



Universidade de Brasília

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA

PROFESSORA ORIENTADORA: JANARA SOUSA

NICKSON BARROS PINHEIRO

BOLHAS POLÍTICAS NO YOUTUBE:

Análise do comportamento do algoritmo em relação às pesquisas sobre política

Brasília/DF

Fevereiro de 2025



Universidade de Brasília

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA

PROFESSORA ORIENTADORA: JANARA SOUSA

NICKSON BARROS PINHEIRO

BOLHAS POLÍTICAS NO YOUTUBE:

Estudo experimental sobre o comportamento do algoritmo em relação às pesquisas sobre política na plataforma

Artigo científico apresentado ao Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, da Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social.

Brasília/DF

Fevereiro de 2025

NICKSON BARROS PINHEIRO

BOLHAS POLÍTICAS NO YOUTUBE:

Estudo experimental sobre o comportamento do algoritmo em relação às pesquisas sobre política na plataforma

BANCA EXAMINADORA

Brasília, 13 de fevereiro de 2025

Prof^a. Dr^a. Janara Kalline Leal Lopes de Sousa
(Orientadora)

Prof^a. Dr^a. Carina Luísa Ochi Flexor

Prof. Dr^a. Kátia Maria Belisário

Prof^a. Dr^a. Elen Cristina Geraldês
(Suplente)

Agradecimentos

Agradeço, primeiramente, às oportunidades que a Universidade de Brasília me deu ao longo de minha jornada acadêmica. Entrei na Universidade com diversas incertezas e preocupações, como todos os novos universitários, mas pude explorar caminhos e entender um pouco melhor as minhas vocações. Mergulhei no universo acadêmico: fiz parte de empresa júnior, projetos de extensão, DACOM (quando ainda era CACOM), PIBICs e projetos de pesquisa.

Agradeço às oportunidades cedidas - mesmo que não tenha conseguido abraçar todas - pelo professor Fábio Pereira, durante a pandemia, onde foi meu orientador de PIBIC e um verdadeiro mentor no campo acadêmico e científico. Obrigado, professor, por ter acreditado em mim e, a partir de um tímido PIBIC, me mostrar o quanto o mundo acadêmico é rico e o quanto as conferências acadêmicas são incríveis!

Ao professor Zanei Barcellos, meu enorme carinho e gratidão por ter me apoiado profissionalmente e emocionalmente durante a minha volta à Universidade para concluir o curso, mesmo que eu não tenha conseguido realizar o TCC naquele momento. As nossas conversas e aconselhamentos foram importantes e tiveram grande relevância neste trabalho aqui proposto.

À professora Janara, que não só me acolheu, como me provoca e me sacode para seguir o caminho científico: agradeço cada conselho e orientação junto aos meus companheiros de pesquisa. O brilho que a senhora traz à vida dos alunos e as contribuições ao mundo acadêmico são inestimáveis.

Por fim, gostaria também de agradecer aos meus familiares que apoiaram minha jornada acadêmica, como também à minha companheira de vida, a qual também faz parte da Faculdade de Comunicação e sei que vai contribuir e muito para a Universidade.

Sem o apoio de tanta gente incrível, dificilmente teria permanecido aqui. Guardo cada um - entre muitos outros - com muito carinho. Vocês são demais!!

Resumo

Este artigo tem como objetivo analisar o comportamento do algoritmo nas pesquisas feitas sobre política no YouTube, a partir de um estudo exploratório empírico realizado. Com a pesquisa realizada, buscou-se o entendimento acerca da capacidade do algoritmo em direcionar o usuário a conteúdos de extremismo violento, tornando-o suscetível a pensamentos e posicionamentos políticos contrários à democracia. Desta maneira, foi realizada a simulação de navegação de usuários que utilizam a plataforma para pesquisar sobre política, a partir da hipótese de que o algoritmo do YouTube contribui para a polarização e radicalização durante a jornada do usuário. No quadro teórico buscou-se contextualizar a realidade política no Brasil e no mundo, a disseminação de conteúdos de ódio e o extremismo violento nas redes sociais. Além disso, houve a conceitualização do aprendizado do algoritmo e funcionamento da plataforma YouTube, a partir da recomendação de vídeos, bem como o funcionamento da moderação na plataforma. A partir da análise dos resultados de pesquisa, chegou-se à conclusão de que o YouTube contribui para a expansão do extremismo violento e também a formação de bolhas políticas de pensamento, ao propiciar uma experiência de uso contínua aos usuários, a partir da recomendação de vídeos de temas que se complementam. Além disso, a rede social enfrenta dificuldades na moderação de conteúdos e comentários postados na plataforma, contribuindo para a liberação e normalização de comentários que reforçam violência e ódio.

Palavras-chave: Comunicação; YouTube; Algoritmos; Polarização política.

Abstract

This paper aims to analyze the behavior of the algorithm in searches about politics on YouTube, based on an empirical exploratory study. The research sought to understand the algorithm's ability to direct users to violent extremism content, making them susceptible to thoughts and political positions that are contrary to democracy. In this way, a simulation of the navigation of users who use the platform to search about politics was carried out, based on the hypothesis that YouTube's algorithm contributes to polarization and radicalization during the user's journey. The theoretical framework sought to contextualize the political reality in Brazil and the world, the dissemination of hate content and violent extremism on social networks. In addition, there was a conceptualization of the algorithm's learning and the functioning of the YouTube platform, based on video recommendation, as well as the functioning of moderation on the platform. Based on the analysis of the research results, it was concluded that YouTube contributes to the expansion of violent extremism and also the formation of political thought bubbles, by providing a continuous user experience to users, based on the recommendation of videos on complementary topics. In addition, the social network faces difficulties in moderating content and comments posted on the platform, contributing to the release and normalization of comments that reinforce violence and hatred.

Keywords: Communication; YouTube; Algorithms; Political polarization.

Lista de imagens e tabelas

Quadro 1.....	20
Figura 1.....	22
Quadro 2.....	23
Quadro 3.....	24
Figura 2.....	26
Figura 3.....	27
Figura 4.....	29
Figura 5.....	30
Figura 6.....	30
Figura 7.....	31
Figura 8.....	32
Figura 9.....	32
Figura 10.....	33
Figura 11.....	34
Figura 12.....	35
Figura 13.....	35
Figura 14.....	35
Figura 15.....	36
Figura 16.....	37
Figura 17.....	37
Figura 18.....	38
Figura 19.....	39
Figura 20.....	40
Figura 21.....	41

Sumário

1. Introdução.....	9
2. A internet e o novo estados das coisas.....	12
3. Intolerância, discursos de ódio nas redes sociais e extremismo no mundo.....	13
4. Polarização política no Brasil.....	16
5. YouTube e estratégias políticas na plataforma.....	17
6. Procedimentos metodológicos.....	22
7. Análises e Discussões.....	26
8. Conclusões finais.....	41
9. Referências.....	44

1. Introdução

Sons de explosões. Um carro estacionado próximo à Câmara dos Deputados explode. No dia 13 de novembro de 2024, a Esplanada dos Ministérios foi palco de uma tentativa de atentado por um ex-candidato a vereança pelo PL (Partido Liberal), do interior de Santa Catarina, munido de diversas bombas, com o intuito de realizar ataques simultâneos aos poderes públicos. Nos dias seguintes, declarações foram encontradas nas redes sociais do responsável, que demonstravam seu posicionamento político radical e indícios das atrocidades que realizaria nos próximos dias, no intento de tornar-se um mártir da extrema direita.

O atentado à Câmara culminou na aprovação e criação da Divisão de Prevenção e Combate ao Extremismo Violento (DPCEV), pela Polícia Civil do Distrito Federal (PCDF), com objetivo de controlar ataques às instituições democráticas brasileiras situadas na capital. A divisão, primeiramente aprovada para ser temporária, é estudada pelo governo para ser implementada definitivamente. As movimentações do governo mostram a preocupação com o crescimento desenfreado do extremismo violento no Brasil, movido pela disseminação de ideais conservadores e demonização do que lhe é oposição, fatores culminantes ao aparecimento de personagens políticos antagônicos, com ideais extremistas e valores e discursos contrários à liberdade e à democracia brasileira.

Na tentativa de driblar os impactos gerados pela falta de controle e práticas antidemocráticas nas redes sociais, houve a criação do Marco Civil da Internet (Lei 12.965/2013), que, dentre outros aspectos, assegura a liberdade de pensamento e de expressão nas redes, proibindo o juízo de valor das plataformas em relação aos conteúdos publicados pelos usuários. As redes sociais são obrigadas por lei a agirem com neutralidade, disponibilizando mecanismos de denúncias, diretrizes, e filtros de conteúdos prejudiciais à manutenção da liberdade e democracia - elementos não-absolutos, obedientes a marcos civilizatórios, como a própria Constituição Federal, Código Penal e a Declaração de Direitos Humanos da ONU.

Além disso, o Código Penal Brasileiro, regulamenta a intolerância religiosa, racismo, lgbtfobia, entre diversas práticas discriminatórias, como crime. A disseminação de informações que desvirtuam a verdade com relação à saúde, segurança pública, processo eleitoral, ou que afetem interesse público, também é regulamentada pelo Artigo 287.

Apesar da legislação, o entendimento sobre o livre direito de expressão na internet ainda é complexo. A internet no Brasil desenvolveu-se de maneira rápida, enquanto a regulamentação é recente e passa por desafios no entendimento geral sobre o que é a liberdade de expressão e como usá-la na internet, além dos impactos gerados.

Eventos trágicos, como a divulgação de informações falsas durante a pandemia de Covid-19, quando a doença foi comparada a uma “simples gripezinha”, pelo próprio Presidente da República, e as movimentações anti-vacinas prejudicantes ao acesso à prevenção de pessoas em situação de risco, remontam a dificuldade - pelas autoridades e sociedade - da compreensão da linha tênue entre o que é direito de livre expressão e comportamentos excedentes a tal direito, podendo ferir a democracia e os direitos humanos.

Do entretenimento à política, a internet não só abriu espaço, como serve ainda hoje de ferramenta de amplificação da expressão individual e pública, em forma da criação de conteúdos e compartilhamentos nos diversos formatos e canais disponíveis. O YouTube, como uma das primeiras plataformas de amplo destaque no Brasil, cresceu rapidamente, pois permitia a produção de conteúdos mais aprofundados, extensos e ao mesmo tempo caseiros, onde qualquer usuário poderia ser repórter ou apresentador do seu próprio recorte de realidade.

Dentre as redes sociais mais utilizadas, o YouTube destaca-se por ser uma rede social frequentada por cerca de 67,7% do Brasil ([DataReportal, 2024](#)). Além disso, foi considerada a 2ª rede social mais utilizada no Brasil em 2023, perdendo apenas para o WhatsApp. A rede social é utilizada também como uma ferramenta de estratégia política

Apesar das semelhanças e ascensão de novas plataformas de vídeos virais, como o TikTok, o YouTube diferencia-se pela capacidade da plataforma de suportar conteúdos mais robustos, com minutagem superior, e o fato de comportar-se como uma plataforma de pesquisas, em que o algoritmo entende seu perfil, aprende os conteúdos que devem ser disponibilizados ao longo da jornada do usuário na rede social, e disponibiliza acervos de vídeos, a partir de canais de produtores de conteúdo. Além disso, possui mecanismo de recuperação de informações e localização de vídeos mais avançada.

Por conta das características acima citadas, o YouTube é visto como uma ferramenta de enorme poder e influência política, utilizado como ferramenta estratégica em períodos eleitorais para angariação de votos, bem como estreitamento de laços com eleitores, assunto discutido posteriormente. Este trabalho visa compreender se a manutenção do bem-estar e direitos humanos está garantida pelo YouTube, ou se a plataforma conduz para o extremismo.

Para tal entendimento, houve a realização de uma pesquisa experimental empírica, com o foco no comportamento do algoritmo do YouTube em relação aos termos de pesquisa sobre política realizados na plataforma, e se há alguma influência direta do algoritmo no direcionamento de conteúdos polarizados.

Foi realizada simulação de navegação de usuários que utilizam a plataforma para pesquisar sobre política, a partir da hipótese de que o algoritmo do YouTube contribui para a polarização e radicalização ao corroborar com a criação de bolhas heterogêneas de pensamento político, a partir da recomendação de vídeos treinados pelo algoritmo para entregarem conteúdos nichados.

Para alcançar o objetivo proposto neste trabalho, é necessária a contextualização de temas imprescindíveis acerca da internet, extremismo violento e política no Brasil e no mundo. Sendo assim, o artigo foi dividido em seis tópicos: a internet e o novo estado das coisas; intolerância, discursos de ódio nas redes sociais e extremismo no mundo; polarização política no Brasil; youtube e estratégias políticas na plataforma; procedimento metodológico e, por último, discussão e análise da temática.

O primeiro tópico discorre sobre o novo estado das coisas promovido pelo advento da internet, a cultura do imediatismo geradora de problemas psicológicos no ser humano, bem como a “nova” interação humana virtual, a partir da construção do “eu digital”, um paralelo com o “estádio de espelho” proposto por Lacan (1949, 1956).

O segundo tópico aborda o extremismo violento a partir de movimentos intolerantes e discurso de ódio nas redes sociais, bem como dados do Brasil e do mundo sobre o crescimento desses males nos últimos anos. Contextualiza também a posse de Trump em 2025, com o corte de diversas políticas sociais, e também a quebra do comprometimento com a verdade por parte do grupo Meta, representado por Mark Zuckerberg, após o fim do sistema de checagem dos fatos.

O terceiro tópico aborda a polarização política no Brasil e a dificuldade em checagem dos fatos do povo em relação a temas sobre política, representando como a população é refém de *fake news*. Para além, esta seção aborda sobre o extremismo, o crescimento de grupos supremacistas em todo o território nacional, além de características que fizeram a esquerda e a direita brasileira passarem por momentos diferentes políticos.

O quarto tópico foca na história e conceitualização do YouTube, bem como a capacidade da plataforma em reter a atenção do usuário, promovendo conteúdos nichados de acordo com o perfil, bem como a moderação da plataforma para evitar a desinformação. Além disso, é discutida também a utilização e gastos de verba política na plataforma em

períodos eleitorais, além do uso da rede social para estreitamento de laços extremistas entre produtores de conteúdo e espectadores.

O quinto tópico apresenta a metodologia empírica utilizada, quadros dos instrumentos metodológicos e detalhes da pesquisa realizada. São também descritas as limitações encontradas na pesquisa realizada.

O sexto e último tópico discute os resultados obtidos a partir da metodologia aplicada, com o levantamento qualitativo sobre o teor dos conteúdos apresentados a partir de buscas e recomendações do YouTube.

2. A internet e o novo estado das coisas

Embora não seja novidade, a Internet gerou um novo estado das coisas, um novo modo de relação com o mundo e com as pessoas. A internet, - e as redes sociais - se tornaram ferramentas essenciais da comunicação, ultrapassando barreiras, sendo o principal veículo de informação humana, conectando continentes e povos do mundo inteiro. Quais são os efeitos que a internet causa ao ser humano?

Na obra *Cultura do Imediatismo*, o autor Rushkoff (2013) aponta que a ansiedade e a inquietude das pessoas nos dias de hoje são causadas principalmente pela massificação desenfreada dos meios de comunicação e da tecnologia. As tecnologias de comunicação foram criadas, em suma, como ferramentas táticas de guerra, que, com o tempo, foram disponibilizadas e adaptadas freneticamente para a utilização diária, facilitando o processo de recebimento de trocas de informações (Wolf, 1995; Castells, 1999).

O cerne da Cultura do Imediatismo é a prisão no presente e o sentimento de incerteza quanto ao futuro. Nesse sentido, a Internet gera a necessidade de resolução imediata dos problemas e a necessidade humana de estar sempre conectado e disponível para interações sociais nas redes sociais (Rushkoff, Douglas, 2013). A relação tóxica desenvolvida entre usuário e internet gera o que Birman (2012, p. 117) intitula como “sentimento de vazio”: geração de excessos na busca incessante em chamar atenção e necessidade de atualização contínua do fragmento imagético online, refletindo a insegurança que o ser humano tem entre a relação corpo *versus* mundo.

As redes sociais espelham o melhor momento do usuário, fazendo com que ele - e os outros - vejam esse fragmento de imagem como sendo a representação fidedigna do usuário, remontando ao “estádio de espelho” proposto por Lacan (1949, 1956). No modelo, Lacan aborda sobre as fases de autopercepção de uma criança a partir de um espelho, desde o

não-reconhecimento, até a familiarização com seu próprio reflexo. Desta maneira, o momento capturado e produzido nas redes sociais, gera a fragmentação da imagem humana que passa a ser espelhada e vista como real pelos outros usuários. Ao olhar-se no espelho, o reflexo visualizado não compreende a totalidade humana, sendo o *eu capturado* um recorte. A necessidade de ser percebido online, é percebida na facilidade que os seres humanos têm em compartilhar suas vida no mundo digital.

A internet, hoje, é utilizada em cerca de 92,5% dos domicílios brasileiros, de acordo com pesquisa do IBGE de 2023. De acordo com o Relatório Digital 2024: *5 Billion Social Media Users*, produzido pela *We Are Social e Meltwater*, os usuários brasileiros registram uma média de 9 horas e 13 minutos diários, ocupando o 2º lugar no ranking, atrás apenas da África do Sul com 9 horas e 24 minutos por dia. Paralelamente, Brasil foi listado como o terceiro maior consumidor de redes sociais do mundo, pela ComScore, através da análise Tendências de *Social Media* 2023.

Os dados citados acima retratam que a população brasileira é responsável por boa parte do tráfego mundial de informações e consumos de materiais digitais. Com a presença diária da internet, e a presença digital representar mais de um terço das horas diárias, não há como relevar o impacto direto que o mundo virtual pode causar às relações humanas.

Com a facilidade na obtenção de informação, as pessoas procuram, através do viés de confirmação, mídias que representam a ideologia que possuem. Mas, há também a distorção das notícias de acordo com o viés midiático dos meios de comunicação de massa. De acordo com Bernhardt, Krasa e Polborn (2008, p. 1093), “o viés midiático se manifesta como supressão da informação. Ou seja, a mídia pode seletivamente omitir informações relevantes (...), mas não pode simplesmente ‘fabricá-las’”.

Nesse sentido, o viés midiático é considerado a falta de equilíbrio, quando apenas um dos lados de uma informação obtém relevância (Baron, 2006, p.4). A partir do momento que as mídias tomam o protagonismo e começam a realizar recortes baseados em suas próprias ideologias, as pessoas tornam-se reféns do próprio conteúdo consumido, podendo agir de acordo com os interesses da mídia em questão, levando à intolerância e ao ódio, conforme será explicado no próximo capítulo.

3. Intolerância, discursos de ódio nas redes sociais e extremismo no mundo

Nas eleições de 2017 nos Estados Unidos foi eleito como presidente Donald Trump. Trata-se de um personagem controverso que mais a frente iria influenciar político e aspirantes a política em todo o mundo com ideais pautados, entre outros aspectos, na ideologia nacionalista - *America First*, que coloca a política doméstica do país em primeiro lugar, desconsiderando pautas globais e progressistas. O lema “América para os americanos”, endossado pelo presidente, posiciona os Estados Unidos como “terra para os estadunidenses”, de modo a combater qualquer elemento - ou minoria - que viesse a afetar o sonho americano. Pautado no medo histórico estadunidense, ancorado no racismo estrutural e preconceito contra grupos vulneráveis, Trump ganhou os holofotes colocando-se como o candidato que iria tornar os Estados Unidos respeitável novamente.

O Trumpismo foi um dos motores para a amplificação de ideais conservadores, nacionalistas e protecionistas, em especial, a extrema direita no Brasil (Solano, 2018). O Brasil passou por diversas frustrações da população, como escândalos de corrupção que estouraram no Brasil durante a operação Lava-Jato, a ocupação do cristianismo na política (Leitão, 2023), a investigação do envolvimento dos principais partidos brasileiros - PMDB, PSDB e PT - além da vulnerabilidade social e política causada por um recente *impeachment* de Presidente da República.

A demonização da esquerda e o surgimento de um candidato à presidência que evocava a extrema direita, fez com que o processo de radicalismo político no Brasil acelerasse. Bolsonaro, candidato à presidência que não fazia parte de um dos partidos tradicionais, conseguiu bater de frente com o Partido dos Trabalhadores (PT), ao desbancar o PSDB da disputa há mais de 25 anos entre os dois partidos pela vitória nas eleições presidenciais. Sem grandes investimentos partidários e com o apelo do povo por mudança na política, Jair Messias Bolsonaro foi amplificado principalmente nas redes sociais, o que culminou na sua vitória em 2018 como Presidente da República.

Apesar dos pontos citados acima, o caso do Brasil está longe de ser o único e o extremismo é uma tendência global. O crescimento da extrema direita no plano geopolítico reforça laços de povos conflituantes, divididos por origens históricas, mas agora unidos contra um “inimigo comum” - tudo e todos que podem oferecer risco aos ideais ultra-nacionalistas orquestrados pelos engenheiros do caos (Empoli, 2019).

Se, no passado, os movimentos nacionalistas europeus eram divididos por suas origens e seus programas, que os punham automaticamente em conflito uns com os outros, hoje os pontos em comum tendem cada vez mais a ganhar a dianteira. Basta pensar na questão do Tirol do Sul, anexado à Itália,

que por muito tempo dividiu os nacionalistas italianos e austríacos. Nos dias atuais, como escreve Anne Applebaum, “a aversão aos casamentos gays e aos motoristas de táxi africanos é um sentimento que mesmo os austríacos e os italianos, que vivem em desacordo sobre a localização de sua fronteira, podem partilhar” (Empoli, 2019, 26-27)

Enquanto o Marco Civil da Internet (Brasil, 2014) prevê a isonomia dos usuários da internet e a liberdade de expressão, cabe às plataformas manterem suas diretrizes para contenção de desinformações e checagem de conteúdos capazes de ferir a democracia e bem-estar social. A tendência na checagem cada vez menor das plataformas é defendida por Zuckerberg e Musk como “volta às origens de liberdade de expressão”, seguindo o mesmo discurso do reeleito presidente Trump nos Estados Unidos. Outro fator usado como desculpa - ou justificativa - para o fim do mecanismo, é o tendencialismo político que moderadores da plataforma possuem ao julgar se um conteúdo vai contra as diretrizes, além de implicar limitações no alcance de conteúdos nas plataformas.

O Brasil tem avançado em relação às políticas de uso da internet, mas o retrocesso mundial é iminente. Recentemente, Mark Zuckerberg, CEO da Meta, anunciou o fim do mecanismo de checagem dos fatos, ferramenta ativa desde 2012 para contenção de sensacionalismos e desinformações nas redes sociais. A implementação de “notas da comunidade” está sendo discutida, mecanismo similar ao X de Elon Musk, em que a checagem dos fatos fica a cargo da comunidade, sem qualquer moderação por parte da rede social.

A história se repete. A notícia dada por Mark, dias antes da posse de Donald Trump, de acordo com a BBC, pode ser uma tentativa de aproximação com as pautas ideológicas propostas pelo recém-eleito presidente dos Estados Unidos. A posse do presidente foi marcada por diversas falas polêmicas contra imigrantes e a “censura” que Trump acredita que o estadunidense passa, ao discursar que vai “trazer de volta a liberdade de expressão”. Essa fala é similar ao pronunciamento de Zuckerberg, onde disse que os moderadores profissionais responsáveis pela checagem de fatos do grupo Meta são “muito tendenciosos politicamente” e que “era hora de voltar às nossas raízes, em torno da liberdade de expressão”.

Essa movimentação assemelha-se ao desvio de conduta adotado nas eleições da Índia, onde o Facebook ignorou as diretrizes contra discursos de ódio na plataforma para favorecer e manter as boas relações com o governo local, já que a Índia era o maior consumidor do Facebook, com mais de 340 milhões de usuários ativos - sendo ainda o país maior consumidor de mídias sociais do mundo (Comscore, 2024).

Em uma reportagem pelo The Wall Street (2020), é dito que a rede social favoreceu o partido BJP, partido do primeiro-ministro, na perseguição aos muçulmanos da Índia, com a justificativa de que a Índia devia se tornar oficialmente Indú. A rede social, então, não aplicou as sanções que impõem as diretrizes da plataforma, flexibilizando a moderação de discursos de ódio, resultando em um alvoroço na população e institucionalização do extremismo violento no país.

Essa movimentação política parece ter voltado, dadas às afirmações de Mark, o qual ainda esteve presente na posse de Donald Trump, à convite do presidente, junto a Bezos e Elon Musk, além outros representantes de instituições privadas influentes nos Estados Unidos. Como o que ocorre com os Estados Unidos é reflexo no mundo, o Brasil passa por movimentações semelhantes em relação aos avanços do extremismo.

4. Polarização política no Brasil

A origem da polarização política brasileira é tema recorrente de debates e foco de muitos estudos acadêmicos. Pelo fato do Brasil ter passado por processos políticos conflituosos desde sua origem, a sociedade hoje reflete resquícios de sofrimento, luta entre classes e ainda sofre com a onda de extremismo que assola o mundo, pela globalização e a facilidade que as redes sociais trazem na troca de informações.

As movimentações político-sociais enfrentadas nas últimas décadas, deixaram fragmentos refletidos na construção política polarizada que o brasileiro carrega e consome. Como segundo maior consumidor de mídias sociais no mundo, atrás somente da Índia, e 1º colocado na América Latina (2024, Comscore social). Acompanhando as tendências mundiais, em 2014 foi lançado o Marco Civil da Internet - marco regulatório responsável pelas diretrizes da Internet no Brasil.

A esquerda brasileira refez seu trajeto, com força da militância política mais branda que durante os “anos de ouro” da década de 1980 até início dos anos 2000 (Meneguello, 2008; Ribeiro, 2014). Com o fim da ditadura e as pautas sociais democráticas crescentes, a classe trabalhadora se tornou mais livre para lutar pelos seus direitos, com reivindicações e evocação à liberdade pelo povo. Com isso, houve o fortalecimento dos sindicatos e surgimento de conglomerados políticos em prol da democracia (Veiga, 2007; Singer, 2009).

Seguindo o caminho contrário, a direita brasileira passou, desde 2013, por uma nova roupagem, o surgimento da nova direita nas ruas, no parlamento e, principalmente, nos veículos de comunicação (Alonso, 2017; Avritzer, 2017; Penteadó e Lerner, 2018). Com o poder de amplificação da opinião individual e pública que as redes sociais proporcionaram, houve a disseminação de ideais conservadores e demonização da oposição, que culminou - e ainda culmina - no aparecimento de diversos personagens políticos antagônicos, com ideais extremistas, com valores e discursos que põem em risco a liberdade e a democracia brasileira.

Segundo a ONG Anti-Defamation League (ADL), o Brasil lidera o ranking de países com maior crescimento de grupos de extrema direita. O Observatório da Extrema Direita (OED), do centro de pesquisas vinculado à Universidade Federal de Juiz de Fora, que realiza o monitoramento em universidades em território nacional e internacional, apontou São Paulo como sendo o estado com maior presença desses grupos radicais - em um total de 137 células espalhadas por São paulo, 51 encontram-se na capital paulista. A pesquisa em 2022 já apontava mais de 530 células extremistas no Brasil, representando a crescente extremista a partir da “era Bolsonaro”.

Desde 2018, o Brasil se transformou no país com maior crescimento de grupos de extrema direita. Este fenômeno tem a ver com a eleição de Jair Bolsonaro que, num nível subterrâneo, está vinculado a estas ideologias. Hoje, estima-se que 15% dos brasileiros são de extrema direita — afirma Michel Gherman, membro do Observatório da Extrema Direita (formado por acadêmicos de mais de dez universidades do Brasil e de outros países), professor de Sociologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e coordenador do Instituto Brasil-Israel. (O Globo Brasil, 2022)

Ainda sobre a polarização política, mas agora se tratando da construção de narrativas políticas, a disseminação de fake news foi uma ferramenta importante para o posicionamento da “nova direita” A Agência Brasil em 2024 fez um levantamento e descobriu que 90% da população acredita já ter acreditado em *fake news*: 62% em notícias sobre política (Agência Brasil, 2024). O instituto ouviu 1.032 pessoas com 18 anos de idade ou mais entre os dias 15 e 20 de fevereiro de 2024. Na opinião de 65% dos entrevistados, as notícias falsas são distribuídas com a ajuda de robôs e inteligência artificial. A cada dez pessoas, oito reconhecem que há grupos e pessoas pagas para produção e disseminação de notícias falsas.

5. YouTube e estratégias políticas na plataforma

O YouTube, assim como as redes sociais, contribuiu para a desconstrução da forma hegemônica da difusão de informação e entretenimento, antes restrita às mídias tradicionais, e permitiu que a narrativa de pessoas comuns, com vídeos caseiros, pudessem ter audiência com recordes de espectadores simultâneos, barrando os principais canais televisivos e suas respectivas programações. Apesar da escalabilidade que a plataforma possui, não é todo canal que consegue se destacar. Há a necessidade de construção de audiência e o algoritmo tem papel extremamente importante na “entrega” dos conteúdos da plataforma.

O YouTube em 2025 completa 20 anos do seu lançamento e, inicialmente, foi desenvolvido como antídoto contra a dificuldade de compartilhamentos de vídeos na internet. A plataforma deixou de ser simplesmente “um recurso de armazenagem pessoal de conteúdos em vídeo para uma plataforma destinada à expressão pessoal” (BURGESS; GREEN, 2009, p. 21). Desta forma, começaram a surgir os primeiros *YouTubers*, pessoas com a vontade de mostrar o mundo a partir de suas óticas pessoais e vivências, além da relação mais clara entre produtor de conteúdo e espectador, mostrando o apego cada vez mais forte da plataforma ao social. A partir daí, a consagração da plataforma como rede social foi inevitável, ao cumprir o principal critério que é a “autocomunicação de massa” (Castels, 2017).

Dentre as redes sociais mais utilizadas, o YouTube destaca-se por ser uma rede social frequentada por cerca de 67,7% da população brasileira ([DataReportal, 2024](#)). Além disso, foi considerada a 2ª rede social mais utilizada no Brasil em 2023, perdendo apenas para o WhatsApp.

Por meio do ¹*Machine Learning*, o algoritmo do YouTube é capaz de entender imagens, aprender a medir gostos e preferências do usuário que navega nas infinitas abas de busca que a plataforma oferece. A rede social foi elaborada para ser uma plataforma que mantém as pessoas entretidas, e, diferentemente do principal ideal do Google como mecanismo de busca de trazer a informação o mais rápido possível, o YouTube foca na continuação do usuário na busca por mais vídeos sobre o tema, porque quanto maior o tempo de streaming, mais publicidade é gerada (Fisher, p.124).

Do ponto de vista lógico, o algoritmo não possui pensamento crítico, mas a lógica de programação faz com que ele entregue conteúdos com ramificação única que podem até

¹ Machine Learning: Aprendizado da inteligência artificial, através de redes neurais e aprendizado profundo, ao ser alimentado com grandes quantidades de dados (Google Cloud, 2023).

influenciar o pensamento crítico do público-alvo e gerar vícios na percepção dele sobre o conteúdo ao qual ficou exposto.

Quanto mais se navega no YouTube, mais ele entrega um conteúdo que reforça a sua visão de mundo, tornando a experiência do usuário mais agradável por ver suas opiniões e valores refletidos, culminando, também, em maior publicidade para a rede social (Fischer, p.1240-p.130). Quanto maior o tempo de uso, mais publicidade é gerada, então o algoritmo está focado em como tornar a experiência contínua do usuário, podendo ser prejudicial pela indução de bolhas político sociais, visto que o YouTube é a rede em que dominam conteúdos voltados para um único alinhamento político: a direita.

O uso do YouTube vai além da criação de conteúdos mais densos e informativos como é proposto nesse tópico, que é o principal uso e força da rede social. A plataforma tem apostado na ideia do “criador multiformato”, onde traz tanto a capacidade de submeter vídeos tradicionais na plataforma, com minutagem superior, como a capacidade de dialogar através de lives e, mais recentemente, a capacidade de postagem de vídeos curtos. Os *shorts*, como os vídeos curtos são chamados, seguem a tendência das outras redes sociais na produção de vídeos curtos, com linguagem direta ao ponto e possui o formato da tela de celular, assim como a famosa plataforma TikTok, focada nesse tipo de conteúdo curto e viral.

Os *shorts* inicialmente sofreram resistência por parte dos usuários, por fugir da proposta de formato de conteúdos do YouTube, mas vêm ganhando destaque pela facilidade em dividir os conteúdos maiores dos vídeos em pequenos cortes, que servem de chamariz para novos seguidores na rede social, por sentirem interesse em assistir o vídeo completo, a partir do pequeno recorte visto. Nos resultados e discussões deste artigo, será possível identificar o espaço que os *shorts* têm tomado durante a experiência dos usuários na plataforma.

Ademais, o YouTube mostrou-se crucial nas Eleições 2022, ao ser a rede social com maior investimento em anúncios durante o período de pré-campanha dos principais pré-candidatos à Presidência da República, Lula (PT), Bolsonaro (PL) e Ciro Gomes (PDT), desbancando o protagonismo da Meta (UOL, 2022). Para se ter uma ideia da importância da plataforma como ferramenta de campanha política, o quadro abaixo mostra a relação de investimento em anúncios por cada partido no YouTube, no período de pré-campanha dos presidenciais em 2020, segundo o portal UOL Política.

Quadro 01 – Relação de investimento em anúncios no YouTube no período de pré-campanha dos presidenciais em 2022

Partido	Investimento por vídeos
PL	R\$ 800 mil para promover Bolsonaro no YouTube em julho por meio de 15 trechos do clipe "Capitão do Povo"
PT	O PT desembolsou R\$ 191 mil nos últimos três meses para impulsionar "Dois Lados, que Brasil você quer?"
PDT	O PDT pagou ao YouTube R\$ 134 mil este ano. É nessa plataforma que Ciro mantém um canal para reagir a outros vídeos

Fonte: Tabela gerada a partir de informações cedidas pelo Portal Uol Política, disponível em: <https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/08/18/crucial-nestas-eleicoes-youtube-e-dominado-pela-direita-bolsonarista.htm>

Uma das principais estratégias para a utilização do YouTube como base para construção da comunicação audiovisual dos candidatos, é a facilidade que a plataforma de *streaming* permite ao enviar conteúdos instantaneamente, além da possibilidade de criação de materiais em diversos tamanhos e fragmentá-los em outras redes sociais. Há um movimento interessante, ao analisar redes sociais de mensagens instantâneas, como WhatsApp e Telegram, do envio massivo de links de vídeos do YouTube (2023, RD Station). Os aplicativos de mensagens instantâneas e YouTube são plataformas que se complementam no mundo digital, ajudando a montar o “quebra-cabeça” da comunicação política brasileira.

Além da característica de repositório de vídeos, o YouTube dispõe de transmissões ao vivo, as *lives*, ferramenta essencial usada para solidificação da base bolsonarista. Alguns autores classificam o teor das temáticas de duas formas: a “agenda negativa”, quando são realizadas críticas a outros políticos e narrativas contra a oposição, e a “agenda positiva”, sobre benfeitorias do seu governo (Aggio; Vaz; Castro, 2022).

Desta maneira, as *lives* se comportam como vitrine utilizada por Bolsonaro, onde o próprio ex-presidente, na data do estudo ainda como presidente, tem controle das informações que são passadas, podendo ser modificadas ou distorcidas como bem entender, inclusive, sendo utilizadas para divulgação de conteúdos que reforçam as demandas somente da sua base aliada (Moraes; Silva, 2021, p. 747).

No estudo de Moraes e Silva (2021), o ecossistema de comunicação bolsonarista foi alimentado em um período bem anterior às eleições de 2018, onde Bolsonaro e seus aliados viram as redes sociais como uma maneira de se comunicarem diretamente com o público, a partir de um “circuito de informação” complexo, sem interferências e aval da imprensa tradicional, como acreditam. A distorção das informações praticadas são preocupantes, pois, segundo a pesquisa *Truth Quest*, da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) realizado com 21 países, sobre a capacidade de detecção de *fake news*, colocou o brasileiro como o pior em identificar notícias com teor falso.

De acordo com a aba “Nossos compromissos” disponíveis no site oficial, hoje, possui políticas sobre a desinformação e checagem dos fatos. As políticas da plataforma foram criadas a partir da combinação entre “uma grande variedade de especialistas” - diz a plataforma - e criadores de conteúdos. A partir dessas políticas, o time de analistas e aprendizado da máquina fazem a checagem dos materiais submetidos para remoção de conteúdos considerados inadequados, de acordo com as diretrizes.

A plataforma também garante a isonomia e integridade na moderação e checagem dos conteúdos: “...Elas são aplicadas a todos igualmente, não importa o assunto ou certos aspectos do criador, como ações anteriores e afiliação ou ponto de vista políticos”.

Na aba “Diretrizes da comunidade” ainda são descritos todos os conteúdos que são proibidos e regulamentados. Dentre esses conteúdos, encontramos “discurso de ódio”, “desinformação”, “desinformação eleitoral”, “conteúdo explícito ou violento”, “desinformação sobre saúde” entre outros. Além disso, o tema “armas de fogo” aparece como conteúdo regulamentado, ou seja, com restrições, como a comercialização, instruções de fabricação, manutenção, remoção de dispositivos de segurança e *lives* com uso de armas. Vídeos produzidos com demonstração de uso de armas, disparos e técnicas são regulamentados pela plataforma e restritos a usuários maiores de 18 anos.

Figura 1 - Aba “Regras e Políticas - Diretrizes da Comunidade” no site YouTube



Fonte: https://www.youtube.com/intl/ALL_br/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/

Apesar das diretrizes e moderação da plataforma, o Bolsonarismo e a extrema direita dominam o YouTube (Capone, 2021). A professora da Universidade do Rio de Janeiro e pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Internet, e Política da PUC-Rio, analisou a presença da extrema direita nas redes sociais e pressupõe que ela soma muitos canais que trabalham os mesmos temas, de forma mais articulada que a esquerda; enquanto a esquerda na internet não obtém o mesmo êxito porque “há fragmentação da pauta envolvendo o campo progressista”. Desse modo, há a dúvida se a moderação na plataforma realmente têm sido efetiva na aplicação das políticas de uso, impedindo discurso de ódio e outras problemáticas oriundas do extremismo violento.

6. Procedimentos metodológicos

Esta pesquisa, a partir de uma metodologia exploratória empírica, propõe a análise do algoritmo do YouTube, na tentativa de averiguar se ele pode direcionar o usuário não somente à polarização política, mas o principal: contribuir para a radicalização, direcionando o usuário ao extremismo violento a partir da entrega de conteúdos inflamatórios pelo algoritmo durante a navegação na plataforma.

Por tratar-se de uma pesquisa empírica para analisar um fenômeno novo e ainda pouco conhecido, tem-se a dificuldade em enquadrá-la em metodologias tradicionais. A pesquisa empírica é, então, uma pesquisa que utiliza a observação e/ou experimentação de dados de

fatos sobre o mundo, os quais devem ser passados por um processo de coleta e análise, utilizando padrões e regras estáveis, tornando-a dinâmica e aplicável a diversos saberes do mundo (Epstein; King, 2013).

Desse modo, o estudo mescla diversas características de metodologias pré-existentes, mas possui sua construção própria a partir da análise da interação do algoritmo do YouTube com as pesquisas realizadas pelo próprio pesquisador na plataforma, simulando a interação de usuários com a rede social. Diante deste cenário, é preciso esclarecer que há limitação na observação dos resultados, bem como na análise e discussão dos resultados obtidos pelos procedimentos adotados, já que o percurso metodológico é novo e, portanto, ainda não testado

A partir de uma pesquisa exploratória, criou-se dos perfis para simular a jornada de dois usuários na plataforma: o primeiro perfil tem como foco a inserção das palavras-chave mais utilizadas pela esquerda; e o segundo perfil com o foco na observação de pesquisas realizadas com as palavras-chave mais utilizadas pela direita, conforme Quadro 03. Além da captura de tela dos resultados que o algoritmo entrega a partir da inserção das palavras-chave no campo de busca, a análise compreende os vídeos que aparecem recomendados na página principal, como também o teor dos comentários nos vídeos. As regras para obtenção e análise posterior das informações foram estabelecidas a partir do Quadro 02.

Quadro 02 – Regras para coleta de materiais e obtenção de resultados

Inserção da palavra-chave
Capturas de tela dos principais resultados obtidos
Capturas de tela dos vídeos recomendados a partir dos 2 principais resultados
Captura de tela de comentários dos vídeos
Captura de tela da Página inicial, após pesquisa por palavra-chave

Fonte: Elaboração própria

As palavras de busca, ou palavras-chave, para inserção foram escolhidas a partir de dois critérios: a busca por termos de busca mais procurados e de maior relevância em Brasília-DF

sobre política, utilizando o site de pesquisas *Google Trends*², com filtro em pesquisas para YouTube; e palavras-chave inseridas a partir dos assuntos mais comentados, *trends*, que aparecem na página inicial da própria rede social. A intenção não é “apego” às palavras-chave, mas o estudo da relação entre a inserção delas e os resultados obtidos nas pesquisas diretas, como também as indicações de conteúdos pelo algoritmo, por meio do aprendizado do comportamento do usuário.

Quadro 03 – Relação dos termos termos de pesquisa utilizados

Direita	Esquerda
Canais de direita	Canais de esquerda
Esquerdista	Pobre de direita
Bolsonaro posse Trump	Impeachment Lula
Convite Bolsonaro	Bolsonaro meme
Trump	Lula discurso
Lula meme	Pix Lula
Bolsonaro entrevista	Lula IA
Bolsonaro embaixador americano	Lula Trump
Michele Bolsonaro Posse Trump	Lula hemorragia
Bolsonaro música	Lula presidente
Posse Bolsonaro	Lula cantando
Tio do biscoito	Janja Lula
TCU Lula	8 de janeiro
Lula Maduro	Extrema direita

² O *Google Trends* é uma ferramenta disponibilizada pela Google para monitoramento em tempo real dos termos acessados mais pesquisados nas redes sociais da companhia. A partir dele, conseguiu-se encontrar os termos mais utilizados no Distrito Federal sobre a direita e esquerda.

Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas dos termos “Esquerda”, “Direita”, “Lula” e “Bolsonaro” no *Google Trends*.

Na primeira etapa, foram analisadas 650 capturas de tela, sendo 60 vídeos capturados por palavras-chave. Foram encontrados vídeos iguais que aparecem tanto no perfil de direita, quanto no perfil de esquerda. Esses casos de duplicidade não afetam a pesquisa, pois cada vídeo disponível na plataforma pode ter *tags* das duas orientações políticas, podendo ser entregues para perfis diferentes, pelo algoritmo, o que será explicado melhor nos resultados da pesquisa.

Na segunda etapa, houve a tabulação de todos os vídeos pesquisados. Nesta etapa, foi levado em consideração a classificação dos canais em “mídia de *reframe*”³ e mídia produzida por produtores de conteúdo, *YouTubers*, da própria plataforma. Com essa caracterização, o objetivo é o entendimento da distribuição de conteúdos e o espaço que cada uma das categorias toma durante a jornada de uso da plataforma. Além dessa caracterização, foram levadas em consideração também os comentários realizados nos vídeos, para a compreensão da relação entre os vídeos e seus espectadores.

Na terceira etapa, foi realizada a análise dos conteúdos já tratados, a fim de comprovar ou negar a hipótese de que o YouTube é capaz de direcionar os usuários a conteúdos radicais polarizados, induzindo, assim, ao extremismo violento. Para definição, foi utilizado o conceito de que extremismo violento é qualquer conteúdo que ameaça a paz e tolerância, promovendo o ódio e a violência contra minorias e grupos vulneráveis (UNESCO, 2023).

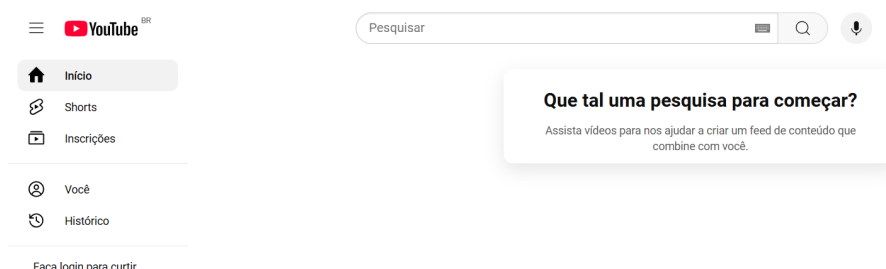
A análise qualitativa tem como foco principal, a problemática de como o extremismo violento está inserido no YouTube, além da temática dos vídeos analisados. Foi também analisado o viés de cada canal de YouTube que apareceu em relevância, se existe tendencialismo político capaz de levar ao ódio, a partir do posicionamento de canais produtores de vídeos na plataforma. Dada a metodologia empregada, há também dados quantitativos, mas a pesquisa qualitativa se sobressai pelo caráter investigativo da ocorrência de conteúdos que tangenciam o extremismo violento, capazes de induzir comportamentos de ódio na plataforma, comprovando ou negando a hipótese inicial deste trabalho.

³ Mídia de *reframe*: De acordo com a autora Capone (2021), a classificação de “mídias de *reframe*” refere-se a canais que produzem recortes de conteúdos e notícias a partir da sua identificação político-partidária, como direita ou esquerda.

7. Análises e Discussões

Para a pesquisa, foram criadas duas contas, como dito anteriormente, para simular um perfil que realiza pesquisas de direita, e outro perfil que realiza pesquisas de esquerda. Ao criar as contas utilizadas na investigação, a página inicial aparece vazia, solicitando realizar uma primeira pesquisa para criar um *feed* de conteúdos que combine com os usuários. Para a construção da análise, foi necessária a inserção de palavras-chaves na barra de busca, para aprendizado do algoritmo. O algoritmo do YouTube, como consta no referencial teórico, entende o comportamento do usuário e passa a entregar conteúdos de acordo com o seu perfil. Para cada um dos perfis, as primeiras palavras-chave utilizadas tinham teor mais abrangente, como “Direita”, “Esquerda”, “Canais de Direita” e “Canais de Esquerda”, nos respectivos perfis. Antes de inserir as palavras de busca, o menu inicial aparecia da seguinte maneira:

Figura 2 - Página inicial do YouTube



Fonte: Captura de tela do YouTube

A coleta de dados foi realizada do dia 02 ao 21 de Janeiro de 2025, período escolhido estrategicamente pelo contexto político da época, como a posse do presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, movimentações brasileiras sobre esse evento, como também por ter sido um período que marcou dois anos da tentativa de golpe realizada pela extrema direita na Esplanada dos Ministérios, após a posse do presidente Lula em 2023. Os eventos listados são também observados nos termos de busca encontrados no *Google Trends*. Foram, ao total, 20 dias de capturas de tela para análise.

Antes da análise das buscas, vale ressaltar as diferenças entre volumetria de visualizações semanais e seguidores que Jair Bolsonaro e Lula possuem no YouTube. De acordo com a Social Blade⁴, plataforma utilizada para análise de métricas de redes sociais, o canal de Bolsonaro está atualmente com aproximadamente 6.580.000 inscritos e possui cerca

⁴ Disponíveis nos links: <https://socialblade.com/youtube/user/jbolsonaro>; <https://socialblade.com/youtube/c/lulaoficial>

de 180.000 visualizações semanais, enquanto o de Lula possui aproximadamente 1.450.000 inscritos e uma média de 380.000 visualizações semanais.

Com pouco mais de 20% da quantidade de inscritos do canal de Bolsonaro, o atual presidente possui cerca de 100 mil visualizações semanais a mais, representando a estratégia de Lula na ocupação de mais espaço e presença constante nas redes sociais. Em relação ao ranqueamento⁵ dos canais, ambos são classificados como “B”, em um ranking até “A++”, sendo Lula o 658º no ranking de canais brasileiros e Bolsonaro 224º lugar.

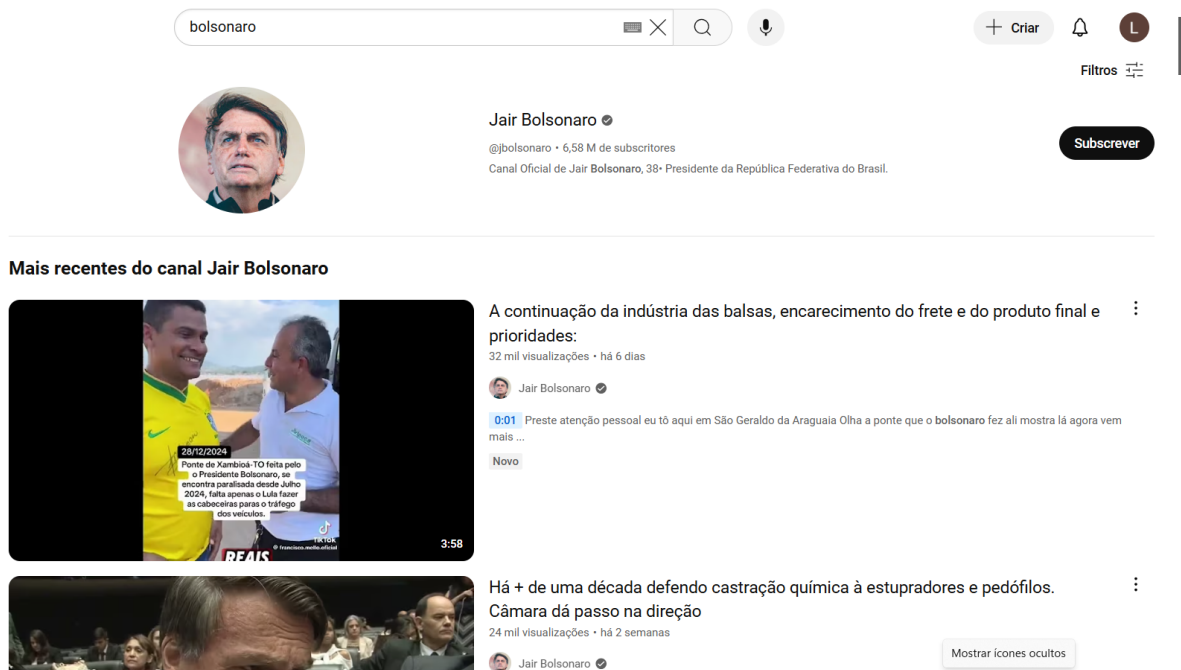
Na conta do primeiro usuário criado, a partir da primeira pesquisa “Bolsonaro” (Figura 3), foi percebido que 8 a cada 10 dos vídeos que apareciam nas pesquisas, bem como na tela inicial do YouTube, eram “mídias de *reframe*”, ou seja, conteúdos realizados por canais de notícias a partir de recortes segundo seus posicionamentos políticos. Nos momentos iniciais, foi observado que havia vídeos com *thumbnails*⁶, títulos e descrições de acordo com o alinhamento político de cada canal.

A pesquisa também aponta a presença online do ex-presidente, que, mesmo fora do mandato, ainda possui sua rede social ativa, com vídeos de recorrência semanal. Desse modo, ao realizar a pesquisa do termo “Bolsonaro”, os primeiros resultados foram exatamente o canal do ex-presidente com vídeos mais recentes e com maior relevância. Como aparece no referencial teórico, os conteúdos da base de Bolsonaro giram em torno de conteúdos que atacam o governo atual ou a oposição, e conteúdos que reforçam a defesa de temáticas ideológicas.

Figura 3 - Pesquisa Bolsonaro

⁵ A *Social Blade* cria um ranking dos canais mais influentes de cada país. Link: <https://socialblade.com/youtube/top/100>

⁶ *Thumbnail* é o nome dado à capa produzida para os vídeos no YouTube, podendo ser construída e editada em diversas plataformas, podendo conter elementos gráficos e textuais de acordo com o produtor de conteúdo.



Fonte: Captura de tela do YouTube

Na figura 4, aparecem dois vídeos que demonstram de maneira clara o comportamento das “mídias de *reframe*”: o primeiro vídeo há uma imagem de Bolsonaro com expressão tensa, com texto atribuindo o ex-presidente à tentativa de golpe e julgamento pelo STF, enquanto o segundo vídeo retrata Bolsonaro com uma expressão sorridente, bandeira do Brasil ao fundo, com texto referente a reeleição em 2026, com a tentativa de representar soberania do político. O segundo vídeo foi distribuído por “Os Pingos nos Is”, canal da “Jovem Pan”, importante canal da base aliada da ²direita de Bolsonaro. A diferença entre a estética dos vídeos é clara, enquanto o primeiro vídeo possui tons mais sóbrios, além da expressão facial citada, no segundo vídeo percebe-se cores mais vivas, com bandeira do Brasil ao fundo - símbolo tomado pela direita como representação patriota.

Figura 4 - Pesquisa de termo “Bolsonaro”

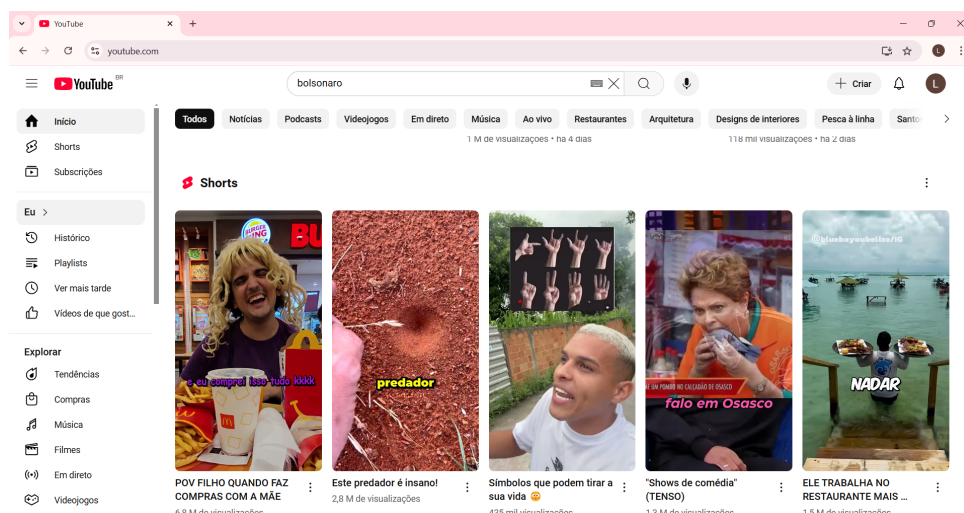


Fonte: Captura de tela do YouTube

Nos primeiros resultados de busca não foram encontrados vídeos que reforçam o extremismo violento diretamente, mas os comentários radicais mostram-se presentes, principalmente nos vídeos que representam a “agenda negativa”, como explicado no referencial teórico, os conteúdos que são combativos ao governo atual e pautas que vão contra a ideologia bolsonarista. Além desses resultados, apareceram alguns canais de noticiários conhecidos, como a CNN e o Metrôpoles que veicularam declarações de Bolsonaro contra a Lei Rouanet, e também a vitória de Fernanda Torres no Globo de Ouro.

Já na tela inicial, ao retornar da pesquisa feita (Figura 5), apareceram 2 conteúdos que satirizam a esquerda. O primeiro deles é um vídeo do “Canal Foco”, com tema “Um conservador versus vinte esquerdistas | ft. Guto Zacarias”, o qual atribui apelido pejorativo “esquerdistas” a seus opositores; e também um vídeo *shorts*, classificação de vídeo curto na plataforma, feito por inteligência artificial da ex-presidente Dilma Rousseff comendo um pombo. Ambos os conteúdos demonstram como a base radical da direita sub-humaniza a sua oposição, com termos pejorativos e apologia à degradação humana.

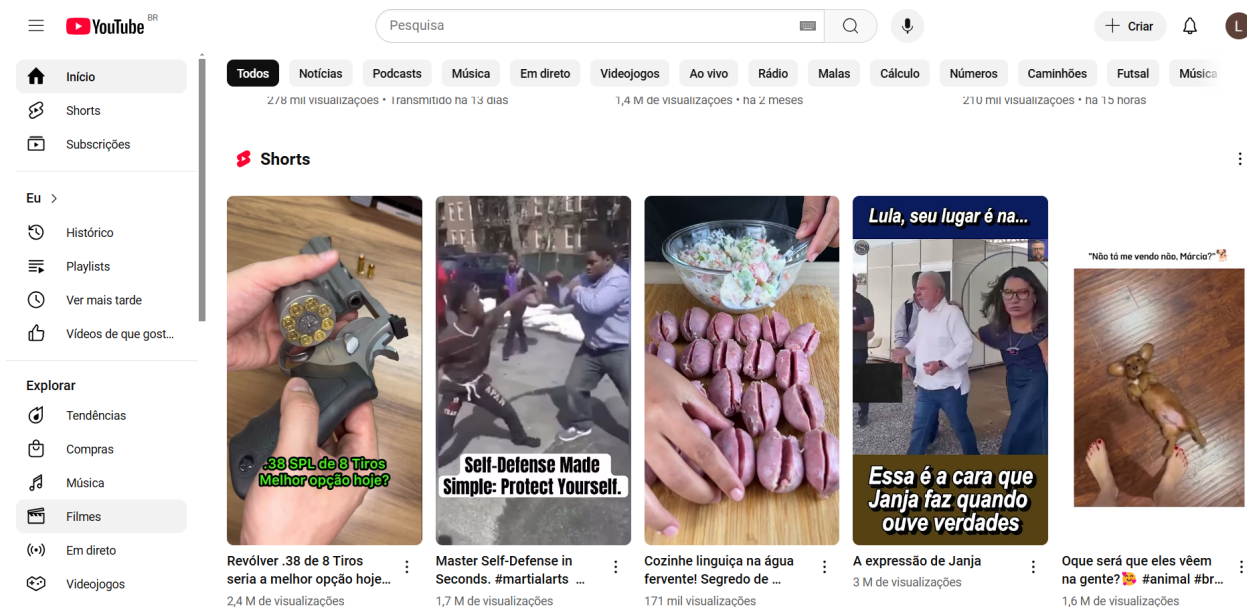
Figura 5 - Retorno à página inicial, após pesquisa “Bolsonaro”



Fonte: Captura de tela do YouTube

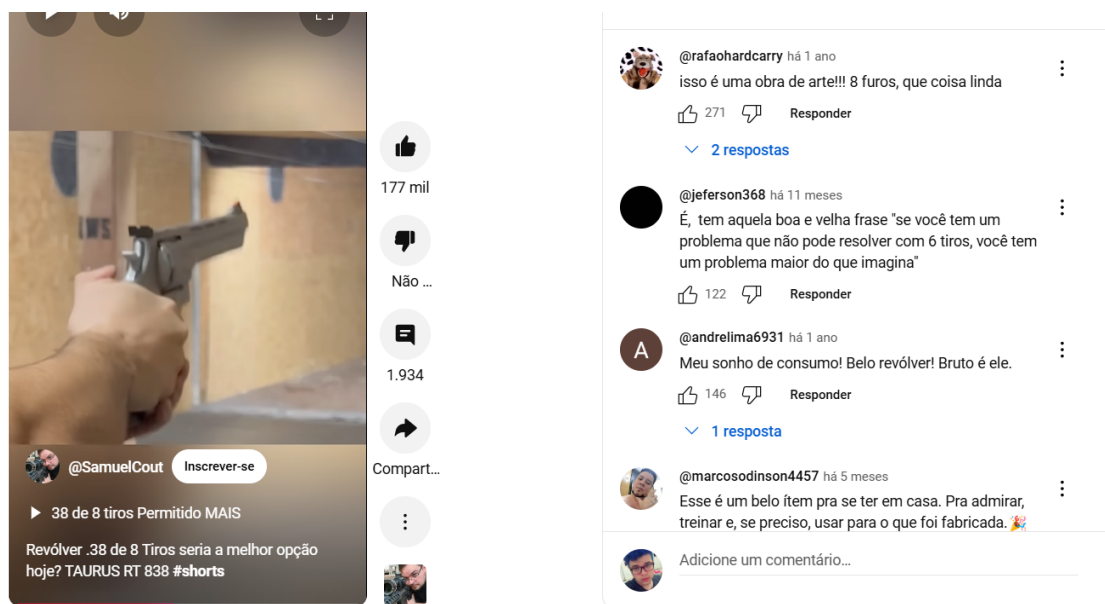
Dado outro momento na análise, apareceu na página inicial um *shorts* de *review* de arma (Figura 6). Um vídeo *review*, é um conteúdo no qual o criador de conteúdo testa um produto e avalia de acordo com a experiência obtida. Nesse *review*, o produtor de conteúdo mostra as vantagens de se utilizar o revólver 38 com 8 tiros Taurus RT 838. Na figura 6, consegue-se observar a captura de tela onde o vídeo aparece e, no anexo seguinte, captura de tela com os comentários de alguns usuários.

Figura 6 - Página inicial aba *shorts*



Fonte: Captura de tela do YouTube

Figura 7 - Vídeo *shorts* “38 de 8 tiros Permitido”

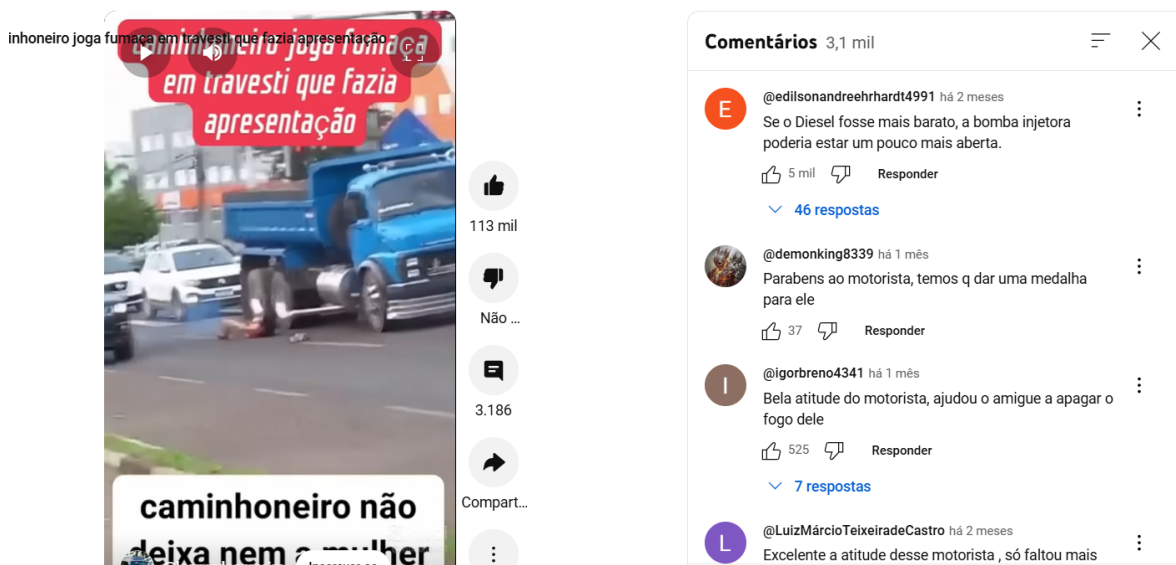


Fonte: Captura de tela do YouTube

Os comentários do vídeo disposto na Figura 7 incitam a violência e vão contra a imagem de “cidadão de bem”, expressão de autodesignação da base de Bolsonaro. O comentário “Esse é um belo item pra se ter em casa. Para admirar, treinar e, se preciso, usar para o que foi fabricada. 🎉” retrata como é romantizada a relação armamentista que parte da população possui, inclusive, pelo uso de *emoji* de comemoração, ao afirmar que a arma poderia ser utilizada para o fim que lhe é devido - por inferência, utilizar contra outra pessoa.

Além desse conteúdo, foi encontrado um vídeo de repúdio à Janja, primeira-dama do Brasil, e outro vídeo com o título “Caminhoneiro joga fumaça em travesti que fazia apresentação”. Nos comentários do vídeo, pode-se ver claramente que o teor é de violência, degradando a situação da vítima da descarga do caminhão e, inclusive, parabenizando o motorista pela atitude. De acordo com Louro (2004), pessoas transgressoras às normas em relações a papéis de gênero e ao corpo tendem a ser marginalizadas pela população, e vivem os perigos dessa exclusão: exclusão para além das instituições públicas, afetando toda a sua vida social, restando-lhes apenas uma única forma de sobrevivência, a prostituição. O Brasil tem um assassinato de pessoas trans a cada três dias, sendo o país com mais violência contra a população transexual e travesti do mundo (Brasil de Fato, 2024).

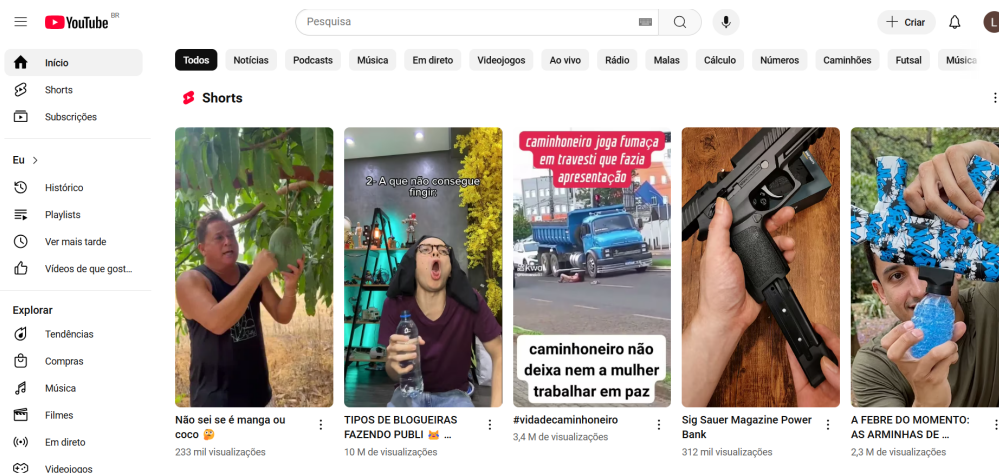
Figura 8 - Vídeo *shorts* “Caminhoneiro joga fumaça em travesti que fazia apresentação”



Fonte: Captura de tela do YouTube

Na mesma linha de *Shorts* do vídeo da figura 8, houve também a aparição de mais um review de arma de fogo, reforçando a característica do algoritmo em indicar conteúdos similares de acordo com o perfil aprendido.

Figura 9 - Página inicial aba *Shorts*

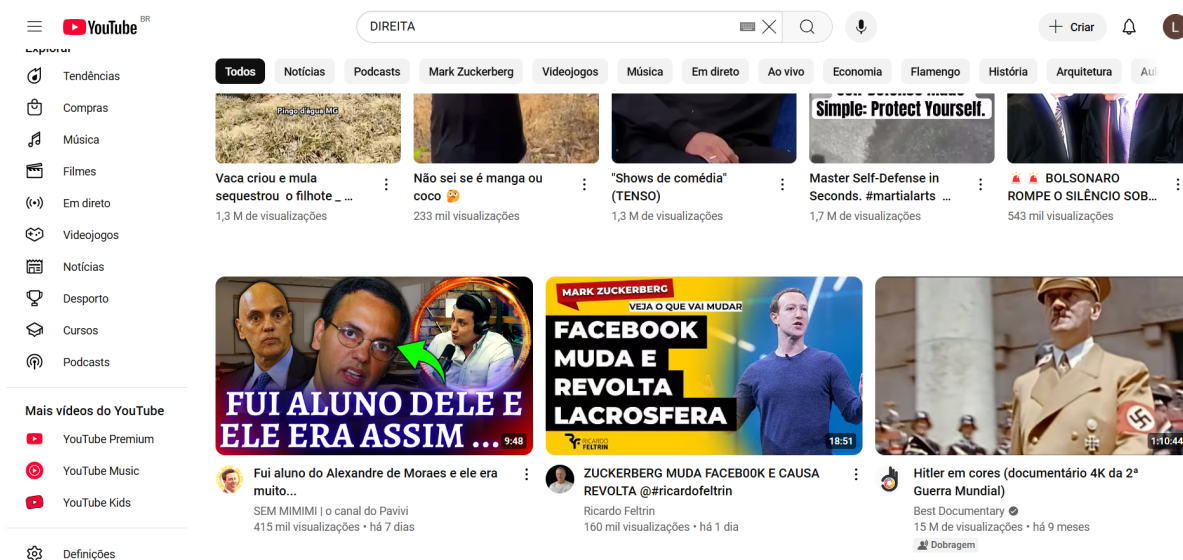


Fonte: Captura de tela do YouTube

Para além, encontrou-se um vídeo que satiriza as minorias com o termo “lacrosfera”, utilizado para denominar militantes de minorias e pautas sociais. Na mesma linha de vídeos recomendados, se pode observar o documentário “Hitler em cores”, documentário da 2ª guerra mundial. Ao longo do período de pesquisa, foram encontradas 4 recomendações de

vídeos que falam sobre o nazismo - nenhum dos vídeos faz apologia diretamente ao regime, mas o encontro de recomendações de conteúdos com essa temática gera o questionamento sobre possível ligação ou uma tentativa de evocação pelos extremistas ao antigo regime alemão.

Figura 10 - Página inicial aba *Shorts*

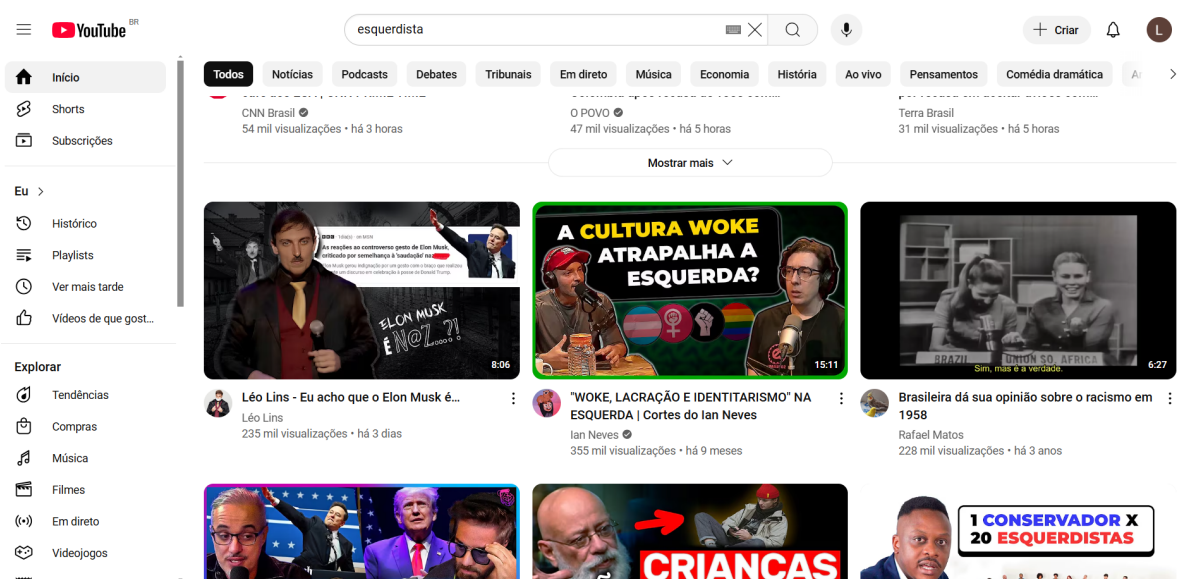


Fonte: Captura de tela do YouTube

Com as ondas de extremismo pelo Brasil e mundo, há a simpatização de diversos grupos por ideologias que expressem a soberania de raças superiores: simpatização comprovada a partir do aumento em 270,5% do número de células de grupos neonazistas no Brasil, entre janeiro de 2019 a maio de 2021 (Dias, 2024), período sob mandato de Jair Bolsonaro. Nesse sentido, é preocupante a aparição desses tipos de conteúdos nos vídeos recomendados na plataforma, visto que não foi inserido nenhum termo de pesquisa sobre nazismo na busca, sendo então um conteúdo indicado como de relevância ao perfil do usuário.

Na captura de tela disposta na figura 11 aparece Léo Lins - um humorista controverso, alvo de polêmicas por performar temas sensíveis - em seu *stand up*, caracterizado de Hitler. O recorte aparente na *thumbnail*, faz parte de uma performance onde exprime suas opiniões sobre o que acredita acerca da aparição de Elon Musk na cerimônia de posse do presidente Donald Trump. Musk, ao realizar seu discurso, faz uma saudação vista por grande parte da audiência como similar à antiga saudação nazista *Deutscher Gruß*.

Figura 11 - Página inicial recomendação de vídeos



Fonte: Captura de tela do YouTube

Na captura de tela também aparece o vídeo “Woke, Lacração e Identitarismo” na esquerda | Corte do Ian Nunes”, corte de um podcast feito onde Ian Nunes, e outras temáticas com um apresentador de direita. No vídeo seguinte “Brasileira dá sua opinião sobre o racismo em 1958”, mostra um grupo de jovens conversando em inglês sobre como é o racismo na sociedade brasileira, Itália, Etiópia e África do Sul - na época, o último país passava pelo processo do *Apartheid*. O resumo do debate é como é o racismo em cada um dos países dos entrevistados na década de 60, de acordo com o recorte da vivência pessoal dos participantes.

Ainda durante a realização das capturas de tela, percebeu-se a grande presença de *lives*, vídeos ao vivo, de canais de direita, tanto sobre seus ideais basilares políticos, como também vídeos sobre notícias e discussões de temas do atual governo, assemelhando-se à estratégia tomada por Bolsonaro antes e durante seu período presidencial (Aggio; Vaz; Castro, 2022), com as temáticas de “agenda negativa”, onde combate o atual governo e a oposição, e agenda positiva”, sobre os ideais que acredita, reforçando laços com a base apoiadora. Encontrou-se também ao menos 4 *lives* de Bolsonaro, entre as produzidas em seu canal e outros canais, como o “Conservador BR”, espaço que, além de vídeos sobre a direita, faz transmissões ao vivo e *reprises* de bate-papos antigos.

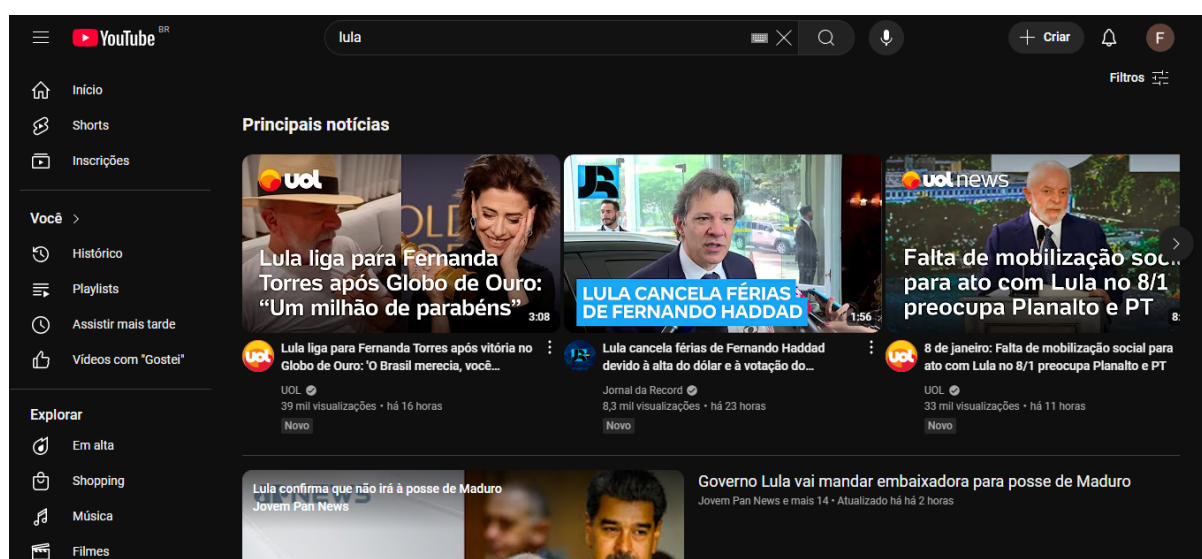
Figura 12 - Página inicial recomendação de vídeos



Fonte: Captura de tela do YouTube

No perfil onde pesquisou-se termos voltados para a esquerda e palavras-chave ligadas ao atual presidente da república, houve a percepção de que 9 a cada 10 dos conteúdos tratavam-se de grandes noticiários. A quantidade de conteúdos de *youtubers*⁷ de esquerda encontrados durante as pesquisas de termos de direita, mostram a baixa presença de canais da esquerda na rede social.

Figura 13 - Pesquisa de termo “Lula”



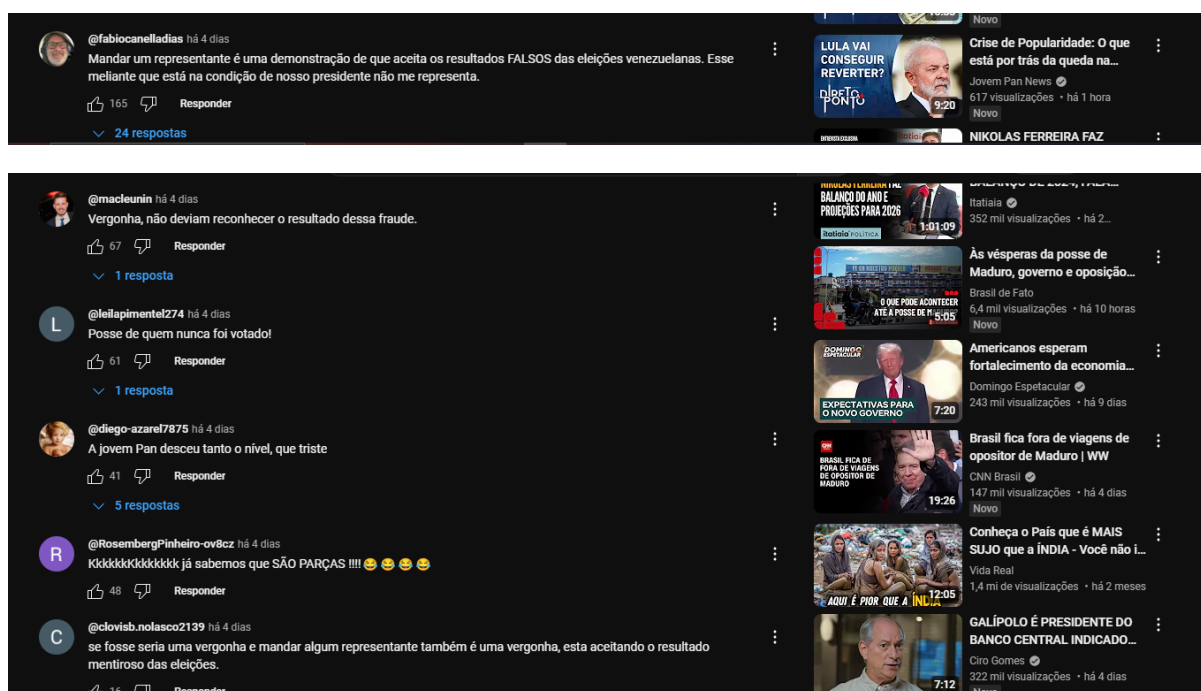
Fonte: Captura de tela do YouTube

Dentre os vídeos postados por canais de grande relevância de informações e notícias na plataforma, houve a captura de tela do vídeo "Lula confirma que não irá à posse de Maduro", onde foram encontrados diversos comentários negativos, com teor de ódio, por eleitores da

⁷ *YouTuber* é o nome popularmente dado ao produtor de conteúdo na plataforma.

oposição do presidente. A “Jovem Pan”, emissora responsável pela postagem e considerado canal com “mídias de *reframe*” (Capone, 2021), possui geralmente conteúdos geralmente condizentes com a direita. Alguns comentários também reprovaram a divulgação de conteúdos que, supostamente, veiculassem informações do atual governo, como “A Jovem Pan desceu tanto o nível, que triste”. Alguns usuários interpretam a divulgação de conteúdos sobre o governo como se fosse uma defesa, ao invés de apenas uma notícia habitual.

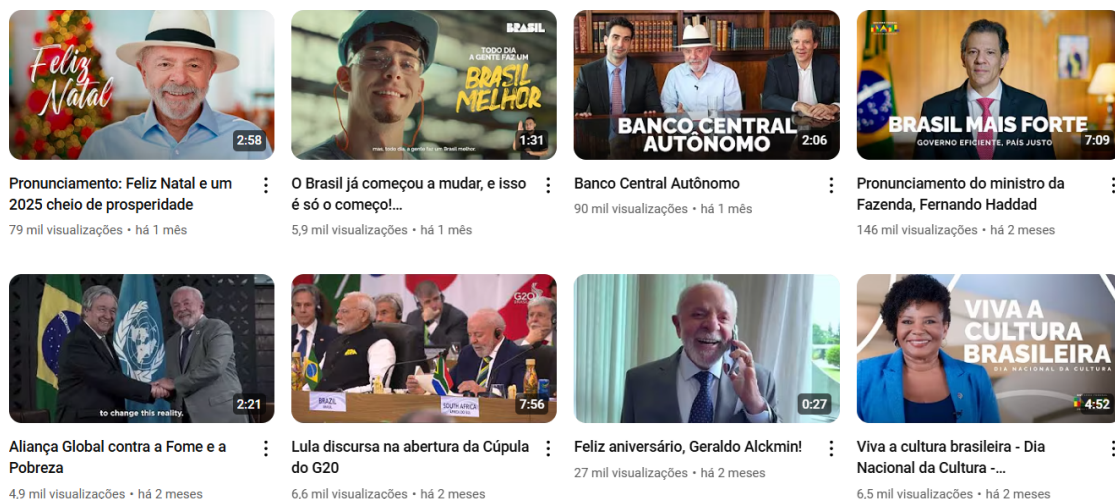
Figuras 14 e 15 - Comentários do vídeo "Lula confirma que não irá à posse de Maduro" da Jovem Pan



Fonte: Captura de tela do YouTube

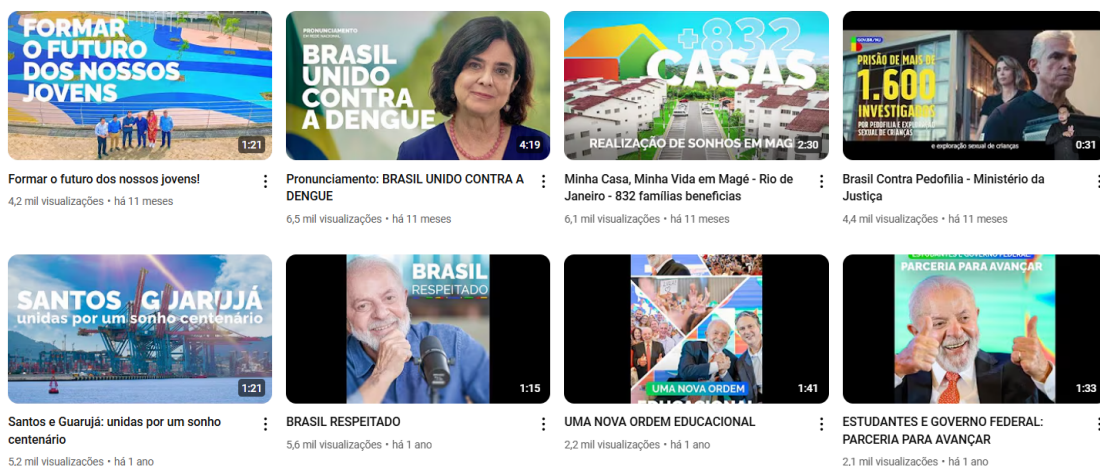
Apesar da presença ainda tímida de canais de esquerda, houve a percepção de que conteúdos produzidos no canal do atual presidente estão obtendo maior número de visualizações em relação ao início de 2024, como mostrado nas figuras 16 e 17, com vídeos de fim de ano. Ao realizar a comparação, percebe-se que os vídeos do começo de 2024 alcançavam a média de 2.000 a 6.000 visualizações, enquanto os últimos vídeos alcançaram a média de 6.000 a 15.000. Foram levados em consideração apenas os vídeos que não obtiveram resultados destoantes (virais) da média de vídeos do período.

Figura 16 - Canal de Lula final de 2024



Fonte: Captura de tela do YouTube

Figura 17 - Canal de Lula no início de 2024

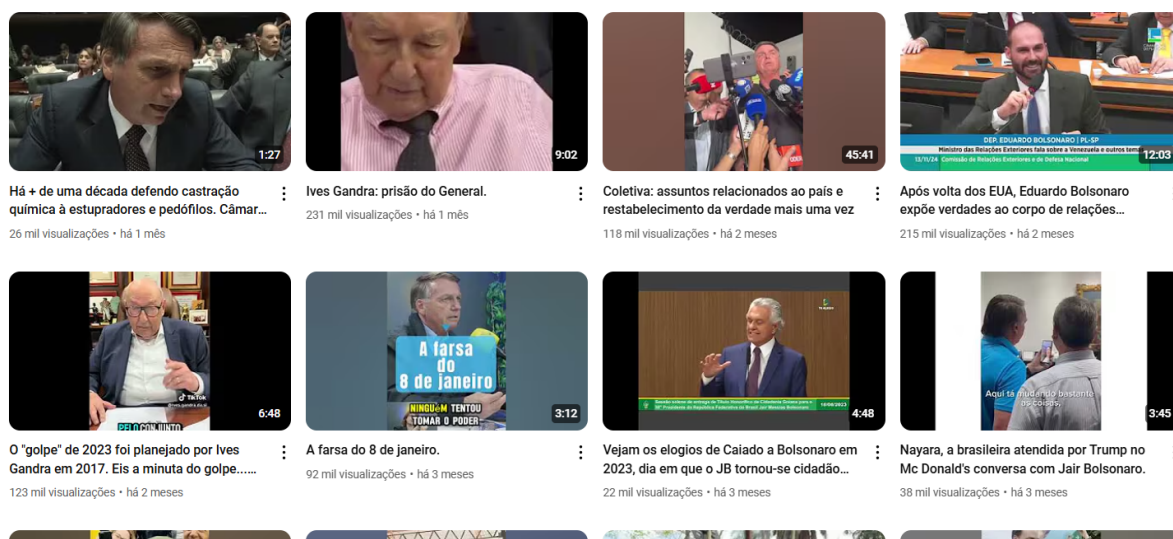


Fonte: Captura de tela do YouTube

Outro fator que, supostamente, pode contribuir para a melhor apresentação do canal nos últimos meses, é a valorização humana que os últimos vídeos trazem, geralmente com pessoas como signo principal das *thumbnails*. Percebe-se também que há melhor tratamento nas imagens, realçando cores e composições mais harmoniosas, contrastando o signo principal - as pessoas - com o cenário. Além disso, foi experimentada variação nas tipografias utilizadas, variando de acordo com a temática do vídeo. Na captura de tela do início de 2024, as imagens eram trabalhadas com tons azuis e brancos, enquanto os últimos vídeos possuem edições com menos sobreposição de filtros de cores, mas com efeitos que saturam e contrastam as imagens.

Já no canal de Bolsonaro, observa-se que, apesar da quantia inferior de postagens nos últimos meses (canal de Lula com a média de 20 vídeos por mês, canal de Bolsonaro com a média de 9), o número de visualizações por vídeos não-virais é de 30.000 a 50.000. Apesar disso, pelo teor sensacionalista aos quais os títulos e descrições dos vídeos apresentam, bem como a rede de Bolsonaro ser mais presente no YouTube, os materiais do ex-presidente viralizam com muito mais facilidade.

Figura 18 - Canal de Bolsonaro



Fonte: Captura de tela do YouTube

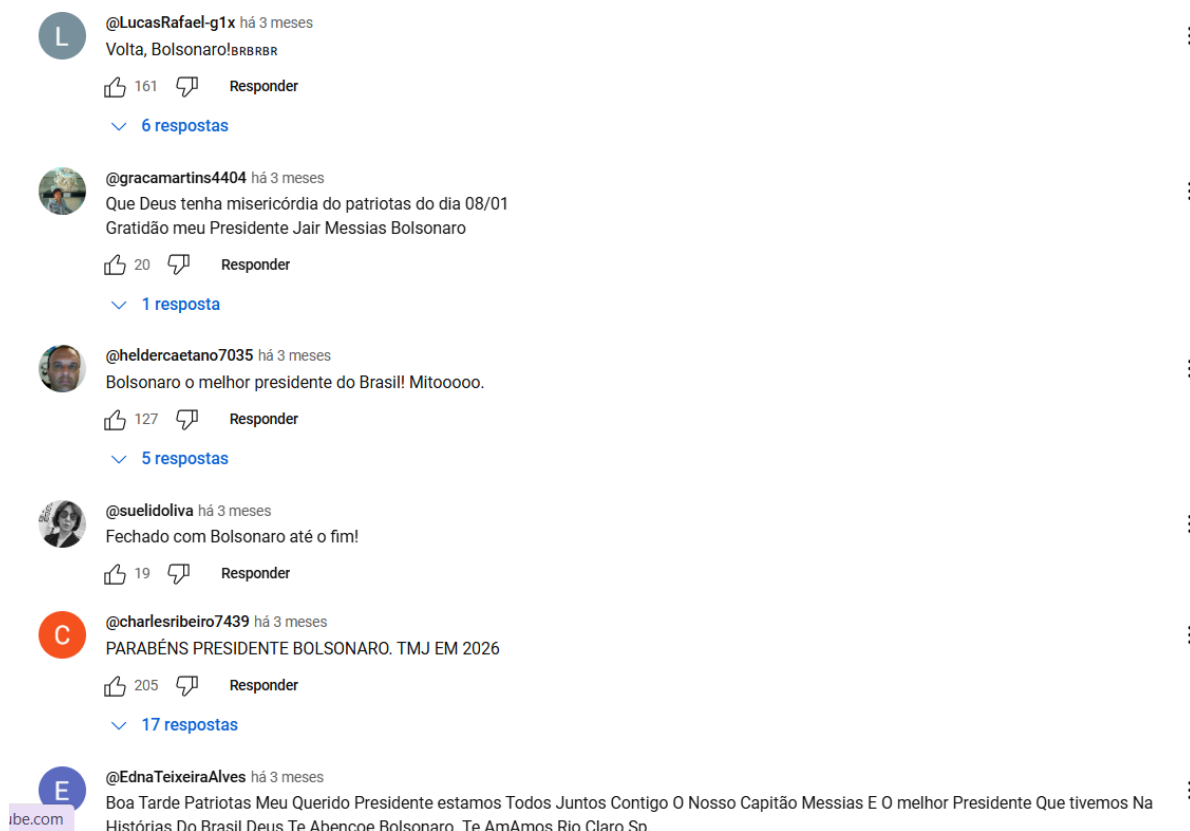
Os vídeos do canal de Bolsonaro carecem de *thumbnail*, sendo as capas dos vídeos geralmente capturas do próprio vídeo postado, sem muito cuidado estético e sem edições. Os conteúdos do canal em geral são bem combativos e não costumam trazer proposições positivas, geralmente críticas à oposição e ideais contrários à ideologia bolsonarista.

A análise entre os perfis dos principais políticos da esquerda e direita brasileira, Bolsonaro e Lula, é importante para a compreensão de como é produzido o conteúdo de cada um dos canais, e se ele está diretamente relacionado ao teor do material das suas respectivas bases aliadas. A partir da análise dos vídeos postados por Bolsonaro, pode-se observar como o comportamento do ex-presidente reflete sua base aliada.

As postagens, como o vídeo “A farsa do 8 de janeiro”, reforçam a promoção de informações antidemocráticas propostas pelo ex-presidente. O vídeo, com mais de 92.000 visualizações, fala sobre o atentado à democracia de 8 de janeiro de 2023, quando um grupo de extremistas de direita invadiu e vandalizou o Congresso Nacional, o Palácio do Planalto e

o Supremo Tribunal Federal (STF). Vídeos como esse amplificam discursos da sua base aliada e a promoção de conteúdos extremistas na plataforma.

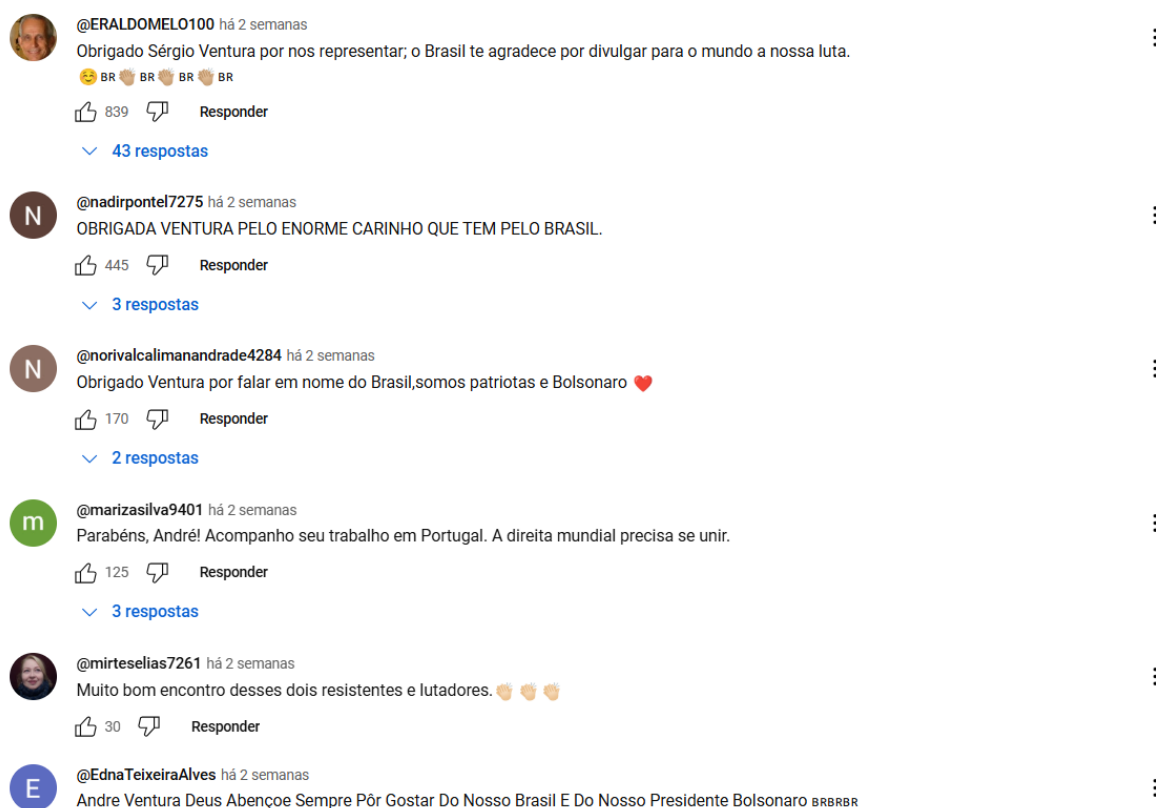
Figura 19 - Comentários do vídeo “A farsa do 8 de janeiro”



Fonte: Captura de tela do YouTube

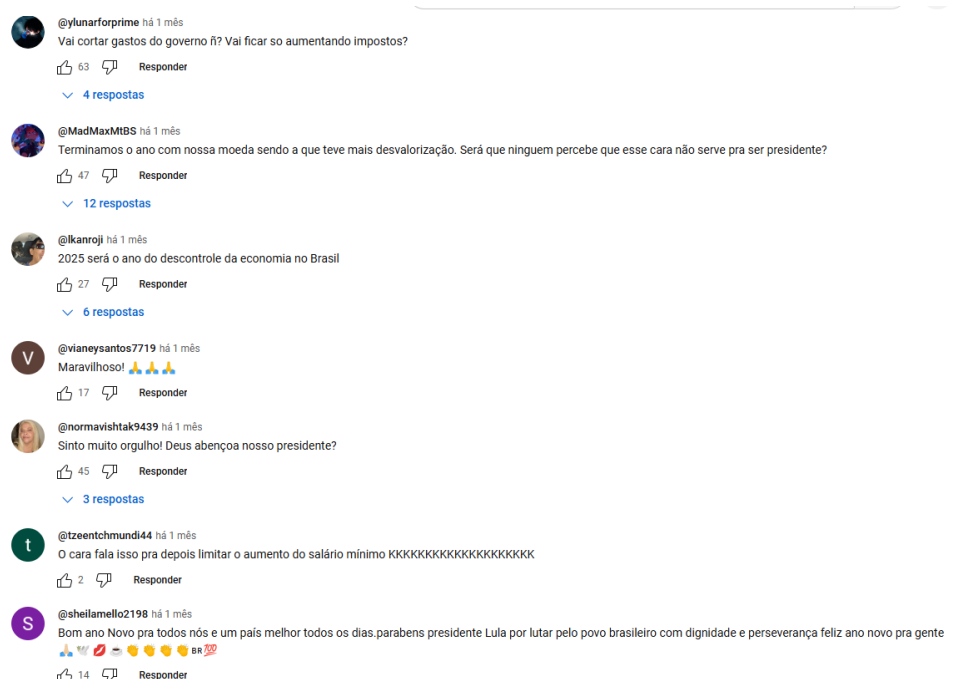
Já em relação aos comentários das postagens de ambos os políticos, Lula e Bolsonaro, observou-se que no canal de Bolsonaro a base aliada é bem presente, representando quase a totalidade dos comentários, os quais evocam a volta do ex-presidente e união da direita. No anexo abaixo há comentários com maior relevância do último vídeo postado. Enquanto nos vídeos de Lula, há tanto comentários positivos ao presidente, como comentários de eleitores opositores e pessoas descontentes com o governo.

Figura 20 - Comentários do vídeo “André Ventura (Presidente do CHEGA / Portugal) e Jair Bolsonaro .Domingo, 19/jan/25. Posse de Trump” do canal de Jair Bolsonaro



Fonte: Captura de tela do YouTube

Figura 21 - Comentários do vídeo “2024: O ano do mundo no Brasil” do canal de Lula



Fonte: Captura de tela do YouTube

A seção de comentários dos vídeos demonstrou grande potencial para a observação de como o extremismo violento pode estar presente na rede social, a partir da interação dos espectadores com as postagens distribuídas na plataforma. A pesquisa, que inicialmente tinha o teor de explicar a relação entre as pesquisas realizadas na plataforma e a entrega do algoritmo a partir do aprendizado da máquina, precisou passar por reformulação para incluir também a análise dos comentários, visto que é a seção onde os espectadores conseguem expressar de maneira mais espontânea suas próprias opiniões, como pode-se observar nas capturas de tela realizadas.

8. Conclusões finais

Na prática, apesar do YouTube dispor de moderação de conteúdo e diretrizes contra a propagação de desinformação, discurso de ódio e restrição em relação a vídeos sobre armas de fogo, esses materiais são facilmente percebidos na plataforma durante a navegação dos usuários.

A quantidade de conteúdos que realmente representam extremismo violento foi baixa, frente a quantidade de vídeos analisados, mas a presença desses vídeos, pelo teor dos comentários de usuários da plataforma que transgridem completamente as diretrizes e, mesmo assim, continuam disponíveis, representam falha na moderação dos comentários da plataforma. Além disso, foi constatado que em uma navegação trivial, com poucos cliques e

buscas na plataforma, o usuário já depara-se com conteúdos que reforçam ódio e discriminação.

Os vídeos com teor extremista foram encontrados com mais facilidade nas recomendações que aparecem na tela inicial da plataforma, demonstrando o potencial perigoso por trás do aprendizado do algoritmo do YouTube. Nos vídeos recomendados pela plataforma, foram encontrados vídeos documentários e vídeos diversos acerca do nazismo, transfobia, publicidade sobre armas, desumanização da oposição, termos inapropriados e banalização da dor do outro.

Apesar da plataforma impor restrição a vídeos sobre armas, os conteúdos realizados como *review* da plataforma podem ser considerados como publicidade indireta, principalmente quando aparecem na aba de recomendações para usuários, na página inicial. No caso encontrado na análise, os vídeos sobre armas apareceram sem ter sido realizada pesquisa anterior sobre armas na plataforma, surgindo diretamente na página inicial como recomendação de conteúdo. A prática de produzir conteúdos fazendo a análise de produtos é amplamente utilizada nas redes sociais por produtores de conteúdos, sendo cobrados pelas diretrizes o uso da *hashtag* “#publi” e também que esteja explícita a intenção que é a promoção do produto. No caso do YouTube, há a necessidade de maior rigor no cumprimento das diretrizes da plataforma e na restrição ainda mais efetiva de vídeos sobre armas no Brasil.

Não foram obtidos resultados de vídeos e discursos de ódio fomentados diretamente pela esquerda e seus aliados, na “conta de esquerda”, apenas alguns vídeos que criticam a oposição - o que é comum na política, reforçando que o extremismo violento, pelo menos no escopo da nossa análise, está associado a discursos violentos majoritariamente da direita.

Apesar desse fato, no “perfil de esquerda” foram encontrados diversos vídeos os quais também apareciam nos resultados do “perfil de direita”. Uma das possíveis hipóteses para essa ocorrência, é que a plataforma disponibiliza o recurso *tags* para que o vídeo submetido possa ter palavras-chave incorporadas a ele, facilitando a entrega e busca do espectador: um mesmo vídeo pode conter *tags* de esquerda e de direita. Além disso, também constatou-se que as palavras-chave de pesquisa não necessariamente representam o alinhamento político, pois podem ser utilizadas por qualquer tipo de perfil, cabendo ao algoritmo entregar conteúdos cada vez mais específicos e nichados de acordo com o aprendizado do perfil de quem navega na plataforma.

Apesar do argumento acima sobre o uso de diferentes *tags* para um mesmo vídeo, percebeu-se que os conteúdos no perfil voltado à direita são bem mais nichados, trazendo

resultados mais consistentes com o perfil político, como pautas do posicionamento políticos, lutas e os embates contra a oposição.

Agora sobre os canais dos dois principais personagens desta pesquisa, as estratégias de marketing e posicionamento de Lula na plataforma, com a melhoria estética dos vídeos e o aumento das visualizações, os vídeos ainda possuem baixo engajamento frente aopositor Bolsonaro, e os comentários dos vídeos do canal são tanto de aliados que ovacionam os resultados do governo, como também de pessoas descontentes e a oposição, ironizando os discursos e desejando o *impeachment* do atual presidente da república.

A análise dos termos de pesquisa e dos vídeos resultantes das buscas foram importantes para a compreensão do aprendizado do algoritmo do YouTube na prática, mas em muitos momentos, os comentário de ódio, violência e discriminação tomaram destaque, por reforçarem ainda mais como é falha a moderação de conteúdos e diretrizes da plataforma.

Posto isso, houve comprovação da hipótese inicial de que o algoritmo do YouTube contribui para a polarização e radicalização ao corroborar com a criação de bolhas heterogêneas de pensamento político, mas esse aspecto foi percebido a partir do perfil em que foram utilizados termos de pesquisa “da direita”.

Por tratar-se de uma pesquisa empírica e a dificuldade em enquadrá-la em metodologias tradicionais, o estudo mescla diversas características de metodologias pré-existentes, mas possui limitações, como a falta de conhecimento técnico e prático das tecnologias da informação e comunicação, bem como a dificuldade na construção de perfis que naveguem “sozinhos” na plataforma por meio de programação. Além disso, o tipo de projeto proposto exige maior prazo e força de trabalho - que vão além do período proposto para um trabalho de conclusão de curso - para investigação com metodologia mais elaborada e resultados otimizados.

Como todo aprendizado, o *machine learning* do algoritmo também precisa de tempo para entender o comportamento e os gostos do usuário. Desse modo, o tempo de pesquisa também foi um fator limitante para a obtenção de resultados mais claros e complexos. Fica clara a intenção e vontade do pesquisador em aprofundar o tema, a partir de um projeto de mestrado na Universidade.

Por fim, este estudo mostra a urgência de melhoria nos processos de moderação de conteúdo no YouTube, bem como o potencial destrutivo por trás do algoritmo da rede social, que, na tentativa de oferecer uma experiência de uso contínua e agradável ao usuário, induz a bolhas de pensamentos e conteúdos repetitivos, os quais podem ser observados especialmente neste trabalho, em narrativas política de direita. Se a moderação falha na hora de barrar

vídeos e comentários contrários à democracia e os direitos humanos na plataforma, uma hora esses conteúdos vão ser direcionados para algum perfil, por meio do aprendizado contínuo do algoritmo, e assim, continuar o *loop* infinito de recomendações e colaboração com as bolhas heterogêneas de pensamento

9. Referências

G1. Saiba como vai funcionar divisão de prevenção e combate ao extremismo violento no DF. 2024. Disponível em:

<https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2024/11/27/saiba-como-vai-funcionar-divisao-de-prevencao-e-combate-ao-extremismo-violento-no-df.ghtml>. Acesso em: 29 jan. 2025.

BRASIL. Marco Civil da Internet. Lei 12.964/14. 2024. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm >. Acesso em: 20 jan. 2025.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: 25 jan. 2025.

DATAREPORTAL. Digital 2024 Brasil: Informações sobre redes sociais no Brasil. [S. l.]: DataReportal, 2024. Disponível em:

<<https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil?rq=brazil>>. Acesso em: 20 jan. 2025.

CONGRESSO EM FOCO. Brasil é o país onde o extremismo de direita mais avança, aponta estudo. 2022. Disponível em:

<<https://congressoemfoco.uol.com.br/area/pais/brasil-e-o-pais-onde-o-extremismo-de-direita-mais-avanca-aponta-estudo/>> . Acesso em: 14 jan. 2025.

FORBES. (Comscore) Brasil é o terceiro maior consumidor de redes sociais em todo o mundo. 2023.

Disponível em:

<<https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/03/brasil-e-o-terceiro-pais-que-mais-consome-redes-sociais-em-todo-o-mundo/>>. Acesso em: 22 jan. 2025.

ECOMMERCE BRASIL. Consumidores brasileiros passam aproximadamente 9 horas conectados à internet. Ecommerce Brasil, 2024. Disponível em:

<<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/consumidores-brasileiros-passam-aproximadamente-9-horas-conectados-a-internet>> . Acesso em 31 jan. 2025.

DATAREPORTAL. 5 billion social media users. DataReportal, 2024. Disponível em:

<<https://datareportal.com/reports/digital-2024-deep-dive-5-billion-social-media-users>>. Acesso em 28 jan. 2025.

MISSÃO NETO, R. **Jornalismo no YouTube: como as métricas contribuem para o desempenho do conteúdo**. 2024, 179f. Dissertação (Mestrado em Mídia e Tecnologia) – FAAC - UNESP, sob a orientação do Prof. Dr. Francisco Machado Filho, Bauru, 2024.

BBC NEWS BRASIL. **2 momentos em que Bolsonaro chamou covid-19 de 'gripezinha', o que agora nega**. 2020. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-55107536>> Acesso em: 02 fev. 2025.

BBC NEWS BRASIL. **'Meta mudou para direita, seguindo ventos políticos nos EUA': as reações da imprensa internacional ao fim da checagem no Facebook e Instagram**. 2025. Disponível em <<https://www.bbc.com/portuguese/articles/c5yxym5lrx2o>> Acesso em 02 fev. 2025.

THE WALL STREET. **Facebook Services Are Used to Spread Religious Hatred in India, Internal Documents Show**. 2021. Disponível em: <<https://www.wsj.com/articles/facebook-services-are-used-to-spread-religious-hatred-in-india-internal-documents-show-11635016354>> Acesso em 06 fev. 2025.

LACAN, J. (1949) **O estágio do espelho como formador da função do eu**. In: Escritos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

RUSHKOFF, Douglas. **Present shock: When everything happens now**. Penguin, 2014.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 4ª. Ed. Lisboa: Presença, 1995.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede – A era da informação: economia, sociedade e cultura**. Volume 1. Tradução: Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

BIRMAN, J. (2012). **O sujeito na contemporaneidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira Editora.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Informações atualizadas sobre tecnologias da informação e Comunicação**. IBGE Educa. 2021.

Disponível em:<<https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/21581-informacoes-atualizadas-sobre-tecnologias-da-informacao-e-comunicacao.html>>. Acesso em 28 jan. 2025.

BERNHARDT, Dan *et al.* 2006. **“Political Polarization and the Electoral Effects of Media Bias.”** In , 29. CESifo Working Paper Series No. 1798.

BARON, David P. 2006. **“Persistent Media Bias.”** *Journal of Public Economics* 90: 1–36.
Baum, Matthew A., and Angela S. Jamison. 2006. **“The Oprah Effect: How Soft News Help Inattentive Citizens Vote Consistently.”** *The Journal of Politics* 68 (4) (November): 946–959.

VINHA, Luís da. **Previsivelmente incoerente: Uma análise preliminar da política externa de Donald Trump**. Relações Internacionais, Lisboa, nº 55, p. 09-33, 2017. Disponível em: <https://ipri.unl.pt/images/publicacoes/revista_ri/pdf/ri55/RI55_art02_LV.PDF>. Acesso em: 06 fev. 2025.

STEVENSON, Jonathan. **Trump's dangerous new foreign-policy team**. *Strategic Comments. The International Institute for Strategic Studies*. 24:3, IV-VI, Volume 24, 2018. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13567888.2018.1462941?journalCode=tstc20>>. Acesso em: 02 fev. 2025.

SPERLING, James; WEBBER, Mark. **Trump's foreign policy and NATO: exit and voice'**, *Review of International Studies*, vol. 45, no. 3, pp. 511-526, 2019. Disponível em: <https://pure-oai.bham.ac.uk/ws/files/84281717/trumps_foreign_policy_and_nato_exit_and_voice.pdf>. Acesso em: 02 fev. 2025.

SOLANO, Esther. **Crise da democracia e extremismos de direita**. 2018. Disponível em: <<https://library.fes.de/pdf-files/bueros/brasilien/14508.pdf>>. Acesso em: 15 jan. 2025.

SÁ LEITÃO, A. **Democracy through the spirit: the Universal Church and its interconnections with Brazilian democracy**. *Horiz. antropol.*, Porto Alegre, ano 29, n. 65, e650402, jan./abr. 2023.

DA EMPOLI, Giuliano. **Os engenheiros do caos: Como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições** (leia também O mago do Kremlin). Vestígio Editora, 2019.

MENEGUELLO, R.; Amaral, O. E. **Ainda novidade: uma revisão das transformações do Partido dos Trabalhadores no Brasil**. BSP Occasional Papers, Oxford, nº 2, p. 1-25, 2008.

RIBEIRO, P. F. **An amphibian party? organizational change and adaptation in the Brazilian workers' party, 1980–2012**. *Journal of Latin American Studies*, Cambridge, vol. 46, nº 1, p. 87-119, 2014.

ALONSO, A. **A política das ruas: protestos em São Paulo de Dilma a Temer**. *Novos Estudos*, São Paulo, vol. 37, nº 1, p. 49-58, jun. 2017.

QUADROS, M. P. R.; Madeira, R. M. **Fim da direita envergonhada? Atuação da bancada evangélica e da bancada da bala e os caminhos da representação do conservadorismo no Brasil**. *Opinião Pública*, Campinas, vol. 24, nº 3, p. 486-522, 2018.

PENTEADO, C., Lerner, C. **A direita na rede: mobilização online no impeachment de Dilma Rousseff**. *Em Debate*, Belo Horizonte, vol. 10, nº 1, p. 12-24, abr. 2018.

AVRITZER, L. **Participation in democratic Brazil: from popular hegemony and innovation to middleclass protest**. Opinião Pública, Campinas, vol. 23, nº 1, p. 43-59, abr. 2017.

O GLOBO BRASIL. **Com mais de 530 células, concentradas no Sul e Sudeste, Brasil é o país onde extremismo de direita mais avança**. 2022. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/com-mais-de-530-celulas-concentradas-no-sul-sudeste-brasil-o-pais-onde-extremismo-de-direita-mais-avanca-25411410>>. Acesso em: 20 jan. 2025.

AGÊNCIA BRASIL. **Quase 90% dos brasileiros admitem ter acreditado em fake news**. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/es/node/1588179>>. Acesso em: 25 jan. 2025.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital: Como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade**. São Paulo. Aleph, 2009.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **The entrepreneurial vlogger: Participatory culture beyond the professional-amateur divide**. The youtube reader, p. 89-107, 2009.

FONTANA, Denise Nunes et al. **O discurso sobre o jornalismo: uma análise discursiva das lives de Jair Messias Bolsonaro**. 2025.

NICHOLS, B.W. **Comportamento político em câmara de eco: os comentários nas lives do canal do Presidente Jair Bolsonaro no YouTube entre 2019 e 2021**. Curitiba, 2023. Disponível em: <<https://acervodigital.ufpr.br/xmlui/bitstream/handle/1884/82812/R%20-%20T%20-%20BRUNO%20WASHINGTON%20NICHOLS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 05 fev. 2025.

BRENOL, Marlise Viegas. **O IMPACTO DE ALGORITMOS NA AUTOCOMUNICAÇÃO DE MASSA**. Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais, [S.l.], v. 1, n. 1, june 2017. ISSN 2675-4290. Disponível em: <<https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/article/view/90>>. Acesso em: 08 fev. 2025.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. 1ª ed. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, p.630, 2015.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2017.

FISHER, Max. **A máquina do caos: como as redes sociais reprogramaram nossa mente e nosso mundo**, p.124-130, 2023.

AGGIO, C.; REIS, L. Campanha eleitoral no Facebook: usos, configurações e o papel atribuído a esse site por três candidatos eleitos nas eleições municipais de 2012. *Revista Compolitica*, v. 2, n. 3, 2013.

AGGIO, C.; VAZ, G.; CASTRO, T. **As lives no pico: a pandemia nas transmissões de Jair Bolsonaro**. *Compolitica*, v. 12, n. 1, 2022.

MORAES, A.; SILVA, D. **A pandemia nas lives semanais: o uso de atenuadores na retórica anticrise de Jair Bolsonaro**. *Topoi*, v. 22, n. 48, 2021.

YOUTUBE. **Políticas contra a desinformação no YouTube - Como o YouTube funciona**. 2025. Disponível em:
<https://www.youtube.com/intl/ALL_br/howyoutubeworks/our-commitments/fighting-misinformation/>. Acesso em: 05 fev. 2025.

RADICALIZATION AWARENESS NETWORK. **Preventing Radicalisation to Terrorism and Violent Extremism**. 2015. Disponível em:
<http://ec.europa.eu/dgs/home-affairs/what-we-do/networks/radicalisation_awareness_network/ran-best-practices/docs/ran_collection-approaches_and_practices_en.pdf>. Acesso em: 06 fev. 2025.

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. **Educação para a cidadania global: tópicos e objetivos de aprendizagem**. Brasília: UNESCO, 2016. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000244826>>. Acesso em: 06 fev. 2025.

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. **Ensinar respeito por todos: guia de implementação**. Brasília: UNESCO, 2018. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000261591>>. Acesso em: 06 fev. 2025.

LOURO, Guacira Lopes. **Um corpo estranho: ensaios sobre sexualidade e teoria queer**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

BRASIL DE FATO. **Há 13 anos no topo da lista, Brasil continua sendo o país que mais mata pessoas trans no mundo**. 2022. Disponível em:
<<https://www.brasildefato.com.br/2022/01/23/ha-13-anos-no-topo-da-lista-brasil-continua-sendo-o-pais-que-mais-mata-pessoas-trans-no-mundo>>. Acesso em 05 fev. 2025.

BBC NEWS BRASIL. **Gesto de Elon Musk em evento de Trump gera comparações com saudação nazista**. 2025. Disponível em:
<<https://www.bbc.com/portuguese/articles/cd7dvp3980jo>>. Acesso em 29 jan. 2025.

ITUASSU, Arthur et al. **De Donald Trump a Jair Bolsonaro: democracia e comunicação política digital nas eleições de 2016, nos Estados Unidos, e 2018, no Brasil.** In: 8º Congresso COMPOLÍTICA, Brasília–DF. 2019.