
***YouTube* e política: a contribuição da criadora de conteúdo Ellora Haone para a democracia digital ¹**

Hellen Cristina Silva NUNES²
Kleilson Pereira NUNES³
Sara Gleysse MOREIRA⁴
Elthon Ranyere Oliveira ARAGÃO⁵
Faculdade Estácio de São Luís, MA

RESUMO

Este artigo realiza a análise de discurso dos vídeos do Canal da *youtuber* Ellora Haone e sua relação com a produção de conteúdos voltados a criação de espaços para debates políticos. Para tanto, foi necessário explanar a importância da democracia digital e sua aplicação no contexto da plataforma *YouTube* através das ideias de estudiosos da política e comunicação. Após o entendimento teórico, abordaremos a análise dos três vídeos publicados por Ellora Haone sobre política com foco nos comentários para assim, entendermos o significativo impacto da interação, criador de conteúdo e receptor. Percebe-se que o uso desta ferramenta pode potencializar a democracia digital, debates políticos efetivos e que os novos formadores de opinião podem influenciar e instigar os cidadãos para um diálogo saudável, fomentando a consciência política.

PALAVRAS-CHAVE: democracia; digital; Ellora Haone; política; *YouTube*.

INTRODUÇÃO

Com o advento da internet surgem com ela novas ferramentas de comunicação, assim as pessoas interagem entre si, logo as novas oportunidades comunicacionais abrangem muito o comportamento e o anseio da busca por mais informações. Recuero (2009) pontua que este surgimento proporciona que os atores possam interagir, construir-se e se comunicar com outros atores. As redes sociais digitais se tornaram a maior ferramenta deste tipo de interação e é nelas que a massa, mesmo sem ser fisicamente, está

¹ Trabalho apresentado no IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Jornalista, recém-formada pela Faculdade Estácio de São Luís, e-mail: hellenvdg@hotmail.com

³ Jornalista, recém-formado pela Faculdade Estácio de São Luís, e-mail: kleilsonnunes@gmail.com

⁴ Jornalista, recém-formada pela Faculdade Estácio de São Luís, e-mail: moreiragleysse@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Graduado em História e Jornalismo; Mestre em Ciências Sociais; Doutor em Sociologia; Professor da Formação Faculdade Integrada, e-mail: elthonaragao@gmail.com

bem mais presente. Essa interação também é responsável pelo comportamento dos usuários, seja de forma positiva, seja de forma negativa.

Recuero (2009) aponta a interação como a matéria-prima das relações e dos laços sociais e que no ciberespaço e nas ferramentas de comunicação possuem particularidades, a respeito dos processos de interação. Segundo Reid (1991) apud Recuero (2009) a interação social no ciberespaço pode se dar de forma síncrona ou assíncrona, pois há uma relação com o tempo causada por uma mediação pela expectativa da resposta e que a mesma pode ser em tempo real.

Com a maior interação no ciberespaço, os usuários, além de consumir os conteúdos passaram a criar conteúdo. Os atores viram a necessidade e a oportunidade de usar a internet como forma de proporcionar novos conteúdos. É na internet o maior espaço que se possam encontrar muitos atores que divulgam suas opiniões, informações, críticas, dentre outros e que interagem entre si.

Em 2013 muitas manifestações sociais foram convocadas com o poder da internet e se teve um grande advento do uso das redes sociais digitais para falar sobre política. A democracia no âmbito do ciberespaço ganhou força através das possibilidades da cultura participativa que descentraliza o poder de forma inovadora (SHIRKY, 2010).

O ciberespaço dá novos nortes para a democracia digital, um espaço político onde é possível dialogar e interagir através das ferramentas digitais como mostra no tópico da análise, onde a criadora de conteúdo para o *YouTube*, Ellora Haone usou o seu canal para incentivar os seus seguidores para esse debate.

Espaço de debate público: democracia digital, *YouTube* e política temas que norteiam o presente artigo serão abordados a seguir para um melhor entendimento dos dados coletados.

Espaço de debate público: democracia digital

Com a convergência das mídias e cada vez mais o acesso à internet, com a presença cidadã nas redes sociais digitais, surge nestes espaços a potencialização da democracia com o uso desses espaços para debate, difusão de informações e de consciência política. Esses espaços mesmo que digital, são constituídos de forma

homogênea e livre como também puxados e liberados por grupos que tem a mesma ideologia.

O termo “democracia digital” ou “*e-democracy*” como é usado na língua inglesa, está cada vez mais sendo usados por pesquisadores e por todo discurso público. Segundo GOMES (2011) o conceito da idéia de democracia digital se corresponde a um campo magnético capaz de atrair para seu centro temas relacionados à política ou à democracia. O conjunto de fenômenos que envolvem o termo é um universo de fronteiras que aparecem não muito precisas, pois é indeciso o cruzamento de duas dimensões da democracia digital: a democracia e as tecnologias digitais. Gomes (2011) afirma que diante deste fato se torna mais claro quando

A “democracia digital” usualmente é feita referência a um montante muito amplo de experiências, iniciativas e práticas políticas relacionadas à ideia ou às instituições da democracia, na medida em que tais experiências, iniciativas e práticas se apoiam em dispositivos, ferramentas e recursos das tecnologias digitais de comunicação e informação (2011, p. 01).

Logo temos a democracia digital como uma ferramenta para transpor a prática social da democracia para o ambiente virtual, contribuindo para o fortalecimento do estado democrático de direito, ferramenta esta que ainda está em construção.

Propiciar nos espaços digitais a ampla participação democrática exige mais que a simples proatividade do cidadão, mas uma atuação efetiva do estado governante. A democracia digital, conforme Gomes (2011) não pode ser toda e qualquer iniciativa digital no regime democrático e sim aquelas voltadas para aumentar ou corrigir ou reforçar a democracia.

Gomes (2005) também apresenta a democracia digital como uma oportunidade de superação das deficiências do estágio atual da democracia liberal, uma alternativa para implantação de uma nova experiência democrática e que deve assegurar a participação do povo nos processos de produção de decisão política. Rover (2006) apresenta fatores que impedem a participação do povo nas tomadas de decisões como a não priorização do estado no sistema democrático, a dificuldade de acesso às informações, bem como, sua compreensão.

A internet assume uma função importante para o controle e fiscalização da administração pública, bem como, para desburocratizar as relações entre o estado e os cidadãos/consumidores (Rover, 2006). Contudo, o uso desta ferramenta pode ser também

uma estratégia para ferir a democracia quando o tangente é a utilização da internet para dominação da desigualdade entre nações em termos de desenvolvimento e utilização de novas tecnologias.

A democracia digital é muito ampla, com várias facetas e com muito foco não sistemático. Gomes (2011) explica que é ampla, pois a sua extensão é a idéia de democracia, esta que deveria produzir uma restrição ao conceito de democracia digital e ainda formula como dentre deste parâmetro multifacetado a sociedade civil está entrelaçada quanto a fenômenos do método democrático de governo e vida cívica.

Uma minoria política da sociedade civil emprega recursos baseados na Web para a auto-representação social ou para a discussão de questões que lhe dizem respeito, isso é considerado uma iniciativa de democracia digital, mas também o são um site de um partido político qualquer, as ferramentas de governo eletrônico ou uma lista de discussões sobre diversidade sexual e sobre direitos (GOMES, 2011, p. 2-3).

Rover (2006) apresenta o governo eletrônico como uma infraestrutura única de comunicação compartilhada por diversos órgãos públicos, onde a partir da tecnologia da informação e da comunicação são usadas de formas intensivas para melhorar a gestão e com o objetivo de colocar a gestão ao alcance de todos e com ampla participação popular.

Criar estratégias digitais de engajamento político é de extrema importância para o estado democrático. A democracia digital se apresenta como a alternativa do estado em ouvir o povo com idéias e decisões em forma de direito fortalecendo o sentimento de pertence e empoderamento. Contudo, é necessário o desenvolvimento de políticas que reconheçam a existência de um novo direito, qual seja o direito de acesso à rede, o que implica o combate ao analfabetismo eletrônico (Rover, 2006, p. 99).

YouTube e Cultura Participativa

Criado em 2005 por três ex-funcionários do site de comércio online *PayPal*, Chad Hurley formado em Design, Steve Chen e Juwed Karin, ambos formados em Ciência da Computação. O *YouTube* foi ativado em fevereiro de 2005, em maio ofereceram uma prévia ao público, porém só foi lançado oficialmente em novembro de 2005, seis meses após a prévia. Em outubro de 2006 (um ano e oito meses após a criação), a plataforma de compartilhamento de vídeos foi comprada pela empresa Google que encerrou assim as atividades do Google Vídeos.

O nome *YouTube* vem do inglês *You*: Você e *Tube*: Tubo, termo considerado uma gíria para nomear a televisão. Sendo assim o termo *YouTube* significaria “você na tela”. Em novembro de 2006, foi eleito como a melhor invenção do ano pela revista Time, por ser uma nova forma das pessoas aprenderem, se chocarem e se entreterem.

A plataforma abriga uma enorme variedade de conteúdo como videoclipes, materiais caseiros e filmes, contudo, ele não é um gerador de conteúdo. Ele se oferece enquanto plataforma para você gerar seus próprios conteúdos em forma de vídeos e disponibilizá-los no site e ele fará a distribuição, o compartilhamento desse conteúdo. GREEN (2009) e BURGESS (2009), autores do livro *YouTube e a Revolução Digital* nos dizem que “o *YouTube* na verdade não está no negócio de vídeo. Seu negócio é mais precisamente, a disponibilização de uma plataforma conveniente e funcional para o compartilhamento de vídeos on-line. Os usuários (alguns deles parceiros de conteúdo Premium) fornecem o conteúdo que por sua vez atrai novos participantes e novas audiências”. O *YouTube* atende um grande número de visitantes e audiências diferentes, além de oferecer aos integrantes do site uma maneira de conseguir ainda mais visibilidade.

A cultura participativa é uma expressão geralmente usada para representar a ligação existente entre os produtores de conteúdo das mídias acessíveis e seus receptores/consumidores. Com a maior popularização da internet, a sociedade deixou de ser indiferente, de ser uma simples receptora passiva, ela agora também é produtora de conteúdo, de ideias, conhecimento e distribuidora de informações.

O ciberespaço permitiu que as pessoas pudessem interagir umas com as outras e gerar conteúdo de forma coletiva. No cenário político, o *YouTube* tem sido buscado para gerar conteúdos e interagir com os eleitores. A cultura participativa reduz a barreira entre ambos os lados, o que facilita o *feedback* do eleitorado para um político usuário do *YouTube* como uma ferramenta de campanha, além de gerar uma aproximação na tentativa de conhecimento bilateral.

***YouTube* e Política**

Após entendermos os principais temas que embasam a pesquisa, partiremos para a análise do conteúdo. O estudo foi realizado no canal Ellora Haone disponível na

plataforma de compartilhamento de vídeos, *YouTube*. Foram escolhidos três vídeos que abordavam a temática política.

É importante frisar que o canal escolhido não tem como tema principal a política, mas dilemas que envolvem a juventude, amor, amizade, autoestima, relacionamentos, e ele se diferencia por incluir um assunto tão complexo e pouco procurado pelos jovens. Segundo o site projeto atual⁶, os assuntos mais procurados no *YouTube* são os de resenha de produtos, tutoriais e *vídeo games* e política não entra na lista.

Ellora Haonne é uma criadora de conteúdo para o *YouTube* que aborda temas relacionados a comportamento e estilo de vida. A *youtuber*⁷ viralizou quando fez a *tag Tour pelo meu Corpo*, onde mostra de forma verdadeira o seu corpo, quebrando padrões de beleza das redes sociais. O Canal conta com mais de um milhão de inscritos e está no ar desde 2015. Em 2017 foi parabenizada pela marca *Youcom*⁸ como símbolo da diversidade e empoderamento.

Em 2018, ano das eleições para presidente, governadores, senadores, deputados federais, estaduais e distritais, Ellora mudou o foco do seu canal e publicou três vídeos sobre o tema política, abrindo um novo espaço para este tema que motivou este estudo.

Vamos apresentar a análise do discurso dos três vídeos produzidos por Ellora Haone em que a pauta é política. Em sequência através do estudo dos comentários iremos concluir os reflexos deste debate para sociedade.

O primeiro foi publicado em setembro e tem como título “Em quem votar: guia completo para escolher seu candidato 2018” que possui 559.644 visualizações, 78 *millikes*, 1,6 mil *deslikes* e 8.644 comentários,⁹

⁶<https://projetoatual.com.br/quais-sao-as-categorias-de-videos-mais-vistos-no-youtube/>

⁷ Um YouTuber, criador de conteúdo para a rede social de compartilhamento de vídeo, *YouTube*.

⁸<https://www.youcom.com.br/>

⁹*Likes*: positivo

Deslikes: negativo

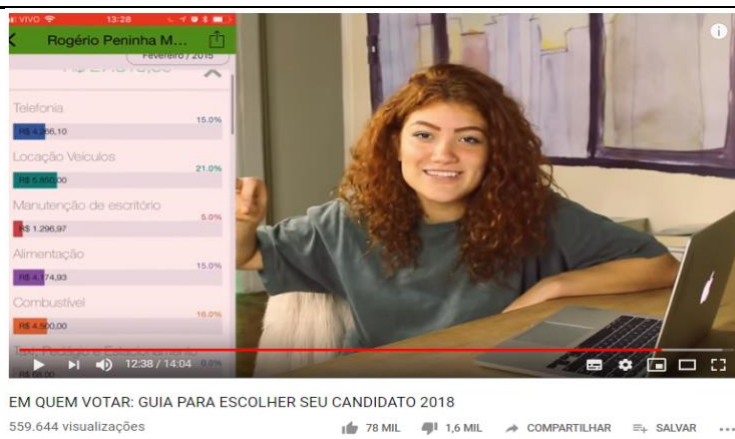


Foto 01: Em quem votar: Guia para escolher seu candidato 2018 – YouTube Ellora Haone¹⁰

No vídeo ela dá um exemplo do cotidiano em que tudo é um ato político e mostra a devida importância de entender o porquê votar e ter a consciência em quem votar e o valor da participação democrática. Ela explica as principais funções de cada cargo, o que faz um senador, por exemplo, explica a formação dos partidos políticos e dá dicas de como pesquisar sobre o político e como saber se ele condiz com seus ideais.

Com uma linguagem jovem, ela faz metáforas para o entendimento do seu público “então fique muito esperto com o partido do seu candidato e as coligações que ele faz, porque às vezes você votou em um partido por que você ama sobremesa só que ele tem coligação com o partido que só come japonês”.

Segundo Salvador (2016) o termo consciência política surge no século 19 para se referir ao posicionamento dos indivíduos em relação aos problemas sociais.

Ou seja, os meios de comunicação são tanto o principal canal de acesso dos cidadãos às informações de que precisam para agir na esfera política quanto o principal instrumento dos líderes políticos para a divulgação de suas mensagens, projetos, temas para a agenda pública, em suma, para a batalha política crucial, a construção de vontades coletivas (ou, dito de outra maneira, a luta pela hegemonia). (MIGUEL, 2000, p. 64)

A criadora fala dessa importância dos meios de comunicação no momento da escolha do candidato, e mostra como a internet tem uma gama de informações importantes de cada político, assim como existe o horário eleitoral gratuito, no

¹⁰<https://www.youtube.com/watch?v=4QUnEq6pGAK>

ciberspaço existem várias plataformas para qualquer cidadão acessar. No vídeo ela dá opção de sites¹¹ e aplicativos¹² que ajudam na escolha.

O segundo vídeo que a *youtuber* aborda sobre a temática é o “Como discutir política de (forma saudável)” tem 40.263 visualizações, 7,3 mil *likes*, 59 *deslikes* e 289 comentários. O título é chamativo por trazer em entrelinhas a problemática que política não se discute. No início do vídeo ela enfatiza a importância de conversar sobre política. “Eu acho que a gente tem que começar a ver a política de forma sistêmica, entender que tudo que acontece no nosso cotidiano tem alguma decisão política e como isso faz parte de um sistema só”



Foto 02: Como discutir política (de forma saudável) – *YouTube* Ellora Haone 2018¹³

O seu discurso é baseado nos ideais do Politize, uma organização que visa por meio da educação formar uma nova geração de cidadãos comprometidos com a democracia. A criadora de conteúdo alerta que é importante entender o espaço, avaliar se vale à pena e de que forma conversar é o mais importante para iniciar um debate é imprescindível ter consciência política e que falar sobre política não é só falar sobre eleições e políticos. É importante estar aberto e disposto para a discussão ser construtiva. Segundo Salvador (2016) o termo consciência política surge no século 19 para se referir ao posicionamento dos indivíduos em relação aos problemas sociais.

¹¹ www.camara.leg.br

¹² app sobre gastos de deputados: meudeputado

¹³ <https://www.youtube.com/watch?v=EEUCoInCBYc>

O terceiro vídeo analisado tem como título “E agora? Como ficar bem e ser estratégica politicamente?” possui 68.308 visualizações, 12 mil *likes*, 841 *deslikes* e 1.010 comentários. O conteúdo foi publicado após o resultado das eleições 2018 e é um desabafo da criadora que não se agrada do resultado, mas ao mesmo tempo ficou satisfeita por que pela primeira vez ela, e o seu público se interessaram por política “Eu nunca vi tanta gente falando sobre política, isso já é revolucionário, eu nunca vi tanta gente disposta para aprender, para pesquisar, para se informar, e principalmente para compartilhar tudo que tinha aprendido, compartilhar conhecimento é um ato de cidadania”

O ciberespaço proporciona isso, troca de conhecimento e ajuda mútua, o que contribui para democracia digital “é uma inteligência distribuída por toda parte, na qual todo o saber está na humanidade, já que, ninguém sabe tudo, porém todos sabem alguma coisa” (LÉVY, 2007, p. 212).



Foto 03: E agora? Como ficar bem e ser estratégica politicamente? *YouTube* ElloraHaone 2018¹⁴

Ellora também enfatiza “agora é hora de se manter informado, dialogando, cobrando o presidente, avaliando seu desempenho” que mesmo não estando de acordo com o resultado, o que aprendeu sobre política continuará sendo praticado e que o diálogo contribuiu para que outros jovens também se interessassem pelo assunto.

Com redes sociais digitais surgiram os influenciadores digitais, e segundo Karhawi (2017) tudo que é falado nos vídeos produzidos por eles, reflete e repercute de

¹⁴<https://www.youtube.com/watch?v=mm630Jz0PTU>

forma negativa ou positiva para os seguidores. O *YouTube* dispõe de ferramentas de interação, como os comentários, que dá espaço para uma plateia ativa, entenderemos a seguir com a análise dos comentários dos três vídeos, os resultados do conteúdo produzido pela *YouTuber*.

Análise dos comentários

É notável que os conteúdos criados pela Ellora incidam na opinião de seus seguidores, a criadora sempre com sua linguagem acessível atrai muitas pessoas que se identificam com seus posicionamentos ao decorrer das opiniões dadas acerca dos conteúdos. Essa afirmação se comprova no *feedback* dado por seus seguidores nos comentários de cada vídeo. Os três vídeos analisados por essa pesquisa somam-se 9.943 comentários, na sua maioria são seguidores que se identificam com os conteúdos e que compartilham suas próprias opiniões acerca do assunto abordado, e as jovens mulheres é o público que mais interagem com a *youtuber*.

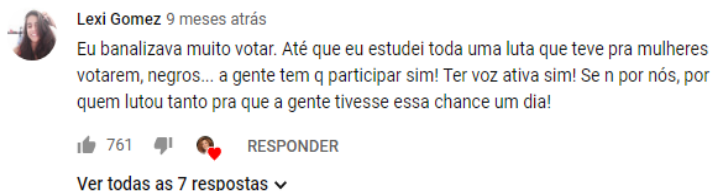


Foto 04: Comentário de seguidora sobre como o vídeo lhe influenciou – *YouTube* Ellora Haone 2018

Constata-se também que a maioria dos comentários é parabenizando a criadora pela abordagem das temáticas, mas também a contribuição dos seguidores para com os assuntos, dando opiniões ou fazendo relatos de atitudes que foram mudadas a partir da reflexão que é feita pela criadora nos vídeos.

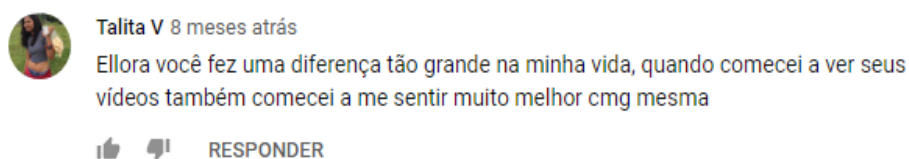


Foto 05: Comentário de seguidora – *YouTube* Ellora Haone 2018

Quanto à classificação em comentários positivos ou negativos a pesquisa não pode mensurar ou quantificar no quesito mensagem, por não existir um critério em que possa ser aplicado nos comentários já que na maioria são opiniões pessoais. Entretanto é possível ver no conteúdo dos comentários que nem todos concordam com o posicionamento da criadora, por um lado uns dispõem suas opiniões contrariando a da criadora, por outros usuários contrários se manifestam com conteúdos que possam ser caracterizados negativos.

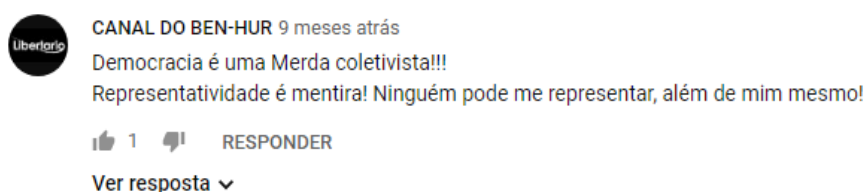


Foto 06: Comentário de seguidor expondo sua opinião negativo ao vídeo – *YouTube* Ellora Haone 2018

É possível identificar o *feedback* dos seguidores quanto a qualidade dos vídeos e a forma em que os mesmos são produzidos. Este tipo de comentário não é muito frequente, porém é uma forma em que a criadora possa realmente saber de que forma seus vídeos estão sendo reproduzidos. No segundo vídeo analisado, um comentário exemplifica essas percepções, os usuários alegavam que não segue a linha política da produtora, mas gosta da forma que ela passa sua opinião.

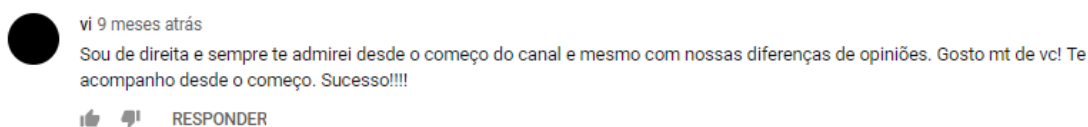


Foto 07: Comentário de um seguidor do canal – *YouTube* Ellora Haone 2018

Isso demonstra que os vídeos sobre política conseguiram alcançar o objetivo da criadora do canal, debater e colocar o assunto em pauta de forma democrática e descentralizada, sem militância por partido A ou B.

Em relação à interação da *youtuber* com seus seguidores ainda é muito tímida, em sua maioria esta interação é feita apenas por curtidas nos comentários e os mesmos são aqueles que a parabenizam pelo canal ou por aqueles que dão suas opiniões pessoais sobre

os assuntos, o que representa 12% do total de comentários, ao considerar os vídeos analisados, abaixo se tem o gráfico com a porcentagem de interações por vídeo.



Gráfico 01: Porcentagem por vídeo de interações

Está presente também a interação da criadora com os parceiros que a mesma tem para criar os conteúdos ou para manter o canal. Além da interação com organizações, pessoas ou movimentos que são citados nos vídeos ou nos comentários pelos seguidores, como o caso do Politize que comentou o vídeo 02 analisado.

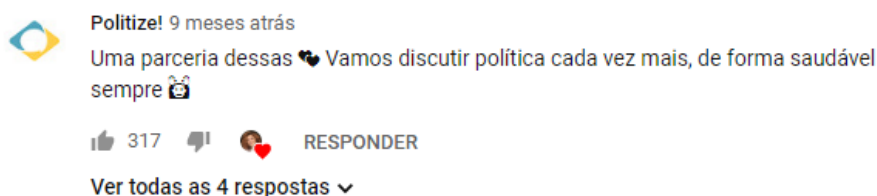


Foto 08: Comentário de parceiros do canal – *YouTube* Ellora Haone 2018

Ainda são tímidas as interações da criadora com os seguidores, porém é muito presente e crescente o número de comentários que os seguidores demonstram em suas falas e como os conteúdos os influenciam digitalmente e socialmente.

Considerações finais

É possível um influenciador de conteúdo contribuir de forma significativa para a democracia digital, pois a temática política foi tratada de forma despolarizada e

descentralizada. Os conteúdos analisados demonstram que a criadora de conteúdo Ellora Haone não representa um interesse político partidário, mas tem o objetivo de disseminar informação fomentando a inteligência coletiva abordada por Pierry Lévy. Por estar em um canal de compartilhamento de idéias e conhecimento, tratando de forma clara um assunto tão emblemático nas redes sociais. Ficou notório que a internet pode ser um espaço de debate político. Segundo CASTELLS (1999), a versatilidade desse novo sistema de comunicação é capaz de integrar qualquer forma de expressão e principalmente os conflitos sociais.

Isso demonstra o exercício democrático que o ciberespaço disponibiliza. A criadora de conteúdo para o *YouTube* provocou em seus seguidores o desejo de conhecer o passado dos candidatos, a ficha, os projetos de lei, atos fundamentais para cidadãos votarem conscientes e melhorarem a participação no meio político. Grande contribuição para a política consciente.

Potencializar o uso das mídias sociais para a democracia digital, onde se proporciona espaços de debates públicos, enaltece o poder de ouvir o povo sobre decisões e opiniões. A democracia digital ainda é fragilizada com a falta de investimento na comunicação causada pela ausência de grande maioria da população que não tem acesso à internet, bem como, informações sobre estas ferramentas democráticas, o que exatamente a criadora traz muito presente nos seus conteúdos.

Motta, Bittencourt e Viana (2014), afirmam que os criadores de conteúdo, influenciadores digitais são formadores de opinião, uma celebridade midiática que repassa a informação. A proposta da criadora de conteúdo em usar uma rede social digital para falar e esclarecer sobre o temido tema política, pode gerar novos cenários da democracia digital no *YouTube* intensificando a ideia que política se discute sim, de forma consciente e igualitária.

Precisamente com a análise dos comentários, ficou notório que os *digitais influencers* possuem potencial de formar opiniões e conseguir desmistificar um assunto polêmico, abrir um espaço para diálogo e conscientizar seu público sobre temáticas de cidadania, além de influenciar os seus seguidores também pode inspirar outros produtores de conteúdo da plataforma para a temática.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1

GOMES, W. 2005. **A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política**. Revista Fronteiras – estudos midiáticos, edição setembro/dezembro, p. 214-222. Unisinos, 2005. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6394/3537>> acesso em 27/06/2019

GOMES, W. 2011. **Democracia digital: que democracia?**. UFBA. Disponível em: <http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/01/gt_ip-wilson.pdf> acesso em 27/06/2019

GREEN, Joshua; BURGESS, Jean. **YOUTUBE e a Revolução digital**. São Paulo: LAFPN, 2009.

KARHAWI, I. **Influenciadores digitais: o Eu como mercadoria**. In: CORRÊA, E. S.;

LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999.

MIGUEL, Luiz Felipe. (2000) **Um ponto cego nas teorias da democracia: os meios de comunicação**. BIB - Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais, Rio de Janeiro, nº 49, pp. 51-78.

MOTTA, B. S; BITTENCOURT, M.; VIANA, P. M. F.: **A influência de Youtubers no processo de decisão dos espectadores**. E-Compós: 2014. Dissertação de Mestrado - Faculdade de Ciências da Comunicação da USP, São Paulo, 2014. Disponível em: www.compos.org.br acesso em 29/06/2019

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. 2006. Disponível em <http://www.raquelrecuero.com/teseraquelrecuero.pdf>>acesso em 28/06/2019

ROVER, Aires José. **A democracia digital possível**. *Revista Sequência*, nº 52, p. 85-104, jul. 2006. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/sequencia/article/view/15202>> acesso em 28/06/2019

SANDOVAL, Salvador A. M. (1989). **A crise Sociológica e a contribuição da Psicologia Social ao Estudo dos Movimentos Sociais**. *Revista Educação e Sociedade*; 34; dez.1989.

SHIRKY, C. **A cultura da participação, criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010

SILVEIRA, S.C. (Orgs.). **Tendências em Comunicação Digital**. São Paulo: ECA-USP, 2016a.