              |                          |            | Eduardo Bolsonaro - Parte 1 - MAMAEFALEI  | 1104820        |
|  |              |                          |            | UFRGS - Parte 2 - Economia  | 1073135        |
|  |              |                          |            | MTST - Acampamento Paulista   | 1008521        |
|  |              |                          |            | Questionando Militância - Dia do Trabalho 1º de Maio  | 985793         |
|  |              |                          |            | Contra censura do MBL a exposição Queermuseu - Santander - Porto Alegre                             | 876799         |
|  |              |                          |            | Nando Moura, aceite o seu desafio, para debatermos com o Felipe Castanhari e seu prof. de História! | 357365         |
|  |              |                          |            | Aos seguidores de Jair Bolsonaro!!!   | 339703         |
|  |              |                          |            | Donald Trump ELEITO! E agora?   | 178347         |
|  |              |                          |            | SOCIALISMO OU CAPITALISMO - palavras de um professor de história...                                 | 157897         |
|  |              |                          |            | O Poder do Silêncio...  | 154367         |
| Maro filósofo  | 183.930      | KSFUKYtc3wGCSOoBbNUHA    | 13.599.696 | NA LUZ DA VERDADE - Abdruschin - Recomendação de Leitura (Indispensável!!!)                         | 153060         |
|  |              |                          |            | Marco Feliciano X Felipe FETO... (atirando pedras aos porcos)...                                    | 142965         |
|  |              |                          |            | Mix Reynold e a Síndrome do SUCESSO...  | 136446         |
|  |              |                          |            | Jair Bolsonaro pisou na Bola???   | 132939         |
|  |              |                          |            | Mulher cagando e mijando na foto do Jair Bolsonaro...   | 130494         |
|  |              |                          |            | Dona Regina cala globais DENTRO DA GLOBO  | 614570         |
|  |              |                          |            | Kim destrói professor prepotente e defensor de doutrinação  | 380453         |
|  |              |                          |            | Mamãe Falei rebate curador de mostra pornográfica do Santander                                      | 339657         |
|  |              |                          |            | Kim Katagurii desmascara Caetano Veloso, Globo e seus artistas arrogantes                           | 300225         |
|  |              |                          |            | Lula ataca Doria e toma invertida.  | 288586         |
|  |              |                          |            | Teste do Sofá ep. 15   Pirula   | 288428         |
| MBL  | 162.992      | QAdpiEWAQg3AOCCFDCOYw    | 17.642.894 | Kim Katagurii rebate vídeo mentiroso sobre a previdência narrado por Wagner Moura                   | 261452         |
|  |              |                          |            | Teste do Sofá ep. 2   Carlota   | 254639         |
|  |              |                          |            | Teste do Sofá ep. 11   João Doria   | 252516         |
|  |              |                          |            | Estudante humilha professor de esquerda com frase de Marx.  | 236490         |
|  |              |                          |            | MALAKOI - O Garoto Ineptinho!!!   | 2708609        |
|  |              |                          |            | Conversa: Nando Moura e Bolsonaro - Parte 1   | 2335031        |
|  |              |                          |            | Vai votar no Bolsonaro?????   | 1785626        |
|  |              |                          |            | Edir Macedo diz: Jesus é um idiota.   | 1556613        |
|  |              |                          |            | #Bolsonaro2018 - SÓ QUE NÃO!!!  | 1462454        |
|  |              |                          |            | O Processo do Felipe Neto.  | 1409243        |
|  |              |                          |            | Felipe Neto x Marco Feliciano - Debate da "Viadage"   | 1402425        |
| Whindersson MERECE 10 milhões???   | 1365560      |                          |            |   |                |
| Top 5 - Músicas de VIADO!  | 1345310      |                          |            |   |                |
| Por que deixei de ser ATEU???  | 1286949      |                          |            |   |                |
| Como tornar-se um leitor inteligente - Olavo de Carvalho   | 186223       |                          |            |   |                |
| Análise da atual situação política brasileira  | 177252       |                          |            |   |                |
| Teste do Sofá ep. 10 - O mínimo que você precisa saber para não ser um idiota", de Olavo de Carvalho | 170226       |                          |            |   |                |
| Entrevista censurada pela revista IstoÉ  | 146185       |                          |            |   |                |
| True Outspk - Olavo de Carvalho - 22 de abril de 2013.   | 101134       |                          |            |   |                |
| Olavo de Carvalho - Lançamento de "Maquiavel ou a Confusão Demoníaca"                                | 90703        |                          |            |   |                |
| True Outspk - 5 de junho de 2013   | 76685        |                          |            |   |                |
| A filosofia e seu inverso  | 72338        |                          |            |   |                |
| True Outspk - 7 de agosto de 2013  | 71653        |                          |            |   |                |
| True Outspk - Olavo de Carvalho - 18 de março de 2013.   | 71604        |                          |            |   |                |
| #FernandaSalles - Santander faz exposição bizarra e gera revolta nas redes sociais                   | 613418       |                          |            |   |                |
| #Debate: Arthur do Val & Nando Moura   | 462979       |                          |            |   |                |
| MÉDICA DETONA IDEOLOGIA DE GÊNERO NA AUDIÊNCIA SOBRE A BNCC  | 366840       |                          |            |   |                |
| Jornalista se infiltra na Coreia do Norte e revela horror do regime comunista                        | 303972       |                          |            |   |                |
| CONTRA O COMUNISMO ONTEM E HOJE  | 191303       |                          |            |   |                |
| Desenhando fica mais claro?  | 190846       |                          |            |   |                |
| O caso da filha da Maria Do Rosário  | 178526       |                          |            |   |                |
| Quem paga a TV?  | 160035       |                          |            |   |                |
| #DeuNaTelha: Marinha Americana desloca-se para a Coreia do Norte                                     | 159899       |                          |            |   |                |
| O que acontecerá com o Brasil?   | 139949       |                          |            |   |                |
| O Brasil perante a nova ordem mundial  | 281106       |                          |            |   |                |
| Hangout com Olavo de Carvalho e Pe. Paulo Ricardo - MÃEtodo Filosófico                               | 196803       |                          |            |   |                |
| Cultura e personalidade - Aula 286 do Curso Online de Filosofia                                      | 112471       |                          |            |   |                |
| Breve análise da atual situação política brasileira  | 107162       |                          |            |   |                |
| Olavo de Carvalho  | 52.155       | c6RQhzm935terWntL7GzqYQ  | 3.845.681  | Flávia Tavares entrevista Olavo de Carvalho   | 55953          |
|  |              |                          |            | O que está acontecendo com o Brasil   | 47486          |
|  |              |                          |            | O que aconteceu e o que acontecerá com o Brasil   | 38573          |
|  |              |                          |            | Olavo de Carvalho e Mathews Faria   | 37339          |
|  |              |                          |            | Segunda conversa de Olavo de Carvalho e Flávia Tavares  | 36105          |
|  |              |                          |            | Novo curso de Olavo de Carvalho   | 27066          |

## Anexo 2 – Channel Info Canal do Otário

09/01/2018

YouTube Data Tools

[Home](#)
[Channel Info](#)
[Channel Network](#)
[Video List](#)
[Video Network](#)
[Video Info](#)
[FAQ](#)

### YTDT Channel Info

This module retrieves different kinds of information for a channel from the `channels/list` API endpoint from a specified channel id. The following resources are requested: brandingSettings, status, id, snippet, contentDetails, contentOwnerDetails, statistics, topicDetails, invideoPromotion.

Output is a direct print of the API response.

You can use comma-separated hashes to retrieve information for more than one channel as a list (tab file).

channel id:  (channel ids can be found in URLs, e.g. <https://www.youtube.com/channel/UCtxGqPJPI8ptAzB029jpYA>)

|                              |   |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
|------------------------------|---|------------------|--|---------------------|--|------------------------|--|------------------------------|--------------------------|-------------------|--|----------------|--|---------------|--|-------------|--|------------------|--|--------------|-----------------|--------------------|----------------------------------|----------------|----|
| <b>kind</b>                  | youtube#channel   |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>etag</b>                  | "S8kisgyDEblalhHF9ooXPiFFrkcjGHWQk-ZrTMRrYdFgg1K15umqA"   |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>id</b>                    | UC_08jhZG1YSX3nxMVgQcc5w  |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>snippet</b>               | <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Canal do Otario</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>CanalDoOtario by OtarioAnonymous</td> </tr> <tr> <td><b>customUrl</b></td> <td>otarioanonymous</td> </tr> <tr> <td><b>publishedAt</b></td> <td>2012-02-04T04:00:51.000Z</td> </tr> <tr> <td><b>thumbnails</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td><b>default</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td><b>localized</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Canal do Otario</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>CanalDoOtario by OtarioAnonymous</td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td><b>country</b></td> <td>BR</td> </tr> </table> | <b>title</b>     | Canal do Otario  | <b>description</b>  | CanalDoOtario by OtarioAnonymous   | <b>customUrl</b>       | otarioanonymous  | <b>publishedAt</b>           | 2012-02-04T04:00:51.000Z | <b>thumbnails</b> | <table border="1"> <tr> <td><b>default</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> </table> | <b>default</b> | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>medium</b> | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>high</b> | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>localized</b> | <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Canal do Otario</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>CanalDoOtario by OtarioAnonymous</td> </tr> </table> | <b>title</b> | Canal do Otario | <b>description</b> | CanalDoOtario by OtarioAnonymous | <b>country</b> | BR |
| <b>title</b>                 | Canal do Otario   |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>description</b>           | CanalDoOtario by OtarioAnonymous  |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>customUrl</b>             | otarioanonymous   |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>publishedAt</b>           | 2012-02-04T04:00:51.000Z  |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>thumbnails</b>            | <table border="1"> <tr> <td><b>default</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> </table>  | <b>default</b>   | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>medium</b>       | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>high</b>            | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>default</b>               | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>  |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>medium</b>                | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>  |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>high</b>                  | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-qeP8eBjhqIc/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/h-1CVnJ83sc/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>  |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>localized</b>             | <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Canal do Otario</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>CanalDoOtario by OtarioAnonymous</td> </tr> </table>  | <b>title</b>     | Canal do Otario  | <b>description</b>  | CanalDoOtario by OtarioAnonymous   |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>title</b>                 | Canal do Otario   |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>description</b>           | CanalDoOtario by OtarioAnonymous  |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>country</b>               | BR  |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>contentDetails</b>        | <table border="1"> <tr> <td><b>likes</b></td> <td>LL_08jhZG1YSX3nxMVgQcc5w</td> </tr> <tr> <td><b>favorites</b></td> <td>FL_08jhZG1YSX3nxMVgQcc5w</td> </tr> <tr> <td><b>uploads</b></td> <td>UU_08jhZG1YSX3nxMVgQcc5w</td> </tr> <tr> <td><b>watchHistory</b></td> <td>HL</td> </tr> <tr> <td><b>watchLater</b></td> <td>WL</td> </tr> </table>  | <b>likes</b>     | LL_08jhZG1YSX3nxMVgQcc5w   | <b>favorites</b>    | FL_08jhZG1YSX3nxMVgQcc5w   | <b>uploads</b>         | UU_08jhZG1YSX3nxMVgQcc5w   | <b>watchHistory</b>          | HL                       | <b>watchLater</b> | WL   |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>likes</b>                 | LL_08jhZG1YSX3nxMVgQcc5w  |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>favorites</b>             | FL_08jhZG1YSX3nxMVgQcc5w  |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>uploads</b>               | UU_08jhZG1YSX3nxMVgQcc5w  |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>watchHistory</b>          | HL  |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>watchLater</b>            | WL  |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>statistics</b>            | <table border="1"> <tr> <td><b>viewCount</b></td> <td>75122636</td> </tr> <tr> <td><b>commentCount</b></td> <td>989</td> </tr> <tr> <td><b>subscriberCount</b></td> <td>694725</td> </tr> <tr> <td><b>hiddenSubscriberCount</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>videoCount</b></td> <td>654</td> </tr> </table>  | <b>viewCount</b> | 75122636   | <b>commentCount</b> | 989  | <b>subscriberCount</b> | 694725   | <b>hiddenSubscriberCount</b> |                          | <b>videoCount</b> | 654  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>viewCount</b>             | 75122636  |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>commentCount</b>          | 989   |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>subscriberCount</b>       | 694725  |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>hiddenSubscriberCount</b> |   |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>videoCount</b>            | 654   |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |
| <b>topicDetails</b>          |   |                  |  |                     |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                 |                    |                                  |                |    |

[https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod\\_channel\\_info.php?hash=UC\\_08jhZG1YSX3nxMVgQcc5w](https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod_channel_info.php?hash=UC_08jhZG1YSX3nxMVgQcc5w)

1/3

# Anexo 3 – Channel Info **Ideias Radicais**

09/01/2018

YouTube Data Tools

[Home](#) [Channel Info](#) [Channel Network](#) [Video List](#) [Video Network](#) [Video Info](#) [FAQ](#)

## YTDT Channel Info

This module retrieves different kinds of information for a channel from the `channels/list` API endpoint from a specified channel id. The following resources are requested: brandingSettings, status, id, snippet, contentDetails, contentOwnerDetails, statistics, topicDetails, invideoPromotion.

Output is a direct print of the API response.

You can use comma-separated hashes to retrieve information for more than one channel as a list (tab file).

channel id:  (channel ids can be found in URLs, e.g. <https://www.youtube.com/channel/UCtxGqPJPI8ptAzB029jpYA>)

|                |   |
|----------------|---|
| <b>kind</b>    | youtube#channel   |
| <b>etag</b>    | "S8kisgyDEblalhHF9ooXPiFFrkC/-DA27uAgGmoQhH4mEIXEKOL3sTk" |
| <b>id</b>      | UC-NwgkrLPYmzM-xoLr2GX-Q                                  |
| <b>snippet</b> |   |

[https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod\\_channel\\_info.php?hash=UC-NwgkrLPYmzM-xoLr2GX-Q](https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod_channel_info.php?hash=UC-NwgkrLPYmzM-xoLr2GX-Q)

1/5

# Anexo 4 – Channel Info Joice Hasselman

09/01/2018

YouTube Data Tools

[Home](#)
[Channel Info](#)
[Channel Network](#)
[Video List](#)
[Video Network](#)
[Video Info](#)
[FAQ](#)

## YTDT Channel Info

This module retrieves different kinds of information for a channel from the `channels/list` API endpoint from a specified channel id. The following resources are requested: brandingSettings, status, id, snippet, contentDetails, contentOwnerDetails, statistics, topicDetails, invideoPromotion.

Output is a direct print of the API response.

You can use comma-separated hashes to retrieve information for more than one channel as a list (tab file).

channel id:  (channel ids can be found in URLs, e.g. <https://www.youtube.com/channel/UCtxGqPJPPi8ptAzB029jpYA>)

|                         |   |                     |  |                         |   |                     |  |                    |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                  |                    |   |                |    |
|-------------------------|---|---------------------|--|-------------------------|---|---------------------|--|--------------------|--------------------------|-------------------|--|----------------|--|---------------|--|-------------|--|------------------|--|--------------|------------------|--------------------|---|----------------|----|
| <b>kind</b>             | youtube#channel   |                     |  |                         |   |                     |  |                    |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                  |                    |   |                |    |
| <b>etag</b>             | "S8kisgyDEblalhHF9ooXPIFFrko/gAl6Km-ncIDmAxThiBwDct7RxSY"   |                     |  |                         |   |                     |  |                    |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                  |                    |   |                |    |
| <b>id</b>               | UCgfv9J6FuOXaJnp-UuNRydA  |                     |  |                         |   |                     |  |                    |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                  |                    |   |                |    |
| <b>snippet</b>          | <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Joice Hasselmann</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>Joice Hasselmann é jornalista, blogueira e comentarista de política. Atuou na BandNews FM, Rede Massa (SBT), RIC TV (Record) e como âncora da TVeja, a TV de Veja na Web, onde comandou a cobertura eleitoral em vídeo como entrevistas e análises políticas diárias.</td> </tr> <tr> <td><b>customUrl</b></td> <td>joicehasselmann</td> </tr> <tr> <td><b>publishedAt</b></td> <td>2016-02-24T03:41:40.000Z</td> </tr> <tr> <td><b>thumbnails</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td><b>default</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td><b>localized</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Joice Hasselmann</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>Joice Hasselmann é jornalista, blogueira e comentarista de política. Atuou na BandNews FM, Rede Massa (SBT), RIC TV (Record) e como âncora da TVeja, a TV de Veja na Web, onde comandou a cobertura eleitoral em vídeo como entrevistas e análises políticas diárias.</td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td><b>country</b></td> <td>BR</td> </tr> </table> | <b>title</b>        | Joice Hasselmann   | <b>description</b>      | Joice Hasselmann é jornalista, blogueira e comentarista de política. Atuou na BandNews FM, Rede Massa (SBT), RIC TV (Record) e como âncora da TVeja, a TV de Veja na Web, onde comandou a cobertura eleitoral em vídeo como entrevistas e análises políticas diárias. | <b>customUrl</b>    | joicehasselmann  | <b>publishedAt</b> | 2016-02-24T03:41:40.000Z | <b>thumbnails</b> | <table border="1"> <tr> <td><b>default</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> </table> | <b>default</b> | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>medium</b> | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>high</b> | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>localized</b> | <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Joice Hasselmann</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>Joice Hasselmann é jornalista, blogueira e comentarista de política. Atuou na BandNews FM, Rede Massa (SBT), RIC TV (Record) e como âncora da TVeja, a TV de Veja na Web, onde comandou a cobertura eleitoral em vídeo como entrevistas e análises políticas diárias.</td> </tr> </table> | <b>title</b> | Joice Hasselmann | <b>description</b> | Joice Hasselmann é jornalista, blogueira e comentarista de política. Atuou na BandNews FM, Rede Massa (SBT), RIC TV (Record) e como âncora da TVeja, a TV de Veja na Web, onde comandou a cobertura eleitoral em vídeo como entrevistas e análises políticas diárias. | <b>country</b> | BR |
| <b>title</b>            | Joice Hasselmann  |                     |  |                         |   |                     |  |                    |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                  |                    |   |                |    |
| <b>description</b>      | Joice Hasselmann é jornalista, blogueira e comentarista de política. Atuou na BandNews FM, Rede Massa (SBT), RIC TV (Record) e como âncora da TVeja, a TV de Veja na Web, onde comandou a cobertura eleitoral em vídeo como entrevistas e análises políticas diárias.   |                     |  |                         |   |                     |  |                    |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                  |                    |   |                |    |
| <b>customUrl</b>        | joicehasselmann   |                     |  |                         |   |                     |  |                    |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                  |                    |   |                |    |
| <b>publishedAt</b>      | 2016-02-24T03:41:40.000Z  |                     |  |                         |   |                     |  |                    |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                  |                    |   |                |    |
| <b>thumbnails</b>       | <table border="1"> <tr> <td><b>default</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> </table>  | <b>default</b>      | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>medium</b>           | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>                            | <b>high</b>         | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> |                    |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                  |                    |   |                |    |
| <b>default</b>          | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>  |                     |  |                         |   |                     |  |                    |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                  |                    |   |                |    |
| <b>medium</b>           | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>  |                     |  |                         |   |                     |  |                    |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                  |                    |   |                |    |
| <b>high</b>             | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-sTJOoZN12po/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAM7RP4_HJZfk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>  |                     |  |                         |   |                     |  |                    |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                  |                    |   |                |    |
| <b>localized</b>        | <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Joice Hasselmann</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>Joice Hasselmann é jornalista, blogueira e comentarista de política. Atuou na BandNews FM, Rede Massa (SBT), RIC TV (Record) e como âncora da TVeja, a TV de Veja na Web, onde comandou a cobertura eleitoral em vídeo como entrevistas e análises políticas diárias.</td> </tr> </table>  | <b>title</b>        | Joice Hasselmann   | <b>description</b>      | Joice Hasselmann é jornalista, blogueira e comentarista de política. Atuou na BandNews FM, Rede Massa (SBT), RIC TV (Record) e como âncora da TVeja, a TV de Veja na Web, onde comandou a cobertura eleitoral em vídeo como entrevistas e análises políticas diárias. |                     |  |                    |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                  |                    |   |                |    |
| <b>title</b>            | Joice Hasselmann  |                     |  |                         |   |                     |  |                    |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                  |                    |   |                |    |
| <b>description</b>      | Joice Hasselmann é jornalista, blogueira e comentarista de política. Atuou na BandNews FM, Rede Massa (SBT), RIC TV (Record) e como âncora da TVeja, a TV de Veja na Web, onde comandou a cobertura eleitoral em vídeo como entrevistas e análises políticas diárias.   |                     |  |                         |   |                     |  |                    |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                  |                    |   |                |    |
| <b>country</b>          | BR  |                     |  |                         |   |                     |  |                    |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                  |                    |   |                |    |
| <b>contentDetails</b>   | <table border="1"> <tr> <td><b>uploads</b></td> <td>UUgfv9J6FuOXaJnp-UuNRydA</td> </tr> <tr> <td><b>relatedPlaylists</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td><b>watchHistory</b></td> <td>HL</td> </tr> <tr> <td><b>watchLater</b></td> <td>WL</td> </tr> </table> </td> </tr> </table>   | <b>uploads</b>      | UUgfv9J6FuOXaJnp-UuNRydA   | <b>relatedPlaylists</b> | <table border="1"> <tr> <td><b>watchHistory</b></td> <td>HL</td> </tr> <tr> <td><b>watchLater</b></td> <td>WL</td> </tr> </table>   | <b>watchHistory</b> | HL   | <b>watchLater</b>  | WL                       |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                  |                    |   |                |    |
| <b>uploads</b>          | UUgfv9J6FuOXaJnp-UuNRydA  |                     |  |                         |   |                     |  |                    |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                  |                    |   |                |    |
| <b>relatedPlaylists</b> | <table border="1"> <tr> <td><b>watchHistory</b></td> <td>HL</td> </tr> <tr> <td><b>watchLater</b></td> <td>WL</td> </tr> </table>   | <b>watchHistory</b> | HL   | <b>watchLater</b>       | WL  |                     |  |                    |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                  |                    |   |                |    |
| <b>watchHistory</b>     | HL  |                     |  |                         |   |                     |  |                    |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                  |                    |   |                |    |
| <b>watchLater</b>       | WL  |                     |  |                         |   |                     |  |                    |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                  |                    |   |                |    |
| <b>statistics</b>       |   |                     |  |                         |   |                     |  |                    |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                  |                    |   |                |    |

[https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod\\_channel\\_info.php?hash=UCgfv9J6FuOXaJnp-UuNRydA](https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod_channel_info.php?hash=UCgfv9J6FuOXaJnp-UuNRydA)

1/3

# Anexo 5 – Channel Info LiloVlog

09/01/2018

YouTube Data Tools

- Home
- Channel Info
- Channel Network
- Video List
- Video Network
- Video Info
- FAQ

## YTDT Channel Info

This module retrieves different kinds of information for a channel from the `channels/list` API endpoint from a specified channel id. The following resources are requested: brandingSettings, status, id, snippet, contentDetails, contentOwnerDetails, statistics, topicDetails, invideoPromotion.

Output is a direct print of the API response.

You can use comma-separated hashes to retrieve information for more than one channel as a list (tab file).

channel id:  (channel ids can be found in URLs, e.g. <https://www.youtube.com/channel/UCtxGqPJPPi8ptAzB029jpYA>)

|                              |  |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
|------------------------------|--|------------------|--|-------------------------|--|------------------------|--|------------------------------|--------------------------|-------------------|--|----------------|--|---------------|--|-------------|--|------------------|---|--------------|----------|--------------------|------------------------------------|----------------|----|
| <b>kind</b>                  | youtube#channel  |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>etag</b>                  | "S8kisgyDEblalhHF9ooXPiFFrkc/3dIMp3_EzHRzNTaOnw8jzblI364"  |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>id</b>                    | UC9sV0ieuVY2_K4LucZf4yow   |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>snippet</b>               | <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>LiloVLOG</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>Life is cruel, life is never kind.</td> </tr> <tr> <td><b>customUrl</b></td> <td>lilovlog</td> </tr> <tr> <td><b>publishedAt</b></td> <td>2010-07-22T08:27:35.000Z</td> </tr> <tr> <td><b>thumbnails</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td><b>default</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td><b>localized</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>LiloVLOG</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>Life is cruel, life is never kind.</td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td><b>country</b></td> <td>BR</td> </tr> </table> | <b>title</b>     | LiloVLOG   | <b>description</b>      | Life is cruel, life is never kind.   | <b>customUrl</b>       | lilovlog   | <b>publishedAt</b>           | 2010-07-22T08:27:35.000Z | <b>thumbnails</b> | <table border="1"> <tr> <td><b>default</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> </table> | <b>default</b> | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>medium</b> | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>high</b> | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>localized</b> | <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>LiloVLOG</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>Life is cruel, life is never kind.</td> </tr> </table> | <b>title</b> | LiloVLOG | <b>description</b> | Life is cruel, life is never kind. | <b>country</b> | BR |
| <b>title</b>                 | LiloVLOG   |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>description</b>           | Life is cruel, life is never kind.   |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>customUrl</b>             | lilovlog   |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>publishedAt</b>           | 2010-07-22T08:27:35.000Z   |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>thumbnails</b>            | <table border="1"> <tr> <td><b>default</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> </table>   | <b>default</b>   | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>medium</b>           | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>                                   | <b>high</b>            | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>default</b>               | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>   |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>medium</b>                | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>   |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>high</b>                  | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Z0lwcZCRRU/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/ppykKJ7atqA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>   |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>localized</b>             | <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>LiloVLOG</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>Life is cruel, life is never kind.</td> </tr> </table>  | <b>title</b>     | LiloVLOG   | <b>description</b>      | Life is cruel, life is never kind.   |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>title</b>                 | LiloVLOG   |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>description</b>           | Life is cruel, life is never kind.   |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>country</b>               | BR   |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>contentDetails</b>        | <table border="1"> <tr> <td><b>uploads</b></td> <td>UU9sV0ieuVY2_K4LucZf4yow</td> </tr> <tr> <td><b>relatedPlaylists</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>watchHistory</b></td> <td>HL</td> </tr> <tr> <td><b>watchLater</b></td> <td>WL</td> </tr> </table>   | <b>uploads</b>   | UU9sV0ieuVY2_K4LucZf4yow   | <b>relatedPlaylists</b> |  | <b>watchHistory</b>    | HL   | <b>watchLater</b>            | WL                       |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>uploads</b>               | UU9sV0ieuVY2_K4LucZf4yow   |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>relatedPlaylists</b>      |  |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>watchHistory</b>          | HL   |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>watchLater</b>            | WL   |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>statistics</b>            | <table border="1"> <tr> <td><b>viewCount</b></td> <td>8703952</td> </tr> <tr> <td><b>commentCount</b></td> <td>514</td> </tr> <tr> <td><b>subscriberCount</b></td> <td>111538</td> </tr> <tr> <td><b>hiddenSubscriberCount</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>videoCount</b></td> <td>386</td> </tr> </table>  | <b>viewCount</b> | 8703952  | <b>commentCount</b>     | 514  | <b>subscriberCount</b> | 111538   | <b>hiddenSubscriberCount</b> |                          | <b>videoCount</b> | 386  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>viewCount</b>             | 8703952  |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>commentCount</b>          | 514  |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>subscriberCount</b>       | 111538   |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>hiddenSubscriberCount</b> |  |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>videoCount</b>            | 386  |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>topicDetails</b>          | <table border="1"> <tr> <td><b>topicIds</b></td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>0 /m/019_rr</li> <li>1 /m/098wr</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td><b>topicCategories</b></td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>0 <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)">https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)</a></li> <li>1 <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Society">https://en.wikipedia.org/wiki/Society</a></li> </ul> </td> </tr> </table>  | <b>topicIds</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>0 /m/019_rr</li> <li>1 /m/098wr</li> </ul>  | <b>topicCategories</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>0 <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)">https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)</a></li> <li>1 <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Society">https://en.wikipedia.org/wiki/Society</a></li> </ul> |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>topicIds</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>0 /m/019_rr</li> <li>1 /m/098wr</li> </ul>  |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>topicCategories</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>0 <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)">https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)</a></li> <li>1 <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Society">https://en.wikipedia.org/wiki/Society</a></li> </ul>   |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |
| <b>status</b>                |  |                  |  |                         |  |                        |  |                              |                          |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |   |              |          |                    |                                    |                |    |

[https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod\\_channel\\_info.php?hash=UC9sV0ieuVY2\\_K4LucZf4yow](https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod_channel_info.php?hash=UC9sV0ieuVY2_K4LucZf4yow)

1/3

## Anexo 6 – Channel Info Mamãe Falei

09/01/2018

YouTube Data Tools

[Home](#)
[Channel Info](#)
[Channel Network](#)
[Video List](#)
[Video Network](#)
[Video Info](#)
[FAQ](#)

### YTDT Channel Info

This module retrieves different kinds of information for a channel from the `channels/list` API endpoint from a specified channel id. The following resources are requested: brandingSettings, status, id, snippet, contentDetails, contentOwnerDetails, statistics, topicDetails, invideoPromotion.

Output is a direct print of the API response.

You can use comma-separated hashes to retrieve information for more than one channel as a list (tab file).

channel id:  (channel ids can be found in URLs, e.g. <https://www.youtube.com/channel/UCtxGqPJPPi8ptAzB029jpYA>)

|   |  |  |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
|---|--|--|--|---|--|------------------------|--|------------------------------|---|-------------------|---|---|---|
| <b>kind</b>   | youtube#channel  |  |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
| <b>etag</b>   | "S8kisgyDEblalhHF9ooXPiFFrkC/ITCJkxVOPLDmB9Utx3R_KdK8e5E"  |  |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
| <b>id</b>   | UCkSjy-IOEq-eMtarZl2uH1Q   |  |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
| <b>snippet</b>  | <b>title</b> Mamaefalei<br><b>description</b> Desde que nascemos somos bombardeados por informações de como ver o mundo, como as coisas funcionam e como devemos agir. Será que não está na hora de termos mais propriedade no jeito em que escutamos, pensamos e falamos? Mas te convido, a gastar alguns minutinhos comigo para se informar, questionar e ver o mundo de uma forma muito diferente dessa nuvem de inércia em que vivemos...<br><b>customUrl</b> mamaefalei<br><b>publishedAt</b> 2015-05-25T18:33:16.000Z  |  |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
|   | <b>thumbnails</b> <table border="1"> <tr> <td><b>default</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-9vmB7gnJWc8/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/qPbiZMFN4YA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-9vmB7gnJWc8/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/qPbiZMFN4YA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-9vmB7gnJWc8/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/qPbiZMFN4YA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-9vmB7gnJWc8/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/qPbiZMFN4YA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-9vmB7gnJWc8/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/qPbiZMFN4YA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-9vmB7gnJWc8/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/qPbiZMFN4YA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> </table> | <b>default</b>   | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-9vmB7gnJWc8/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/qPbiZMFN4YA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-9vmB7gnJWc8/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/qPbiZMFN4YA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>medium</b>   | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-9vmB7gnJWc8/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/qPbiZMFN4YA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-9vmB7gnJWc8/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/qPbiZMFN4YA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>high</b>            | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-9vmB7gnJWc8/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/qPbiZMFN4YA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-9vmB7gnJWc8/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/qPbiZMFN4YA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> |                              |   |                   |   |   |   |
|   | <b>default</b>   | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-9vmB7gnJWc8/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/qPbiZMFN4YA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-9vmB7gnJWc8/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/qPbiZMFN4YA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>   |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
|   | <b>medium</b>  | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-9vmB7gnJWc8/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/qPbiZMFN4YA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-9vmB7gnJWc8/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/qPbiZMFN4YA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
|   | <b>high</b>  | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-9vmB7gnJWc8/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/qPbiZMFN4YA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-9vmB7gnJWc8/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/qPbiZMFN4YA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
| <b>localized</b> <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Mamaefalei</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>Desde que nascemos somos bombardeados por informações de como ver o mundo, como as coisas funcionam e como devemos agir. Será que não está na hora de termos mais propriedade no jeito em que escutamos, pensamos e falamos? Mas te convido, a gastar alguns minutinhos comigo para se informar, questionar e ver o mundo de uma forma muito diferente dessa nuvem de inércia em que vivemos...</td> </tr> </table> | <b>title</b>   | Mamaefalei   | <b>description</b>   | Desde que nascemos somos bombardeados por informações de como ver o mundo, como as coisas funcionam e como devemos agir. Será que não está na hora de termos mais propriedade no jeito em que escutamos, pensamos e falamos? Mas te convido, a gastar alguns minutinhos comigo para se informar, questionar e ver o mundo de uma forma muito diferente dessa nuvem de inércia em que vivemos... |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
| <b>title</b>  | Mamaefalei   |  |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
| <b>description</b>  | Desde que nascemos somos bombardeados por informações de como ver o mundo, como as coisas funcionam e como devemos agir. Será que não está na hora de termos mais propriedade no jeito em que escutamos, pensamos e falamos? Mas te convido, a gastar alguns minutinhos comigo para se informar, questionar e ver o mundo de uma forma muito diferente dessa nuvem de inércia em que vivemos...  |  |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
| <b>country</b>  | BR   |  |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
| <b>contentDetails</b>   | <table border="1"> <tr> <td><b>uploads</b></td> <td>UUkSjy-IOEq-eMtarZl2uH1Q</td> </tr> <tr> <td><b>relatedPlaylists</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td><b>watchHistory</b></td> <td>HL</td> </tr> <tr> <td><b>watchLater</b></td> <td>WL</td> </tr> </table> </td> </tr> </table>  | <b>uploads</b>   | UUkSjy-IOEq-eMtarZl2uH1Q   | <b>relatedPlaylists</b>   | <table border="1"> <tr> <td><b>watchHistory</b></td> <td>HL</td> </tr> <tr> <td><b>watchLater</b></td> <td>WL</td> </tr> </table>  | <b>watchHistory</b>    | HL   | <b>watchLater</b>            | WL  |                   |   |   |   |
| <b>uploads</b>  | UUkSjy-IOEq-eMtarZl2uH1Q   |  |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
| <b>relatedPlaylists</b>   | <table border="1"> <tr> <td><b>watchHistory</b></td> <td>HL</td> </tr> <tr> <td><b>watchLater</b></td> <td>WL</td> </tr> </table>  | <b>watchHistory</b>  | HL   | <b>watchLater</b>   | WL   |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
| <b>watchHistory</b>   | HL   |  |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
| <b>watchLater</b>   | WL   |  |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
| <b>statistics</b>   | <table border="1"> <tr> <td><b>viewCount</b></td> <td>67681019</td> </tr> <tr> <td><b>commentCount</b></td> <td>0</td> </tr> <tr> <td><b>subscriberCount</b></td> <td>821667</td> </tr> <tr> <td><b>hiddenSubscriberCount</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>videoCount</b></td> <td>299</td> </tr> </table>   | <b>viewCount</b>   | 67681019   | <b>commentCount</b>   | 0  | <b>subscriberCount</b> | 821667   | <b>hiddenSubscriberCount</b> |   | <b>videoCount</b> | 299   |   |   |
| <b>viewCount</b>  | 67681019   |  |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
| <b>commentCount</b>   | 0  |  |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
| <b>subscriberCount</b>  | 821667   |  |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
| <b>hiddenSubscriberCount</b>  |  |  |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
| <b>videoCount</b>   | 299  |  |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
| <b>topicDetails</b>   | <table border="1"> <tr> <td><b>topicIds</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td>0</td> <td>/m/019_rr</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>/m/098wr</td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td><b>topicCategories</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td>0</td> <td><a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)">https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)</a></td> </tr> <tr> <td>1</td> <td><a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Society">https://en.wikipedia.org/wiki/Society</a></td> </tr> </table> </td> </tr> </table>  | <b>topicIds</b>  | <table border="1"> <tr> <td>0</td> <td>/m/019_rr</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>/m/098wr</td> </tr> </table>   | 0   | /m/019_rr  | 1                      | /m/098wr   | <b>topicCategories</b>       | <table border="1"> <tr> <td>0</td> <td><a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)">https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)</a></td> </tr> <tr> <td>1</td> <td><a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Society">https://en.wikipedia.org/wiki/Society</a></td> </tr> </table> | 0                 | <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)">https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)</a> | 1 | <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Society">https://en.wikipedia.org/wiki/Society</a> |
| <b>topicIds</b>   | <table border="1"> <tr> <td>0</td> <td>/m/019_rr</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>/m/098wr</td> </tr> </table>   | 0  | /m/019_rr  | 1   | /m/098wr   |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
| 0   | /m/019_rr  |  |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
| 1   | /m/098wr   |  |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
| <b>topicCategories</b>  | <table border="1"> <tr> <td>0</td> <td><a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)">https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)</a></td> </tr> <tr> <td>1</td> <td><a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Society">https://en.wikipedia.org/wiki/Society</a></td> </tr> </table>  | 0  | <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)">https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)</a>  | 1   | <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Society">https://en.wikipedia.org/wiki/Society</a>  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
| 0   | <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)">https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)</a>  |  |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
| 1   | <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Society">https://en.wikipedia.org/wiki/Society</a>  |  |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |
| <b>status</b>   |  |  |  |   |  |                        |  |                              |   |                   |   |   |   |

[https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod\\_channel\\_info.php?hash=UCkSjy-IOEq-eMtarZl2uH1Q](https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod_channel_info.php?hash=UCkSjy-IOEq-eMtarZl2uH1Q)

1/2

# Anexo 7 – Channel Info Maro Filósofo

09/01/2018

YouTube Data Tools

[Home](#)
[Channel Info](#)
[Channel Network](#)
[Video List](#)
[Video Network](#)
[Video Info](#)
[FAQ](#)

## YTDT Channel Info

This module retrieves different kinds of information for a channel from the `channels/list` API endpoint from a specified channel id. The following resources are requested: brandingSettings, status, id, snippet, contentDetails, contentOwnerDetails, statistics, topicDetails, invideoPromotion.

Output is a direct print of the API response.

You can use comma-separated hashes to retrieve information for more than one channel as a list (tab file).

channel id:  (channel ids can be found in URLs, e.g. <https://www.youtube.com/channel/UCtxGqPJPI8ptAzB029jpYA>)

|                              |   |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
|------------------------------|---|-------------------------|--|---------------------|---|--------------------------|--|------------------------------|---|-------------------|--|----------------|--|---------------|--|-------------|--|------------------|--|--------------|--|--------------------|---|
| <b>kind</b>                  | youtube#channel   |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>etag</b>                  | "S8kisgyDEblalhHF9ooXPiFFrkc/cP84DzLsNWRa75lx73viUDpOQs"  |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>id</b>                    | UCKSfUkYtc3wGCSSOoBbNUHA  |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>snippet</b>               | <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Maro Schweder - espiritualidade e autoconhecimento</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>Espaço voltado para a discussão dos mais variados temas: política, espiritualidade, filosofia, teologia, cultura, comportamento humano, etc; com postagens semanais, objetivando levar palavras aos ouvintes, independente de que credo ou filosofia de vida pertençam.</td> </tr> <tr> <td><b>customUri</b></td> <td>marofilosofo</td> </tr> <tr> <td><b>publishedAt</b></td> <td>2015-01-23T09:58:12.000Z</td> </tr> <tr> <td><b>thumbnails</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td><b>default</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td><b>localized</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Maro Schweder - espiritualidade e autoconhecimento</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>Espaço voltado para a discussão dos mais variados temas: política, espiritualidade, filosofia, teologia, cultura, comportamento humano, etc; com postagens semanais, objetivando levar palavras aos ouvintes, independente de que credo ou filosofia de vida pertençam.</td> </tr> </table> </td> </tr> </table> | <b>title</b>            | Maro Schweder - espiritualidade e autoconhecimento   | <b>description</b>  | Espaço voltado para a discussão dos mais variados temas: política, espiritualidade, filosofia, teologia, cultura, comportamento humano, etc; com postagens semanais, objetivando levar palavras aos ouvintes, independente de que credo ou filosofia de vida pertençam. | <b>customUri</b>         | marofilosofo   | <b>publishedAt</b>           | 2015-01-23T09:58:12.000Z  | <b>thumbnails</b> | <table border="1"> <tr> <td><b>default</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> </table> | <b>default</b> | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>medium</b> | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>high</b> | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>localized</b> | <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Maro Schweder - espiritualidade e autoconhecimento</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>Espaço voltado para a discussão dos mais variados temas: política, espiritualidade, filosofia, teologia, cultura, comportamento humano, etc; com postagens semanais, objetivando levar palavras aos ouvintes, independente de que credo ou filosofia de vida pertençam.</td> </tr> </table> | <b>title</b> | Maro Schweder - espiritualidade e autoconhecimento | <b>description</b> | Espaço voltado para a discussão dos mais variados temas: política, espiritualidade, filosofia, teologia, cultura, comportamento humano, etc; com postagens semanais, objetivando levar palavras aos ouvintes, independente de que credo ou filosofia de vida pertençam. |
| <b>title</b>                 | Maro Schweder - espiritualidade e autoconhecimento  |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>description</b>           | Espaço voltado para a discussão dos mais variados temas: política, espiritualidade, filosofia, teologia, cultura, comportamento humano, etc; com postagens semanais, objetivando levar palavras aos ouvintes, independente de que credo ou filosofia de vida pertençam.   |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>customUri</b>             | marofilosofo  |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>publishedAt</b>           | 2015-01-23T09:58:12.000Z  |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>thumbnails</b>            | <table border="1"> <tr> <td><b>default</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> </table>  | <b>default</b>          | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>medium</b>       | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>                          | <b>high</b>              | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>default</b>               | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>  |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>medium</b>                | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>  |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>high</b>                  | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-eRJ100oDTLE/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/MsF6hQL5mS0/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>  |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>localized</b>             | <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Maro Schweder - espiritualidade e autoconhecimento</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>Espaço voltado para a discussão dos mais variados temas: política, espiritualidade, filosofia, teologia, cultura, comportamento humano, etc; com postagens semanais, objetivando levar palavras aos ouvintes, independente de que credo ou filosofia de vida pertençam.</td> </tr> </table>  | <b>title</b>            | Maro Schweder - espiritualidade e autoconhecimento   | <b>description</b>  | Espaço voltado para a discussão dos mais variados temas: política, espiritualidade, filosofia, teologia, cultura, comportamento humano, etc; com postagens semanais, objetivando levar palavras aos ouvintes, independente de que credo ou filosofia de vida pertençam. |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>title</b>                 | Maro Schweder - espiritualidade e autoconhecimento  |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>description</b>           | Espaço voltado para a discussão dos mais variados temas: política, espiritualidade, filosofia, teologia, cultura, comportamento humano, etc; com postagens semanais, objetivando levar palavras aos ouvintes, independente de que credo ou filosofia de vida pertençam.   |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>contentDetails</b>        | <table border="1"> <tr> <td><b>relatedPlaylists</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td><b>uploads</b></td> <td>UUKSfUkYtc3wGCSSOoBbNUHA</td> </tr> <tr> <td><b>watchHistory</b></td> <td>HL</td> </tr> <tr> <td><b>watchLater</b></td> <td>WL</td> </tr> </table> </td> </tr> </table>   | <b>relatedPlaylists</b> | <table border="1"> <tr> <td><b>uploads</b></td> <td>UUKSfUkYtc3wGCSSOoBbNUHA</td> </tr> <tr> <td><b>watchHistory</b></td> <td>HL</td> </tr> <tr> <td><b>watchLater</b></td> <td>WL</td> </tr> </table>                                       | <b>uploads</b>      | UUKSfUkYtc3wGCSSOoBbNUHA  | <b>watchHistory</b>      | HL   | <b>watchLater</b>            | WL  |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>relatedPlaylists</b>      | <table border="1"> <tr> <td><b>uploads</b></td> <td>UUKSfUkYtc3wGCSSOoBbNUHA</td> </tr> <tr> <td><b>watchHistory</b></td> <td>HL</td> </tr> <tr> <td><b>watchLater</b></td> <td>WL</td> </tr> </table>  | <b>uploads</b>          | UUKSfUkYtc3wGCSSOoBbNUHA   | <b>watchHistory</b> | HL  | <b>watchLater</b>        | WL   |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>uploads</b>               | UUKSfUkYtc3wGCSSOoBbNUHA  |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>watchHistory</b>          | HL  |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>watchLater</b>            | WL  |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>statistics</b>            | <table border="1"> <tr> <td><b>viewCount</b></td> <td>13627516</td> </tr> <tr> <td><b>commentCount</b></td> <td>0</td> </tr> <tr> <td><b>subscriberCount</b></td> <td>184231</td> </tr> <tr> <td><b>hiddenSubscriberCount</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>videoCount</b></td> <td>995</td> </tr> </table>  | <b>viewCount</b>        | 13627516   | <b>commentCount</b> | 0   | <b>subscriberCount</b>   | 184231   | <b>hiddenSubscriberCount</b> |   | <b>videoCount</b> | 995  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>viewCount</b>             | 13627516  |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>commentCount</b>          | 0   |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>subscriberCount</b>       | 184231  |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>hiddenSubscriberCount</b> |   |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>videoCount</b>            | 995   |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>topicDetails</b>          | <table border="1"> <tr> <td><b>topicIds</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td>0</td> <td>/m/019_rr</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>/m/098wr</td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td><b>topicCategories</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td>0</td> <td><a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)">https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)</a></td> </tr> <tr> <td>1</td> <td><a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Society">https://en.wikipedia.org/wiki/Society</a></td> </tr> </table> </td> </tr> </table>   | <b>topicIds</b>         | <table border="1"> <tr> <td>0</td> <td>/m/019_rr</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>/m/098wr</td> </tr> </table>   | 0                   | /m/019_rr   | 1                        | /m/098wr   | <b>topicCategories</b>       | <table border="1"> <tr> <td>0</td> <td><a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)">https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)</a></td> </tr> <tr> <td>1</td> <td><a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Society">https://en.wikipedia.org/wiki/Society</a></td> </tr> </table> | 0                 | <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)">https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)</a>  | 1              | <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Society">https://en.wikipedia.org/wiki/Society</a>  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>topicIds</b>              | <table border="1"> <tr> <td>0</td> <td>/m/019_rr</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>/m/098wr</td> </tr> </table>  | 0                       | /m/019_rr  | 1                   | /m/098wr  |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| 0                            | /m/019_rr   |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| 1                            | /m/098wr  |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>topicCategories</b>       | <table border="1"> <tr> <td>0</td> <td><a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)">https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)</a></td> </tr> <tr> <td>1</td> <td><a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Society">https://en.wikipedia.org/wiki/Society</a></td> </tr> </table>   | 0                       | <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)">https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)</a>  | 1                   | <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Society">https://en.wikipedia.org/wiki/Society</a>   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| 0                            | <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)">https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)</a>   |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| 1                            | <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Society">https://en.wikipedia.org/wiki/Society</a>   |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>status</b>                | <table border="1"> <tr> <td><b>privacyStatus</b></td> <td>public</td> </tr> <tr> <td><b>isLinked</b></td> <td>1</td> </tr> <tr> <td><b>longUploadsStatus</b></td> <td>longUploadsUnspecified</td> </tr> </table>  | <b>privacyStatus</b>    | public   | <b>isLinked</b>     | 1   | <b>longUploadsStatus</b> | longUploadsUnspecified   |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>privacyStatus</b>         | public  |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>isLinked</b>              | 1   |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |
| <b>longUploadsStatus</b>     | longUploadsUnspecified  |                         |  |                     |   |                          |  |                              |   |                   |  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |  |                    |   |

[https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod\\_channel\\_info.php?hash=UCKSfUkYtc3wGCSSOoBbNUHA](https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod_channel_info.php?hash=UCKSfUkYtc3wGCSSOoBbNUHA)

1/2

# Anexo 8 – Channel Info Movimento Brasil Livre

09/01/2018

YouTube Data Tools

- [Home](#)
[Channel Info](#)
[Channel Network](#)
[Video List](#)
[Video Network](#)
[Video Info](#)
[FAQ](#)

## YTDT Channel Info

This module retrieves different kinds of information for a channel from the `channels/list` API endpoint from a specified channel id. The following resources are requested: brandingSettings, status, id, snippet, contentDetails, contentOwnerDetails, statistics, topicDetails, invideoPromotion.

Output is a direct print of the API response.

You can use comma-separated hashes to retrieve information for more than one channel as a list (tab file).

channel id:  (channel ids can be found in URLs, e.g. <https://www.youtube.com/channel/UCtxGqPJPI8ptAzB029jpYA>)

|                         |  |   |  |  |   |  |                   |  |                          |                   |   |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                        |                    |   |                |    |
|-------------------------|--|---|--|--|---|--|-------------------|--|--------------------------|-------------------|---|----------------|--|---------------|--|-------------|--|------------------|--|--------------|------------------------|--------------------|---|----------------|----|
| <b>kind</b>             | youtube#channel  |   |  |  |   |  |                   |  |                          |                   |   |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                        |                    |   |                |    |
| <b>etag</b>             | "S8kisgyDEblalhHF9ooXPIFFrkc/ryLI61f-YYfGo7sZijH3rEycQC8"  |   |  |  |   |  |                   |  |                          |                   |   |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                        |                    |   |                |    |
| <b>id</b>               | UC8QAdpiEWAOg3AOC  |   |  |  |   |  |                   |  |                          |                   |   |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                        |                    |   |                |    |
| <b>snippet</b>          | <table> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Movimento Brasil Livre</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>O MBL - Movimento Brasil Livre está no Youtube com vídeos exclusivos e muito conteúdo político. Conheça o Movimento em <a href="http://www.mbl.org.br">www.mbl.org.br</a>. Faça parte do MBL - <a href="http://www.mbl.org.br/participe">www.mbl.org.br/participe</a>. Facebook em <a href="http://www.fb.com/mblivre">www.fb.com/mblivre</a>.</td> </tr> <tr> <td><b>customUrl</b></td> <td>mblivre</td> </tr> <tr> <td><b>publishedAt</b></td> <td>2014-10-17T20:53:52.000Z</td> </tr> <tr> <td rowspan="3"><b>thumbnails</b></td> <td> <table> <tr> <td><b>default</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg</a></td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td><b>localized</b></td> <td> <table> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Movimento Brasil Livre</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>O MBL - Movimento Brasil Livre está no Youtube com vídeos exclusivos e muito conteúdo político. Conheça o Movimento em <a href="http://www.mbl.org.br">www.mbl.org.br</a>. Faça parte do MBL - <a href="http://www.mbl.org.br/participe">www.mbl.org.br/participe</a>. Facebook em <a href="http://www.fb.com/mblivre">www.fb.com/mblivre</a>.</td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td><b>country</b></td> <td>BR</td> </tr> </table> | <b>title</b>  | Movimento Brasil Livre   | <b>description</b>   | O MBL - Movimento Brasil Livre está no Youtube com vídeos exclusivos e muito conteúdo político. Conheça o Movimento em <a href="http://www.mbl.org.br">www.mbl.org.br</a> . Faça parte do MBL - <a href="http://www.mbl.org.br/participe">www.mbl.org.br/participe</a> . Facebook em <a href="http://www.fb.com/mblivre">www.fb.com/mblivre</a> . | <b>customUrl</b>   | mblivre           | <b>publishedAt</b>   | 2014-10-17T20:53:52.000Z | <b>thumbnails</b> | <table> <tr> <td><b>default</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg</a></td> </tr> </table> | <b>default</b> | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg</a> | <b>medium</b> | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg</a> | <b>high</b> | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg</a> | <b>localized</b> | <table> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Movimento Brasil Livre</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>O MBL - Movimento Brasil Livre está no Youtube com vídeos exclusivos e muito conteúdo político. Conheça o Movimento em <a href="http://www.mbl.org.br">www.mbl.org.br</a>. Faça parte do MBL - <a href="http://www.mbl.org.br/participe">www.mbl.org.br/participe</a>. Facebook em <a href="http://www.fb.com/mblivre">www.fb.com/mblivre</a>.</td> </tr> </table> | <b>title</b> | Movimento Brasil Livre | <b>description</b> | O MBL - Movimento Brasil Livre está no Youtube com vídeos exclusivos e muito conteúdo político. Conheça o Movimento em <a href="http://www.mbl.org.br">www.mbl.org.br</a> . Faça parte do MBL - <a href="http://www.mbl.org.br/participe">www.mbl.org.br/participe</a> . Facebook em <a href="http://www.fb.com/mblivre">www.fb.com/mblivre</a> . | <b>country</b> | BR |
|                         | <b>title</b>   | Movimento Brasil Livre  |  |  |   |  |                   |  |                          |                   |   |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                        |                    |   |                |    |
|                         | <b>description</b>   | O MBL - Movimento Brasil Livre está no Youtube com vídeos exclusivos e muito conteúdo político. Conheça o Movimento em <a href="http://www.mbl.org.br">www.mbl.org.br</a> . Faça parte do MBL - <a href="http://www.mbl.org.br/participe">www.mbl.org.br/participe</a> . Facebook em <a href="http://www.fb.com/mblivre">www.fb.com/mblivre</a> .   |  |  |   |  |                   |  |                          |                   |   |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                        |                    |   |                |    |
|                         | <b>customUrl</b>   | mblivre   |  |  |   |  |                   |  |                          |                   |   |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                        |                    |   |                |    |
|                         | <b>publishedAt</b>   | 2014-10-17T20:53:52.000Z  |  |  |   |  |                   |  |                          |                   |   |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                        |                    |   |                |    |
|                         | <b>thumbnails</b>  | <table> <tr> <td><b>default</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg</a></td> </tr> </table> | <b>default</b>   | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg</a> | <b>medium</b>   | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg</a> | <b>high</b>       | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg</a> |                          |                   |   |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                        |                    |   |                |    |
| <b>default</b>          |  | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s88-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg</a>  |  |  |   |  |                   |  |                          |                   |   |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                        |                    |   |                |    |
| <b>medium</b>           |  | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg</a>  |  |  |   |  |                   |  |                          |                   |   |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                        |                    |   |                |    |
| <b>high</b>             | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-Hn05xgrC6JY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/8crOldxFTsk/s240-c-k-no-mo-rj-c0xfffff/photo.jpg</a>   |   |  |  |   |  |                   |  |                          |                   |   |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                        |                    |   |                |    |
| <b>localized</b>        | <table> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Movimento Brasil Livre</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>O MBL - Movimento Brasil Livre está no Youtube com vídeos exclusivos e muito conteúdo político. Conheça o Movimento em <a href="http://www.mbl.org.br">www.mbl.org.br</a>. Faça parte do MBL - <a href="http://www.mbl.org.br/participe">www.mbl.org.br/participe</a>. Facebook em <a href="http://www.fb.com/mblivre">www.fb.com/mblivre</a>.</td> </tr> </table>   | <b>title</b>  | Movimento Brasil Livre   | <b>description</b>   | O MBL - Movimento Brasil Livre está no Youtube com vídeos exclusivos e muito conteúdo político. Conheça o Movimento em <a href="http://www.mbl.org.br">www.mbl.org.br</a> . Faça parte do MBL - <a href="http://www.mbl.org.br/participe">www.mbl.org.br/participe</a> . Facebook em <a href="http://www.fb.com/mblivre">www.fb.com/mblivre</a> . |  |                   |  |                          |                   |   |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                        |                    |   |                |    |
| <b>title</b>            | Movimento Brasil Livre   |   |  |  |   |  |                   |  |                          |                   |   |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                        |                    |   |                |    |
| <b>description</b>      | O MBL - Movimento Brasil Livre está no Youtube com vídeos exclusivos e muito conteúdo político. Conheça o Movimento em <a href="http://www.mbl.org.br">www.mbl.org.br</a> . Faça parte do MBL - <a href="http://www.mbl.org.br/participe">www.mbl.org.br/participe</a> . Facebook em <a href="http://www.fb.com/mblivre">www.fb.com/mblivre</a> .  |   |  |  |   |  |                   |  |                          |                   |   |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                        |                    |   |                |    |
| <b>country</b>          | BR   |   |  |  |   |  |                   |  |                          |                   |   |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                        |                    |   |                |    |
| <b>contentDetails</b>   | <table> <tr> <td><b>relatedPlaylists</b></td> <td> <table> <tr> <td><b>likes</b></td> <td>LL8QAdpiEWAOg3AOC</td> </tr> <tr> <td><b>uploads</b></td> <td>UU8QAdpiEWAOg3AOC</td> </tr> <tr> <td><b>watchHistory</b></td> <td>HL</td> </tr> <tr> <td><b>watchLater</b></td> <td>WL</td> </tr> </table> </td> </tr> </table>   | <b>relatedPlaylists</b>   | <table> <tr> <td><b>likes</b></td> <td>LL8QAdpiEWAOg3AOC</td> </tr> <tr> <td><b>uploads</b></td> <td>UU8QAdpiEWAOg3AOC</td> </tr> <tr> <td><b>watchHistory</b></td> <td>HL</td> </tr> <tr> <td><b>watchLater</b></td> <td>WL</td> </tr> </table> | <b>likes</b>   | LL8QAdpiEWAOg3AOC   | <b>uploads</b>   | UU8QAdpiEWAOg3AOC | <b>watchHistory</b>  | HL                       | <b>watchLater</b> | WL  |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                        |                    |   |                |    |
| <b>relatedPlaylists</b> | <table> <tr> <td><b>likes</b></td> <td>LL8QAdpiEWAOg3AOC</td> </tr> <tr> <td><b>uploads</b></td> <td>UU8QAdpiEWAOg3AOC</td> </tr> <tr> <td><b>watchHistory</b></td> <td>HL</td> </tr> <tr> <td><b>watchLater</b></td> <td>WL</td> </tr> </table>   | <b>likes</b>  | LL8QAdpiEWAOg3AOC  | <b>uploads</b>   | UU8QAdpiEWAOg3AOC   | <b>watchHistory</b>  | HL                | <b>watchLater</b>  | WL                       |                   |   |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                        |                    |   |                |    |
| <b>likes</b>            | LL8QAdpiEWAOg3AOC  |   |  |  |   |  |                   |  |                          |                   |   |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                        |                    |   |                |    |
| <b>uploads</b>          | UU8QAdpiEWAOg3AOC  |   |  |  |   |  |                   |  |                          |                   |   |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                        |                    |   |                |    |
| <b>watchHistory</b>     | HL   |   |  |  |   |  |                   |  |                          |                   |   |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                        |                    |   |                |    |
| <b>watchLater</b>       | WL   |   |  |  |   |  |                   |  |                          |                   |   |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                        |                    |   |                |    |
| <b>statistics</b>       |  |   |  |  |   |  |                   |  |                          |                   |   |                |  |               |  |             |  |                  |  |              |                        |                    |   |                |    |

[https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod\\_channel\\_info.php?hash=UC8QAdpiEWAOg3AOC](https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod_channel_info.php?hash=UC8QAdpiEWAOg3AOC)

1/3

# Anexo 9 – Channel Info Nando Moura

09/01/2018

YouTube Data Tools

[Home](#)
[Channel Info](#)
[Channel Network](#)
[Video List](#)
[Video Network](#)
[Video Info](#)
[FAQ](#)

## YTD Channel Info

This module retrieves different kinds of information for a channel from the `channels/list` API endpoint from a specified channel id. The following resources are requested: brandingSettings, status, id, snippet, contentDetails, contentOwnerDetails, statistics, topicDetails, invideoPromotion.

Output is a direct print of the API response.

You can use comma-separated hashes to retrieve information for more than one channel as a list (tab file).

channel id:  (channel ids can be found in URLs, e.g. <https://www.youtube.com/channel/UCtxGqPJPI8ptAzB029jpYA>)

|                              |   |                         |  |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
|------------------------------|---|-------------------------|--|---------------------|--|------------------------|--|------------------------------|--|-------------------|--|---------------|--|-------------|--|------------------|--|--------------|-------------|--------------------|--|----------------|----|
| <b>kind</b>                  | youtube#channel   |                         |  |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>etag</b>                  | "S8kisgyDEblalhHF9ooXPiFFrkc/0sa7djh-hp2jtzXYf-caUspUdpl"   |                         |  |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>id</b>                    | UCOOCeqi5txwviDZ4M5W9QSg  |                         |  |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>snippet</b>               | <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Nando Moura</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>Comentários sobre música, filosofia, economia, teologia, política e atualidades.</td> </tr> <tr> <td><b>publishedAt</b></td> <td>2011-09-11T15:56:23.000Z</td> </tr> <tr> <td><b>thumbnails</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td><b>default</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td><b>localized</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Nando Moura</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>Comentários sobre música, filosofia, economia, teologia, política e atualidades.</td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td><b>country</b></td> <td>BR</td> </tr> </table> | <b>title</b>            | Nando Moura  | <b>description</b>  | Comentários sobre música, filosofia, economia, teologia, política e atualidades.   | <b>publishedAt</b>     | 2011-09-11T15:56:23.000Z   | <b>thumbnails</b>            | <table border="1"> <tr> <td><b>default</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> </table> | <b>default</b>    | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>medium</b> | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>high</b> | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>localized</b> | <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Nando Moura</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>Comentários sobre música, filosofia, economia, teologia, política e atualidades.</td> </tr> </table> | <b>title</b> | Nando Moura | <b>description</b> | Comentários sobre música, filosofia, economia, teologia, política e atualidades. | <b>country</b> | BR |
| <b>title</b>                 | Nando Moura   |                         |  |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>description</b>           | Comentários sobre música, filosofia, economia, teologia, política e atualidades.  |                         |  |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>publishedAt</b>           | 2011-09-11T15:56:23.000Z  |                         |  |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>thumbnails</b>            | <table border="1"> <tr> <td><b>default</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> </table>  | <b>default</b>          | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>medium</b>       | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>high</b>            | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>default</b>               | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>  |                         |  |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>medium</b>                | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>  |                         |  |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>high</b>                  | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-JM24p2VQEO0/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA1U7gA8RbRtQ/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>  |                         |  |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>localized</b>             | <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Nando Moura</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>Comentários sobre música, filosofia, economia, teologia, política e atualidades.</td> </tr> </table>  | <b>title</b>            | Nando Moura  | <b>description</b>  | Comentários sobre música, filosofia, economia, teologia, política e atualidades.   |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>title</b>                 | Nando Moura   |                         |  |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>description</b>           | Comentários sobre música, filosofia, economia, teologia, política e atualidades.  |                         |  |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>country</b>               | BR  |                         |  |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>contentDetails</b>        | <table border="1"> <tr> <td><b>relatedPlaylists</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td><b>uploads</b></td> <td>UUOOCeqi5txwviDZ4M5W9QSg</td> </tr> <tr> <td><b>watchHistory</b></td> <td>HL</td> </tr> <tr> <td><b>watchLater</b></td> <td>WL</td> </tr> </table> </td> </tr> </table>   | <b>relatedPlaylists</b> | <table border="1"> <tr> <td><b>uploads</b></td> <td>UUOOCeqi5txwviDZ4M5W9QSg</td> </tr> <tr> <td><b>watchHistory</b></td> <td>HL</td> </tr> <tr> <td><b>watchLater</b></td> <td>WL</td> </tr> </table>                                       | <b>uploads</b>      | UUOOCeqi5txwviDZ4M5W9QSg   | <b>watchHistory</b>    | HL   | <b>watchLater</b>            | WL   |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>relatedPlaylists</b>      | <table border="1"> <tr> <td><b>uploads</b></td> <td>UUOOCeqi5txwviDZ4M5W9QSg</td> </tr> <tr> <td><b>watchHistory</b></td> <td>HL</td> </tr> <tr> <td><b>watchLater</b></td> <td>WL</td> </tr> </table>  | <b>uploads</b>          | UUOOCeqi5txwviDZ4M5W9QSg   | <b>watchHistory</b> | HL   | <b>watchLater</b>      | WL   |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>uploads</b>               | UUOOCeqi5txwviDZ4M5W9QSg  |                         |  |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>watchHistory</b>          | HL  |                         |  |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>watchLater</b>            | WL  |                         |  |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>statistics</b>            | <table border="1"> <tr> <td><b>viewCount</b></td> <td>393473296</td> </tr> <tr> <td><b>commentCount</b></td> <td>1</td> </tr> <tr> <td><b>subscriberCount</b></td> <td>1766294</td> </tr> <tr> <td><b>hiddenSubscriberCount</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>videoCount</b></td> <td>1312</td> </tr> </table>   | <b>viewCount</b>        | 393473296  | <b>commentCount</b> | 1  | <b>subscriberCount</b> | 1766294  | <b>hiddenSubscriberCount</b> |  | <b>videoCount</b> | 1312   |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>viewCount</b>             | 393473296   |                         |  |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>commentCount</b>          | 1   |                         |  |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>subscriberCount</b>       | 1766294   |                         |  |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>hiddenSubscriberCount</b> |   |                         |  |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>videoCount</b>            | 1312  |                         |  |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |
| <b>topicDetails</b>          |   |                         |  |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |  |              |             |                    |  |                |    |

[https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod\\_channel\\_info.php?hash=UCOOCeqi5txwviDZ4M5W9QSg](https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod_channel_info.php?hash=UCOOCeqi5txwviDZ4M5W9QSg)

1/3

# Anexo 10 – Channel Info Olavo de Carvalho

09/04/2018

YouTube Data Tools

## Data Tools

blog software resea

Channel Network Video List Video Network Video Info FAQ

### Module

Provides different kinds of information for a channel from the `channels/list` API endpoint from a specified channel id. The following resources are requested: `brandingSettings`, `contentOwnerDetails`, `statistics`, `topicDetails`, `invideoPromotion`.

Content of the API response.

Separated hashes to retrieve information for more than one channel as a list (tab file).

UC6RQhzm93SterWntL7GzqYQ (channel ids can be found in URLs, e.g. <https://www.youtube.com/channel/UCxGqP.PPi8ptAzB029jpYA>)

Enviar

|                              |  |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
|------------------------------|--|----------------|--|---------------------|---|-------------------|-------------------------------------|---------------|---|---------------|---|------------|--|--------------|-----|---------------|-----|-------------|---|------------|--|--------------|-----|---------------|-----|
| <b>channelId</b>             | UC6RQhzm93SterWntL7GzqYQ   |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>channelTitle</b>          | Olavo de Carvalho  |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>description</b>           |  |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>publishedAt</b>           | 2007-07-07T14:12:23.000Z   |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>thumbnails</b>            | <table border="1"> <tr> <td><b>default</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td><b>url</b></td> <td>https://yt3.ggpht.com/--uOTeqV-PMY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/_Dc2A-nUEZ4/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</td> </tr> <tr> <td><b>width</b></td> <td>88</td> </tr> <tr> <td><b>height</b></td> <td>88</td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td><b>url</b></td> <td>https://yt3.ggpht.com/--uOTeqV-PMY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/_Dc2A-nUEZ4/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</td> </tr> <tr> <td><b>width</b></td> <td>240</td> </tr> <tr> <td><b>height</b></td> <td>240</td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td><b>url</b></td> <td>https://yt3.ggpht.com/--uOTeqV-PMY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/_Dc2A-nUEZ4/s800-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</td> </tr> <tr> <td><b>width</b></td> <td>800</td> </tr> <tr> <td><b>height</b></td> <td>800</td> </tr> </table> </td> </tr> </table> | <b>default</b> | <table border="1"> <tr> <td><b>url</b></td> <td>https://yt3.ggpht.com/--uOTeqV-PMY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/_Dc2A-nUEZ4/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</td> </tr> <tr> <td><b>width</b></td> <td>88</td> </tr> <tr> <td><b>height</b></td> <td>88</td> </tr> </table> | <b>url</b>          | https://yt3.ggpht.com/--uOTeqV-PMY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/_Dc2A-nUEZ4/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg | <b>width</b>      | 88                                  | <b>height</b> | 88  | <b>medium</b> | <table border="1"> <tr> <td><b>url</b></td> <td>https://yt3.ggpht.com/--uOTeqV-PMY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/_Dc2A-nUEZ4/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</td> </tr> <tr> <td><b>width</b></td> <td>240</td> </tr> <tr> <td><b>height</b></td> <td>240</td> </tr> </table> | <b>url</b> | https://yt3.ggpht.com/--uOTeqV-PMY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/_Dc2A-nUEZ4/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg | <b>width</b> | 240 | <b>height</b> | 240 | <b>high</b> | <table border="1"> <tr> <td><b>url</b></td> <td>https://yt3.ggpht.com/--uOTeqV-PMY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/_Dc2A-nUEZ4/s800-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</td> </tr> <tr> <td><b>width</b></td> <td>800</td> </tr> <tr> <td><b>height</b></td> <td>800</td> </tr> </table> | <b>url</b> | https://yt3.ggpht.com/--uOTeqV-PMY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/_Dc2A-nUEZ4/s800-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg | <b>width</b> | 800 | <b>height</b> | 800 |
| <b>default</b>               | <table border="1"> <tr> <td><b>url</b></td> <td>https://yt3.ggpht.com/--uOTeqV-PMY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/_Dc2A-nUEZ4/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</td> </tr> <tr> <td><b>width</b></td> <td>88</td> </tr> <tr> <td><b>height</b></td> <td>88</td> </tr> </table>   | <b>url</b>     | https://yt3.ggpht.com/--uOTeqV-PMY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/_Dc2A-nUEZ4/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg  | <b>width</b>        | 88  | <b>height</b>     | 88                                  |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>url</b>                   | https://yt3.ggpht.com/--uOTeqV-PMY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/_Dc2A-nUEZ4/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg  |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>width</b>                 | 88   |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>height</b>                | 88   |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>medium</b>                | <table border="1"> <tr> <td><b>url</b></td> <td>https://yt3.ggpht.com/--uOTeqV-PMY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/_Dc2A-nUEZ4/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</td> </tr> <tr> <td><b>width</b></td> <td>240</td> </tr> <tr> <td><b>height</b></td> <td>240</td> </tr> </table>  | <b>url</b>     | https://yt3.ggpht.com/--uOTeqV-PMY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/_Dc2A-nUEZ4/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg   | <b>width</b>        | 240   | <b>height</b>     | 240                                 |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>url</b>                   | https://yt3.ggpht.com/--uOTeqV-PMY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/_Dc2A-nUEZ4/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg   |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>width</b>                 | 240  |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>height</b>                | 240  |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>high</b>                  | <table border="1"> <tr> <td><b>url</b></td> <td>https://yt3.ggpht.com/--uOTeqV-PMY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/_Dc2A-nUEZ4/s800-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</td> </tr> <tr> <td><b>width</b></td> <td>800</td> </tr> <tr> <td><b>height</b></td> <td>800</td> </tr> </table>  | <b>url</b>     | https://yt3.ggpht.com/--uOTeqV-PMY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/_Dc2A-nUEZ4/s800-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg   | <b>width</b>        | 800   | <b>height</b>     | 800                                 |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>url</b>                   | https://yt3.ggpht.com/--uOTeqV-PMY/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/_Dc2A-nUEZ4/s800-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg   |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>width</b>                 | 800  |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>height</b>                | 800  |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>localized</b>             | <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Olavo de Carvalho</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td></td> </tr> </table>   | <b>title</b>   | Olavo de Carvalho  | <b>description</b>  |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>title</b>                 | Olavo de Carvalho  |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>description</b>           |  |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>relatedPlaylists</b>      | <table border="1"> <tr> <td><b>uploads</b></td> <td>UU6RQhzm93SterWntL7GzqYQ</td> </tr> <tr> <td><b>watchHistory</b></td> <td>HL</td> </tr> <tr> <td><b>watchLater</b></td> <td>WL</td> </tr> </table>   | <b>uploads</b> | UU6RQhzm93SterWntL7GzqYQ   | <b>watchHistory</b> | HL  | <b>watchLater</b> | WL                                  |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>uploads</b>               | UU6RQhzm93SterWntL7GzqYQ   |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>watchHistory</b>          | HL   |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>watchLater</b>            | WL   |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>viewCount</b>             | 1092644  |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>commentCount</b>          | 26   |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>subscriberCount</b>       | 45329  |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>hiddenSubscriberCount</b> |  |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>videoCount</b>            | 27   |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>videoId</b>               | <table border="1"> <tr> <td><b>0</b></td> <td>/m/098wr</td> </tr> <tr> <td><b>1</b></td> <td>/m/019_rr</td> </tr> <tr> <td><b>2</b></td> <td>/m/04rIf</td> </tr> <tr> <td><b>3</b></td> <td>/m/05qt0</td> </tr> </table>   | <b>0</b>       | /m/098wr   | <b>1</b>            | /m/019_rr   | <b>2</b>          | /m/04rIf                            | <b>3</b>      | /m/05qt0  |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>0</b>                     | /m/098wr   |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>1</b>                     | /m/019_rr  |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>2</b>                     | /m/04rIf   |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>3</b>                     | /m/05qt0   |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>videoCategories</b>       | <table border="1"> <tr> <td><b>0</b></td> <td>https://en.wikipedia.org/wiki/Society</td> </tr> <tr> <td><b>1</b></td> <td>https://en.wikipedia.org/wiki/Politics</td> </tr> <tr> <td><b>2</b></td> <td>https://en.wikipedia.org/wiki/Music</td> </tr> <tr> <td><b>3</b></td> <td>https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)</td> </tr> </table>   | <b>0</b>       | https://en.wikipedia.org/wiki/Society  | <b>1</b>            | https://en.wikipedia.org/wiki/Politics  | <b>2</b>          | https://en.wikipedia.org/wiki/Music | <b>3</b>      | https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology) |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>0</b>                     | https://en.wikipedia.org/wiki/Society  |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>1</b>                     | https://en.wikipedia.org/wiki/Politics   |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>2</b>                     | https://en.wikipedia.org/wiki/Music  |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>3</b>                     | https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(sociology)  |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>privacyStatus</b>         | public   |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>linked</b>                | 1  |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |
| <b>uploadStatus</b>          | longUploadsUnspecified   |                |  |                     |   |                   |                                     |               |   |               |   |            |  |              |     |               |     |             |   |            |  |              |     |               |     |

[https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod\\_channel\\_info.php?hash=UC6RQhzm93SterWntL7GzqYQ](https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod_channel_info.php?hash=UC6RQhzm93SterWntL7GzqYQ)

1/2

# Anexo 11 – Channel Info **Mídia Sem Máscara**

09/01/2018

YouTube Data Tools

- [Home](#)
[Channel Info](#)
[Channel Network](#)
[Video List](#)
[Video Network](#)
[Video Info](#)
[FAQ](#)

## YTDT Channel Info

This module retrieves different kinds of information for a channel from the `channels/list` API endpoint from a specified channel id. The following resources are requested: brandingSettings, status, id, snippet, contentDetails, contentOwnerDetails, statistics, topicDetails, invideoPromotion.

Output is a direct print of the API response.

You can use comma-separated hashes to retrieve information for more than one channel as a list (tab file).

channel id:  (channel ids can be found in URLs, e.g. <https://www.youtube.com/channel/UCtxGqPJPI8ptAzB029jpYA>)

|                              |   |                         |   |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
|------------------------------|---|-------------------------|---|---------------------|--|------------------------|--|------------------------------|--|-------------------|--|---------------|--|-------------|--|------------------|---|--------------|-------------------|--------------------|---|----------------|----|
| <b>kind</b>                  | youtube#channel   |                         |   |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>etag</b>                  | "S8kisgyDEblalhHF9ooXPiFFrkc/YaTI5BLGANA2UHrRO0_ebfkIPZ4"   |                         |   |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>id</b>                    | UCs7SSwJrkcmZp9R2N92ssCw  |                         |   |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>snippet</b>               | <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Mídia Sem Máscara</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>O espaço aberto para a produção independente. A partir de agora, o CanalMSM hospedar  videos de outros sites e produ oes próprias sempre com o perfil diferenciado na análise de temas de interesse.</td> </tr> <tr> <td><b>publishedAt</b></td> <td>2007-06-17T20:32:47.000Z</td> </tr> <tr> <td><b>thumbnails</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td><b>default</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td><b>localized</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Mídia Sem Máscara</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>O espaço aberto para a produção independente. A partir de agora, o CanalMSM hospedar  videos de outros sites e produ oes próprias sempre com o perfil diferenciado na análise de temas de interesse.</td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td><b>country</b></td> <td>US</td> </tr> </table> | <b>title</b>            | Mídia Sem Máscara   | <b>description</b>  | O espaço aberto para a produção independente. A partir de agora, o CanalMSM hospedar  videos de outros sites e produ oes próprias sempre com o perfil diferenciado na análise de temas de interesse.  | <b>publishedAt</b>     | 2007-06-17T20:32:47.000Z   | <b>thumbnails</b>            | <table border="1"> <tr> <td><b>default</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> </table> | <b>default</b>    | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>medium</b> | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>high</b> | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>localized</b> | <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Mídia Sem Máscara</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>O espaço aberto para a produção independente. A partir de agora, o CanalMSM hospedar  videos de outros sites e produ oes próprias sempre com o perfil diferenciado na análise de temas de interesse.</td> </tr> </table> | <b>title</b> | Mídia Sem Máscara | <b>description</b> | O espaço aberto para a produção independente. A partir de agora, o CanalMSM hospedar  videos de outros sites e produ oes próprias sempre com o perfil diferenciado na análise de temas de interesse. | <b>country</b> | US |
| <b>title</b>                 | Mídia Sem Máscara   |                         |   |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>description</b>           | O espaço aberto para a produção independente. A partir de agora, o CanalMSM hospedar  videos de outros sites e produ oes próprias sempre com o perfil diferenciado na análise de temas de interesse.   |                         |   |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>publishedAt</b>           | 2007-06-17T20:32:47.000Z  |                         |   |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>thumbnails</b>            | <table border="1"> <tr> <td><b>default</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td><b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> </table>  | <b>default</b>          | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>                                  | <b>medium</b>       | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>high</b>            | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>default</b>               | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>  |                         |   |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>medium</b>                | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>  |                         |   |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>high</b>                  | <b>url</b> <a href="https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-zsmtcibT9JI/AAAAAAAAAI/AAAAAAAAAA/cst5ySDQhfg/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>  |                         |   |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>localized</b>             | <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Mídia Sem Máscara</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>O espaço aberto para a produção independente. A partir de agora, o CanalMSM hospedar  videos de outros sites e produ oes próprias sempre com o perfil diferenciado na análise de temas de interesse.</td> </tr> </table>   | <b>title</b>            | Mídia Sem Máscara   | <b>description</b>  | O espaço aberto para a produção independente. A partir de agora, o CanalMSM hospedar  videos de outros sites e produ oes próprias sempre com o perfil diferenciado na análise de temas de interesse.  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>title</b>                 | Mídia Sem Máscara   |                         |   |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>description</b>           | O espaço aberto para a produção independente. A partir de agora, o CanalMSM hospedar  videos de outros sites e produ oes próprias sempre com o perfil diferenciado na análise de temas de interesse.   |                         |   |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>country</b>               | US  |                         |   |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>contentDetails</b>        | <table border="1"> <tr> <td><b>relatedPlaylists</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td><b>favorites</b></td> <td>FLs7SSwJrkcmZp9R2N92ssCw</td> </tr> <tr> <td><b>uploads</b></td> <td>UUs7SSwJrkcmZp9R2N92ssCw</td> </tr> <tr> <td><b>watchHistory</b></td> <td>HL</td> </tr> <tr> <td><b>watchLater</b></td> <td>WL</td> </tr> </table> </td> </tr> </table>  | <b>relatedPlaylists</b> | <table border="1"> <tr> <td><b>favorites</b></td> <td>FLs7SSwJrkcmZp9R2N92ssCw</td> </tr> <tr> <td><b>uploads</b></td> <td>UUs7SSwJrkcmZp9R2N92ssCw</td> </tr> <tr> <td><b>watchHistory</b></td> <td>HL</td> </tr> <tr> <td><b>watchLater</b></td> <td>WL</td> </tr> </table> | <b>favorites</b>    | FLs7SSwJrkcmZp9R2N92ssCw   | <b>uploads</b>         | UUs7SSwJrkcmZp9R2N92ssCw   | <b>watchHistory</b>          | HL   | <b>watchLater</b> | WL   |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>relatedPlaylists</b>      | <table border="1"> <tr> <td><b>favorites</b></td> <td>FLs7SSwJrkcmZp9R2N92ssCw</td> </tr> <tr> <td><b>uploads</b></td> <td>UUs7SSwJrkcmZp9R2N92ssCw</td> </tr> <tr> <td><b>watchHistory</b></td> <td>HL</td> </tr> <tr> <td><b>watchLater</b></td> <td>WL</td> </tr> </table>   | <b>favorites</b>        | FLs7SSwJrkcmZp9R2N92ssCw  | <b>uploads</b>      | UUs7SSwJrkcmZp9R2N92ssCw   | <b>watchHistory</b>    | HL   | <b>watchLater</b>            | WL   |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>favorites</b>             | FLs7SSwJrkcmZp9R2N92ssCw  |                         |   |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>uploads</b>               | UUs7SSwJrkcmZp9R2N92ssCw  |                         |   |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>watchHistory</b>          | HL  |                         |   |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>watchLater</b>            | WL  |                         |   |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>statistics</b>            | <table border="1"> <tr> <td><b>viewCount</b></td> <td>3848394</td> </tr> <tr> <td><b>commentCount</b></td> <td>0</td> </tr> <tr> <td><b>subscriberCount</b></td> <td>52216</td> </tr> <tr> <td><b>hiddenSubscriberCount</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>videoCount</b></td> <td>143</td> </tr> </table>  | <b>viewCount</b>        | 3848394   | <b>commentCount</b> | 0  | <b>subscriberCount</b> | 52216  | <b>hiddenSubscriberCount</b> |  | <b>videoCount</b> | 143  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>viewCount</b>             | 3848394   |                         |   |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>commentCount</b>          | 0   |                         |   |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>subscriberCount</b>       | 52216   |                         |   |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>hiddenSubscriberCount</b> |   |                         |   |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>videoCount</b>            | 143   |                         |   |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |
| <b>topicDetails</b>          |   |                         |   |                     |  |                        |  |                              |  |                   |  |               |  |             |  |                  |   |              |                   |                    |   |                |    |

[https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod\\_channel\\_info.php?hash=UCs7SSwJrkcmZp9R2N92ssCw](https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod_channel_info.php?hash=UCs7SSwJrkcmZp9R2N92ssCw)

1/3

## Anexo 12 – Channel Info Terça Livre

09/01/2018

YouTube Data Tools

[Home](#)
[Channel Info](#)
[Channel Network](#)
[Video List](#)
[Video Network](#)
[Video Info](#)
[FAQ](#)

### YTDT Channel Info

This module retrieves different kinds of information for a channel from the `channels/list` API endpoint from a specified channel id. The following resources are requested: `brandingSettings`, `status`, `id`, `snippet`, `contentDetails`, `contentOwnerDetails`, `statistics`, `topicDetails`, `invideoPromotion`.

Output is a direct print of the API response.

You can use comma-separated hashes to retrieve information for more than one channel as a list (tab file).

channel id:  (channel ids can be found in URLs, e.g. <https://www.youtube.com/channel/UC7qK1TCeLAr8qOeclO>)

|                       |   |   |                     |   |   |   |            |   |             |            |
|-----------------------|---|---|---------------------|---|---|---|------------|---|-------------|------------|
| <b>kind</b>           | youtube#channel   |   |                     |   |   |   |            |   |             |            |
| <b>etag</b>           | "S8kisgyDEblalhHF9ooXPIFFrkc/QafdbDS4pkgcK8L6viA9jXl4Nm4"   |   |                     |   |   |   |            |   |             |            |
| <b>id</b>             | UC7qK1TCeLAr8qOeclO-s39g  |   |                     |   |   |   |            |   |             |            |
| <b>snippet</b>        | <b>title</b>  | Terça Livre   |                     |   |   |   |            |   |             |            |
|                       | <b>description</b>  | Nosso canal promove a boa cultura por meio de vídeos educacionais, políticos e sobre temas relevantes que a mídia esconde, ou, é por ela transmitida por interesses partidários. Conheça nossa página: <a href="http://www.facebook.com/TercaLivre">www.facebook.com/TercaLivre</a> e nosso site <a href="http://www.tercalivre.com.br">www.tercalivre.com.br</a>   |                     |   |   |   |            |   |             |            |
|                       | <b>customUrl</b>  | tercalivre  |                     |   |   |   |            |   |             |            |
|                       | <b>publishedAt</b>  | 2014-11-18T14:27:05.000Z  |                     |   |   |   |            |   |             |            |
|                       | <b>thumbnails</b>   | <table border="1"> <tr> <td><b>default</b></td> <td><b>url</b></td> <td><a href="https://yt3.ggpht.com/-btRPLTt-sDo/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAAAY3gAbWQ6voA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-btRPLTt-sDo/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAAAY3gAbWQ6voA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>medium</b></td> <td><b>url</b></td> <td><a href="https://yt3.ggpht.com/-btRPLTt-sDo/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAAAY3gAbWQ6voA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-btRPLTt-sDo/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAAAY3gAbWQ6voA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> <tr> <td><b>high</b></td> <td><b>url</b></td> <td><a href="https://yt3.ggpht.com/-btRPLTt-sDo/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAAAY3gAbWQ6voA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-btRPLTt-sDo/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAAAY3gAbWQ6voA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a></td> </tr> </table> | <b>default</b>      | <b>url</b>  | <a href="https://yt3.ggpht.com/-btRPLTt-sDo/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAAAY3gAbWQ6voA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-btRPLTt-sDo/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAAAY3gAbWQ6voA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>   | <b>medium</b>   | <b>url</b> | <a href="https://yt3.ggpht.com/-btRPLTt-sDo/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAAAY3gAbWQ6voA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-btRPLTt-sDo/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAAAY3gAbWQ6voA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a> | <b>high</b> | <b>url</b> |
| <b>default</b>        | <b>url</b>  | <a href="https://yt3.ggpht.com/-btRPLTt-sDo/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAAAY3gAbWQ6voA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-btRPLTt-sDo/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAAAY3gAbWQ6voA/s88-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>   |                     |   |   |   |            |   |             |            |
| <b>medium</b>         | <b>url</b>  | <a href="https://yt3.ggpht.com/-btRPLTt-sDo/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAAAY3gAbWQ6voA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-btRPLTt-sDo/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAAAY3gAbWQ6voA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>   |                     |   |   |   |            |   |             |            |
| <b>high</b>           | <b>url</b>  | <a href="https://yt3.ggpht.com/-btRPLTt-sDo/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAAAY3gAbWQ6voA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg">https://yt3.ggpht.com/-btRPLTt-sDo/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAAAY3gAbWQ6voA/s240-c-k-no-mo-rj-c0xffffff/photo.jpg</a>   |                     |   |   |   |            |   |             |            |
| <b>localized</b>      | <table border="1"> <tr> <td><b>title</b></td> <td>Terça Livre</td> </tr> <tr> <td><b>description</b></td> <td>Nosso canal promove a boa cultura por meio de vídeos educacionais, políticos e sobre temas relevantes que a mídia esconde, ou, é por ela transmitida por interesses partidários. Conheça nossa página: <a href="http://www.facebook.com/TercaLivre">www.facebook.com/TercaLivre</a> e nosso site <a href="http://www.tercalivre.com.br">www.tercalivre.com.br</a></td> </tr> </table> | <b>title</b>  | Terça Livre         | <b>description</b>  | Nosso canal promove a boa cultura por meio de vídeos educacionais, políticos e sobre temas relevantes que a mídia esconde, ou, é por ela transmitida por interesses partidários. Conheça nossa página: <a href="http://www.facebook.com/TercaLivre">www.facebook.com/TercaLivre</a> e nosso site <a href="http://www.tercalivre.com.br">www.tercalivre.com.br</a> |   |            |   |             |            |
| <b>title</b>          | Terça Livre   |   |                     |   |   |   |            |   |             |            |
| <b>description</b>    | Nosso canal promove a boa cultura por meio de vídeos educacionais, políticos e sobre temas relevantes que a mídia esconde, ou, é por ela transmitida por interesses partidários. Conheça nossa página: <a href="http://www.facebook.com/TercaLivre">www.facebook.com/TercaLivre</a> e nosso site <a href="http://www.tercalivre.com.br">www.tercalivre.com.br</a>   |   |                     |   |   |   |            |   |             |            |
| <b>country</b>        | BR  |   |                     |   |   |   |            |   |             |            |
| <b>contentDetails</b> | <b>uploads</b>  | UU7qK1TCeLAr8qOeclO-s39g  |                     |   |   |   |            |   |             |            |
|                       | <b>relatedPlaylists</b>   | <table border="1"> <tr> <td><b>watchHistory</b></td> <td>HL</td> </tr> <tr> <td><b>watchLater</b></td> <td>WL</td> </tr> </table>   | <b>watchHistory</b> | HL  | <b>watchLater</b>   | WL  |            |   |             |            |
|                       | <b>watchHistory</b>   | HL  |                     |   |   |   |            |   |             |            |
| <b>watchLater</b>     | WL  |   |                     |   |   |   |            |   |             |            |
| <b>relatedVideos</b>  |   |   |                     |   |   |   |            |   |             |            |
| <b>statistics</b>     | <b>viewCount</b>  | 23737367  |                     |   |   |   |            |   |             |            |
|                       | <b>commentCount</b>   | 0   |                     |   |   |   |            |   |             |            |
|                       | <b>subscriberCount</b>  | 168063  |                     |   |   |   |            |   |             |            |
|                       | <b>hiddenSubscriberCount</b>  |   |                     |   |   |   |            |   |             |            |
|                       | <b>videoCount</b>   | 1709  |                     |   |   |   |            |   |             |            |
| <b>topicDetails</b>   | <b>topicIds</b>   | <table border="1"> <tr> <td><b>0</b></td> <td>/m/05qt0</td> </tr> <tr> <td><b>1</b></td> <td>/m/098wr</td> </tr> </table>   | <b>0</b>            | /m/05qt0  | <b>1</b>  | /m/098wr  |            |   |             |            |
|                       | <b>0</b>  | /m/05qt0  |                     |   |   |   |            |   |             |            |
|                       | <b>1</b>  | /m/098wr  |                     |   |   |   |            |   |             |            |
|                       | <b>topicCategories</b>  | <table border="1"> <tr> <td><b>0</b></td> <td><a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Politics">https://en.wikipedia.org/wiki/Politics</a></td> </tr> <tr> <td><b>1</b></td> <td><a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Society">https://en.wikipedia.org/wiki/Society</a></td> </tr> </table>   | <b>0</b>            | <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Politics">https://en.wikipedia.org/wiki/Politics</a> | <b>1</b>  | <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Society">https://en.wikipedia.org/wiki/Society</a> |            |   |             |            |
| <b>0</b>              | <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Politics">https://en.wikipedia.org/wiki/Politics</a>   |   |                     |   |   |   |            |   |             |            |
| <b>1</b>              | <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Society">https://en.wikipedia.org/wiki/Society</a>   |   |                     |   |   |   |            |   |             |            |
| <b>topicNames</b>     |   |   |                     |   |   |   |            |   |             |            |
| <b>topicNames</b>     |   |   |                     |   |   |   |            |   |             |            |

[https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod\\_channel\\_info.php?hash=UC7qK1TCeLAr8qOeclO-s39g](https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod_channel_info.php?hash=UC7qK1TCeLAr8qOeclO-s39g)

1/3