

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

LUCAS HERTZOG

*DÁ UM LIKE, SE INSCREVE NO CANAL E COMPARTILHA O VÍDEO*  
UM ESTUDO SOCIOLÓGICO SOBRE O TRABALHO E AS NOVAS TECNOLOGIAS DIGITAIS  
NO YOUTUBE BRASIL

PORTO ALEGRE

2019

LUCAS HERTZOG

*DÁ UM LIKE, SE INSCREVE NO CANAL E COMPARTILHA O VÍDEO*  
UM ESTUDO SOCIOLÓGICO SOBRE O TRABALHO E AS NOVAS TECNOLOGIAS DIGITAIS  
NO YOUTUBE BRASIL

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em Sociologia.

Orientador: Dr. Fernando Coutinho Cotanda (UFRGS)

PORTO ALEGRE

2019

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Reitor: Rui Vicente Oppermann

Vice-Reitora: Jane Fraga Tutikian

INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS

Diretora: Claudia Wasserman

Vice-Diretor: Hélio Ricardo do Couto e Silva

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

Coordenadora: Lorena Cândido Fleury

Vice-Coordenador: Paulo André Niederle

#### CIP - Catalogação na Publicação

Hertzog, Lucas. Dá um like, se inscreve no canal e compartilha o vídeo: Um estudo sociológico sobre o trabalho e as novas tecnologias digitais no YouTube / Lucas Hertzog; orientador Fernando Coutinho Cotanda. - 2019. 338 f.

Tese (Doutorado - Doutorado em Sociologia) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Porto Alegre, 2019.

1. Trabalho digital. 2. Flexibilização. 3. Auto-exposição *online*. 4. YouTubers. 5. Economia de plataformas. I. Cotanda, Fernando Coutinho, orient. II. Título.

LUCAS HERTZOG

*DÁ UM LIKE, SE INSCREVE NO CANAL E COMPARTILHA O VÍDEO*  
UM ESTUDO SOCIOLOGICO SOBRE O TRABALHO E AS NOVAS TECNOLOGIAS DIGITAIS  
NO YOUTUBE BRASIL

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em Sociologia.

Aprovada em 27 de março de 2019.

Banca Examinadora

---

Dr. Fernando Coutinho Cotanda (Orientador - UFRGS)

---

Dr. Alex Niche Teixeira (UFRGS)

---

Dr. Pedro Alcides Robertt Niz (UFPel)

---

Dr. Leonardo Fernandes Nascimento (UFBA)

*Aos meus queridos filhos, Aurora e Benício.*

## AGRADECIMENTOS

Sou privilegiado pela ajuda de pessoas e instituições para poder fazer ciência nos últimos quatro anos. Os anos de 2015 a 2019 foram e estão sendo particularmente difíceis na paisagem política nacional, o que certamente não facilitou o processo de concentração necessário à pesquisa. Muitas coisas dadas como líquidas e certas foram ruindo, cedendo lugar a interrogações e decepções em relação ao futuro. O auxílio e afeto de muitos foram condições para que eu conseguisse seguir em frente, podendo converter em textos e reflexões o mal-estar sentido durante o período.

Agradeço à Tainã pelo presente da vida ao teu lado, companheirismo irrestrito e incentivo constante. Aos nossos filhos, Aurora e Benício, tão corajosos em atravessar o oceano e por aguardarem minha chegada por setenta e dois longos dias. Obrigado por me ensinarem a ser pai e por me encherem de esperança, o bem mais escasso nos dias de hoje. À minha mãe pela parentalidade contínua e sensível. Ao meu pai pela transmissão do sentimento que fez brotar em mim o espírito crítico. À minha irmã por ter me ensinado o valor da dedicação e entrega aos estudos. Esta tese também não poderia ter sido feita sem a ajuda da Joice, Idel, Louise e Kenya. Agradeço por cuidarem com tanto afeto das crianças quando nosso maior desejo era simplesmente descansar e dormir.

Eu não poderia agradecer o suficiente aos YouTubers pela entrega e dedicação nas entrevistas. Pela orientação compreensiva e honesta do Fernando Cotanda. À Regiane Accorsi por desatar os nós. Aos funcionários terceirizados que limpam, protegem e mantêm funcionando o campus do vale e os restaurantes universitários. Aos docentes do Departamento de Sociologia, do Programa de Pós-Graduação em Sociologia e de outros departamentos e programas de pós-graduação das ciências humanas da UFRGS, pelo aprendizado e convívio nos últimos doze anos. Em especial Naira Lima Lapis, José Otávio Catafesto, José Carlos Gomes dos Anjos, Antônio Cattani, Raquel Weiss, Marcelo Kunrath Silva, José Vicente Tavares dos Santos, Marilis Lemos de Almeida, Cinara Lerrer Rosenfield e Luciana Garcia de Mello.

Agradeço pelo privilégio do auxílio financeiro para a realização da pesquisa com verbas do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Aos professores Alex Niche Teixeira, Pedro Alcides Robertt Niz e Leonardo Fernandes Nascimento pela receptividade ao convite de participação na banca avaliadora da tese. Aos amigos, essenciais durante o processo criativo e que me auxiliaram em diversos

âmbitos da tese, Camila Wood, Augusto Hertzog, Rodrigo Wolffenbüttel, Fernando Araújo, Gabriel Câmara, Augusto Huber, Ricardo Visser e Robson Loureiro. Aos demais colegas de doutorado que enfrentaram essa batalha de tentar se concentrar em meio à tormenta.

Por fim, mas não menos importante, agradeço à Alexandra Elbakyan e aos programadores e programadoras do Library Genesis, responsáveis pela remoção das barreiras encontradas no caminho para poder fazer ciência.

*No antigo sistema de transmissão você está fundamentalmente limitado pela quantidade de espaço nas ondas aéreas. Você só pode enviar 10 canais através das ondas aéreas, ou mesmo com a TV à cabo você tem 500 canais. Na internet todo mundo pode ter um canal. (...). Então, o que você vê agora não é uma questão de "quem tem acesso às ondas". É uma questão de "quem fica com o controle sobre as maneiras com as quais você encontra pessoas".*

*Você começa a ver poder centralizado em sites como o Google, como se fossem guardiões dos portões que informam onde na Internet você quer ir, pessoas que fornecem suas fontes de notícias e informações. Então não se trata mais de apenas algumas pessoas terem licença para falar. Agora todo mundo tem uma licença para falar. É uma questão de quem será ouvido.*

*Aaron Swartz, abril de 2007 (Tradução nossa de trecho do filme "Steal this movie II").*

*(...) não é um problema de levar as pessoas a se expressarem, mas de fornecer pequenas lacunas de solidão e silêncio, nas quais elas eventualmente encontrarão algo para dizer. As forças repressivas não impedem que as pessoas se expressem, mas as forçam a se expressar. Que alívio não ter nada a dizer, o direito de não dizer nada, porque só então há uma chance de enquadrar a coisa rara, e cada vez mais rara, que vale a pena dizer. O que nós somos atormentados por estes dias não é qualquer bloqueio de comunicação, mas declarações sem sentido.*

*Gilles Deleuze (1995, p. 129).*



HERTZOG, Lucas. *Dá um like, se inscreve no canal e compartilha o vídeo: Um estudo sociológico sobre o trabalho e as novas tecnologias digitais no YouTube Brasil*. 2019. 338 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, RS, 2019.

## RESUMO

A presente tese dedica-se ao exame das relações de trabalho que se estabelecem no YouTube (YT) Brasil a partir do ano de 2012. Neste ano a plataforma expandiu seu "programa de parceiros" para 20 países, possibilitando a geração de receitas para os criadores de conteúdo. Interessa analisar como se deu o processo pelo qual a flexibilização das relações de trabalho abriu novos espaços de produção de subjetividades no mundo do trabalho digital e quais são as formas e os conteúdos das relações de trabalho que se estabelecem na criação de vídeos para o YouTube Brasil. O foco central de análise assenta-se na documentação do fenômeno do trabalho em plataformas digitais, por meio de dados quantitativos (IBGE e YT) e qualitativos (entrevistas semiestruturadas com criadores de conteúdo e normativas do YT). A dimensão dos públicos digitais no Brasil é captada a partir da análise dos dados da PNAD - 2005 a 2016. A consolidação do YT como uma plataforma digital influente, no contexto das mídias no Brasil, é analisada a partir de dados estatísticos, extraídos por *webscrapping*, em uma amostra de 919 canais com valor igual ou superior a 50.000 inscritos. À luz dos dados, discute-se as implicações da monetização da auto-exposição como mecanismo de geração de valor na era digital. O contexto de reconfigurações do trabalho no sistema capitalista é recomposto a partir da ênfase nas relações de poder e seus deslocamentos recentes, passando de um biopoder, disciplinador dos corpos, para um controle da mente, ou psicopoder. A análise qualitativa dos dados, obtidos por entrevistas semiestruturadas com YouTubers, se apoiou nos argumentos teóricos de Charles Taylor, sobre a elevação valorativa da vida cotidiana, David Riesman, sobre a emergência de um tipo particular de caráter centrado na promoção de si, Gabriel Tarde, sobre os processos de aderência e imitação na formação dos públicos, e sob as formulações da parasocialidade interativa em Donald Horton e Richard Wohl. Por fim, realizamos uma análise dos regulamentos da plataforma em relação às Políticas de Privacidade, Termos de Serviço e Diretrizes da Comunidade, amparadas em teorias críticas da Internet. Com base nisso, a análise apontou que a ampla expansão do uso das novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) resultou na conformação de grandes grupos de usuários da Internet no Brasil, ainda que apresentem diferenças demográficas significativas (com base em renda, escolaridade e outros indicadores selecionados). Verificamos também a existência de um número significativo de pessoas que passam a se dedicar à criação de vídeos como um trabalho, com características de periodicidade, dedicação exclusiva ou parcial, expectativas de retornos financeiros e como fonte de reconhecimento social. Esse novo trabalho apresenta continuidades com características laborais em regimes flexíveis, como imprevisibilidade e insegurança quanto aos ganhos, estímulo ao espírito empreendedor e dissolução da figura do empregador. A inovação reside na auto-exposição *online* como componente central da geração de valor, revelando um novo ativo na economia digital, baseado na capacidade dos indivíduos em cativar grandes públicos.

Palavras chave: Trabalho digital; Flexibilização; Auto-exposição *online*; YouTubers; Economia de plataformas.

## ABSTRACT

The present thesis examines work relations established in YouTube (YT) Brazil, since 2012. In that year the platform expanded its "partners program" to 20 countries, allowing content creators to receive revenues from produced videos. It is of particular interest to analyze this new space of subjectivities production, within the context of flexible digital labor relations, to understand the forms and contents that give shape to this relationships involed in video production for YouTube Brazil. The central focus of analysis is based on the documentation of this process from quantitative (YT and Brazilian National Household Sample Survey - BNHSS) and qualitative data (YT regulations and semi-structured interviews with content creators). Webscrapping techniques were used, through an application designed in Python, for the extraction of quantitative data, from a sample of 919 channels with more than 50,000 subscribers in YT Brazil. A quantitative analysis of BNHSS data on the expansion of Internet use in Brazil between 2005 and 2016 was carried out. In particular, social and institutional conditions in the context of labor relations flexibilization, which enabled the emergence of a new work in the digital space, were analyzed. In order to do so, we investigated YT's emergence process as a digital platform, its consolidation in the digital media scenario and the implications of self-exposure monetization as a mechanism of value creation. It follows contextual elements of work reconfigurations whithin capitalism, emphasizing the displacements of a disciplinary power over the bodies, biopower, to new forms of control, or psycho-power. The qualitative analysis from data obtained through semi-structured interviews with content creators was based on Charles Taylor theoretical arguments on the valuation of everyday life, David Riesman's on the emergence of a particular type of character centered on self-promotion, Gabriel Tarde's on the processes of adherence and imitation in audiences' formation and in the formulations of interactive parasociality in Donald Horton and Richard Wohl. Finally, we scrutinize, based on Internet critical studies, the platform's regulations regarding Privacy Policies, Terms of Use and Community Guidelines. The research's outcome pointed out that the wide expansion of new Information and Communication Technologies (ICTs) resulted in the conformation of large groups of Internet users in Brazil, even though they present significant demographic differences (based on income, education and other selected indicators). We also verified the existence of a significant number of people who start to dedicate themselves to create content for YT, with characteristics of periodicity, exclusive or partial dedication, expectations of financial returns and having the activity as a source of social recognition. This new labor activity presents continuities with other activities under flexible regimes, such as unpredictability and insecurity regarding financial return, stimulus to the entrepreneurial spirit and dissolution of employer's figure. Unlike other activities in flexible regimes, the work space in the YT demands daily *online* self-exposure as a central element in value formation, unveiling a new face of contemporary work relations.

Keywords: Digital work; Gig Economy; Online self-exposure; Platform economy.

## RÉSUMÉ

Cette thèse se dédie à l'examen des relations de travail qui se déroulent sur youtube (YT) Brésil depuis l'année 2012. Dans cette année le site a élargie son « programme de partenaires » à un ensemble de 20 pays, en permettant ainsi la production de revenus aux créateurs de contenu. Il est intéressant d'analyser comment s'est donné ce processus par lequel la flexibilisation des relations de travail a ouvert des nouveaux espaces de production de subjectivités auprès du monde du travail numérique. Il nous intéresse aussi de comprendre les formes et les contenus des relations du travail qui s'ont établis auprès la création des vidéos pour le site youtube Brésil. Le focus central de l'analyse est centré sur la documentation de ce phénomène auprès les plateformes numériques, à travers de données quantitatives (IBGE et YT) et qualitatives (entretiens semi-structurées avec des créateurs de contenus et normatives du Youtube). La dimension des publics numériques au Brésil est récupérée à travers des analyses des données de la PNAD – 2005 à 2016. La consolidation du Youtube en tant qu'une plateforme numérique de renom, au contexte des médias au Brésil, est analysée à travers des données statistiques issues de webscrapping, auprès d'un échantillon de 919 chaînes avec 50.000 abonnés ou plus. À la lumière de ces données, nous discutons les implications de la monétarisation de l'auto exposition en tant que dispositif de production de valeur au moment de l'ère numérique. Le contexte de reconfiguration du travail au monde capitaliste est recomposé à partir de l'accent auprès des relations de pouvoir et ses déplacements récents, tout en passant d'un biopouvoir, disciplinateur des corps, à un contrôle de l'esprit, c'est-à-dire, un psychopouvoir. L'analyse qualitative des données issues des entretiens semi structurées avec Youtubers, s'est appuyé sur les arguments théoriques de Charles Taylor à propos l'élévation normative de la vie quotidienne, David Riesman en ce que concerne l'émergence d'un type particulier de caractère centrée sur la promotion de soi, Gabriel Tarde sur les processus d'adhérence et imitation interactif et Donald Horton et Richard Wohl. Finalement, nous avons analysés les règlements de la plateforme en ce que concerne les Politiques de Confidentialité, Termes de Services et Directrices de la Communauté. Cette analyse est appuyé sur des théories critiques de l'Internet. Ainsi, l'analyse a souligné que la grande expansion de l'usage de nouvelles technologies de l'Information et Communication (TICs) a produit un cadre de conformation des grands groupes d'utilisateurs de l'Internet au Brésil, même si ces groupes présentent des différents traits démographiques ([qui s'expriment à travers des différences de revenu, scolarité et d'autres indicateurs sélectionnés). Nous avons aussi vérifié l'existence d'un numéro significatif des gens qui passent à se dédier à la création des vidéos en tant qu'un travail, avec des caractéristiques de périodicité, dédicace exclusif ou partiel, avec des attentes de retours financiers et avec une forte source de reconnaissance social. Ce nouveau travail présente des continuités avec des caractéristiques du travail spécifiques aux régimes flexibles, comme imprévisibilité et insécurité en ce que concerne les revenus, animation de l'esprit entrepreneur et dissolution de la figure de l'employeur. L'innovation est centrée surtout dans l'auto exposition *online* en tant que partie centrale de la production de valeur, tout en révélant un nouvel actif dans l'économie numérique, basée sur la capacité des individus d'appriivoiser des grands publics.

Mots-clés: Travail digital; Flexibilisation du travail; Auto exposition *online*; Économie des plateformes.

## ZUSAMMENFASSUNG

Diese Dissertation widmet sich der Analyse der Arbeitsverhältnisse, welche seit 2012 in Brasilien auf YouTube (YT) etabliert wurden. In diesem Jahre hat die Webseite ihr "Partnerprogramm" in 20 Ländern eröffnet, indem eine neue Generation von Moderatoren entstanden ist. In dieser Hinsicht orientiert sich die Forschung an dem Prozess, durch den die Flexibilisierung der Arbeitsverhältnisse und digitale Arbeitsformen neue Räume für arbeitende Subjektivitäten hergestellt haben. Denn muss man die Frage stellen: welche Formen und Inhalte der Arbeitsverhältnisse sich in der Entwicklung der Videos für YouTube Brasil etablieren? Das Hauptproblem der Forschung liegt in der Aufschreibung des Phänomens der digitalen Arbeit durch quantitative (IBGE und YT) und qualitative (hermeneutische Interviews) Dateien, die mit den Moderatoren und Verordnungen durchgeführt wurden. Der Ausmaß des digitalen Publikums wurde durch die Analyse der PNAD Dateien von 2005 bis zum 2016 erfassen. Mithilfe von Statistiken, die durch *webscraping* erstellt wurden, wurde ebenso die Konsolidierung von YT als eine einflussreiche digitale Plattform in Brasilien analysiert. Die Forschung zählt mit einer Stichprobe von 919 Kanälen, die ein Publikum in Höhe von 50.000 (oder mehr) von Abonnenten haben. Im Lichte der Dateien werden die Konsequenzen der Monetarisierung der eigenen Darstellung als ein Mechanismus der Werterzeugung im digitalen Zeitalter diskutiert. Der Kontext der Umgestaltung der Arbeitsform im Kapitalismus wird durch Machtverhältnisse und ihre gegenwärtigen Veränderungen umgestaltet, während die Disziplinierung der Körper (Biomacht) zur Disziplinierung der Seele (Psychomacht) wird. Die Deutung der qualitativen Interviews mit den *Youtubers* stützen sich auf das Werk von Charles Taylor über die Bejahung des Alltagslebens, auf Texte von David Riesman über die Entstehung eines an Eigenwerbung orientieren Charakters, auf Gabriel Tardes Studien über soziale Prozesse von Nachmachung und Anhaftung in der Entstehung von Publiken und auf die Studien über digitale Sozialibilität von Donald Horton und Richard Wohl. Zuletzt führen wir eine an kritischen Internetstheorien gelehnte Analyse von Vorschriften der Plattform in Hinsicht von Datenschutzerklärung, Nutzungsbedingungen und Regeln der Webseite (bsw.Youtube). Angesichts dieser Analyse hat die Forschung darauf hingewiesen, dass die Ausdehnung der Nutzung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien der Entstehung neuer grossen Nutzergruppen in Brasilien entsprochen hat, obwohl deutliche demographische Unterschiede (bzw. wegen Einkommens-, Ausbildungsungleichheiten) im Innland erkennbar sind. Es wurde ebenso eine deutliche Anzahl von Leuten wahrgenommen, die sich der Entwicklung von Videos als Beruf widmen. Diese Tätigkeit ist normalerweise regelmässig, indem die Moderatoren Erwartungen sowohl auf finanzielle als auch auf soziale Annerkennung haben. Daraufhin hängt sich diese neue Arbeitsform mit flexibilisierten Arbeitsregimen zusammen, die Unvorsehbarkeit der Zukunft, finanzielle Unsicherheit, Stimulierung des Unternehmergeistes und die Beseitigung der Rolle des Arbeitsgebers vertiefen. Die Innovation des geforschten Gegenstandes liegt darin, dass die Online Selbstdarstellung einen Verwertungsprozess in einer digitalen Wirtschaft berücksichtigt, indem die Morderatoren zuhemennd von ihrer Fähigkeit abhängen, neue Publiken anzuhaften.

Schlüsselwörter: Digitale Arbeit; Flexibilisierung; Online Selbstdarstellung; Plattform Wirtschaft.

## LISTA DE FIGURAS E GRÁFICOS

### Figuras

Figura 1 - Organograma da Alphabet com ênfase no YouTube.....	21
Figura 2 – Freq. Internet por regiões – 2005-2014.....	76
Figura 3 – Freq. Internet por regiões – 2015 e 2016 .....	77
Figura 4 – Países onde há programa de parceiros do YouTube - 2012 e 2019 .....	100
Figura 5 - Vídeo sobre os dados pessoais coletados pela Google.....	153
Figura 6 - Vídeo sobre as diretrizes da comunidade.....	155
Figura 7 - Principais pontos estabelecidos pelas diretrizes.....	156

### Gráficos

Gráfico 1 - Regressão linear entre a freq. Internet e o tempo.....	74
Gráfico 2 - Regressão linear entre a freq. Internet e o tempo por regiões .....	78
Gráfico 3 - Numero absoluto do acesso à Internet por regiões 2015 .....	79
Gráfico 4 - Freq. Internet de homens e mulheres ao longo do tempo .....	80
Gráfico 5 - Freq. Internet por faixas etárias ao longo do tempo .....	81
Gráfico 6 - Numero absoluto de acesso à Internet por faixa etária 2015.....	82
Gráfico 7 - Freq. Internet por faixas de renda ao longo do tempo .....	83
Gráfico 8 - Número absoluto de acesso à Internet por faixa de renda 2015 .....	84
Gráfico 9 - Freq. Internet população rural e urbana ao longo do tempo.....	85
Gráfico 10 - Freq. Internet entre estudantes e não estudantes ao longo do tempo .....	86
Gráfico 11 - Freq. Internet estudantes - escola pública e privada ao longo do tempo.....	87
Gráfico 12 - Freq. Internet e regressão do meio de acesso – 2013-2016.....	88
Gráfico 13 - Posse de celular no Brasil ao longo do tempo.....	89
Gráfico 14 - Posse de celular - estudantes e não estudantes ao longo do tempo.....	89
Gráfico 15 - Número de canais por categoria - Dezembro de 2018 .....	101
Gráfico 16 - Duração média dos canais por categoria .....	102
Gráfico 17 - Média do número de uploads e média mensal por categoria .....	103
Gráfico 18 - Média das visualizações do mais popular e média de visualizações.....	105
Gráfico 19 - Ganhos mensais médios por categoria .....	107

## LISTA DE TABELAS E QUADROS

### **Tabelas**

Tabela 1 - Projeção para a Freq. Internet no Brasil até 2024 .....	75
Tabela 2 - Dados dos canais selecionados do YT Brasil .....	320

### **Quadros**

Quadro 1 - Diferenças entre ecossistemas biológicos e virtuais .....	126
Quadro 2 - Principais alterações nos Termos de Serviço do YT .....	150

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

API	<i>Application Programming Interface</i>
ARPA	Agência de Projetos e Pesquisa Avançada
CPD	Centro de Processamento de Dados
DC	Diretrizes da Comunidade
DIY	<i>Do it yourself</i>
ENEM	Exame Nacional do Ensino Médio
FGTS	Fundo de Garantia do Tempo de Serviço
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IP	<i>Internet Protocol</i>
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
INSS	Instituto Nacional do Seguro Social
ISA	<i>International Sociological Association</i>
MVC	<i>Model, View e Controller</i>
NBC	<i>National Broadcasting Company</i>
ONU	Organização das Nações Unidas
PIB	Produto Interno Bruto
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
POO	Programação Orientada a Objeto
PP	Política de Privacidade
SBS	Sociedade Brasileira de Sociologia
TICs	Tecnologias da informação e comunicação
TS	Termos de Serviço
UGC	<i>User Generated Content</i>
URL	<i>Uniform Resource Locator</i>
VPN	<i>Virtual Private Networks</i>
YPP	<i>YouTube Partnership Program</i>
YT	YouTube

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>Introdução .....</b>	<b>19</b>
1.1	Problemática .....	24
1.2	Tese .....	38
1.3	Organização da tese .....	38
<b>2</b>	<b>Metodologia.....</b>	<b>42</b>
2.1	O uso de hipóteses na pesquisa sociológica .....	45
2.2	Desenho de pesquisa e construção da amostra .....	50
2.3	Webscrapping na análise de canais do YouTube .....	57
2.4	O YouTube e os YouTubers como objeto sociológico .....	59
2.5	A relação empiria-teoria e as condições sociais da pesquisa .....	65
<b>3</b>	<b>A formação dos públicos: a expansão do acesso à Internet no Brasil.....</b>	<b>72</b>
3.1	Descrição amostral.....	74
3.1.1	Mapas do acesso à internet no Brasil – 2005-2016 .....	76
3.1.2	Sexo .....	80
3.1.3	Faixa etária.....	81
3.1.4	Faixas de renda.....	83
3.1.5	Populações rural e urbana .....	85
3.1.6	Estudantes.....	86
3.1.7	Equipamentos utilizados para acesso .....	88
3.2	Do acesso à criação de conteúdo <i>online</i> .....	90
<b>4</b>	<b>A emergência do YouTube como plataforma digital .....</b>	<b>93</b>
4.1	A emergência de um novo espaço de trabalho.....	96
4.2	Descrição amostral.....	99
4.3	O YouTube como elemento transformador das mídias .....	108
4.4	A irreversibilidade das TICs .....	112
4.5	Novos espaços e os ecossistemas <i>online</i> .....	118
4.6	As dinâmicas do espaço-tempo na era da informação .....	128
4.7	Exposição de si como pragmatismo de classe .....	136
<b>5</b>	<b>Regulação e poder: por uma economia política do YouTube .....</b>	<b>142</b>
5.1	Os termos de serviço e suas alterações entre 2005 e 2018 .....	143



5.2	Políticas de privacidade .....	150
5.3	As diretrizes da comunidade.....	153
5.4	Sistemas de recomendações e actância do algoritmo .....	157
5.5	Perspectivas críticas da Internet e o YouTube.....	159
<b>6</b>	<b>Reconfigurações do trabalho no capitalismo: do biopoder ao realismo capitalista.....</b>	<b>165</b>
6.1	As máquinas e a temporalidade do trabalho .....	167
6.2	Disciplina dos corpos e práticas insurgentes .....	174
6.3	A condição salarial e a vitória pírrica dos trabalhadores .....	179
6.4	Regimes flexíveis e o capitalismo fagocitário da crítica .....	183
6.5	Realismo capitalista e o cancelamento do futuro.....	189
<b>7</b>	<b>Abordagens teóricas sobre o trabalho em plataformas digitais .....</b>	<b>195</b>
7.1	A elevação da vida cotidiana .....	195
7.2	A promoção de si .....	200
7.3	Aderência e imitação .....	206
7.4	Interações parasociais.....	215
<b>8</b>	<b>O trabalho no YouTube Brasil em quatro ecossistemas.....</b>	<b>220</b>
8.1	Aproveite a vida .....	221
8.1.1	Faça um mochilão.....	221
8.1.2	Jogue videogames.....	225
8.2	Socialização e superexposição.....	229
8.2.1	Aprendendo a brincar.....	230
8.2.2	A criação de diários extimos .....	232
8.3	Educação e imitação .....	236
8.3.1	Passar no vestibular .....	237
8.3.2	Faça você mesmo .....	240
8.3.3	Pratique esportes .....	246
8.4	Política e parasocialidade.....	256
8.4.1	O crescimento da nova direita.....	259
8.4.2	A escuta do povo .....	264
	<b>Considerações finais.....</b>	<b>268</b>
	<b>Referências .....</b>	<b>274</b>

<b>Apêndice I - Código Fonte .....</b>	<b>295</b>
<b>Apêndice II - Banco de dados YouTube e Social Blade.....</b>	<b>320</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A presente tese examina as relações de trabalho que se estabelecem no YouTube (YT) Brasil a partir de 2012, ano da expansão do "Programa de Parcerias", restrito anteriormente a cerca de seis mil YouTubers, para centenas de milhares distribuídos em vinte países. Em 2019 já são noventa e sete países<sup>1</sup>, resultando em expressiva contratação de trabalhadores pela plataforma, ainda que estes "postos de trabalho" venham sendo timidamente percebidos enquanto tais.

Emerge um fenômeno social singular na economia das plataformas digitais, provocado pela remuneração volátil e incerta. Enquanto o motorista do Uber (para citar outro trabalho na economia das plataformas), tem a certeza de receber pela corrida, o YouTuber tem, a partir de uma "lista de contatos"<sup>2</sup>, apenas um rol de possíveis consumidores. O conteúdo deve provocar engajamento, consumir tempo e mobilizar os espectadores para que possa, assim, trazer algum retorno financeiro.

Esta expansão resulta em um dos maiores processos de recrutamento de mão de obra em larga escala por uma corporação multinacional, em regimes flexíveis, do capitalismo contemporâneo. Atualmente, ao menos 100 mil canais, distribuídos nos mencionados 97 países, contam com mais de 100 mil inscritos. Se movermos o ponto de corte para 50 mil inscritos, a soma será de 200 mil canais. Portanto, ao menos 200 mil pessoas ao redor do mundo conseguiram provocar a atenção de mais de cinco dezenas de milhares de pessoas com vídeos enviados ao YT, tendo "chances" de ver algum retorno financeiro com isso. Nesta nova lógica, da remuneração móvel em um regime de apostas, o nível da entrega pessoal à criação audiovisual deve ser constante e periódico, para que o produto criado possa ser convertido em dinheiro. O produto, neste caso, não é mais "tempo no carro e distância percorrida", como no Uber, mas "tempo na plataforma e volume de dados transmitidos".

A remuneração paga a um canal é proporcional ao tempo de atração do público, usualmente mensurado pelos criadores de conteúdo pelo nível de engajamento dos usuários com os vídeos. As pessoas devem estar conectadas, baixando dados, enviando

---

<sup>1</sup> Ver "YouTube Partner Program availability", disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/7101720?hl=en>. Diversos acessos entre junho de 2017 e fevereiro de 2019.

<sup>2</sup> A inscrição em um canal implica no envio de avisos aos usuários quando algum conteúdo é enviado à plataforma.

outros como resposta e alimentando constantemente os servidores, com o fornecimento de dados pessoais que poderão ser comercializados, criando uma cadeia de valor em que a corporação lucra em duas frentes distintas.

A contratação massiva sem contrato, ou melhor, sem os mesmos laços contratuais existentes entre trabalhadores e empregadores em outras fases do sistema produtivo, assume características vinculadas ao fenômeno histórico, que vem ocorrendo desde a década de 1970, de flexibilização das relações de trabalho. O novo trabalho no espaço digital, e o novo acordo celebrado entre trabalhadores e patrões – agora uma figura difusa, localizada em algum lugar distante e regulada por um algoritmo-, apresenta continuidades e diferenças com características do trabalho em regimes flexíveis.

Amplia-se a imprevisibilidade e insegurança quanto aos ganhos, o estímulo ao espírito empreendedor e se dissolve a figura do empregador. A inovação, por seu turno, reside na auto-exposição *online* como componente central da geração de valor, revelando um novo ativo na economia digital, baseado na capacidade dos indivíduos em cativar grandes públicos, demandando resistências emocionais necessárias ao enfrentamento dos desafios que se apresentam.

Motivados por uma promessa de reconhecimento social, os trabalhadores transformam-se, ao mesmo tempo, nos maiores críticos e defensores da atividade. As críticas constantes, tanto ao trabalho como ao YT, os realçam, contraditoriamente, como os agentes mais aptos a sugerir mudanças indutoras de melhorias no serviço da plataforma. O YT tem à sua disposição trabalhadores engajados e até mesmo os processos de resistência se convertem em lucro.

Uma das falas constantes, em defesa da atividade, é veiculada pela narrativa “não faço vídeos por dinheiro, faço porque gosto”. Amplamente disseminada, e contestada por poucos, ao mesmo tempo legitima a não remuneração pelo trabalho como transfere riscos e responsabilidades inteiramente ao criador de conteúdo.

O YT apresenta-se como o modelo ideal da empresa capitalista contemporânea, pois, ao fim e ao cabo, coloca-se apenas como facilitadora das bases necessárias para o contato audiovisual de partes interessadas. Um espaço de prestadores de serviço individuais onde os “melhores” prosperam. Livre de laços e apenas oferecendo um serviço, com o mesmo profissionalismo que espera de seus “parceiros”. Não mais “colaboradores”, quem dirá “empregados”. Caminhamos, talvez, para o momento em que essa relação seja necessariamente de amor incondicional.

A despeito desta apresentação e da narrativa que a corporação deseja transmitir aos seus consumidores, o YT é uma empresa como qualquer outra operando no mercado capitalista. A ideia é tentar vendê-la como um espaço de desenvolvimento de potencialidades individuais, sem qualquer vínculo com aqueles que a controlam e dominam. Cria-se uma imagem que a coloca apenas como “plataforma” e boa parte dos trabalhadores neste contexto sequer sabem da existência de seus chefes Sergey Brin, Larry Page e Eric Schimdt. Entretanto, a plataforma está envolvida em uma rede que conecta diversos atores, dos usuários aos acionistas majoritários, passando por uma variada gama de empresas subsidiárias:

FIGURA 1 - ORGANOGRAMA DA ALPHABET COM ÊNFASE NO YOUTUBE



Fonte: Elaboração do autor a partir de informação disponível em <https://www.investopedia.com/articles/markets/011516/top-5-google-shareholders-goog.asp> e <https://www.businessinsider.com/chart-of-alphabet-google-parent-company-infographic-x-gv-2016-1>. Acesso em 22/01/2019.

Os diversos braços da Alphabet dão sinais da força de atuação, de um número reduzido de pessoas que controlam volumes de capital jamais acumulados na história do capitalismo. A megacorporação opera por suas múltiplas ramificações e atua em diversos segmentos da economia e o YT faz parte desta rede de circulação de informações e capitais. Os investimentos não são apenas na área audiovisual e na economia em torno da Internet, mas projetos avançados de Inteligência Artificial, pesquisa científica em diversas áreas como saúde, robótica, longevidade e urbanismo. A articulação desta rede complexa levou às cinco maiores empresas atuais somarem cifras superiores ao PIB de diversos países. Juntas, Apple, Amazon, Alphabet, Microsoft e Facebook possuem valor de mercado estimado em 3,7 trilhões de dólares, o que as coloca muito à frente do PIB brasileiro, de 2,055 trilhões.

A concentração de riquezas e massiva expansão destas empresas de tecnologia indicam que há em curso um deslocamento no fluxo de capitais, reestruturando a correlação de forças nos mercados. Em 2008 as empresas mais valiosas do mundo<sup>3</sup> estavam no setor de gás e petróleo (Petrochina, ExxonMobil e Gazprom), telecomunicações (China Mobile) e no conglomerado multisetorial da General Electric. Dez anos mais tarde, das mais valiosas, apenas a Amazon (varejo) não é, estritamente, do setor de tecnologia.

O modelo de negócios que impera neste setor é pautado pela capacidade de auto-organização dos atores frente às pressões constantes por inovação. O espírito do trabalhador dedicado, que na metade do século passado ficou conhecido pelo termo de *workaholic*, vai sendo fagocitado por uma nova ordem ética, induzindo o instinto de sobrevivência em contextos altamente competitivos, por meio de condutas intersubjetivas análogas às das empresas em disputa nos mercados (como se vê, por exemplo, nos diversos vídeos de YouTubers fazendo “balanços” de determinados períodos do seu canal através do Google Analytics, analogamente aos balanços trimestrais corporativos). Para ser visível, e valer algo neste cenário, o criador de conteúdo deve estar equipado com ferramentas de trabalho e empregar técnicas específicas.

Enviar vídeos periodicamente para o YT envolve, ao menos, técnica e disposição. Em 2019 estamos todos minimamente informados sobre as implicações da abertura da intimidade nas mídias digitais. O *feedback* imediato de um grande número de

---

<sup>3</sup> Ver “Largest companies 2008 vs. 2018, a lot has changed”, disponível em: <https://milfordasset.com/insights/largest-companies-2008-vs-2018-lot-changed>. Acesso em 20/11/2018.

espectadores pode ser negativo e incluir ataques pessoais. A auto-exposição constante apresenta custos altos e a decisão de permanecer na plataforma passa pela reflexão sobre os possíveis benefícios que pode resultar em termos financeiros.

Cumpra salientar que o envolvimento técnico implica não apenas a gravação e veiculação dos vídeos, mas a administração dos mesmos, o conhecimento dos *softwares* de edição, dos formatos de arquivos e suas conversões. A técnica diz respeito a uma rede de estratégias para lidar com os problemas que aparecem quando computadores, *smartphones*, câmeras e outros dispositivos eletrônicos são utilizados.

Do YouTuber não se espera apenas a combinação de técnica e disposição, mas também a aplicação de uma fração do poder regulador no interior dos ecossistemas da plataforma, especialmente a partir das interações com usuários nas caixas de comentários. O *feedback*, recebido de maneira contínua, ativa a possibilidade de uma resposta adequada aos possíveis ataques, pelo poder de apagar comentários e bloquear usuários. Um poder investido aos “donos dos canais”. O YT tem, portanto, à sua disposição, um trabalhador defensor de sua atividade e que, ainda, trata de policiar os níveis de toxicidade das interações nos ambientes virtuais.

A atribuição de múltiplas tarefas a um trabalhador polivalente, certamente não é exclusividade do trabalho para o YT. Cada vez se espera mais dos trabalhadores no contexto atual, sendo os riscos decorrentes da atividade laboral inteiramente absorvidos por eles. A tentativa crescente é de isentar empregadores e isso não poderia ser mais evidente, no caso do YT, pela dissolução de quaisquer resquícios do vínculo de uma relação entre patrões e empregados.

A pressão sentida pelas empresas de tecnologia por inovar constantemente é compartilhada com seus “colaboradores”, ou “parceiros”, como prefere o YT. Se o advento das ações e abertura de capital das empresas fabricaram a coletivização dos riscos, argumentamos que a digitalização da economia por plataformas, e a nova onda do sistema produtivo baseado na Internet, ampliaram a legitimidade da singularização do fracasso. O espírito meritocrático, elevado a potências jamais vistas, transfere ao trabalhador toda e qualquer responsabilidade sobre a reprodução das suas condições materiais de existência.

Pretendemos com esta tese preencher algumas lacunas no pensamento sociológico que se dedica às reflexões sobre os efeitos interativos e os resultados dos encontros dos trabalhadores com as novas tecnologias digitais. Os YouTubers brasileiros jamais foram

estudados enquanto classe trabalhadora, o que sugere a potencialidade inovadora da tese, que pretende arranhar uma vasta superfície, ao propor a ampliação das agendas de pesquisas na área. A pergunta de fundo que nos move é tentar compreender o que acontece quando trabalhadores e tecnologias se encontram e quais são as condições sociais em que isso ocorre no Brasil contemporâneo. Outro aspecto que nos interessa é compreender a concomitância destes encontros à disseminação dos artefatos tecnológicos e ampliação do acesso à Internet no Brasil. São fenômenos dependentes e relacionados e pretendemos documentar uma rede de considerações a respeito deles nas páginas seguintes.

## 1.1 PROBLEMÁTICA

O cenário ocupacional da economia digital se transforma rapidamente, resultando na emergência de novas ocupações polivalentes e que demandam um alto grau de flexibilidade dos trabalhadores. Essas ocupações compõem uma fração da complexa cadeia global que forma a divisão internacional do trabalho digital, dispersa territorialmente por questões estratégicas a partir do posicionamento dos países que a compõem, mas necessariamente interconectada. A produção periódica e sistemática de conteúdo audiovisual para a Internet em plataformas como o YT se insere e depende desta cadeia. De maneira geral, a cadeia é composta, entre outros, por mineradores trabalhando em regimes análogos à escravidão (e.g. minas de coltan na República Democrática do Congo), montadores de *hardware* em regime taylorista (e.g. fábricas da Foxconn na China), trabalhadores do conhecimento com baixos salários em países do Sul (e.g. engenheiros de software na Índia), poucos muito bem pagos (e.g. engenheiros de *software* da Google) e os precarizados no setor de serviços (e.g. teletrabalho em *callcenters* ao redor do globo).

As fronteiras que separam esta ocupação de outras demandam uma cartografia mais acurada, já que os conhecimentos necessários para se tornar um trabalhador nessa área estão distribuídos por diversos ramos do conhecimento (como informática, publicidade, fotografia etc.). Ainda, para além de um corpo coerente de conhecimentos e práticas que poderiam nos encaminhar à compreensão desta ocupação como uma



profissão, sua delimitação só será possível quando a abordemos em um contexto geral de transformação nas expectativas quanto ao que seria um comportamento “normal” de trabalho.

A novidade na criação de vídeos para o YT não está na mobilização de conhecimentos técnicos e sim na normalização de comportamentos e performances que atraíam dezenas, centenas de milhares e até milhões de consumidores. O desejo pela informação permite que se institua e legitime instrumentos de acumulação de capital que coloca grandes empresas em posições de poder inéditas na história do capitalismo. Justificadas pela necessidade de liberdade de expressão e democratização dos meios de comunicação, a acumulação desenfreada se perpetua através de técnicas renovadas de engajamento dos públicos com os produtos, como o caso das interações parasociais<sup>4</sup> mediadas pelas novas tecnologias, cuja ilusão da interação face-a-face em vídeos do YT permite que se emule a proximidade entre criadores de conteúdo e usuários.

Essa nova atividade é regida por lógicas presentes em diversas outras ocupações e profissões. Empreendedorismo, publicização periódica de si, monetização do tempo e da produção, individualização da produção e um processo que pode ser compreendido à luz da taylorização radical, centralizada no modelo de *home office* (AMORIM, 2017). Estas lógicas compõem de maneira ampla o cenário ocupacional e laboral contemporâneo, ainda que algumas diferenças significativas surjam na criação de vídeos para o YT.

A principal delas é a necessidade de milhões ou bilhões de engajamentos por usuários/consumidores do conteúdo que, pela enorme quantidade de acessos, torna possível que tal atividade seja viável economicamente. Sob esta nova lógica, não basta produzir algo que possua valor no mercado, já que a escala de acesso necessária para que esse produto seja viável em termos econômicos ganha dimensões nunca antes vistas. Outra novidade bastante significativa neste contexto, mas que não se restringe especificamente a ele, é a reconfiguração nas relações empregador-empregado, que se dá a partir do controle de uma plataforma digital na triangulação entre usuários, produtores de conteúdo e anunciantes.

Ainda que esta ocupação possa parecer uma grande novidade, e aqui defendemos que de fato é, ela possui aspectos relacionais e históricos com o cenário ocupacional do mundo contemporâneo. A perspectiva relacional nos permite apreender a configuração

---

<sup>4</sup> Este conceito é explorado mais detalhadamente no capítulo 6.

deste espaço determinado de relações e das posições ocupadas pelas diferentes entidades que nele se inscrevem (seja pelas agências de humanos como não humanos, em especial as máquinas e os algoritmos que mediam as relações). Por outro lado, a interpretação deste fenômeno social em sua perspectiva processual nos abre a possibilidade de enfatizar sua historicidade, como um fenômeno inserido em processos que se constituem e se desenvolvem ao longo do tempo.

Estas duas abordagens combinadas, relacional e histórica, nos encaminham a perceber o fenômeno da expansão dessa nova ocupação no meio digital a partir de duas dimensões. A primeira é sua dimensão microssociológica, pela qual a configuração deste novo espaço pode ser descrita a partir dos conceitos sociológicos de ocupação e profissão. Ainda, a descrição deste novo espaço é vinculada à descrição dos sujeitos que dele participam, seja na descrição quantitativa dos usuários e dos YouTubers ou através dos elementos comportamentais elementares a uma performance de sucesso na plataforma. A segunda é sua dimensão macrossociológica, que trata de recompor as dinâmicas do fenômeno à luz de acontecimentos amplos. Ela é investigada por autores preocupados em perceber dinâmicas processuais do desenvolvimento do capitalismo, através das quais tem se consolidado a ideia de que estaríamos caminhando em direção a regimes de flexibilização em diversos aspectos da vida social (HARVEY, 1998).

As duas dimensões, micro e macrossociológicas, não são aqui polos antagônicos. Certamente a dimensão macrossociológica, ou seja, aquela que trata de processos abrangentes no escopo das transformações do capitalismo, não existe em abstrato, ela depende de um substrato humano. O sujeito, por seu turno, não é uma figura desprendida do espaço e do tempo. Macro e micro são dimensões vinculantes que não operam em separado e ao realçarmos suas diferenças estamos simplesmente colocando em movimento a dialética micro macro, que vem sendo fonte de inspiração de pesquisas sociológicas desde os primórdios da disciplina.

A descrição das configurações existentes no YT como um espaço de trabalho é uma proposta inovadora, o que não implica que ela não se articule com modelos previamente utilizados para a análise das profissões e ocupações. Os modelos clássicos podem ser segmentados em três principais correntes: a estrutural-funcionalista, interacionista e as novas teorias da profissão a partir das décadas de 1970 e 80. Soma-se a estas perspectivas aquela que trata de compreender fenômenos contemporâneos a partir da relação dos trabalhadores com as novas tecnologias digitais, sendo fonte de importantes estudos

tanto no Brasil como no exterior, que tratam de problematizar o fenômeno do trabalho digital partindo de diferentes objetos empíricos.

A primeira das três correntes, representada por autores como Talcott Parsons (1966), realizam uma análise atributiva, que se contrapõe à abordagem relacional. Uma ocupação ascenderia ao *status* de profissão somente quando atendesse uma série de atributos elencados. Os atributos dos sujeitos pesquisados são fundamentais a partir desta perspectiva e tornam-se elementos centrais na compreensão dos fenômenos sociais em questão. Existiriam uma série de elementos definidores e formadores do profissional e a listagem destes atributos distinguiria uma profissão de uma ocupação. A perspectiva era, a partir desta listagem, encontrar o valor social de uma atividade em sua função vinculante com o todo do sistema social. As críticas a esta abordagem foram significativas. Em especial por sua carência em relacionar os atributos que possuiriam pesos e importâncias diferenciadas, além de não incorporar em suas análises processos históricos e particularidades culturais que levam a diferentes estruturas hierárquicas das profissões em seus mais variados contextos.

A corrente interacionista, com suas raízes na Escola de Chicago, apresenta alternativas às perspectivas atributivas e instauram uma análise mais alinhada à hermenêutica-compreensiva, caudatária e em diálogo com estudos fenomenológicos. A perspectiva que possibilita ao pesquisador o acesso aos fenômenos sociais se dá pela aproximação do universo de significados dos atores envolvidos. A partir deste tipo de abordagem os pesquisadores enfatizam as interações sucessivas que permitem que uma ocupação, por exemplo, passe a se tornar uma profissão. Os efeitos interativos do envolvimento dos atores com seus ambientes e a relação com um universo de expectativas geradas pelo *status* atribuído a uma função específica são realçados. Uma pesquisa renomada que parte desta perspectiva é assinada por Howard Becker (2008), na qual o conceito de carreira (típico das profissões) é realocado para compreender comportamentos tidos como desviantes na sociedade. Outro importante autor da perspectiva interacionista no contexto do estudo de profissões é Everett Hughes (1945). Na perspectiva de Hughes haveriam atributos vinculantes às expectativas de competência técnica, como no caso emblemático dos médicos brancos protestantes que seriam aceitos por pacientes de quase todas as categorias sociais nos Estados Unidos da época. Nesse contexto a perspectiva estrutural-funcionalista é contestada, já que não é em todas as situações e contextos sociais que a relação necessidade do cliente/disponibilidade do

serviço é resolvida sob as premissas do utilitarismo. Além disso, os interacionistas passam a destacar que os profissionais (como no exemplo dos médicos explorado por Hughes) não possuíam uma prática unívoca e o atendimento da clientela variava conforme a origem social.

A terceira corrente é conhecida como a nova teoria das profissões e emerge em estudos a partir das décadas de 1970 e 1980. Aqui há uma difusão de perspectivas analíticas que passam a incorporar uma crítica proveniente da corrente marxista que ressalta um crescente processo de proletarização dos profissionais. Importante destacar que há nesse movimento um alinhamento às abordagens histórico-processuais na compreensão dos fenômenos sociais, na medida em que coloca a profissionalização como um processo que se constituiu e se desenvolveu no curso da história. Há também correntes neoweberianas que sublinham o papel dos grupos nas disputas para tornar dominante ou legítima sua visão de mundo, das relações sociais, dos problemas e de suas soluções. Pesquisadores alinhados a estas correntes percebem a importância das correlações de força na imposição de quadros avaliativos que beneficiam os profissionais melhor posicionados hierarquicamente. Através de seus estudos é desafiada a crença no treinamento prolongado e altamente especializado como característica distintiva da profissão, entrando em cena elementos outros que passam a caracterizar os grupos profissionais (BARBOSA, 1999; BONELLI; DONATONI, 1996).

Ainda que tais desenvolvimentos analíticos estabeleçam marcos importantes, eles não são suficientes para lançar luz às dinâmicas da nova configuração de atores e entidades que emergem no espaço digital. O motivo para esta lacuna conceitual nas correntes clássicas na compreensão de um fenômeno atual está justamente na reconfiguração de uma série de parâmetros, sejam aqueles que regem remunerações pelo trabalho, em uma escola redimensionada do consumo orientado à atenção do espectador, no caso do YT, ou aqueles que indicam a necessidade de reformulações de personalidade dos trabalhadores para se adaptarem às novas demandas.

Uma sociologia clássica das profissões deve ser lida à luz de pesquisas recentes de atividades laborais cuja característica distintiva está na remodelação das formas de remuneração pelo trabalho socialmente útil no contexto da economia digital. O que importa não é mais o produto final ou o tempo de trabalho despendido pelo trabalhador. A viabilidade econômica de um YouTuber só é possível na medida em que ele é capaz de mobilizar e convencer um grande número de pessoas a passar tempo assistindo seus

vídeos na plataforma. Ao YT interessa que os usuários assistam vídeos e a capacidade de atração que um produtor de conteúdo tem em fazê-lo está diretamente relacionada com seus ganhos financeiros.

Na sociologia contemporânea a temática do trabalho digital tem sido alvo de estimulantes debates por uma série de pesquisadores nacionais e estrangeiros. No contexto de uma economia globalizada baseada no conhecimento, Ursula Huws (2014) argumenta que ao invés de pensarmos que todo trabalho mudou, é mais interessante percebermos que algumas características do trabalho bastante específicas em períodos anteriores, e que eram excepcionais ou até mesmo incomuns, são agora dadas como certas por uma crescente parcela da população. Nesse processo, as expectativas quanto ao que seria um comportamento "normal" de trabalho também foram transformadas, especialmente pela atuação daqueles que a autora passa a chamar de "trabalhadores digitais".

Entretanto, não devemos pensar que essa normalização se alastra por toda parte, como sublinha Huws. Partindo de uma perspectiva marxista crítica para pensar o trabalho digital, que pensamos como complementar e tomamos em diálogo com Huws, Christian Fuchs (2014; FUCHS; FISHER, 2015) esquadrinha a rede de divisão do trabalho global envolvida nas TICs, desde práticas extrativistas de mineração em países africanos até a produção de software e hardware em países asiáticos, controladas e estimuladas pelos centros de criação em lugares centrais da economia do conhecimento como o Vale do Silício. A partir de Fuchs podemos perceber que os estágios do desenvolvimento do capitalismo e seus modos históricos de produção e modos de organização das forças produtivas são mediados dialeticamente. Em termos produtivos, modelos reconfigurados de escravidão e feudalismo ainda vigoram. A organização das forças produtivas que emerge na contemporaneidade também não cessa a existência de formas anteriores, precisamente pela necessidade e compatibilidade das relações capitalistas de produção com uma grande variedade de formas de trabalho, desde a escravidão, a associação de trabalhadores, até o trabalho assalariado por coerção, peculiar aos regimes coloniais e hoje largamente praticados nos locais de produção de computadores, *tablets* e *smartphones* e outros produtos derivados da economia digital.

Na sociologia brasileira contemporânea a temática do trabalho digital também é profundamente investigada. O livro *Infoproletários* (ANTUNES; BRAGA; NOGUEIRA, 2009) traz múltiplas perspectivas sobre o trabalho a partir da "sociedade da informação"

que teria ganhado corpo no contexto do “boom” da chamada “nova economia” a partir da década de 1990. Os novos trabalhos emergentes são perscrutados sob o pano de fundo de um sistema de integração nessa nova “utopia planetária”, que é colocada como uma questão de vida ou morte para os “governos submetidos ao jogo renovado da concorrência global” (Ibid. p.7). Os autores criticam perspectivas como a de Manuel Castells (2008), que tomariam o crescimento de uma nova economia de serviços atrelada à “era da informação” como “um modelo mais rico de comunicação produtiva” (ANTUNES; BRAGA; NOGUEIRA, 2009, p. 8), e que traria consigo o potencial de superação do trabalho degradado pelo avanço tecnocientífico. Para Antunes e Braga estas transformações serviriam para compreender uma “nova morfologia do trabalho” e “novos mecanismos geradores de valor” (Ibid.) que caracterizariam novas formas de ser, melhor explicadas pelo conceito de cibertariado de Huws do que por análises defensoras da tese do fim da centralidade do trabalho em sociedades capitalistas avançadas.

Partindo de outro ângulo de observação, Jacob de Lima e Daniela Oliveira (2017) interrogam tais formas de trabalho no meio digital a partir de suas características de flexibilidade interna e externa. A flexibilidade ganha novos contornos especialmente a partir da reestruturação produtiva. A flexibilização interna diz respeito às alterações quanto a intensificação do trabalho aliada a um processo de responsabilização do trabalhador pelos resultados alcançados. Interna porque diz respeito à subjetividade dos trabalhadores, que passam a incorporar as “regras do jogo” sem perder “certa reflexividade, com consciência de seus limites e possibilidades de atuação (por exemplo, na resistência não organizada dentro da fábrica e/ou empresa)” (Ibid. p.118). A flexibilidade externa remete aos processos de terceirização e subcontratação como estratégias de gestão que, em boa parte dos casos, é acompanhada de mecanismos de desregulamentação do mercado de trabalho, “dos contratos, da desvinculação dos direitos sociais, em um retorno ao capitalismo pré-welfare State” (Ibid. p.19).

É certo que, conforme sugerem os autores, no contexto brasileiro devemos ter cuidado ao falar da precarização, já que isso pressuporia uma posição anterior que garantia maior segurança ao trabalhador. Jamais fomos uma sociedade salarial para mais de metade da força de trabalho, como no modelo francês analisado por Robert Castel (1998). Mas também é fato que existe um movimento em países que haviam equacionado seus problemas a partir das lutas do Estado de bem-estar social e que na fase atual do capitalismo tais lutas vêm sendo trocadas. Esse movimento de substituição, se não opera

precarização no nosso contexto, instaura um etos renovado, especialmente nos setores envolvidos com o desenvolvimento de novas tecnologias. Esse etos não orienta apenas em nível local os costumes, hábitos e disposições dos trabalhadores, isso porque seu sustentáculo é oriundo de “um tipo de ideias absolutamente particular, a saber, as ideias-força, ideias que dão força ao funcionar como força de mobilização” (BOURDIEU, 2011, p. 203) e que certamente atravessam fronteiras na economia digital.

Essas ideias força mobilizam os atores no contexto brasileiro a adotar mecanismos de gestão de si e de suas carreiras. Estes mecanismos foram gestados, em muitos casos, nos contextos onde efetivamente podemos falar de precarização como resultante da flexibilização do trabalho. Podemos notar essa nova constituição subjetiva a partir das pesquisas de Cinara Rosenfield (2011), cujas análises empíricas vão dos trabalhadores do segmento que conceitua como teletrabalho aos quadros superiores das grandes empresas de TI. A partir destes, percebe que modelos de justificação são elaborados para dirimir a fragilização social diante da necessidade infinita de adaptabilidade frente a um regime de constantes mudanças. Os trabalhadores incorporam a necessidade de qualificação periódica frente às necessidades de não apenas atingir objetivos na organização de trabalhos por projetos, mas superá-los “sobressaindo-se e distinguindo-se em relação aos outros” (Ibid. p. 262). A autora dialoga com a teoria de reconhecimento de Axel Honneth (2003) para iluminar o entendimento de um paradoxo “entre uma concepção normativa da emancipação e os potenciais de destruição e negatividade desses elementos de emancipação” (ROSENFELD, 2011, p. 263). Enquanto que a autonomia, mobilidade e liberdade de escolhas potencializariam a emancipação dos indivíduos, sua fragilização e precarização repousaria na instrumentalização de si como recurso à sobrevivência, em um cenário em que as regras para o sucesso vêm sendo redirecionadas para um entendimento meritocrático das conquistas individuais. Esse modelo, orientado a projetos, é percebido pela autora a partir da articulação com as ideias de Luc Boltanski e Ève Chiappelo (2009) sobre o novo espírito do capitalismo, o que nos motiva a compreender a flexibilização por suas características vinculantes com estruturas que viralizam no universo das relações produtivas.

Percebemos neste breve percurso que muito esforço está sendo dedicado aos fenômenos relacionados aos trabalhos digitais e em sentido mais amplo às transformações pelas quais o capitalismo vem passando ao longo do tempo. Todavia, faltam peças na composição deste quadro ao analisarmos as ocupações voltadas à

produção de vídeos *online* para plataformas digitais. Isso porque tanto ao cibertariado como aos altos executivos de TI é destinada uma parcela referente ao seu valor diferencial na produção de um produto ou um serviço. Essa parcela diz respeito tanto ao valor diferencial atribuído às suas funções como ao rendimento que eles apresentaram no período. Entretanto, a dimensão de suas redes é insignificante se comparada aquela que se faz necessária em um “capitalismo de plataformas” (SRNICEK, 2017) ou na “sociedade das plataformas” como prefere José van Dijck (DIJCK; POELL; WAAL, 2018).

As ocupações voltadas à produção de vídeos *online* lidam agora com a possibilidade de extrapolação da relação tempo-espço, na medida em que seus produtos ficam arquivados no YT e possuem fluxos remuneratórios que oscilam no tempo. Um vídeo pode suscitar enorme engajamento muito tempo depois de sua publicação e, assim, gerar rendimentos maiores para seu criador. Outra faceta importante que distingue esta forma de trabalho de outras anteriores é sua capacidade de monetizar interações mediadas pelas tecnologias (simulando uma interação face a face típica). De fato, o que é recompensado no YouTube é a capacidade de seus produtores em fazer com que seu público se sintam cada vez mais próximo e, assim, passe cada vez mais tempo assistindo vídeos para estar “perto” de seus ídolos.

Donald Horton e Richard Wohl (1956) já sublinhavam a potência dos meios de comunicação em massa (como rádio, televisão e filmes) em conferir a ilusão da interação face a face com os interlocutores, estimulando interações que denominaram *parasociais*. Estas ganham novos sentidos a partir das socialidades engajadas em plataformas como o YT. Não apenas a interatividade parasocial é acrescida pelos efeitos interacionais das plataformas, como gerações inteiras normalizam na vida cotidiana práticas possibilitadas por suas funcionalidades. Para estas novas gerações, que a mídia vem chamando de *millenials*, as novas tecnologias comunicacionais se inscrevem como *condições* para a interação social (TURKLE, 2011; VAN DIJCK, 2016).

Nesse contexto, de ressignificação das subjetividades a partir das interações *online* e da emergência de uma promissora ramificação do pensamento sociológico que é a sociologia digital, partimos da premissa que as performances dos YouTubers nos apontam caminhos para compreendermos como as personalidades emergentes se inscrevem nas lógicas do sistema produtivo e como, assim, elas próprias se alteram.

Fica bastante claro que estas novas ocupações laborais possuem diferenças significativas com ocupações profissionais precedentes. Elas só se tornaram possível por



uma combinação fortuita de acontecimentos que marcaram as últimas décadas, como a avassaladora profusão de artefatos digitais nas mãos da população, criação de infraestruturas de acesso à Internet que interconectam estes artefatos, softwares e hardwares que resolveram problemas de décadas passadas como *bugs* e falta de portabilidade e, certamente, pelo crescente interesse pelo consumo de informação em tópicos impensáveis por um público que pouco tempo atrás assistia passivamente seus televisores. Tendo em mente estas significativas transformações e a emergência da criação de conteúdo inserida na divisão do trabalho digital, poderíamos sintetizar a problemática desta pesquisa a partir do seguinte questionamento:

**Como se deu o processo pelo qual a flexibilização das relações de trabalho abriu novos espaços de produção de subjetividades no mundo do trabalho digital? E para além do processo, quais são as formas e os conteúdos das relações de trabalho que se estabelecem na criação de vídeos para o YouTube Brasil?**

Quatro formulações abstratas nos auxiliaram a refletir sobre esta pergunta ao analisarmos o universo empírico da pesquisa. São elas a percepção tayloriana de uma mudança significativa da relação valorativa com a vida cotidiana que ocorre no Ocidente moderno, a emergência percebida por David Riesman de um caráter social dirigido às outras pessoas, pelo qual os sujeitos se autoprojetam buscando uma autopromoção no espaço público, os ensinamentos de Gabriel Tarde sobre a construção da opinião pública por mecanismos intersubjetivos de aderência às ideias e imitação das práticas e, por último, a formulação de Donald Horton Richard Wohl sobre a parasocialidade como elemento fundamental das interações que eclodem com a proliferação dos meios de comunicação de massa. No capítulo 7 detalharemos os fundamentos que nos auxiliaram a perseguir esta pergunta inicial.

Soma-se a esta pergunta outras auxiliares que nos permitem adensar a investigação, sendo elas:

- Como se dá o processo de expansão das relações parasociais digitais?  
Quais elementos da flexibilização externa (regulação das relações de trabalho) influenciam neste contexto de produção?
- E elementos da flexibilização interna (organização do trabalho, mudanças paradigmáticas, novas subjetividades)?

- Quais tipos de personalidade estão em jogo e o que elas nos indicam sobre os novos comportamentos emergentes no mercado de trabalho?
- Como operam os mecanismos de controle utilizados pelas plataformas digitais e como eles incidem sobre a proliferação de determinadas formas de ser em detrimento de outras?

Nossa investigação assume a noção de “irreversibilidade” (LEVY, 2010) das novas tecnologias digitais e buscamos esclarecer seus efeitos no contexto brasileiro a partir do universo empírico selecionado. O assunto desta tese também se alinha a investigações sobre a comercialização dos produtos *online*, a difusão da indústria do entretenimento em novas frentes e a (in)segurança nas relações de trabalho. A temática, mais especificamente, diz respeito à interlocução entre as dinâmicas encontradas nas ocupações voltadas para a produção de vídeos *online* com a flexibilização nas relações de trabalho.

A irreversibilidade não se refere apenas às condições técnicas de reprodução de determinadas práticas. Ela também diz respeito às variedades humanas que emergem nesse processo. Assim, as problemáticas desta tese seguem os ensinamentos de Wright Mills sobre o desenvolvimento da imaginação sociológica, que se alicerça pela capacidade de circular entre perspectivas, "de ir das mais impessoais e remotas transformações para as características mais íntimas do ser humano - e ver as relações entre as duas"(1982, p. 13–14). Para Mills a utilização da imaginação sociológica implica no conhecimento do "sentido social e histórico do indivíduo na sociedade e no período no qual sua qualidade e seu ser se manifestam" (Ibid.). Nesse sentido, algumas perguntas compõe o pano de fundo da nossa investigação e, de formas gerais, nos estimulam a reflexão para além dos questionamentos específicos dos problemas da pesquisa. São questões que nos conduzem a "perceber o que está acontecendo no mundo" e perceber o que está acontecendo com os "[homens] como minúsculos pontos de cruzamento da biografia e da história, dentro da sociedade" (p.14), sendo elas:

Que variedades de homens predominam nessa sociedade e nesse período? E que variedades irão predominar? De que formas são selecionadas, formadas, liberadas e reprimidas, tornadas sensíveis ou impermeáveis? Que tipos de "natureza humana" se revelam na conduta e caráter que observamos nessa sociedade, nesse período? E qual é o sentido que para a "natureza humana" tem cada uma das características da sociedade que examinamos? (Ibid. p.13).

Suspeitamos que as características subjetivas e as formas de condução das práticas laborais, no contexto de criação de conteúdo para plataformas *online*, revelam elementos que passam a compor a gramática do mundo do trabalho para além do universo empírico analisado. Se tais elementos estarão presentes no futuro e se disseminarão para outras práticas laborais, isso não poderíamos afirmar. O que é necessário, de fato, é que compreendamos os sentidos dessas mudanças no cenário atual. Porque, caso elas venham a se disseminar em outros contextos, ao menos conheceremos suas origens, seus vetores iniciais e os indicativos das variedades humanas que elas carregam consigo.

As respostas para as questões levantadas no problema de pesquisa devem ser buscadas pois elas podem nos indicar novos elementos que entram em cena no mundo do trabalho. São tanto elementos comportamentais relacionados às subjetividades dos atores envolvidos como elementos estruturantes de novas dinâmicas que podem influenciar relações de trabalho que extrapolam o universo empírico pesquisado. Um exemplo dos elementos comportamentais são os hábitos de exposição periódica das imagens dos atores, orientados por uma lógica de necessidade de transparência na nossa sociedade (HAN, 2016), cujos efeitos podem ser significativos na alteração das fronteiras entre o público e o privado. Sobre os elementos estruturantes, novas relações de trabalho mediadas por plataformas legitimam as noções de que o trabalhador opera na escala individual sem qualquer rede de suporte, sendo o sucesso ou fracasso fruto de questões individuais. A plataforma se exige de garantir aos trabalhadores mecanismos de segurança nas condições de trabalho, processo que já vem ocorrendo em outras plataformas como no caso do Uber (SCHOLZ, 2017). “O YT não é um empregador, é apenas uma plataforma”. Tal máxima foi ouvida pelo pesquisador repetidas vezes durante as entrevistas e a compreensão dos elementos que legitimam essa dissociação precisam ser melhor explorados.

O conhecimento obtido através da pesquisa contribuirá, ao menos, para duas áreas do pensamento sociológico: sociologia digital e sociologia do trabalho. A sociologia digital é um ramo inovador que busca compreender as dinâmicas decorrentes de sociabilidades cada vez mais dependentes de artefatos digitais. É inegável que as novas tecnologias digitais, que emergem na esteira da expansão do uso da Internet mundo afora, alteraram as interações intersubjetivas e, de maneira mais geral, das instituições com os indivíduos. Algumas operações cotidianas não são mais realizadas de maneira analógica e o uso das tecnologias virou condição para a inserção em redes de relacionamentos cada vez mais

mediados por elas<sup>5</sup>. No escopo de uma sociologia digital, nosso estudo contribuirá para o adensamento da compreensão sobre esse novo universo de relações que passa a circular através de fluxos informativos por bandas cada vez mais alargadas. Em diálogo com esse campo inovador tomamos, por outro lado, a sociologia do trabalho, que talvez seja um dos mais fecundos ramos de investigação no pensamento sociológico. Dos clássicos aos contemporâneos, a centralidade do trabalho na vida cotidiana estimulou incontáveis pesquisas que abordaram a questão sob diferentes perspectivas. Esperamos que o nosso estudo, ao estimular o casamento entre sociologia digital e sociologia do trabalho, traga benefícios para ambas áreas.

A aplicabilidade possível para a sociedade do nosso estudo está na capacidade de compreendermos fenômenos sociais que de certa forma abarcam todos os humanos. Por isso, nossa tese pode interessar a pessoas que não necessariamente estão ligadas às ciências sociais. Algumas partes, como por exemplo o capítulo 3 (“A formação dos públicos: a expansão do acesso à Internet no Brasil”), podem ser lidas em separado, por leitores de diversas áreas, como ciências da informação, políticas públicas e engenharias. Outras, como o capítulo 7 (“O trabalho no YouTube Brasil em quatro ecossistemas”), podem interessar aos próprios YouTubers para que os mesmos façam uma leitura das dinâmicas que envolvem sua inserção laboral em relação aos outros criadores de conteúdo.

A originalidade da tese está, em primeiro lugar, ao abordar um universo de pesquisa recente e pouco explorado. A monetização dos vídeos no YouTube começa a atrair trabalhadores na medida em que o acesso à Internet no Brasil se avoluma, especialmente no decorrer da última década. Para além da inovação empírica, a tese contribuirá especificamente para os estudos que tentam compreender as dinâmicas nas relações no mundo do trabalho contemporâneo e suas transformações a partir das tecnologias digitais.

Em termos amplos o objetivo da tese foi conhecer os atores envolvidos na produção e reprodução de conteúdo audiovisual para uma plataforma de *streaming*,

---

<sup>5</sup> Durante a investigação ouvimos relatos de um pesquisador de campo do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), que atua em uma pesquisa sobre o acesso à justiça no interior do Brasil, que algumas operações como o recebimento dos direitos dos trabalhadores através do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) estão atreladas a cadastros *online*. Em alguns municípios brasileiros os trabalhadores precisavam viajar por distâncias de até 200km para encontrar uma localidade com acesso à *Internet* e com atendentes do INSS que pudessem atendê-los. A questão do acesso à *Internet* se torna cada vez mais atrelada aos direitos sociais e, em um futuro próximo, com o aumento do uso das tecnologias em segmentos da burocracia estatal, é possível que algumas garantias à cidadania estejam condicionadas à inclusão digital.

compreender a rede de poderes nas quais estão envolvidos e sistematizar as categorias de diferenciação interna dos trabalhadores que estão em trânsito constante no interior da cadeia. Os Objetivos específicos foram:

- Compreender comportamentos expressos nas falas dos criadores de conteúdo sobre a importância de certos elementos para permanecerem na plataforma, bem como compreender como comportamentos específicos sobre a construção de si que se tornam necessários ao “sucesso” nas relações de trabalho;
- Investigar as políticas de privacidade, os termos de uso e as diretrizes da comunidade do YouTube, para compreensão dos elementos de controle que operam no interior da plataforma e que condicionam a produção de vídeos com temáticas específicas;
- Explorar o fenômeno social de expansão de Internet no Brasil através de dados quantitativos das Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE);
- Documentar os discursos e falas dos criadores de conteúdo da plataforma, seja através de entrevistas ou assistindo vídeos que tratem desta temática dentro da amostra selecionada de canais específicos).

## 1.2 TESE

Partimos da hipótese inicial que o fenômeno social da flexibilização nas relações de trabalho possibilitou a emergência da criação de vídeos para o YouTube Brasil como uma atividade laboral. A partir da documentação desta hipótese, chegamos a dois argumentos centrais:

1. O capitalismo digital ou das plataformas digitais, no que diz respeito à plataforma YouTube, se apresenta dominado por novos sistemas tecnológicos (algoritmos e sistemas de Inteligência Artificial) e uma normativa jurídica, com o desenvolvimento de uma personalidade extima, que vangloria o individualismo e o espírito empreendedor, em um contexto de forte instabilidade;
2. Existe neste contexto uma economia das plataformas, a partir dos agenciamentos dos atores em uma relação que envolve trabalhadores, usuários, acionistas e anunciantes da plataforma.

## 1.3 ORGANIZAÇÃO DA TESE

A tese está organizada em sete capítulos, somados a este capítulo introdutório. O segundo capítulo traz a metodologia do trabalho e respondemos à pergunta "como foi feita a pesquisa?". É detalhado o desenho da pesquisa e questões amostrais, bem como os instrumentos metodológicos utilizados para a coleta de dados. O desenho da pesquisa é detalhado à luz de reflexões epistemológicas e através de reflexões sobre a construção do objeto sociológico, bem como sobre os desdobramentos do relacionamento entre empiria e teoria.

O terceiro capítulo trata de recompor o quadro da expansão do uso da Internet no Brasil, no período entre 2005 e 2016, através de dados disponibilizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A análise dos dados nos leva a conhecer os perfis dos usuários da Internet no Brasil, em relação a diferenças regionais, de sexo, faixa

etária, faixa de renda, entre as populações rural e urbana, estudantes e não estudantes, bem como as tendências verificadas nos equipamentos utilizados para acesso. Diferenças em relação às competências necessárias ao acesso e criação de conteúdo são realçadas, através do conceito da divisão digital.

No quarto capítulo realizamos uma combinação de análise empírica, retratando o surgimento do YT como plataforma digital, com perspectivas teóricas que lançam luz sobre o fenômeno. A irreversibilidade das novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) é compreendida a partir do conceito de ecossistemas *online* e são perscrutadas as implicações das reconfigurações nas dinâmicas do espaço-tempo na era da informação. Sugerimos, a partir deste contexto empírico-teórico, a emergência de novos comportamentos pragmáticos por parte dos trabalhadores, que passam a se dedicar à criação de conteúdo para a plataforma como uma forma de obtenção de renda.

O capítulo cinco é dedicado a compreender como se estabelecem as relações de poder no YT, o papel das regulações da plataforma no controle do conteúdo, bem como a actância dos algoritmos nesse processo. Uma leitura das disputas daí decorrentes é conduzida a partir de teorias críticas da Internet, oferecendo um ponto de vista analítico sobre questões relativas à propriedade privada, distribuição de recursos, lutas sociais, assimetrias hierárquicas, controle de recursos, exploração e dominação.

O capítulo seis trata de compreender o contexto de transformações no escopo do capitalismo e suas implicações nas relações de trabalho. A partir de uma retomada histórica das transformações operadas pela introdução tecnológica das máquinas, aumentando a produtividade, argumentamos que novas formas de controle são dialeticamente construídas, a partir das tensões geradas pela disputa entre polos antagônicos. Percebemos o capitalismo como um sistema operando por autorremodelações que permitem sua reprodutibilidade, através de mecanismos de sedução de partes da classe trabalhadora, por instrumentos como o salário e os regimes de "benefícios". As implicações da incorporação das críticas nos levam a considerar a capacidade metamórfica do capitalismo, incidindo sob as formas de luta contra o sistema, resultando em um sentimento de esgotamento profundo, por parte dos trabalhadores, e de esterilidade cultural e política em sentido mais amplo.

No sétimo capítulo exploramos uma abordagem teórica sobre o trabalho em plataformas digitais. Os conceitos explorados permitem a composição do quadro teórico para que analisemos a construção de novas subjetividades *online*. O conceito de vida

cotidiana, de Charles Taylor, nos permite compreender como se constitui um tipo específico de personalidade, historicamente contingente e singular, através da valoração positiva da vida cotidiana, o que o autor compreende como o *self* moderno. Este conceito permite a investigação da posicionalidade dos criadores de conteúdo na topografia moral ocidental, por aspectos referentes à produção e reprodução da vida, compartilhados no ocidente moderno, como as relações de trabalho, a fabricação de objetos e coisas necessários à vida e o atendimento das nossas necessidades como seres sexuais (incluindo casamentos e constituição de famílias). A tentativa de supressão da negatividade da vida cotidiana sugere um pano de fundo moral presente nas veiculações de fragmentos cotidianos online, ou diários extimos, tratando de realçá-los como objetos de valor.

Os elementos da promoção de si, partindo deste cenário de valoração do dia a dia, são buscados nos escritos de David Riesman sobre emergências comportamentais na personalidade de pessoas cada vez mais sensíveis às ações e desejos dos outros. A partir do sociólogo americano podemos compreender o cenário de produção de subjetividades no mercado de trabalho contemporâneo, no qual as pessoas devem saber vender-se e impressionar o público. Os processos de socialização são alterados por este novo componente, um pânico em não ser aceito pelos pares, que promove determinados aspectos como a popularidade. A aprovação alheia se torna imperativa, uma necessidade constante na medida em que as pessoas para ser devem expor-se.

Do outro lado dessa relação se encontram os públicos, cuja formação é compreendida à luz das teorias de Gabriel Tarde, em suas ideias sobre o processo de aderência dos grupos de opinião através da imitação. Esta, para o autor francês, elemento primordial das interações sociais e colocam a sociologia como ciência das relações infinitesimais, onde toda coisa é uma sociedade e todo fenômeno é um fato social. As implicações da teoria tardeana na análise do contexto empírico em questão auxilia ao entendimento dos sentidos do fenômeno de um "eu impressionado por um outro eu", na formação de públicos de "indivíduos fisicamente separados e cuja coesão é inteiramente mental" (TARDE, 2005, p. 5). Os vídeos criados para o YT podem ser percebidos através de suas associações imitativas anteriores, levando a cabo a conversação como relação social elementar.

Essa conversação (ou espaço conversacional), é compreendida à luz do conceito de parasocialidade, de Donald Horton e Richard Wohl, um simulacro de dar e receber na



esfera interativa entre uma personalidade e seu público pela mediação de tecnologias de comunicação. Não há, nas interações entre criadores de conteúdo e seu público, o mesmo tipo de intimidade típico de uma interação face a face, o que não implica que intimidades e trocas não estejam em jogo na interação parasocial. Os laços entre um personagem construído e um público, distantes fisicamente, são possíveis pela simulação de uma relação de proximidade física através do contato periódico. Os espectadores de canais do YT se sentem próximos de seus ídolos e a quantidade de pessoas engajadas com os conteúdos é proporcional ao espaço de atração que os criadores proporcionam quando falam para grupos de pessoas isoladas geograficamente.

No último capítulo colocamos em movimento estes conceitos para analisar casos empíricos em quatro espaços laborais no YT, percebidos como ecossistemas virtuais (comunidades que interagem e possuem trocas constantes). O primeiro ecossistema diz respeito à diversão, seja na busca pela expressão de uma personalidade singular de um jovem, que faz vídeos sobre viagens mundo afora, ou pela prática cotidiana de jogar videogames. O exemplo de dois trabalhadores neste contexto é trazido sob a luz do conceito de elevação da vida cotidiana, sugerido anteriormente. A partir do segundo ecossistema investigamos as implicações da superexposição na socialização, através do exemplo de duas criadoras de vídeos. Cumpre destacar, neste contexto, as implicações da veiculação de conteúdos infantis na plataforma e, particularmente no segundo caso, da transmissão *online* dos processos de socialização superexposta de uma adolescente. O terceiro ecossistema trata dos casos empíricos de sete trabalhadores envolvidos com a criação de conteúdo educacional formal, informal e relacionados a práticas desportivas. Os exemplos se valem da teoria tardeana para compreender os processos de adesão dos públicos pela imitação e trazem um variado espectro de atores envolvidos com a circulação de informações na plataforma de *streaming*. Conclui-se esta parte da análise empírico através de exemplos de três trabalhadores dedicados à criação de conteúdo político na plataforma. O crescimento da chamada “nova direita” é percebido à luz do conceito da parasocialidade e um contraponto à atual polarização política, da qual diversos canais se valem, é exemplificado por um trabalhador que faz da escuta do povo a pauta central do canal.

## 2 METODOLOGIA

A definição da forma determinada de abordar a realidade social e a explicitação da posição do pesquisador no processo é necessária para que tracemos os caminhos para a condução da pesquisa. Neste capítulo metodológico explicaremos como conduzimos a investigação, seja em termos práticos de operacionalização da pesquisa, seja a partir de seus orientadores epistemológicos e filosóficos. Estes dizem respeito: às maneiras que compreendemos a relação entre teoria e empiria; às reflexões que trazemos sobre os limites e possibilidades de tomar a realidade social a partir de um recorte específico – e assumidamente fragmentário - na tentativa de seguir os traçados de fenômenos sociais; aos desafios mais amplos de lidar com práticas herdadas nas formas de compreender a sociologia, como supostamente uma ciência promotora de rupturas com o senso comum e que acabou, por vezes, levando a uma vigilância epistemológica maior para seus “objetos de pesquisa do que para seus próprios instrumentos de construção do conhecimento” (ROBERTT; LISDERO, 2016, p. 81).

Como previamente exposto no problema de pesquisa, partimos de uma abordagem relacional para que possamos trazer respostas à problemática levantada. A abordagem relacional sugere a aproximação científica da realidade social a partir apreensão da configuração de um determinado espaço de relações, sendo papel da pesquisa investigar a posição dos atores, entidades e agentes em seus processos de interdependência. Esse é um tipo de abordagem que se contrapõe à abordagem de atributos específicos dos atores envolvidos no fenômeno social (COTANDA *et al.*, 2008). Isso não implica excluir a listagem de atributos dos participantes (como por exemplo no caso dos atributos característicos mobilizados por YouTubers em suas performances, ou na descrição de perfis do seu público partindo de dados demográficos). Entretanto, mais importante do que elencar uma determinada série de características dos sujeitos, nosso pressuposto relacional busca o sentido destas características quando colocadas em relação com outros agenciamentos e em relação a um contexto histórico específico.

Combinada ao relacionalismo, nossa abordagem é de cunho histórico-processual, contrapondo-se ao tipo de abordagem sincrônica (que analisa os fenômenos em jogo a partir de informações apreendidas em um determinado momento e recusa a origem ou trajetória histórica como fonte de explicação). O fenômeno social, de expansão numérica dos criadores de vídeo para o YT, é tomado em seu sentido histórico e relacionado a

fenômenos sociológicos. Estes dão conta de colocar em perspectiva o fenômeno social investigado e contemplam as relações de trabalho para além do contexto empírico em questão. Uma abordagem histórico-processual implica perceber o crescimento desta atividade à luz de fenômenos que dizem respeito aos imperativos de flexibilização, cada vez mais presentes em diversas esferas do mundo do trabalho.

O conceito de agenciamentos, previamente mobilizado, ou de actantes, nos encaminha à percepção de outras agências envolvidas no fenômeno social do trabalho digital, retomando a discussão de agenciamentos não-humanos tão cara nos chamados Estudos de ciência, tecnologia e sociedade (CTS) (no caso em questão algoritmos, computadores, *smartphones* e outros aparatos técnicos utilizados pelos produtores de conteúdo e por aqueles que os acessam). Isso se deve ao fato da necessidade de reconhecermos a importância do surgimento de equipamentos tecnológicos inovadores que permitiram o aumento das interações parasociais digitais, processo estruturante do trabalho digital no contexto do YT.

Entretanto, não mobilizamos tal conceito como ferramenta de equivalência entre humanos e não humanos como tipicamente é feito em estudos caudatários da Teoria Ator Rede<sup>6</sup>. Não é nosso objetivo aqui seguir os *smartphones*, acompanhar as redes de agenciamentos da energia elétrica que ilumina as salas onde os vídeos são produzidos ou interpelar os efeitos interativos entre humanos e máquinas no momento da edição de vídeos. Ainda que tais procedimentos fundamentem importantes perspectivas analíticas, e que o desenho da pesquisa aqui proposto foi estabelecido os levando em consideração, não acreditamos que eles possam dar respostas adequadas à problemática colocada. Tais estudos partem da ideia de simetria radical e sustentam que não haveria sentido fazer distinções entre humanos e não humanos. Com isso a TAR pretenderia tornar dispensáveis sistemas de classificação como estruturas, normas e hábitos, que não poderiam “ser tomados como categorias de explicação a priori, como causas, mas [como] consequências temporárias de uma rede de distribuição e de estabilização de agências” (LEMOS, 2013, p. 67).

Nosso posicionamento metodológico-epistemológico é de, sim, fazer distinções entre humanos e não humanos. Sabemos que com isso podemos perder em potência

---

<sup>6</sup> No capítulo 5 discutiremos a actância do algoritmo do YouTube e seu papel nas relações de poder que se estabelecem na plataforma. Entretanto, percebemos esta actância a partir dos condicionamentos induzidos pelos acionistas na plataforma, ainda que ressaltemos a importância em compreender estas agências em pesquisas futuras.

analítica em relação aos agenciamentos não humanos que operam no contexto do trabalho digital. Entretanto, podemos ter vantagens em adotar uma perspectiva mais alinhada à legenda do construtivismo social, sem que isso implique que o façamos a partir de princípios hierarquizantes em termos ontológicos. Compor um desenho analítico nos quais enfocaremos os agenciamentos humanos não nos leva a apagar o papel da tecnologia. Seguindo as pistas deixadas por Pierre Levy (2010), não tentaremos medir os impactos tecnológicos nas vidas das pessoas. Buscaremos esclarecer a “irreversibilidade” da tecnologia em questão, ou seja, explorar quais são seus efeitos de uso no contexto específico em que é mobilizada pelos humanos (seja por produtores de conteúdo ou por usuários que o acessam).

Ao invés de supremacia do humano em termos ontológicos, nossa hierarquia é, antes, resultado de uma opção metodológica e da adoção de procedimentos de pesquisa que a tornam possível, através do foco no social a partir das relações que nele se estabelecem. O humano é colocado no centro da análise sem a necessidade de uma supremacia caudatária do humanismo, sendo nossa perspectiva direcionada a compreender as interações que a partir dele são estimuladas. O social, nesse contexto, é percebido à luz de teóricos como Norbert Elias que buscava as “teias de interdependência ou configurações de muitos tipos, tais como famílias, escolas, cidades, estratos sociais ou estados” (ELIAS, 2008, p. 15). Outros, na mesma perspectiva relacional que Elias, como Antony Giddens (1989) e Pierre Bourdieu (2007), se propõem a destrinchar o emaranhado de relações constituintes do social pela relação dialética entre agência e estrutura, uma forma clássica de buscar explicações para a vida em sociedade a partir de seu universo de interações e relações imbricadas.

Essa operação, de ênfase em um jogo de relações, não pode ser levada a cabo sem que tenhamos em mente os perigos em substancializar o social, ao seguir uma premissa durkheimiana de tomar o social como “coisa”. Isso nos levaria ao erro de tomar o social como quadro de referência explicativo absoluto - como na adoção do “programa internalista forte” (WATTS MILLER, 1996, p. 2-3) em Durkheim, ao explicar o social pelo social ou como nas “estruturas estruturadas” de Bourdieu, que colocam os atores em um labirinto dificilmente escapável em termos de possibilidades de alternância das regras e normas sociais.

Sobre a capacidade de mobilização dos atores/agentes é importante que exponhamos nossa percepção de que eles possuem um papel ativo na criação e

modificação de suas representações e na sua realidade, ainda que inseridos em estruturas abrangentes que englobam suas possibilidades de movimentação no espaço social. O termo “atores sociais” está relacionado à função de agência que as pessoas empreendem no decorrer da ação. Essa posicionalidade complexa nos leva a considerar os atores como engajados “em relações concretas, profissionais, econômicas, mas também igualmente ligados à nacionalidade ou gênero” e suas ações são direcionadas a “aumentar a sua autonomia, controlar o tempo e as suas condições de trabalho ou de existência” (TOURAINÉ, 1998, p. 37). A consideração dos atores como sujeitos ativos de suas vidas não nos leva a desconsiderar que eles são produtos do mundo social (BOURDIEU, 2001, p. 210) e que se tornam agentes, ou seja, indivíduos considerados na prática e imersos na ação, agindo por necessidade (Ibid. p.174).

No universo empírico em questão estes elementos sobre a capacidade de alteração das realidades emergentes a partir da ação dos sujeitos é de significativa importância. O YT como uma megacorporação incrustada na economia capitalista contemporânea apresenta o que chamaríamos de um modelo digital do Leviatã, que a todos protege, mas que todos devem temer. Durante as entrevistas qualitativas com criadores de conteúdo esta tensão apareceu por diversas vezes, no momento em que os atores se viam como sujeitos ativos de suas próprias histórias, mas também tinham a clareza de que ela vinha sendo traçada em uma plataforma da qual não possuíam controle algum. Agindo por necessidade, conforme sugeria Bourdieu, mas também por estratégia que os levam ao maior controle de suas vidas, como destacou Touraine.

## 2.1 O USO DE HIPÓTESES NA PESQUISA SOCIOLÓGICA

A construção de hipóteses talvez seja uma das questões mais complexas e controversas nas ciências sociais, dado que, a partir de suas formulações e do que se espera delas no empreendimento científico, se pode constatar a posicionalidade do pesquisador no interior do campo, bem como informa o relacionamento que se estabelece com o processo de construção de conhecimento.

A partir dos autores fundadores do século XVIII, as ciências sociais começam a constituir um campo científico de estudos sobre as questões sociais e humanas com largas

influências das ciências naturais e com uma série de *insights* advindos da descrição dos fenômenos naturais. De Auguste Comte à Émile Durkheim, passando por Herbert Spencer e outros, a construção do conhecimento científico sobre a vida social tem como aporte os acúmulos epistemológicos e filosóficos que promoveram as revoluções nas ciências naturais a partir de figuras como Galileu, Isaac Newton e Charles Darwin.

Um caso emblemático dessa herança metodológica é a substancialização do social em Durkheim, que buscava tratar como “coisas” os fatos sociais, da mesma maneira que os objetos da natureza vinham sendo tratados pelos cientistas naturais (GIDDENS, 1998). Esse pensamento está presente na obra do autor francês muito antes de sua formulação clássica em “As Regras” (DURKHEIM, 2007). Treze anos antes, na sua tese latina *Montesquieu: quid secundatus politicae scientiae instituendae contulerit* (DURKHEIM, 1997), Durkheim já expressava que o cientista do social deveria descobrir “pelas próprias coisas” a “lógica escondida” que as “coisas sociais possuem” (Ibid. p.64). A ciência social deveria “libertar-se da arte, descrevendo tipos sociais”. Descreveria, “assim, a forma normal da vida social” (Ibid. p.15). O autor se opunha claramente à filosofia clássica doutrinária que não se preocupava com os fenômenos observáveis, uma vez que “filósofos clássicos pensavam ser impossível comparar sociedades humanas sem ser pela forma do Estado” (Ibid. p.17). Em Durkheim a comparação enfatiza reais questões da política e da própria ciência política, como moral, religião, comércio, família etc.

Assim como o clássico autor francês empreende em “O suicídio” (DURKHEIM, 2004), as pesquisas que utilizam a construção de hipóteses indutivas iniciam com uma observação ou exemplos reais de eventos, tendências ou fenômenos sociais. As generalizações e teorias mais amplas que auxiliam a explicar casos observados são acionadas em um momento posterior às coletas iniciais dos dados. Por este motivo este tipo de abordagem é denominada “de baixo para cima”, por começar com casos empíricos específicos seguindo até níveis maiores de abstração a partir do diálogo com argumentos teóricos.

Entretanto, como destacam Pedro Robertt e Pedro Lisdero, há uma predominância nas pesquisas em ciências sociais de uma “lógica positivista hipotético-dedutiva”. Esse tipo de empreendimento científico inicia a partir da elaboração de um quadro teórico que motiva a construção posterior de hipóteses, objetivos e justificativas, “para finalizar com o desenho da pesquisa, a coleta de dados e a análise dos resultados” (2016, p. 73). Esse

tipo de pesquisa inicia a partir de um nível geral e abstrato e depois “desce” para um nível mais específico e concreto.

Os autores percebem uma situação paradoxal nas pesquisas contemporâneas, que mesmo se apropriando de metodologias qualitativas como a entrevista, supostamente um elemento de desestabilização do programa filosófico desenvolvido pelo positivismo lógico, acabam por negligenciar o fato de que a coerência do entrevistado é “resultado de esforço performático em direção a um sentido coerente e unificado” (RODRIGUES; NEVES; ANJOS, 2016a, p. 18), um esforço característico do momento interacional entre o entrevistador e o entrevistado. As entrevistas semiestruturadas, tão recorrentes nos trabalhos das ciências sociais brasileira contemporânea, trariam informações sobre as necessidades que as pessoas têm em legitimar a própria vida e não uma aproximação mais fidedigna da vida que realmente levariam<sup>7</sup>. Em outros termos, elas seriam mais um apanhado comprobatório fragmentário de algo que se hipotetiza previamente do que propriamente um dado que revela algo que escaparia às formulações de cunho teórico. Elas seriam, a confirmação de algo que o pesquisador já sabia, ou intuía, o que Karl Popper (2004) viria a denominar de “evidência de corroboração”.

Certamente não argumentamos que toda entrevista conduzida por pesquisadores que utilizam a lógica dedutiva na construção de hipóteses reduza a subjetividade dos entrevistados a meros confirmadores de argumentos teóricos. Entretanto, ao olharmos o histórico institucional de consolidação das ciências sociais no Brasil, com largas

---

<sup>7</sup> O exemplo mais relevante na sociologia brasileira contemporânea desta discussão está presente na obra de Jessé Souza. Ele recupera esta ideia da obra de Pierre Bourdieu, quando este analisou o elemento da honra na sociedade Cabila (BOURDIEU, 1979). Souza utiliza o termo “necessidade transformada em virtude” (SOUZA, 2009) para se referir a um mecanismo psíquico acionado por seus informantes quando afirmavam positivamente seu cotidiano de incertezas, medos e inseguranças, termo já utilizado anteriormente por Bourdieu para se referir ao habitus, “necessidade tomada virtude e que requer uma forma de amor da necessidade, de *amor fati*” (BOURDIEU, 2001, p. 174). Percebemos aqui uma influência, além da direta citação à Bourdieu, da metodologia empregada em *The authoritarian personality* (ADORNO, 1950) na obra de Souza. O clássico livro de Adorno foi pioneiro na utilização de perguntas projetivas para captar o que as pessoas “realmente” queriam dizer e o que “realmente” pensavam sobre determinados assuntos. A partir da utilização da obra de Bourdieu como fundamento teórico (especialmente a partir do livro *A construção social da subcidadania* (2012a), Souza passa a incorporar a ideia de que devemos captar as verdades veladas “por trás” da fala dos agentes. Essa é uma posição altamente criticada por autores contemporâneos como Eduardo Viveiros de Castro (2002) e José Carlos Gomes dos Anjos (RODRIGUES; NEVES; ANJOS, 2016a, b), que buscam na fala dos seus entrevistados a potência de eclosão de alteridades radicais, sem que o pesquisador atue como um psicanalista em busca de verdades encobertas, mas como um possibilitador que inscreve nos seus textos a fala dos interlocutores de pesquisa. Por experiência desta investigação e de outras anteriores, acreditamos que existem casos específicos nos quais há elementos projetivos e fantasiosos durante uma entrevista e também existem elementos nas falas dos atores que devem ser considerados como narrativas reflexivas e críticas acerca das suas realidades. Não podemos adotar uma postura de total desconfiança perante nossos informantes, assim como seria insensato aceitar ingênuo e passivamente tudo que nos é relatado durante a condução de entrevistas.

influências das escolas francesas de pensamento e ampla rejeição ao quantitativismo produzido nos Estados Unidos, devemos ponderar até que ponto as pesquisas qualitativas têm sido canonizadas por sua qualidade indiscutível ou, por outro lado, por serem fruto do desenvolvimento histórico particular das ciências sociais brasileiras que vem enaltecendo a produção de dados sob esta perspectiva.

Seja através do método qualitativo ou quantitativo, é importante destacarmos a expressiva influência dos escritos de Karl Popper na construção de hipóteses – e aqui damos especial atenção à sua influência no pensamento sociológico. Ainda que tenha sido criticado por epistemólogos da ciência, como seu grande admirador Imre Lakatos (1978), ou por Thomas Kuhn (2007) que pretendeu romper com a ideia de falseabilidade a partir da noção de paradigma, a tese popperiana ainda está presente em importantes manuais de metodologia. Segundo Popper, se desejamos atingir o conhecimento sobre algo, nós devemos criar uma problemática<sup>8</sup>, com base em discussões teóricas que a contextualizem e deem sentido a ela, e sermos proativos e inquisidores. Se desejamos o conhecimento não devemos esperar que o fluxo de informação nos atinja. Passivamente, apenas recebendo uma série de informações, seríamos levados ao sentimento de uma confusão de sensações que não compreenderíamos plenamente e, assim, seria impossível converter esse fluxo em conhecimento<sup>9</sup>.

A despeito de sua influência, essa fórmula de construção do conhecimento vem sendo tomada como um resquício do positivismo. Esta expressão, “tornou-se antes uma expressão ofensiva do que um termo técnico da filosofia” (GIDDENS, 1998, p. 169). Como sintetiza Anthony Giddens, existiram duas fases do desenvolvimento do positivismo: a primeira, a partir da “filosofia positiva” de Auguste Comte e do positivismo lógico do Circulo de Viena; em segundo lugar o termo é

empregado de forma mais ampla e difusa para se referir aos escritos dos filósofos que adotaram principalmente um conjunto de perspectiva conexas: o fenomenismo – a tese, que pode ser expressa de várias formas, segundo a qual a “realidade” consiste em impressões sensíveis; a aversão à metafísica, condenada como sofisma ou ilusão; o apelo à filosofia como método de análise, claramente separada, ainda que ao mesmo tempo parasitária, dos achados da ciência; a dualidade entre fato e valor – a reivindicação de que o conhecimento empírico é logicamente discrepante da busca de objetivos morais ou da implementação de padrões éticos; e a noção de “unidade da ciência”: a ideia de que as ciências

---

<sup>8</sup> Esta perspectiva difere substancialmente, por exemplo, da sociologia pragmática francesa. A partir desta, ao invés de tratar do social como um problema, o pesquisador passa a investigar os problemas do social a partir de situações problemáticas. Ver (CORRÊA, 2014).

<sup>9</sup> Para uma síntese das ideias de Popper, ver “Karl Popper on Knowledge & Certainty”, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jXVCaV8T5wE&t=168s>. Acesso em 05/03/2018.



naturais e sociais compartilham uma lógica comum e talvez até mesmo uma mesma base metodológica (Ibid. p.170).

A ideia de que a epistemologia popperiana possuiria continuidades com o positivismo residiria no fato de Popper estar convicto que o conhecimento produzido pela ciência, ainda que possa ter imperfeições, “é o mais exato e confiável conhecimento a que podem aspirar os seres humanos” (Ibid. p.202). Ainda, assim como os positivistas lógicos, Popper buscava formular critérios muito claros que demarcavam as fronteiras entre ciência e pseudociência a partir de uma caracterização metodológica: o conhecimento adquirido por outra forma que não o científico não poderia ser posto à prova do teste empírico e a uma possível refutação.

Consideramos que o conhecimento mais exato e confiável a que podemos aspirar, enquanto pesquisadores, acerca do nosso contexto de pesquisa, é através da ciência. A crítica a Popper não pode tornar-se uma crítica vazia ao conhecimento científico, já que o desmerecimento do mesmo e a corrente anti-intelectualista atual tem produzido efeitos políticos catastróficos. O que vale considerar, e que nos diferencia desta ideia de supremacia em Popper, é que o conhecimento científico é o mais exato que nós, **cientistas**, podemos aspirar. A compreensão da complexidade de formas de vida e conhecimentos acerca dos fenômenos que nos cercam não é um exercício exclusivo do empreendimento científico e devemos sempre desconfiar das hierarquias que tratam de desmerecer saberes que não sejam estimulados pela lógica científica. Isso não implica, por outro lado, que os saberes extra acadêmicos são mais válidos. Como vem sendo sugerido no contexto de redefinição do estatuto da pesquisa social, “não se trata de produzir conhecimentos absolutos, mas interpretações plausíveis” (MELUCCI, 2005, p. 33).

Como mencionamos no início desta tese, há uma série de sentidos comuns que são nocivos e utilizados como argumentos postos em simetria pela crescente deslegitimidade da ciência nos dias atuais. A simetria radical, onde todas narrativas sobre o mundo tem o mesmo estatuto – mesmo que deliberada e estrategicamente cínicas-, é uma posição altamente arriscada em um contexto de sistemática disseminação de mentiras que surfam na onda do relativismo radical na era da pós-verdade. Na nossa concepção, tal simetria levaria à dissolução de qualquer possibilidade de alteração da realidade em que vivemos,

ainda que, em contexto específicos, ela possa ser utilizada como um pressuposto metodológico<sup>10</sup>.

## 2.2 DESENHO DE PESQUISA E CONSTRUÇÃO DA AMOSTRA

Para que possamos abordar a realidade social a partir de um recorte, em primeiro lugar é necessário que tracemos a delimitação da amostra dentro da população geral, levando em consideração a concepção da amostra e da população como sendo uma *relação de universos variáveis* (PIRES, 2008, p. 165). Entendemos essa amostra como um *corpus*, “uma coleção finita de materiais, determinada de antemão pelo analista, com (inevitável) arbitrariedade, e com a qual ele irá trabalhar” (BARTHES, 1967, p.96 apud (BAUER; AARTS, 2002, p. 44), diferentemente da “amostragem” aleatória. A seleção arbitrária se dará pela delimitação dos atores a quem dirigiremos nossos questionamentos, bem como das perguntas e temáticas abordadas nas entrevistas e na coleta de dados em documentos e vídeos pertinentes.

Nossa amostra é composta por dados que nos encaminharam tanto à análise quantitativa como qualitativa, sendo esta uma pesquisa multimétodos. Essa foi uma escolha direcionada à compreensão de um universo ainda pouco estudado e que ainda carece de dados sistematizados, especialmente no escopo do pensamento sociológico. Como nossa tese pretende ser um convite à abertura de uma nova agenda de pesquisa, optamos por trazer dados de naturezas distintas que podem ser complementares e que

---

<sup>10</sup> Algumas propostas metodológicas, como a de “seguir os atores”, são importantes em alguns contextos de pesquisa. Como elaborar uma teoria sofisticada tal qual o perspectivismo ameríndio sem levar a sério o que as pessoas relatam? Aqui é importante destacar que “levar a sério” deve ser uma ferramenta que o pesquisador utiliza para se questionar: sob quais premissas o mundo se edifica para que o pensamento trazido pelo interlocutor seja tomado como verdade? Isso não implica que a verdade do interlocutor seja a verdade mais plausível para explicar algo. Talvez um compromisso com a abertura à alteridade radical, como empreendida por alguns antropólogos na atualidade, tenha deixado brechas que tem escapado às reflexões dos livros de metodologia. Ao aplicar, por exemplo, o perspectivismo no contexto do estudo de um grupo neonazista, isso levaria o pesquisador a trilhar caminhos politicamente perigosos ao afirmar que esta não é uma *visão de mundo*, senão um *outro mundo*. Teríamos que ficar reféns de uma perspectiva normativa como a de Axel Honneth, para quem o reconhecimento de alguns grupos é legítimo e de outros não? Quem estabeleceria os limites desta legitimidade? Consideramos que nesse ponto não é possível recorrer à filosofia normativa como sugere o grande filósofo de Frankfurt. Devemos recorrer à política, escolher lados na luta entre grupos que entram com vantagens e desvantagens a partir de sua história no espaço social. A escolha do objeto é um dos primeiros passos nessa tomada de posição no espectro político e acreditamos que seja fundamental que este processo seja melhor explorado pelas pesquisas em sociologia, especialmente a partir dos cursos de metodologia.

exemplificam as amplas dimensões com as quais podemos abordar tanto a temática em termos gerais como o campo específico da pesquisa com e no YT.

Fazemos uma ressalva que essa abordagem não pretende advogar para si maior validade por maior quantidade de informações. Incurreríamos no erro muito comum na justificativa trazida por investigadores que utilizam estas abordagens. Não há qualquer indício no pensamento científico que nos leve a crer que dados de origens diversas combinadas expliquem melhor a complexidade da vida social. Como argumentam Pedro Robertt e Pedro Lisdero,

a priori, nada indica que uma estratégia multimétodos é melhor que uma de um único método, isto é, que isso geraria maior validade. A ideia amplamente aceita, dentro do senso comum acadêmico sociológico, de que mais métodos, instrumentos e procedimentos resultam em uma melhor aproximação a uma certa realidade empírica não é outra coisa senão uma suposição metafísica de que a "verdade" científica é alcançada com um aumento de informações com origens diversas (2016, p. 64).

Utilizar diversos métodos sem fetichizá-los, menos como argumento de validade e mais como ampliação das possibilidades de abordagem de um objeto pouco explorado até então, essa é nossa orientação. O que vem sendo chamado de "triangulação" não é sinônimo de maior validade das investigações e sim a exposição de uma ampla gama de possibilidades com as quais podemos indagar nosso objeto. Por ser um objeto bastante diversificado, trabalharemos com diferentes bases de dados construídas e selecionadas para a investigação:

- 1) Base de dados quantitativa construída a partir de informações numéricas e textuais extraídas de 919<sup>11</sup> canais no YT Brasil por técnicas de *web scrapping*;
- 2) Dados quantitativos secundários fornecidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) através da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) desde o ano de 2005 até 2016;

---

<sup>11</sup> É permitida a inscrição em 1000 canais por conta do YouTube. Atingimos este limite e utilizamos o *software* elaborado para a coleta de dados. Alguns dados da coleta apresentaram inconsistências e a extração foi realizada em 919 canais. As inconsistências dos dados de 81 canais, que não foram coletados pelo *software*, podem estar relacionadas às políticas de controle da plataforma. A não leitura destes dados também pode estar relacionada a questões como exclusão do canal pelos proprietários ou falhas na transmissão dos dados no momento da varredura.

- 3) Dados qualitativos documentados através entrevistas conduzidas com auxílio de um roteiro semiestruturado com dez criadores de conteúdo para o YT;
- 4) Dados qualitativos gerados pela observação *online* de vídeos disponibilizados na plataforma por criadores de conteúdo entrevistados, bem como de outros criadores de conteúdo que não foram informantes diretos;
- 5) Documentos de livre acesso disponibilizados pelo YouTube em seus Termos de Serviço (TS), Política de Privacidade (PP) e Diretrizes da Comunidade (DC).

O primeiro passo para seleção dos canais, que comporiam a amostra do item 1), foi a criação de uma conta no Gmail.com. A criação de uma conta permitiu que nos inscrevêssemos nos canais selecionados. Assim, os canais ficam salvos em uma lista que pode ser extraída com o formato “.xml” para posterior análise. Criamos a conta [trabalhostreaming@gmail.com](mailto:trabalhostreaming@gmail.com). Depois de criada a conta, acessamos a mesma através do navegador em “modo privativo”<sup>12</sup>. Clicamos no primeiro vídeo no canto superior esquerdo da tela inicial do YT e se o canal tivesse mais que 50.000 inscritos e fosse um conteúdo produzido por brasileiros nos inscrevíamos no mesmo.

Utilizamos do próprio algoritmo do YT para edificar nossa proposta metodológica. O procedimento de seleção da amostra foi inspirado no procedimento metodológico da bola de neve (ATKINSON; FLINT, 2001). Através deste, a rede de informantes é criada a

---

<sup>12</sup> Segundo a Firefox a “navegação Privativa apaga automaticamente suas informações de navegação, como senhas, cookies e histórico, não deixando rastros quando você fecha. As novas versões do Firefox também possuem o Bloqueio de Conteúdo (Proteção de Rastreamento), que impede que rastreadores ocultos colem suas informações em vários sites e deixem a sua navegação lenta”. Disponível em: <https://support.mozilla.org/pt-BR/kb/navegacao-privativa-use-firefox-sem-historico>. Acesso em 04/06/2016. Utilizamos essa opção pois é incerto se existem rastreadores ocultos que incidiriam nos canais que seriam ofertados no momento de acesso à plataforma. É importante destacar que este foi um ponto muito delicado na pesquisa e que deve ser fonte de maiores discussões em pesquisas futuras. Criar um login foi a maneira que percebemos interferir menos na composição da amostra. Se fosse utilizada uma conta pessoal do autor, por exemplo, seriam indicados canais direcionados aos interesses buscados previamente na *Internet* pelo mesmo. A criação desta conta não exclui, certamente, alguns fatores de direcionamento da amostra significativos, como por exemplo o fato da localização geográfica incidir sobre as sugestões que o algoritmo da plataforma oferecerá. Em pesquisas futuras sugerimos aos pesquisadores, caso tenham recurso para tal, que criem grupos de controle utilizando VPNs ou proxys de outros países com intuito de comparar o papel da localização geográfica nas sugestões de vídeos ofertados pelo YouTube.

partir de um sistema de sugestões, em que o entrevistado anterior indica o(s) seguinte(s). Utilizamos o sistema de sugestões do YT, que oferece canais com conteúdos relacionados, como gerador dessa bola de neve e também nos valem das sugestões dos próprios criadores de conteúdo ao indicarem “canais de amigos” e que constam na página inicial de seus canais.

Durante os meses de novembro de 2017 e junho de 2018, realizamos uma incursão sistemática na plataforma buscando os canais acima de 50.000 inscritos, assistindo vídeos e fazendo anotações em um caderno de campo. Do período de oito meses (que totalizam 213 dias), entramos na plataforma em 132 dias, assistindo em média 2 horas e 30 minutos de vídeos diários<sup>13</sup>.

Vale ressaltar que, com esse método, não estamos advogando a realização de uma etnografia. O conceito de netnografia vem sendo utilizado por uma série de pesquisadores que partem da premissa, com a qual concordamos, que não podemos compreender muitas das mais importantes facetas da vida social e cultural sem incorporar aos nossos estudos a Internet e as comunicações mediadas pelo computador (KOZINETS, 2010). Entretanto, não consideramos adequada esta elasticidade atribuída ao conceito da etnografia e não acreditamos que ele seja útil para descrever aquilo que fazemos quando pesquisamos interações em meios digitais. Há uma tendência nas pesquisas atuais, até mesmo em pesquisas documentais, em utilizar o termo como um signo de distinção, para que se percebam as incursões dos pesquisadores *online* como análogas às viagens de Malinowski às ilhas Trobriand. São formas de abordar a realidade completamente distintas, especialmente pelo tipo de interação que se tem com os informantes da pesquisa. Ainda que obtivemos dados, como veremos adiante, através de entrevistas com nossos interlocutores de pesquisa, esta técnica na qual há uma imersão do pesquisador em um universo *online* exótico, em que fazemos um tipo de observação, por vezes participante, não consiste em uma etnografia. Sugerimos, então, o termo *observação online*.

Este procedimento metodológico se diferencia da etnografia por não ter a ambição de “perscrutar a cultura nativa na totalidade de seus aspectos” (COTANDA *et al.*, 2008, p. 73). Acreditamos que uma “netnografia” só seria possível se escolhêssemos um número reduzido de informantes e estudássemos diversos aspectos da sua vida para além da criação de vídeos para o YT. Como nosso objetivo é estudar apenas o aspecto relacionado

---

<sup>13</sup> Depois deste período continuamos assistindo vídeos e alguns conteúdos selecionados foram incluídos na análise.

à produção de vídeos e as formas com que estes se relacionam às atividades laborais dos interlocutores de pesquisa, optamos por não utilizar este conceito.

A marca de 50.000 inscritos foi um ponto de corte que decidimos adotar a partir da comparação entre diversos canais e a partir verificação dos seus ganhos estimados no site Social Blade<sup>14</sup>. Ainda que este site seja controverso entre os criadores de conteúdo, pois gera estimativas imprecisas dos rendimentos de um canal, ele se mostrou como um ponto de partida para que estabelecêssemos um ponto de corte. Este é um site criado em 2008 que, a partir de 2010, calcula os ganhos de canais do YouTube com base nos RPM (receita por mil impressões, ou CPM, custo por mil). A medida é bastante utilizada no ramo da publicidade e diz respeito ao valor que os canais recebem dos anunciantes a cada 1.000 visualizações de vídeo. O site ainda mantém um ranking que avalia o “fator de impacto dos canais”<sup>15</sup> (os melhores recebem a nota A++). A nota diz respeito à influência dos canais, composta por uma variedade de métricas utilizadas pelo YT cujos mecanismos exatos de funcionamento são segredos da plataforma. Ao longo do tempo as métricas vêm variando e essas transformações sempre geram discussões entre a comunidade de criadores de conteúdo.

Esse ponto de corte de 50.000 inscritos foi escolhido pois a partir desta marca percebemos que os canais começavam a ter possibilidades de ganhos próximos ao salário mínimo nacional brasileiro (R\$954,00<sup>16</sup> – em torno de U\$300,00). Verificando o valor estimado de ganhos no Social Blade por uma amostra inicial de 500 canais, percebemos que essa categoria de viabilidade econômica começa a emergir no momento em que os canais estabelecem em torno de 50.000 inscritos. Esses valores certamente variam. Dependendo do tipo de conteúdo um canal com 100.000 inscritos pode receber menos do que um com 50.000. Isso porque o CPM (Custo por mil impressões), de um canal, está diretamente relacionado à aderência dos usuários aos vídeos. Os vídeos não só precisam ser assistidos por muitas pessoas, como os espectadores devem assisti-los na íntegra, sem pulá-los, comentando, compartilhando e, na melhor das hipóteses, não “pulando” os anúncios e clicando nos mesmos e adquirindo produtos.

---

<sup>14</sup> Disponível em: <https://socialblade.com/>. Múltiplos acessos de 2016 a 2019.

<sup>15</sup> Robert Hovden (2013) sugere uma interessante adaptação do *h*-index e do *g*-index, indicadores de produtividade científica, aos principais criadores de conteúdo de vídeo no YouTube, ressaltando as diferenças que devem ser consideradas, especialmente em relação às citações.

<sup>16</sup> Valor do salário mínimo nacional em 2018.

Entretanto, percebemos que canais com 50.000 inscritos passam a possuir alguns elementos fundamentais que os distinguem dos outros canais, o que nos leva a considerar a emergência de uma categoria de trabalhadores. Entre outras questões, como relacionadas à técnica (equipamentos mais sofisticados etc.), percebemos que há, tendencialmente a partir desta marca, um engajamento periódico na produção de vídeos. Foi em canais a partir de 50.000 inscritos que notamos maior recorrência de envios semanais, o que constitui um dos elementos fundamentais para que compreensão desta ocupação como uma atividade laboral. Isso não implica que pessoas com poucos inscritos não encarem a criação de vídeos para a plataforma como um trabalho. Este ponto de corte, necessário na delimitação da amostra, também diz respeito a uma marca em que começam a surgir retornos financeiros que podem viabilizar economicamente a atividade.

A seguir, elencamos o passo a passo desta parte da coleta de dados pesquisa:

1. Criação de uma conta Google, que permite inscrever-se em canais do YT; [trabalhostreaming@gmail.com](mailto:trabalhostreaming@gmail.com) ;
2. Entrar no site youtube.com;
3. Clicar início (aba esquerda);
4. Clicar no primeiro canal do primeiro vídeo que o YT sugere;
5. Clicar nas sugestões de canais que aparecem relacionado a este primeiro vídeo; “Inscreva-se também!” e “Canais relacionados”;
6. Inscrever-se em toda rede de sugestões de canais do YT Brasil que tenham acima de 50.000 inscritos (excluir canais estrangeiros, pois os propósitos da pesquisa se referem ao mercado de trabalho de produção de conteúdo no Brasil);
7. Esgotar todas as possibilidades através do sistema de sugestões, procurando sempre canais brasileiros acima de 50.000 inscritos;
8. No caso de enviar a amostra (como, por exemplo, aparecerem apenas canais relacionados especificamente ao assunto do vídeo), utilizar as seguintes palavras-chave para encontrar canais diversos (categorias extraídas dos *lineups* do YT<sup>17</sup>):

---

<sup>17</sup> Ver “O conteúdo favorito das pessoas”, disponível em: <https://www.youtube.com/yt/lineups/pt-BR/brazil.html>. Acesso em 02/04/2016.

- Moda e beleza;
- Comédia;
- Quadrinhos e animação;
- Culinária;
- Entretenimento;
- Família;
- Games;
- Música;
- Ciência e Educação;
- Futebol;
- Esportes;
- Cultura Tech;

9. Extrair e tabular os dados dos canais a partir dos sites do YT e do Social Blade:

youtube.com:

- Número de inscritos;
- Vídeo mais visto (visualizações);
- Vídeo mais antigo (data de publicação, visualizações);
- Vídeo mais novo (data de publicação, visualizações);
- Número de Uploads (quantidade de vídeos);
- Visualizações totais;
- Tempo (em semanas) entre [Data do vídeo mais novo] – [Data do vídeo mais antigo];
- Contato (e-mail, telefone).

socialblade.com

- Estimativas de ganhos mensais e anuais (em dólares norte-americanos);
- Tipo do canal (categoria informada pelos criadores no envio de vídeos);
- Data de criação do usuário/canal;
- Nota no site (A+, B-, C, etc.);



Depois de criada a conta e selecionados os canais, foi necessário que utilizássemos técnicas computacionais para coleta de dados, uma vez que a grande quantidade de informação contida nos 919 canais seria de difícil acesso sem este recurso. Utilizamos uma combinação de instrumentos que foram construídos para a extração (*data mining*, ou mineração de dados) de informações contidas nos sites do YouTube e do Social Blade.

### 2.3 WEBSCRAPPING NA ANÁLISE DE CANAIS DO YOUTUBE

Do casamento entre técnicas computacionais e a investigação sociológica emerge um campo inovador e consolidado, com pesquisas tanto em âmbito nacional (NASCIMENTO, 2016; TEIXEIRA, ALEX; BECKER, 2001) como internacional (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009). Apesar da consolidação e crescente interesse, muitas das técnicas utilizadas mantinham-se como ferramentas *offline* de análise de dados (como softwares de análise qualitativa como nVivo e Atlas.Ti). Os softwares utilizados no escopo desta tese foram construídos precisamente para extrair dados, não para sua categorização ou análise, através de uma técnica que vem sendo chamada de *web scraping*. Esta escolha não implica que as ferramentas informacionais não possam ser utilizadas como complementares. Os dados coletados através de *web scraping* podem se beneficiar da análise qualitativa através do uso dos *softwares* mencionados.

A técnica de *web scraping* é uma maneira de extrair dados que estão disponíveis em páginas da Internet. Consiste em realizar uma “raspagem” (*scraping*) de informações, que pode ser feita manualmente ou de forma automatizada através do uso de uma linguagem de programação. Para a construção do código utilizamos a linguagem de programação Python, que nos permitiu “interagir” com os dados disponibilizados pelo YT para desenvolvedores de softwares através de sua *Application Programming Interface* (API) (Interface de Programação de Aplicação). A API permite que acessemos estatísticas de vídeos e dados dos canais do YT. Enquanto o usuário final acessa a plataforma através de uma interface gráfica, o programador utiliza uma interação entre códigos para rastrear e coletar uma série de dados determinados (como listados nas páginas anteriores).

O uso de um *software* criado através da linguagem como o Python sistematiza e guia a coleta de dados partindo de parâmetros estabelecidos. Essa coleta se fundamenta

na utilização de códigos que dão instruções ao YouTube. Vale ressaltar que linguagens de programação são uma forma de criar instruções para um computador de maneira geral. Essas instruções indicam aos computadores como eles devem funcionar ou como eles devem se guiar para realizar tarefas repetitivas.

A vantagem da utilização da linguagem de programação na coleta de dados *online* é que ela pode fazer o trabalho de buscar os dados de maneira sistemática, rápida e eficiente. A quantidade de cálculos “de cabeça” que conseguimos fazer em um curto espaço de tempo não pode ser comparada com aquela que um computador consegue fazer. Um processador de, por exemplo, 3 Giga-hertz, pode fazer 3 bilhões de cálculos em um segundo e sua eficiência ultrapassa a capacidade humana na realização de tarefas e cálculos repetitivos.

A escolha do Python foi motivada por esta ser uma linguagem colaborativa, na qual outros programadores disponibilizam bibliotecas de códigos que facilitam o trabalho de codificação. Basta importá-las para dentro do nosso código para que não precisemos criar um código desde a etapa zero. Por exemplo, para que o computador estabeleça na nossa coleta de dados que um dia possui 24 horas e que um ano possui 365 dias, adicionando exceções de anos bissextos e diversas variações como fusos horários, importamos esta biblioteca previamente elaborada por desenvolvedores de *software*. Basta digitar o código “`import datetime`”<sup>18</sup> para que estes modelos sejam incorporados ao nosso programa.

O Python é uma linguagem que possui suporte à Programação Orientada ao Objeto (POO), um dos principais paradigmas da programação. Este é um método de programação onde se criam modelos, também chamados de classes, que interagem entre si. Uma classe possui atributos e métodos. Atributos são características pertencentes ao objeto, como por exemplo, no nosso contexto, título do canal, identificação, página da Internet, número de inscritos, quantidade de vídeos, número de visualizações etc. Métodos representam a maneira que o objeto funciona, que também podem ser chamados de funções.

Como o *web scraping* em YT foi conduzido em diversas classes, precisamos utilizar uma técnica de modelação dos dados chamada *Model, View e Controller* (MVC):

- O *Model* modela os dados que serão utilizados na aplicação, utilizando as classes para isso. Ele especifica os dados que serão coletados no YouTube;

---

<sup>18</sup> Ver Apêndice.

- O *Controller* controla, cria, manipula e armazena os objetos criados pelos modelos. Os “controladores” (como denominamos no “Apêndice I - Código Fonte”), estabelecem todas as funcionalidades de busca de vídeos do canal, exportação, conversão, leitura;
- A *View* é usada para realizar a interface com o usuário mostrando os dados, realizando interações. Ela é a função principal que aciona as funções de busca, leitura, conversão, armazenamento (exibindo o progresso de cada etapa).

Para o correto funcionamento do programa, é preciso que se exporte o arquivo de inscrições do YT em formato “.xml”<sup>19</sup>. Através dele, o programa carrega todos endereços eletrônicos, as URLs (*Uniform Resource Locator*), e as IDs (identificações, atribuídas pelo YT) dos canais. As IDs são únicas para cada canal do YouTube. A partir de cada URL, são gerados os *links* para buscar os vídeos mais popular, mais antigo e mais novo do canal. Usando a ID do canal, o *software* busca no site do Social Blade as estimativas de ganhos, categoria, visualizações e número total de vídeos de cada canal. Após coletar todos os dados, o programa os salva em uma planilha do Excel<sup>20</sup>, onde é possível realizar filtros e ordenações de acordo com os critérios desejados.

## 2.4 O YOUTUBE E OS YOUTUBERS COMO OBJETO SOCIOLÓGICO

Sistematizar os dados desta forma nos induz à reflexão sobre as implicações de tomar a realidade a partir de objetos construídos. A racionalização do social, por cientistas sociais profissionais, é um instrumento consolidado a partir de relações de poder institucionalizadas entre o saber escolástico e o saber local. O procedimento de objetificar determinada realidade ou fenômeno social, implica na reprodução de uma relação de longa data que coloca os pesquisadores em “vantagem epistemológica” sobre seus pesquisados. Enquanto que algumas correntes buscam dinamitar essa vantagem (RODRIGUES; NEVES; ANJOS, 2016a; VIVEIROS DE CASTRO, 2002), outros acreditam que

---

<sup>19</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/subscription\\_manager](https://www.youtube.com/subscription_manager). Múltiplos acessos de 2016 a 2019.

<sup>20</sup> Ver “Apêndice II – Banco de dados YouTube e Social Blade”.

"ao renunciar ao seu privilégio epistemológico, o sociólogo estará sancionando uma sociologia espontânea" (BOURDIEU; CHAMBOREDON; PASSERON, 1999, p. 52).

Para além da dissolução dessa vantagem, proposta improvável no escopo desta investigação, acreditamos que construímos um objeto sociológico que a levou em consideração, sem que com isso inviabilizássemos a pesquisa partindo de enquadramentos fundacionais de epistemologias duramente criticadas hoje em dia. Certamente não concordamos com a ideia de Bourdieu sobre o estatuto de credibilidade do argumento sociológico, montado pela superioridade dos conhecimentos que possuímos a respeito do sentido das ações de nossos interlocutores de pesquisa. No outro lado desta moeda está na sacralização das explicações que nossos entrevistados possuem da realidade, o que parece igualmente deletério para qualquer pesquisa sociológica.

A realidade social é composta por camadas dinâmicas e fluidas e, tanto nós, como nossos interlocutores de pesquisa, possuímos acessos a ela através de mediações distintas. O universo empírico em questão, de criadores de conteúdo para o YT Brasil, é bastante amplo e variado. Para acessá-lo, utilizamos criticamente as propostas de Bourdieu, buscando suas raízes no pensamento de Gaston Bachelard. Tanto para este como para aquele (em sua releitura no contexto da sociologia) os objetos científicos são construções teóricas provisórias, em constante reelaboração, e sua característica distintiva é precisamente a articulação de uma realidade empírica à luz de problemas teóricos. Esse elemento é fundamental em nossa proposta.

A construção do objeto científico por Bachelard foi estimulante para nossa pesquisa. Para ele o objeto deveria ser fonte de análise empírica, histórica, filosófica, econômica, cultural, tecnológica e interpretativa (BACHELARD, 1996). Estes elementos combinados nos colocam à disposição dimensões importantes do objeto em questão, o que não implica que outras dimensões importantes fiquem de fora, já que um objeto é um recorte, um fragmento possível da realidade complexa.

A análise empírica permite que nos aproximemos da realidade dos atores envolvidos, a partir dos sentidos que os mesmos atribuem às suas ações. A vigilância epistemológica, aqui, estará a serviço de contrariar a incredulidade bourdieusiana de que os atores são fonte fidedigna de informação. Essa passagem talvez seja a mais sintomática do quanto o sociólogo francês desconfiava de seus informantes:

A sociologia seria menos vulnerável às tentações do empirismo se fosse suficiente lembrar-lhe, com Poincaré, que "os fatos não falam". **A maldição das**

**ciências humanas, talvez, seja o fato de abordarem um objeto que fala.** Com efeito, quando o sociólogo pretende tirar dos fatos a problemática e os conceitos teóricos que lhe permitam construir e analisar tais fatos, corre sempre o **risco** de se limitar ao que é afirmado por seus informadores. Não basta que o sociólogo esteja à escuta dos sujeitos, faça a gravação fiel das informações e razões fornecidas por estes, para justificar a conduta dele e, até mesmo, as razões que propõem: ao proceder dessa forma, corre o **risco** de substituir pura e simplesmente suas próprias prenoções pelas prenoções dos que ele estuda, ou por um misto falsamente erudito e falsamente objetivo da sociologia espontânea do "cientista" e da sociologia espontânea de seu objeto" (BOURDIEU; CHAMBOREDON; PASSERON, 1999, p. 50).

Contrariamente, acreditamos que a *dádiva* das ciências humanas é abordar objetos falantes. Talvez seja o aspecto mais relevante que nos distingue das outras formas de investigação da realidade, nas chamadas, equivocadamente a nosso juízo, "ciências duras". Se pensarmos a partir de Max Weber, a realidade social não possui um sentido imanente, somos nós que atribuímos sentido a ela, sejamos pesquisadores profissionais ou não. Certamente haverá privilégios epistemológicos entre nós sociólogos e nossos interlocutores. Entretanto, acreditamos que para além de tentar simetrizar todas as formas de conhecimento, devemos atribuir fidedignidade às aproximações da realidade mais pelo encadeamento lógico das argumentações do que pela posicionalidade dos atores em determinados contextos. Ainda que do tão debatido lugar de fala possam eclodir práticas e pensamentos insurgentes<sup>21</sup>, uma posição social não é, em si mesma, garantidora de trazer consigo um pensamento de vanguarda pelos sujeitos nela localizados.

Ao aceitarmos essa dádiva, de poder ouvir nossos objetos falantes, devemos fazê-lo a partir de preceitos éticos que orientam nossa conduta. A relação entre o pesquisador e os sujeitos tornados objeto da pesquisa, é tema de inspiração para importantes discussões desde o início de nossa disciplina, passando por sua fase de profissionalização até os dias atuais (LIMA, 2015). Os debates resultaram em diferentes códigos de ética e conduta dos sociólogos no Brasil e no exterior. Para a confecção deste trabalho, tomamos como guias orientadores o Código de Ética da Sociedade Brasileira de Sociologia (SBS) e o Código de Ética da *International Sociological Association* (ISA). Não é aqui nosso objetivo discutir os pormenores destes códigos, até porque eles sequer se pretendem exaustivos e, "na pesquisa, algumas questões parecem tratar, sobretudo, de bom senso acadêmico, mais do que de ética, na acepção da palavra" (Ibid. p228). Entretanto, é importante

---

<sup>21</sup> Um exemplo significativo são trabalhos no escopo dos estudos pós-coloniais. Ver (HOOKS *et al.*, 2004), em especial o texto "*Los movimientos de rebeldía y las culturas que traicionan*" de Glória Anzaldúa.

destacar um ponto principal, em relação à confidencialidade dos informantes. Segundo o Código de Ética da ISA:

A segurança, o anonimato e a privacidade dos sujeitos de pesquisa e informantes devem ser respeitados rigidamente, tanto na pesquisa quantitativa quanto na qualitativa. As fontes de informação pessoal obtidas pelos pesquisadores devem ser mantidas em sigilo, a menos que os informantes tenham perguntado ou concordado em ser citados. Caso os informantes sejam facilmente identificáveis, os pesquisadores devem lembrá-los explicitamente das consequências que podem resultar da publicação dos dados e resultados da pesquisa (Aprovado em 2001, disponível em: <https://www.isa-sociology.org/en/about-isa/code-of-ethics>. Acessado em 10/02/2017).

Essa orientação também aparece no Código de Ética da SBS, complementando a questão de pesquisas em arquivos públicos, o que está relacionado ao nosso material empírico:

Quando for garantida a confidencialidade das informações, sociólogos (as) devem protegê-la inclusive de outros pesquisadores (as). Cuidados especiais devem ser tomados na disponibilização dos dados de pesquisas em arquivos públicos, protegendo a identidade daqueles (as) que forneceram as informações que constituíram objeto da investigação (Disponível em [www.sbsociologia.com.br/portal/images/docs/codigoetica.pdf](http://www.sbsociologia.com.br/portal/images/docs/codigoetica.pdf). Acessado em 10/02/2017).

Alguns dos entrevistados não se importavam em ter seus nomes divulgados em uma pesquisa científica, mesmo quando lhes era informado que o texto da mesma poderia ser crítico às suas produções. Entretanto, optamos por adotar pseudônimos dos canais e dos entrevistados, dado o contexto atual de intensa circulação de *fake news* e de práticas sistemáticas de desinformação<sup>22</sup>. A partir desta tese poderiam ser criados factoides que pensamos ser potencialmente prejudiciais para as carreiras de nossos informantes. O cuidado está no sentido de não produzir dados que podem ser trazidos à tona descontextualizados e atacando nossos informantes com o signo de distinção que carregam os dados científicos<sup>23</sup>. Em relação à confidencialidade dos nossos informantes ela é particularmente importante no item 3 (“Dados qualitativos documentados através

---

<sup>22</sup> Algumas referências nominais são feitas a YouTubers de outros países (como os criadores de conteúdo dos canais CONTRAPOINTS e PewDiePie), bem como alguns YouTubers brasileiros que possuem grandes canais na plataforma (Whindersson Nunes, Felipe Neto). Contatamos diversos destes “mega YouTubers” e não obtivemos resposta para realização de entrevistas. Os canais que analisamos mais atentamente na tese e os YouTubers entrevistados tiveram sua identidade preservada.

<sup>23</sup> Trazemos abertamente ao longo da tese as tensões provocadas pela autoexposição *online*, bem como críticas de pensadores contemporâneos sobre a veiculação de informações e conteúdo na Internet. Muitos de nossos informantes podem não estar informados do que, por exemplo, Byung-Chul Han descreve em seus livros (em relação aos perigos da auto-exposição na Internet), o que talvez alterasse sua perspectiva em conceder entrevistas e ter seus dados veiculados em uma pesquisa científica.

de entrevistas conduzidas com auxílio de um roteiro semiestruturado com dez criadores de conteúdo para o YT” ), pois os outros dados (quantitativos do IBGE e quantitativos do YT) e os dados qualitativos (das políticas e diretrizes do YT), são de livre acesso a qualquer pessoa que utilize os instrumentos de coleta adequados para tal.

A combinação de cinco bases de dados (expostos na seção 2.2 “Desenho de pesquisa e construção da amostra”) foram fonte de análise inspirada na construção do objeto científico bachelardiano, que sugere uma análise empírica, histórica, filosófica, econômica, cultural, tecnológica e interpretativa. A análise histórica recoloca estes sujeitos em quadros dinâmicos ao longo do tempo, nos quais buscaremos os princípios explicativos que nos conduzem à compreensão do funcionamento das suas práticas a partir de organizações sociais.

Nesse sentido, o caráter individual que atribui sentido à ação deve ser complexificado à luz das condições de possibilidade da própria enunciação destes sujeitos em um novo espaço. A lógica objetiva que o YT tenta impor a partir de suas normas e regulamentos<sup>24</sup>, por exemplo, deve ser percebida como uma série de definições em disputa ao longo da história, passando por oposições que emanam do enfrentamento constante entre as táticas dos usuários e das estratégias das plataformas (VAN DIJCK, 2011). Ainda que em condições assimétricas de poder, é seguindo os efeitos interativos dessa correlação de forças entre YT, YouTubers e usuários, que encontraremos elementos explicativos de atitudes, opiniões e aspirações, inseridas em um contexto histórico mais abrangente. De certa forma todos os capítulos da tese se valem deste tipo de premissa analítica, ainda que especial atenção seja dada aos capítulos 4 (onde analisamos a expansão das tecnologias digitais e o surgimento do YT) e 6, onde refletimos sobre o processo histórico de reconfiguração das relações de trabalho no capitalismo.

A análise filosófica se inscreve nas tensões das quais emergem ambiguidades e contradições dos atores e das situações vividas. Como lidar com o fato da democratização oriunda da possibilidade de transmissão de informação através do YT e, ao mesmo tempo, que a plataforma a tenha conduzido através de estratégias típicas das empresas capitalistas predatórias (como aquisição massiva de concorrentes e centralização de poder em alguns poucos acionistas)? Quais são os sentidos dessa relação assimétrica que coloca a plataforma em vantagem sobre aqueles que a sustentam e alimentam

---

<sup>24</sup> Ver capítulo 5.

diariamente com vídeos? Essa perspectiva nos auxiliou, assim como a perspectiva histórica, em diversas partes da tese. Entretanto, atenção especial é dada a esta modalidade analítica no capítulo 5 (“Regulação e poder: por uma economia política do YouTube”).

A questão econômica também é fundamental e sua análise está correlacionada com os questionamentos filosóficos levantados. Um dos elementos que tornou possível que a criação de vídeos fosse uma atividade rentável foi a combinação entre movimentos monopolistas da plataforma com suas agressivas estratégias financeiras. Entretanto, isso não é percebido como deletério para uma boa parte de nossos entrevistados, como veremos no capítulo 7 que traz uma descrição qualitativa do cenário ocupacional da produção de vídeos para o YT. Essa estratégia é tomada como a única possível e muitos são gratos por terem esta oportunidade de ganhos financeiros jamais imaginada em outras épocas. A análise econômica do objeto é tanto através de seus grandes números que representam a plataforma como um todo, como a análise dos ganhos de cada criador de conteúdo. Novamente, não se restringe ao capítulo citado, já que fatores econômicos influenciaram, por exemplo, a expansão do uso da Internet no Brasil descrita no capítulo 3.

Inegavelmente o objeto da nossa pesquisa estimulou reconfigurações na cena cultural brasileira, um processo mediado por intensas transformações tecnológicas, nos convidando durante toda a tese a empreender uma análise cultural e tecnológica. O surgimento do YT como uma plataforma de difusão de conteúdos culturais está intimamente relacionado com o avanço das TICs, que possibilitam a cada ano um número maior de pessoas conectadas à Internet. Os atores engajados em práticas de produção de vídeos são cada vez mais citados em outros meios de comunicação e o reconhecimento de sua relevância no cenário cultural pode ser percebido quando são chamados pelo termo “influenciadores digitais”. Os vídeos veiculados no YT são parte indissociável da cultura brasileira contemporânea e a multiplicidade de contextos nos quais os produtores estão inseridos proporcionam a propagação de múltiplas perspectivas, o que não era possível com as tecnologias de comunicação em massa precedentes.

A última fonte de análise que Bachelard sugere, a interpretativa, diz respeito à compreensão de todas as outras dimensões combinadas à luz das teorias. Segundo o filósofo francês:



Por mais parcial e parcelar que seja um objeto de pesquisa, só pode ser definido e 'construído' em função de uma problemática teórica que permita submeter a uma interrogação sistemática os aspectos da realidade colocados em relação entre si pela questão que lhes é formulada (BACHELARD, 1996, p. 48).

A despeito das críticas dirigidas ao posicionamento de ver o senso comum e as opiniões como obstáculos ao conhecimento, o que certamente desestabiliza nossas concepções do fazer científico e nos convida a adotar uma postura de desconfiança em relação às hierarquias do saber instauradas na sociedade, percebemos como relevante a premissa bachelardiana de que devemos nos aproximar dos objetos a partir de teorias que nos auxiliem a compreender os fenômenos com os quais se relacionam. Como uma ciência que emerge justamente da interlocução entre empiria e teoria, nos valeremos desse método dialético que vem inspirando pesquisas desde a fundação da disciplina. Entretanto, para que compreendamos o real efeito deste processo dialético, devemos responder à pergunta: como a amostra selecionada dialoga com a teoria?

## 2.5 A RELAÇÃO EMPIRIA-TEORIA E AS CONDIÇÕES SOCIAIS DA PESQUISA

Wright Mills sugere que é necessário que distingamos dois elementos fundamentais para o desenvolvimento da imaginação sociológica. São eles as *perturbações* de caráter individual e as *questões* de caráter estrutural. As perturbações ocorrem em áreas limitadas da vida social através do indivíduo em suas relações imediatas com os outros. Já as questões de caráter estrutural transcendem os "ambientes locais do indivíduo e o alcance de sua vida íntima" (1982, p. 14).

Os apontamentos de Mills nos estimulam a refletir sobre as relações emergentes na pesquisa sociológica, entre o universo empírico estudado e o arcabouço teórico mobilizado. As teorias são aqui compreendidas como um conjunto logicamente interconectado de hipóteses ao descrever fenômenos mundanos, sua fundação, estrutura, causas, efeitos e dinâmicas. O empirismo é tomado, em seu turno, como a observação e coleta de dados para construir conhecimento sistemático e refletido. As teorias estão sempre fundamentadas em observações empíricas e a pesquisa empírica pode, por sua vez, levantar suposições teóricas.

As teorias nos permitem que consigamos ler as perturbações, como sugeria Mills, em termos de questões estruturais. Mills exemplifica essa relação considerando o

desemprego, a guerra, o casamento e a vida na metrópole. Todos constituem problemas pessoais, mas também existem questões estruturais importantes relacionadas às instituições e outras entidades que os compõem. Em relação ao desemprego, por exemplo, quando apenas um indivíduo está desempregado em uma sociedade em que todos tem emprego, a solução para esse problema social residiria nas qualidades e oportunidades imediatas do sujeito. Entretanto, quando em uma nação de mais de 200 milhões falta trabalho para mais de 12 milhões, como é o caso do Brasil contemporâneo<sup>25</sup>, isso remonta a uma questão pública e estrutural. Conforme Mills, isso indica que “a estrutura mesma das oportunidades entrou em colapso” (Ibid. p.15) e não podemos esperar encontrar a solução para este problema na escala individual.

Esse elemento mediador entre problemas pessoais e questões estruturais é um dos papéis centrais da teoria. Outra característica central, complementar ao seu papel de mediação, é sua capacidade de estimular reflexões para além dos contextos nas quais foi formulada. Sua presença é constante no processo de investigação. Como sugeriu Karl Popper, “a teoria domina o trabalho experimental desde sua concepção até as últimas manipulações de laboratório” (2004). Ela nos permite romper com o realismo ingênuo ao tomarmos relações conceituais entre problemas e não relações reais entre as coisas, como já advertia Max Weber.

Tomemos por exemplo as teorias da sociologia da opinião empreendida por Gabriel Tarde. Em sua teoria há uma percepção da vida social através de seus encadeamentos de seres se imitando entre si, a partir de uma comunicação intersíquica ou de “alma a alma” como sugere. Isso implica um posicionamento epistemológico no qual a imitação constitui um fenômeno social. Sua posição é diametralmente oposta à de Émile Durkheim, uma vez que este buscava a separação entre sociologia e psicologia. Para Durkheim a explicação dos fenômenos sociais jamais poderia advir de um fenômeno psíquico, deveríamos explicar o social pelo social. Mas para além desta disputa de quadros teóricos, o que importa é sublinhar que a teoria tardeana, formulada há mais de um século, como a teoria durkheimiana, ainda estimulam importantes reflexões nos dias atuais.

O contexto empírico sob o qual nos debruçamos nesta tese possui expressivas diferenças com aqueles analisados na obra de Tarde. Entretanto, suas reflexões sobre a

---

<sup>25</sup> A PNAD contínua divulgada em novembro de 2018 aponta uma taxa de desemprego de 11,7% da força de trabalho total no país. Disponível em [https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pnad\\_continua/default.shtm](https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pnad_continua/default.shtm). Acesso em 10/12/2018.

possibilidade de propagação de ideias através da persuasão fundamentam a compreensão sobre a disseminação de públicos de opinião, que acertadamente profetiza como os grupos do futuro em contraposição às multidões. Seu conjunto lógico de hipóteses interconectadas, que auxiliam na descrição e compreensão de seu universo empírico, possibilitam que percebamos problemas contemporâneos precisamente pela capacidade de transcendência histórica de certas formulações teóricas. Ao analisarmos o fenômeno da formação de públicos a partir do universo empírico de canais de YT, podemos nos amparar na teoria tardeana para descobrirmos elementos sobre a formação de públicos de "indivíduos fisicamente separados e cuja coesão é inteiramente mental" (TARDE, 2005, p. 5).

As condições sociais da produção científica somam-se à relação dialética entre empiria e teoria na determinação dos conhecimentos resultantes do processo de investigação, em especial nas pesquisas qualitativas. Estas condições dizem respeito ao contexto em que as entrevistas foram aplicadas, a quem as perguntas foram dirigidas e quais os significados emergentes da aplicação das entrevistas. A explicitação das mesmas é importante para que possamos refletir sobre o que os dados dizem e podem nos dizer e dentro de quais limites e sob quais condições.

Depois de conduzida a observação *online* (descrita na seção 2.1), começamos a contatar por e-mail alguns dos criadores de conteúdo da amostra inicial de 1000 canais. Primeiramente enviamos um e-mail para 30 pessoas. O e-mail consistia numa apresentação breve do pesquisador e da pesquisa, convidando para uma entrevista por Skype ou WhatsApp. Obtivemos respostas de 3 pessoas. Depois, enviamos 50 e-mails, recebendo resposta de 2. Isso demonstrou uma dificuldade inicial para contatar os informantes. Entretanto, eram informantes importantes para iniciar a pesquisa e marcamos 5 entrevistas, das quais 2 se realizaram. Para estas, utilizamos um roteiro semiestruturado com as seguintes perguntas:

1. Gostaria de ouvir sobre sua trajetória até aqui, quais atividades profissionais você exerceu e como surge a produção de vídeos.
2. A partir do aumento do número de visualizações, como você passou a conciliar as atividades do canal com suas atividades profissionais?
3. A repercussão dos vídeos fez com que você mudasse sua carreira?
4. Você encara a produção de vídeos como um trabalho?

5. Você percebe o YT como um empregador?
6. Se sim: Você avalia que essas relações deveriam ser regidas pelas mesmas leis de trabalho que as de outros empregadores-empregados (como por exemplo CLT ou Regime de Servidores Públicos)? Ou deveriam existir leis novas? Por quê?
7. Se não: Por quê? Qual a diferença entre o YT e um empregador “normal”?
8. Quantas pessoas participam na produção dos vídeos?
9. Quantas horas por semana você dedica para o planejamento, filmagem e edição? Você tem uma rotina rígida ou flexível?
10. Quantas horas outras pessoas se dedicam?
11. Entre outras mídias sociais (além do YT), quais você destacaria como importantes para divulgação do seu trabalho?
12. Como você avalia o impacto destas outras mídias no seu canal? Elas são fundamentais ou não fazem muita diferença?
13. Quantas horas por semana você dedica a essas mídias em questões relacionadas ao canal?
14. A flexibilidade no horário de trabalho é importante para você?
15. Você prefere uma jornada rígida e com garantias jurídicas ou uma jornada flexível, mas sem tantas garantias?
16. Você possui outra atividade de trabalho que não envolva o canal? Qual é a importância do canal para o desenvolvimento desta atividade?
17. O Google utiliza um sistema bastante complexo para calcular o quanto cada vídeo receberá. Qual sua opinião sobre isso?
18. Para você seria importante o Google ser mais transparente em relação a isso ou não tem muita importância?
19. Quanto (aproximadamente) você investiu em equipamentos para melhorar seus vídeos? (câmeras e acessórios, cenário, figurino, computador para edição etc.).
20. Qual é a sua concepção de um bom vídeo no YT?
21. O que seria necessário para aprimorar os seus vídeos?
22. Você acredita que a produção de vídeos ganhará mais espaço na sua vida profissional? Você deseja isso?
23. Quais Youtubers ou canais você acompanha? Quais elementos destes canais você incorporou nos seus vídeos?

24. Como você avalia o interesse do público em canais de YT? É algo passageiro ou veio para ficar? Por quê?

A partir das entrevistas exploratórias, com um YouTuber pernambucano de 27 anos, que produz vídeos sobre política e com um YouTuber gaúcho de 38 anos que produz conteúdo educacional, percebemos duas questões: 1) seria impossível responder a todas estas perguntas em apenas uma entrevista e 2) muitas das respostas a estas perguntas já haviam sido abordadas em algum vídeo dos entrevistados. Foram diversas as respostas que eram iniciadas com: “eu falei um pouco disso em um vídeo” ou “clica nesse vídeo que vou enviar que falo um pouco sobre isso”<sup>26</sup>. De fato, assistimos os vídeos indicados e havia uma enorme quantidade de informações reveladas.

Isso implicou que, previamente à condução de uma entrevista, nos preparássemos melhor assistindo diversos vídeos do entrevistado. Havíamos assistido nos meses anteriores centenas de horas de vídeos de diferentes canais, mas isso não trazia informações suficientes sobre cada pessoa que seria entrevistada, até porque não sabíamos nesse momento quem estaria disponível para entrevista.

Depois deste momento de teste do roteiro, optamos pela utilização de um roteiro personalizado para cada entrevistado. Também percebemos, através de uma terceira entrevista, que a melhor forma de indagar produtores de conteúdo para o YT é comentando algum vídeo produzido, algo que estimula o diálogo mais que perguntas fixas de um roteiro. Nossa terceira entrevista, por exemplo, foi com um criador de vídeos de construção civil do interior de São Paulo. Assistimos dezenas dos mais de 1000 vídeos do entrevistado e notamos que, partindo da *observação online*, poderíamos utilizar a entrevista como um complemento, para detalhar questões abordadas de maneira não tão profunda durante um vídeo. Iniciamos a entrevista falando de um vídeo, no qual ele ensinava a colocar cerâmica no box de um banheiro em construção. Perguntamos qual foi o contexto em que o vídeo fora gravado, quem havia contratado o trabalho e quanto tempo ele havia se dedicado. De forma indireta, respondemos muitas das perguntas trazidas no roteiro (e de uma forma que parecia fazer mais sentido para o entrevistado do que uma chuva de questões, que muitas vezes ele sequer havia refletido sobre anteriormente).

---

<sup>26</sup> Como as entrevistas foram realizadas por Skype os entrevistados frequentemente enviavam links e informações adicionais por mensagem de texto.

Os significados emergentes da aplicação das entrevistas dizem respeito a sinteticamente dois questionamentos: Quem é essa pessoa entrevistada para além da informação veiculada nos vídeos? Em quais contextos os vídeos foram produzidos e como eles podem ser relacionados com a problemática levantada pela investigação?

Os entrevistados eram muitas vezes, durante a entrevista, a *persona* construída em seus canais. Durante a aplicação das entrevistas (média em torno de 1 hora), percebemos que emerge um sujeito performático típico das entrevistas, cujas informações fornecidas estão relacionadas ao seu contexto interativo. Nesse sentido, ainda que tenhamos obtidos informações relevantes durante as entrevistas, é necessário que conheçamos seus limites, especialmente quando elas não são repetidas diversas vezes com o mesmo entrevistado - como no caso das entrevistas sucessivas no método disposicionalista empreendido por Bernard Lahire (2004).

As entrevistas forneceram dados complementares, pois lidamos com um objeto que não apenas fala, mas fala gravando e transmitindo pela Internet, repetidas e sucessivas vezes, por meio de centenas de vídeos. O grupo dos entrevistados apresenta diferenças internas quanto a características pessoais (6 homens e 4 mulheres, entre 21 e 38 anos de idade) e algumas semelhanças (ensino médio 2, cursando faculdade ou com curso superior 8). Moradores de capitais (6), grandes centros urbanos (3) e 1 morador de uma cidade do interior de médio porte. Os rendimentos mensais variavam entre R\$3.000,00 e R\$12.000,00 e percebemos esses números como resultado de pertencimento de classe e não como critério de renda como princípio vinculante a uma classe social (SOUZA, 2009). Sete entrevistados pertenciam à classe de batalhadores, 3 à classe média tradicional (aporte de heranças e bens e capitais educacionais dos pais). Seis brancos, três pardos, um negro.

Realizamos entrevistas através do Skype<sup>27</sup> com durações oscilando entre 54 minutos e 1 hora e 43 minutos. As entrevistas eram iniciadas comentando alguma frase que os entrevistados falaram em algum de seus vídeos. Previamente à entrevista selecionamos falas que estimulariam reflexões críticas de temas como: a) o contexto da produção dos vídeos, b) avaliações sobre fazer vídeos para o YouTube, c) implicações pessoais e familiares, d) exposição da imagem e ganhos financeiros com a atividade, e)

---

<sup>27</sup> Entrevistas presenciais e observação participante durante a criação dos vídeos abrem perspectivas promissoras em pesquisas futuras, com a possibilidade de realização de recortes regionais, de classe, gênero, raça, atividade ocupacional, orientação sexual e quanto ao posicionamento político dos criadores de conteúdo.

perspectivas de presente e futuro em relação à carreira, f) senso de justiça em relação ao YT e seu algoritmo, g) relacionamento com a comunidade de YouTubers e usuários, h) quais sentidos da produção, i) estímulos pessoais e profissionais e estratégias para atrair o público.

Buscamos tensionar alguns pontos que pensamos problemáticos das entrevistas semiestruturadas, com o aporte de ampla quantidade de material disponibilizado *online*, não apenas extenso como de boa qualidade em diversos aspectos. Se na entrevista semiestruturada é esperada uma performance do interlocutor que se coloca no papel de entrevistado em relação com o entrevistador, a observação *online* possibilita a assimilação de uma multiplicidade de performances ao longo da trajetória que jamais estaria disponível ao entrevistador senão por vídeos ou por pesquisas individuais de extensiva duração e contato com poucos indivíduos.

### 3 A FORMAÇÃO DOS PÚBLICOS: A EXPANSÃO DO ACESSO À INTERNET NO BRASIL

A possibilidade de acessar a Internet está relacionada com a divisão desigual de recursos básicos no Brasil. Ela diz respeito a questões de propriedade de bens materiais (infraestrutura, tecnologia, dispositivos etc.) e ao processo de aquisição de competências digitais (como usar os *softwares* e *hardwares*, além de uma série de comportamentos incorporados sobre como agir nos meios de interação *online*). Organismos internacionais, como a Organização das Nações Unidas (ONU), associam o uso da Internet com as liberdades de expressão e opinião, levando a considerar a variável das pessoas conectadas em determinado local como mais um indicador de qualidade de vida. Esse indicador é tratado com especial atenção, pois o acesso à informação estaria, por sua vez, associado a um direito humano e social. A expansão da Internet é legitimada como uma necessidade humana fundamental na era digital, por ter se tornado “um meio chave pelo qual os indivíduos podem exercer seu direito à liberdade de opinião e expressão” (ONU, 2011, p. 7).

Esse movimento, por seu turno, repercute no Brasil. No ano de 2011 um projeto de emenda constitucional propôs incluir a Internet como um direito social, que se somaria aos demais direitos assegurados pelo artigo 6º da Constituição Federal (BRASIL, 2011). Alguns anos mais tarde, a lei 12.965 de 2014, conhecida como o Marco Civil da Internet, indica em seu artigo 7º que o acesso à Internet seria “essencial ao exercício da cidadania” (BRASIL, 2014)<sup>28</sup>.

Cumprir destacar que estes textos e normativas, tanto em nível nacional como internacional, possuem força de mobilização através de uma narrativa do potencial transformador que o acesso à rede traria consigo. Uma faceta que se abre aos novos públicos e sujeitos conectados, é a potência política disruptiva que a Internet carregaria concomitante à transmissão dos bits. Essa potência levou, desde os primórdios da rede, a um crescente interesse em compreender quais relações se estabelecem entre a ampliação dos canais comunicativos com a participação e engajamento na vida cívica. Uma das razões que explica esse interesse é que a comunicação marca todos os níveis da política, fazendo com que as alterações nas TICs sejam consideradas como elementos decisivos em suas reconfigurações (EMMER, 2018, p. 2193).

---

<sup>28</sup> Sobre o Marco Civil da Internet, ver (SOLAGNA, 2015).



As redes proporcionariam o alargamento dos ambientes de atuação dos atores políticos, como no caso do ciberativismo e da cultura *hacker* (SILVEIRA, 2010). No entanto, apesar desta separação entre atuação física e virtual, é cada vez mais difundida a ideia de que as ações *online* possuem repercussões na “vida real”. Isso sugere uma dissolução das fronteiras entre realidade e virtualidade (uma noção bastante comum em décadas passadas), nos direcionando à compreensão dos sujeitos e suas ações inseridas em um contínuo *on-offline* (MISKOLCI, 2016).

A Internet é um meio que incide sobre as capacidades expressivas dos atores na contemporaneidade. Como no advento do rádio e da televisão, que também incidiram sobre a expressão, seu nascimento foi envolto por uma mística de mudança social, componente que frequentemente acompanha as inovações tecnológicas. Estas, segundo Zizi Papacharissi (2010, p. 3), “tendem a desencadear narrativas de emancipação, autonomia e liberdade na imaginação do público”, pois trariam consigo novas possibilidades em relação aos atos cívicos. No caso da Internet estas narrativas possuem força ao passo que ela potencializaria o ecoar dos lugares de enunciação que até então vinham sendo desconsiderados pelos meios de comunicação tradicionais<sup>29</sup>.

Que o acesso à Internet tenha realmente uma potência disruptiva e de ampliação do acesso à informação, isso é inegável. O que não podemos desconsiderar são as estruturas vinculantes das desigualdades sociais, o que nos convida à reflexão sobre seus usos a partir de uma “noção reatualizada de classe” (FUCHS; FISHER, 2015). Neste contexto as diferenças internas podem ser percebidas através dos indicadores relativos à idade, gênero, renda, localização geográfica, escolarização e meios de acesso dos usuários brasileiros. A partir de uma descrição destes elementos e percebendo as tendências no período entre 2005 e 2016, somos convidados a ler esse período como permeado por lutas sociais, por poder e por controle dos recursos escassos. Perceber estes processos como conformadores da paisagem política da Internet nos auxiliam a contextualizar os números e gráficos apresentados a seguir.

Traremos neste capítulo uma descrição quantitativa do acesso à Internet no Brasil nos anos entre 2005 e 2016, através dos dados oriundos da PNAD. O detalhamento e

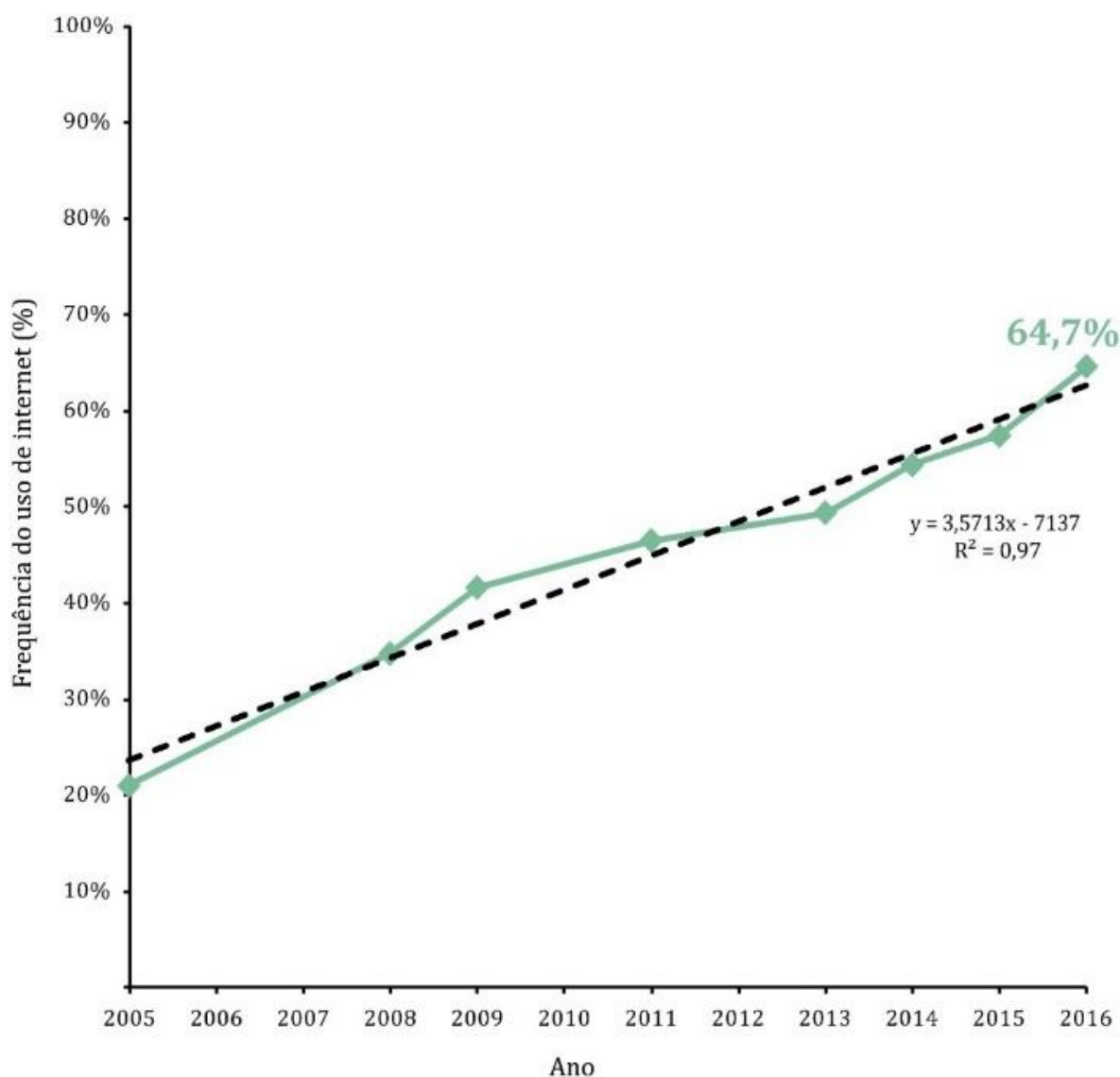
---

<sup>29</sup> Um dos casos mais interessantes no contexto do YT são os YouTubers indígenas. Na nossa tese não entrevistamos estes produtores de conteúdo, pois não atingiam o ponto de corte de 50.000 inscritos estabelecido na metodologia. São promissoras as perspectivas de pesquisas enfocando estes grupos e esperamos que elas possam estar vinculadas à agenda de pesquisa que propomos nesta tese. Ver “Quem são os youtubers indígenas do Brasil”, disponível em: [https://www.vice.com/pt\\_br/article/qvqjw7/quem-sao-os-youtubers-indigenas-do-brasil](https://www.vice.com/pt_br/article/qvqjw7/quem-sao-os-youtubers-indigenas-do-brasil). Acesso em 30/11/2018.

descrição numérica de como se efetivou esse processo, pelo qual os brasileiros passaram a acessar cada vez mais a Internet, é importante pois nos indica algumas características do público *online* no Brasil e, de maneira indireta, do público que acessa o YouTube<sup>30</sup>.

### 3.1 DESCRIÇÃO AMOSTRAL

GRÁFICO 1 - REGRESSÃO LINEAR ENTRE A FREQ. INTERNET<sup>31</sup> E O TEMPO



FONTE: Elaboração do autor a partir da tabela base "PESSOAS DE 10 ANOS OU MAIS DE IDADE (1000 pessoas) - Expansão do uso de Internet (% da população)" - PNAD vários anos + PNAD CONTÍNUA TIC 2016.

<sup>30</sup> Levantamentos de mercado sugerem que 95% da população *online* no Brasil acessa o YT pelo menos uma vez por mês. Ver "De Play em Play", disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/youtubeinsights/2017/de-play-em-play/>. Acesso em 26/08/2017.

<sup>31</sup> "Freq. Internet" leia-se "Frequência do uso de Internet no Brasil".

TABELA 1 - PROJEÇÃO PARA A FREQ. INTERNET NO BRASIL ATÉ 2024

Ano	Previsão
2016	62.7
2018	69.9
2020	77.0
2022	84.2
2024	91.3

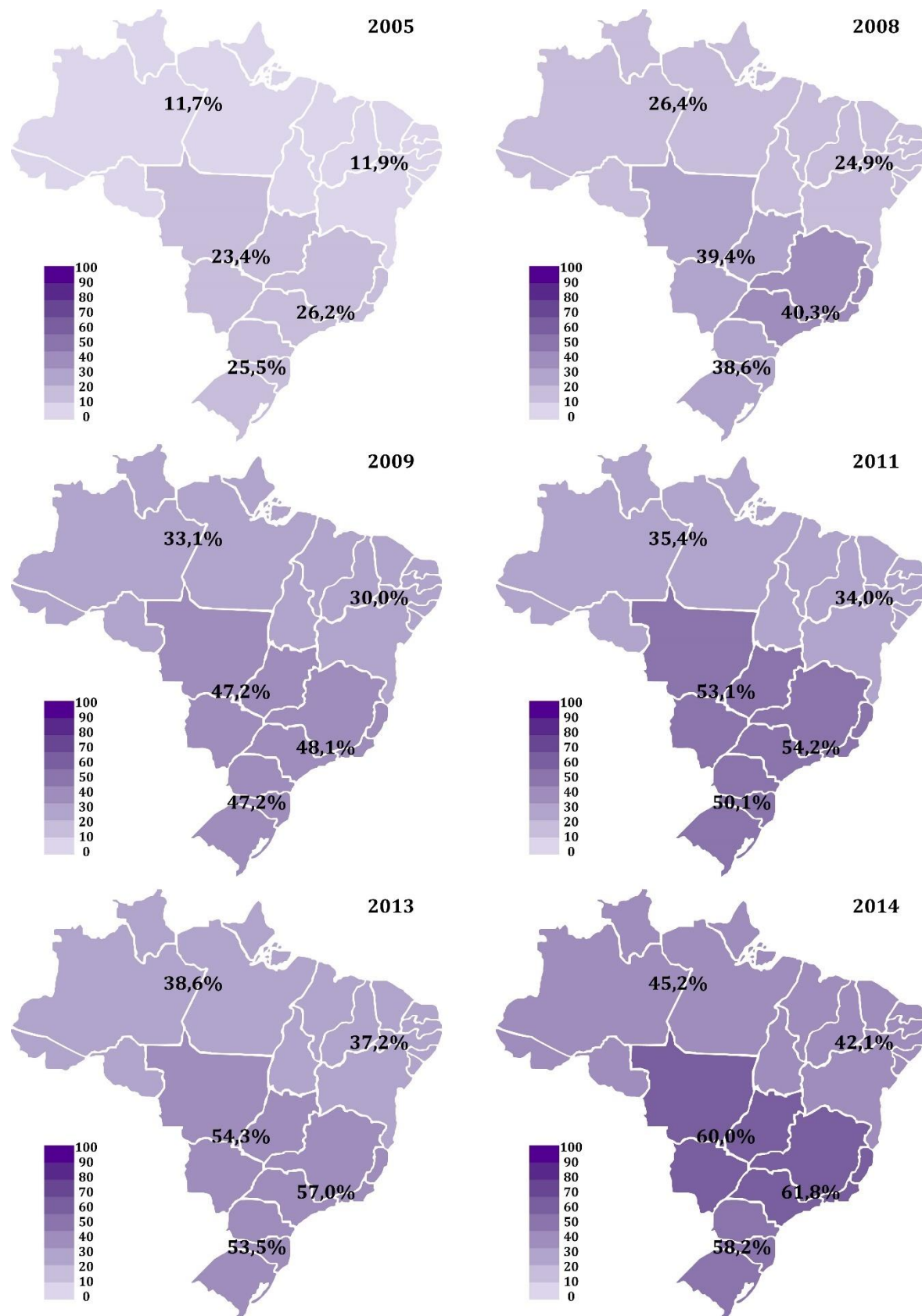
FONTE: Elaboração do autor a partir da equação da regressão linear.

O uso de Internet tem aumentado ao longo do tempo no país (Gráfico 1). Neste período o uso segue uma relação linear com uma forte correlação entre a frequência do uso de Internet no Brasil e o tempo ( $R^2=0,97$ ). Através da equação da regressão é projetada a frequência do uso para os próximos anos (Tabela 1).

Esse processo se deu de maneira desigual nas regiões brasileiras, como podemos ver nos mapas, a seguir, com menor frequência de uso nos estados das regiões Norte e Nordeste, ainda que apresentem crescimento ao longo do período selecionado:

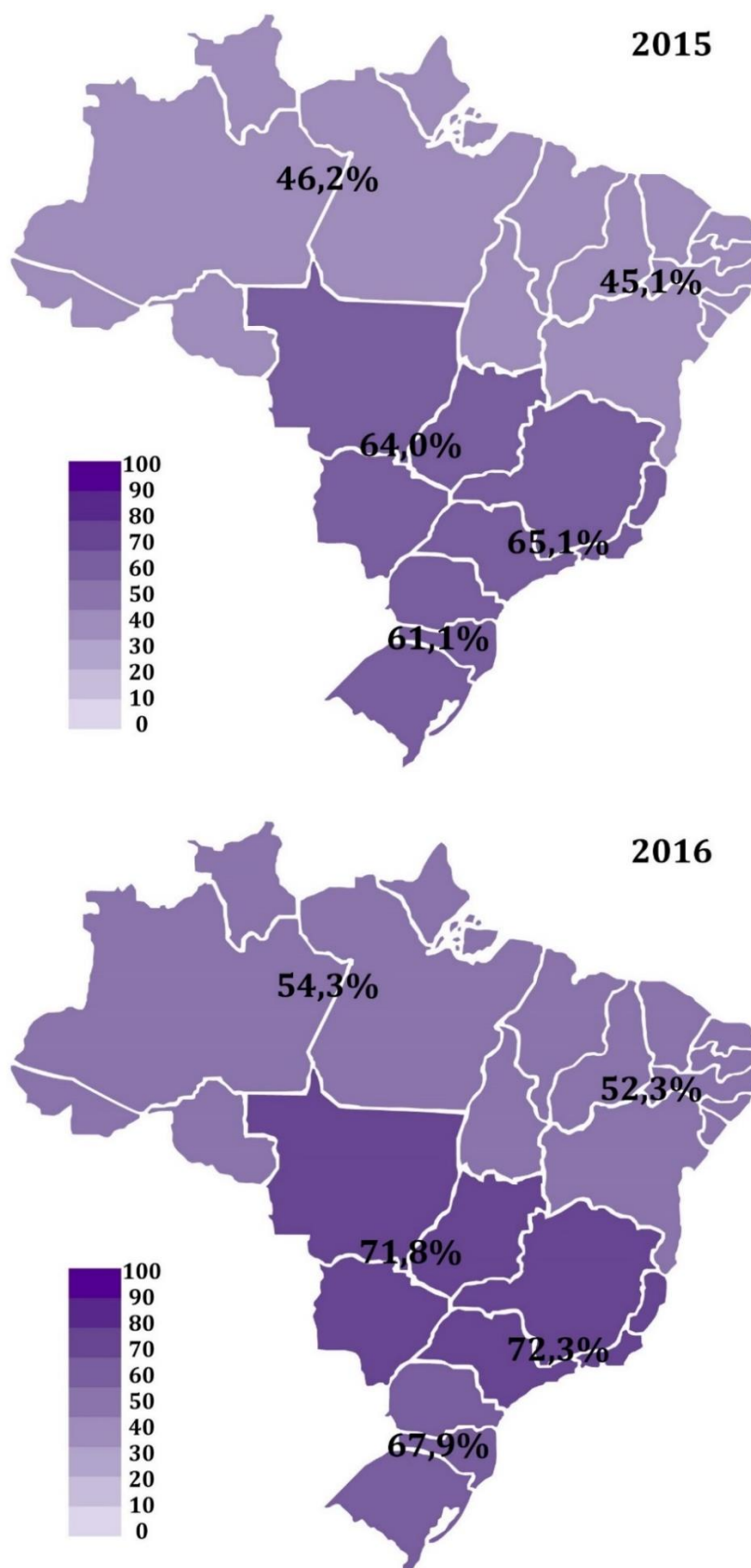
## 3.1.1 MAPAS DO ACESSO À INTERNET NO BRASIL – 2005-2016

FIGURA 2 – FREQ. INTERNET POR REGIÕES – 2005-2014



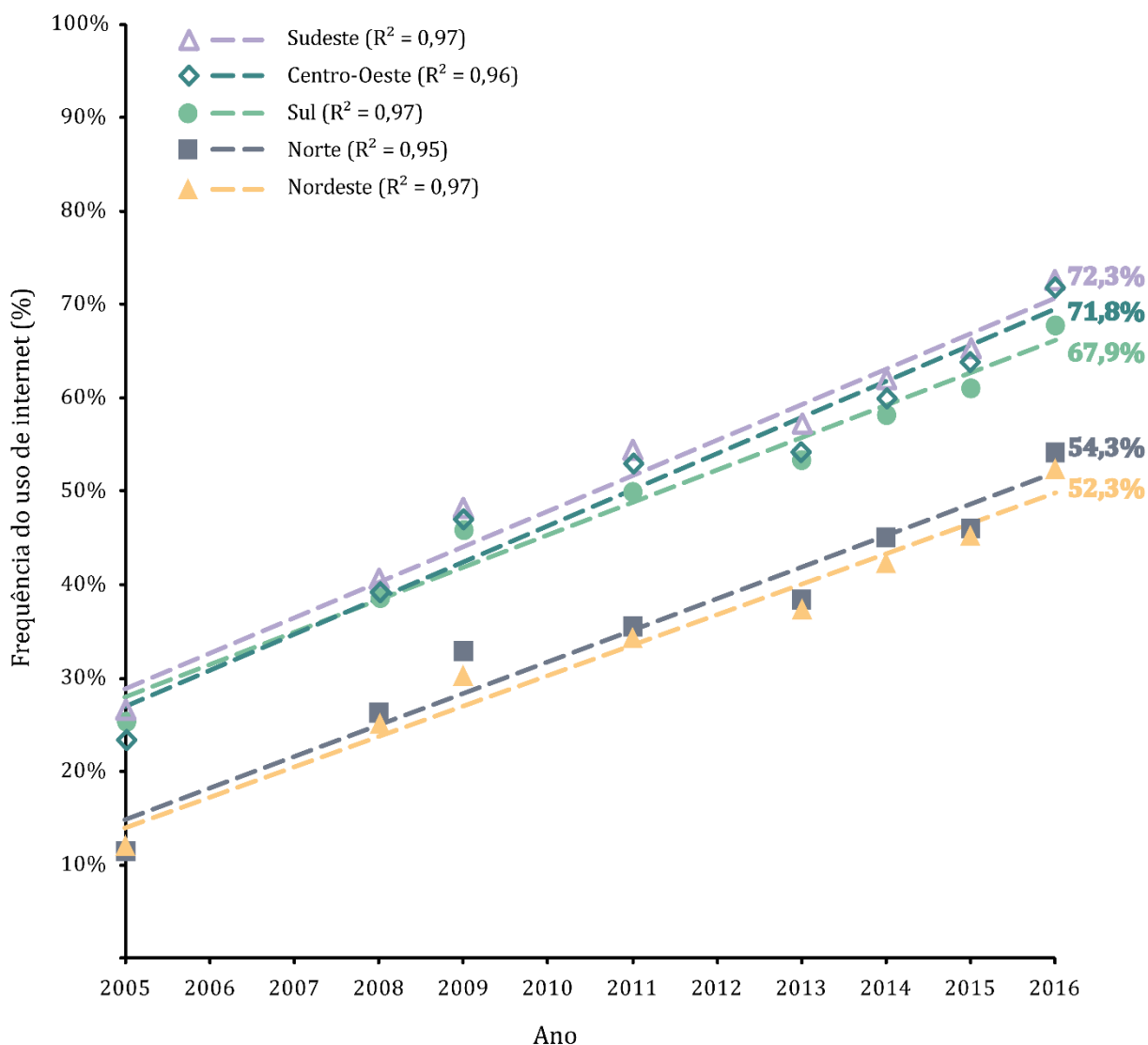
FONTE: Elaboração do autor a partir dos dados da PNAD e do mapa vetorizado do Brasil disponível em <http://www.robsonmoulin.com.br/artigos/design/mapa-do-brasil-vetorizado/>. Acesso em 14/10/2018.

FIGURA 3 - FREQ. INTERNET POR REGIÕES - 2015 E 2016



FONTE: Elaboração do autor a partir de PNAD 2015 + PNAD TIC Contínua 2016 e do mapa vetorizado do Brasil disponível em: <http://www.robsonmoulin.com.br/artigos/design/mapa-do-brasil-vetorizado/>. Acesso em 14/10/2018.

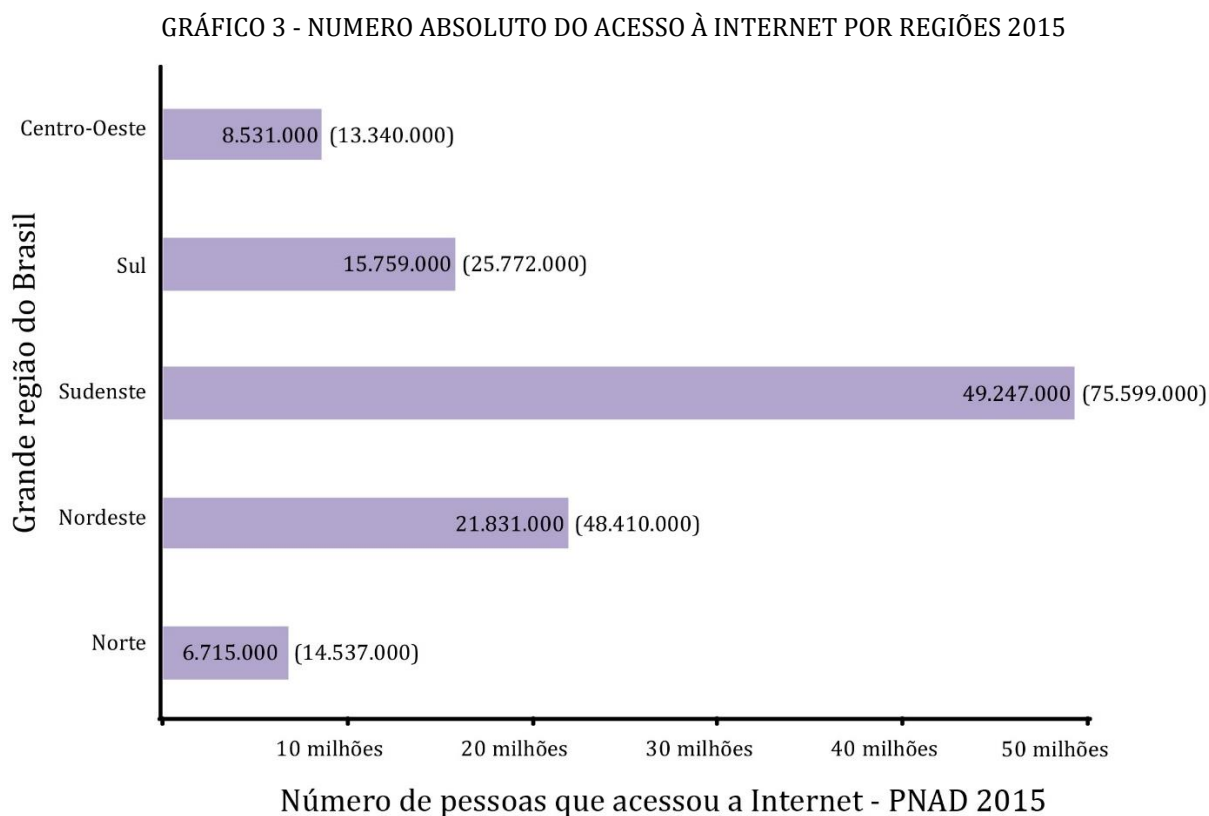
GRÁFICO 2 - REGRESSÃO LINEAR ENTRE A FREQ. INTERNET E O TEMPO POR REGIÕES



FONTE: Elaboração do autor a partir da tabela base "Expansão do uso de internet por Grandes Regiões (% da população)" - PNAD + PNAD CONTÍNUA TIC 2016.

A regressão apresenta um alto coeficiente ( $R^2$  0,95 a 0,97) de correlação entre as duas variáveis (tempo em anos e frequência de uso). Todas as regiões tiveram um aumento linear ao longo do tempo, ainda que apresentem diferenças entre si. Regiões norte e nordeste estão abaixo da média nacional (63,72%). A região nordeste apresenta a menor frequência de uso em toda a série histórica. Por outro lado, a região Sudeste é a que apresenta maior frequência ao longo dos anos. Se nota uma alternância pela região brasileira com a segunda maior frequência de uso, em que a região Centro-Oeste ultrapassa o Sul a partir dos ano de 2008.

Ao tomarmos como base os dados mais recentes disponíveis (2015), podemos quantificar o número de pessoas (acima de 10 anos) que acessaram a Internet no Brasil, por regiões:

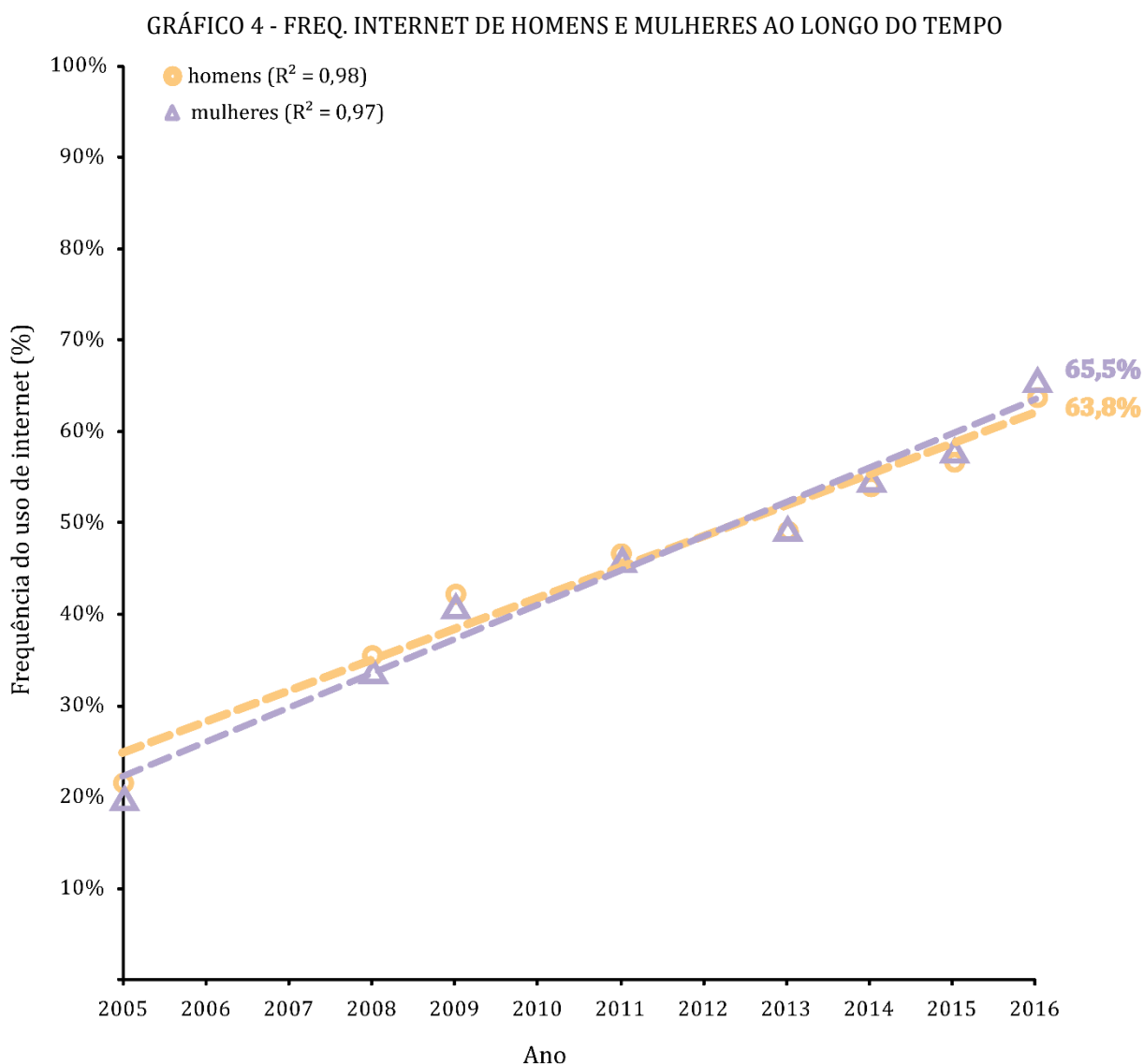


FONTE: Elaboração do autor a partir da tabela base "Expansão do uso de internet por Grandes Regiões (% da população)" - PNAD + PNAD CONTÍNUA TIC 2016.

\*Em parênteses: População total na região.

Se somarmos os números do Centro-Oeste, Sul, Nordeste e Norte teremos um número absoluto de 52.836.000 de pessoas que acessaram a Internet no ano de 2015, contra 49.247.000 apenas na região Sudeste. Além da região sudeste ser a mais populosa do país, é onde há maior frequência de acesso. Isso nos permite deduzir que, a grosso modo, a cada 2 pessoas que acessam a Internet no Brasil, 1 está no Sudeste.

## 3.1.2 SEXO

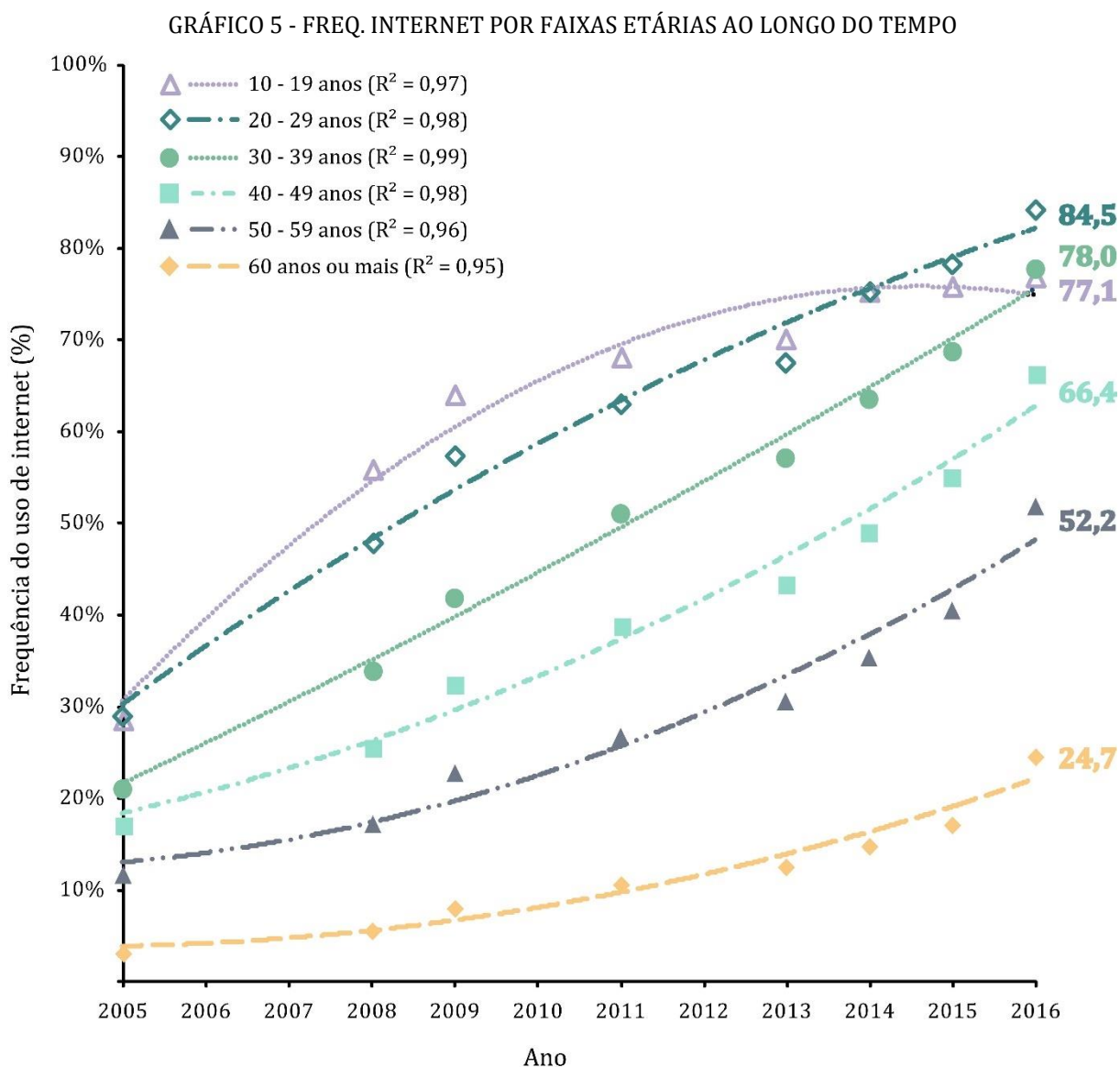


FONTE: Elaboração do autor a partir das tabelas base da PNAD "Pessoas de 10 anos ou mais de idade, por Grandes Regiões, segundo a situação do domicílio, o sexo e a utilização da Internet, no período de referência dos últimos três meses" - 2005, 2008, 2013, 2014 e 2015 - e "Pessoas de 10 anos ou mais de idade, por Grandes Regiões, segundo a situação do domicílio, o sexo e a utilização da Internet, no período de referência dos últimos três meses" - 4o trimestre de 2016.

A regressão apresenta um alto coeficiente ( $R^2$  0,97 e 0,98) de correlação entre as duas variáveis (tempo em anos e frequência de uso para homens e mulheres). No início do registro deste indicador, em 2005, a frequência de uso por homens era mais alta do que por mulheres. Ao longo da série histórica, a frequência de uso entre mulheres ultrapassou o de homens e percebemos que a velocidade de aumento do uso de internet é mais pronunciada para mulheres (inclinação maior da reta).



## 3.1.3 FAIXA ETÁRIA

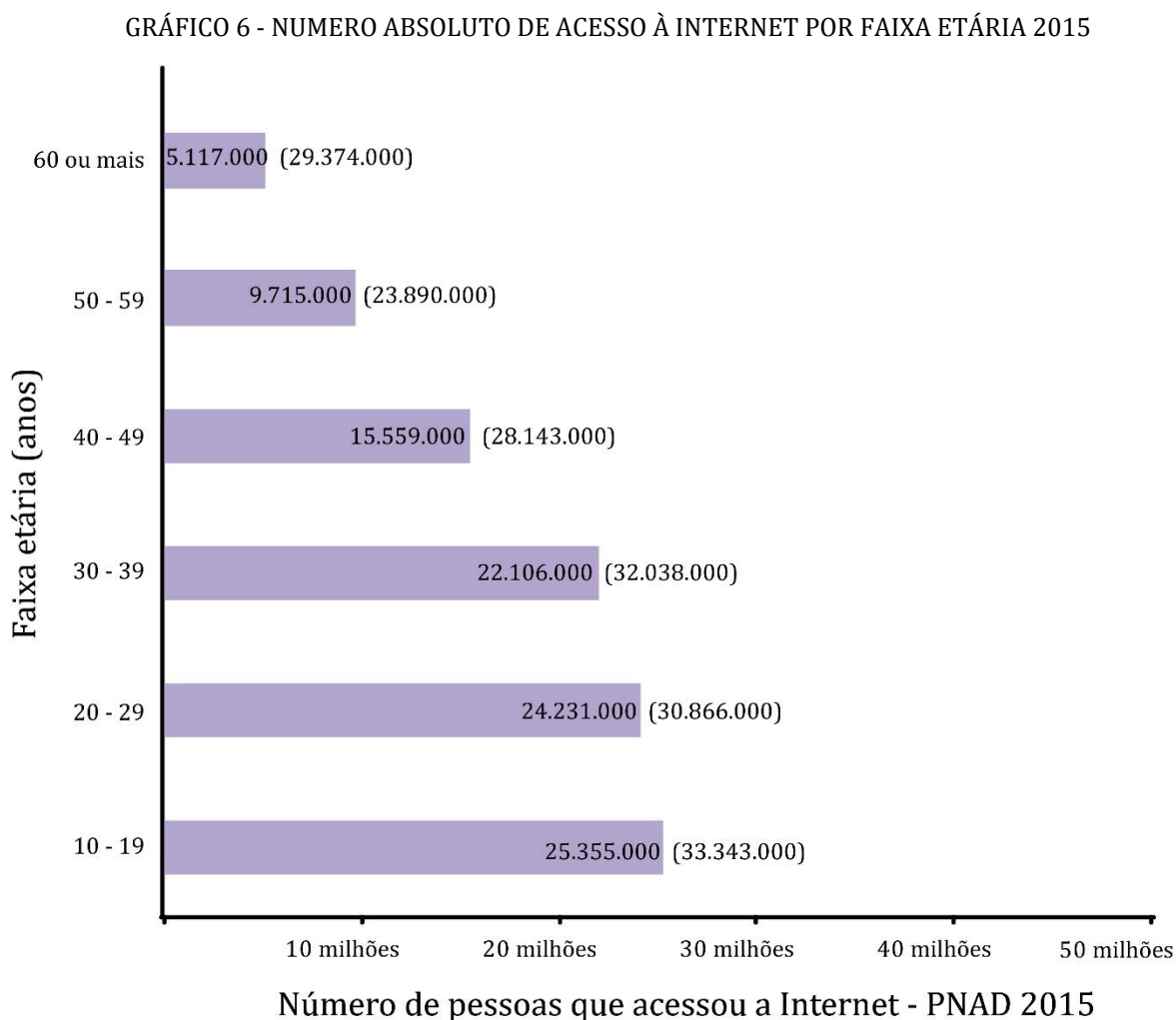


FONTE: Elaboração do autor a partir das tabelas base da PNAD "Pessoas de 10 anos ou mais de idade que utilizaram a Internet, no período de referência dos últimos três meses, por Grandes Regiões, segundo o sexo e os grupos de idade - 4o trimestre de 2016" e "Pessoas de 10 anos ou mais de idade que não utilizaram a Internet, no período de referência dos últimos três meses, por Grandes Regiões, segundo o sexo e os grupos de idade - 4o trimestre de 2016".

Em relação às faixas etárias das pessoas que acessaram a internet, a frequência de uso seguiu uma regressão polinomial. Para faixa de 10-19 anos a frequência teve uma maior velocidade de aumento no passado com uma estabilização nos últimos anos. De 20-29 também está tendendo a diminuir a taxa de aumento de uso, embora ainda não tenha atingido um *plateau*. A faixa de 30-39 tem uma alta correlação linear e polinomial

( $R^2=0,99$ ), mas tende a um aumento mais acelerado nos últimos anos. As faixas de 40-49, 50-59 e 60 ou mais tiveram um aumento mais acentuado de uso nos últimos anos.

Ao tomarmos como base os dados mais recentes disponíveis (2015), podemos quantificar o número de pessoas (acima de 10 anos) que acessaram a Internet no Brasil, por faixa etária:

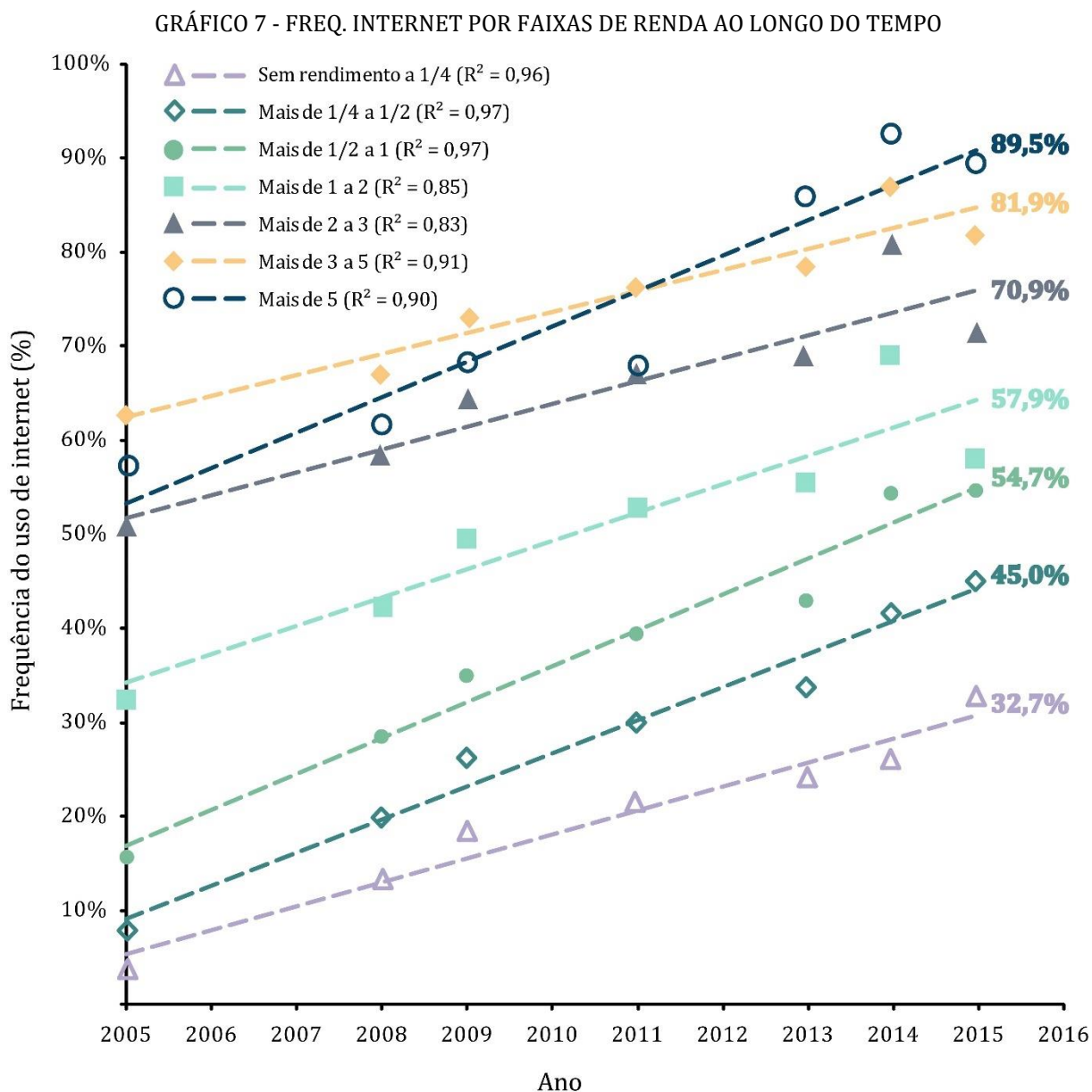


FONTE: Elaboração do autor a partir da tabela base "Expansão do uso de internet por Grandes Regiões (% da população)" - PNAD + PNAD CONTÍNUA TIC 2016.

\*Em parênteses: População total por faixa etária.

Os dados da PNAD estão divididos em 12 categorias em relação à faixa etária. Agrupamos os dados aqui apresentados em 6 categorias, de 10 em 10 anos. Ao agruparmos novamente, de 10 a 29 anos, obteremos o número de 49.586.000 de pessoas e 51.497.000 de pessoas acima de 30 anos. Isso nos permite deduzir que, a grosso modo, a cada 2 pessoas que acessam a Internet no Brasil, 1 tem menos de 30 e a outra mais de 30 anos.

## 3.1.4 FAIXAS DE RENDA

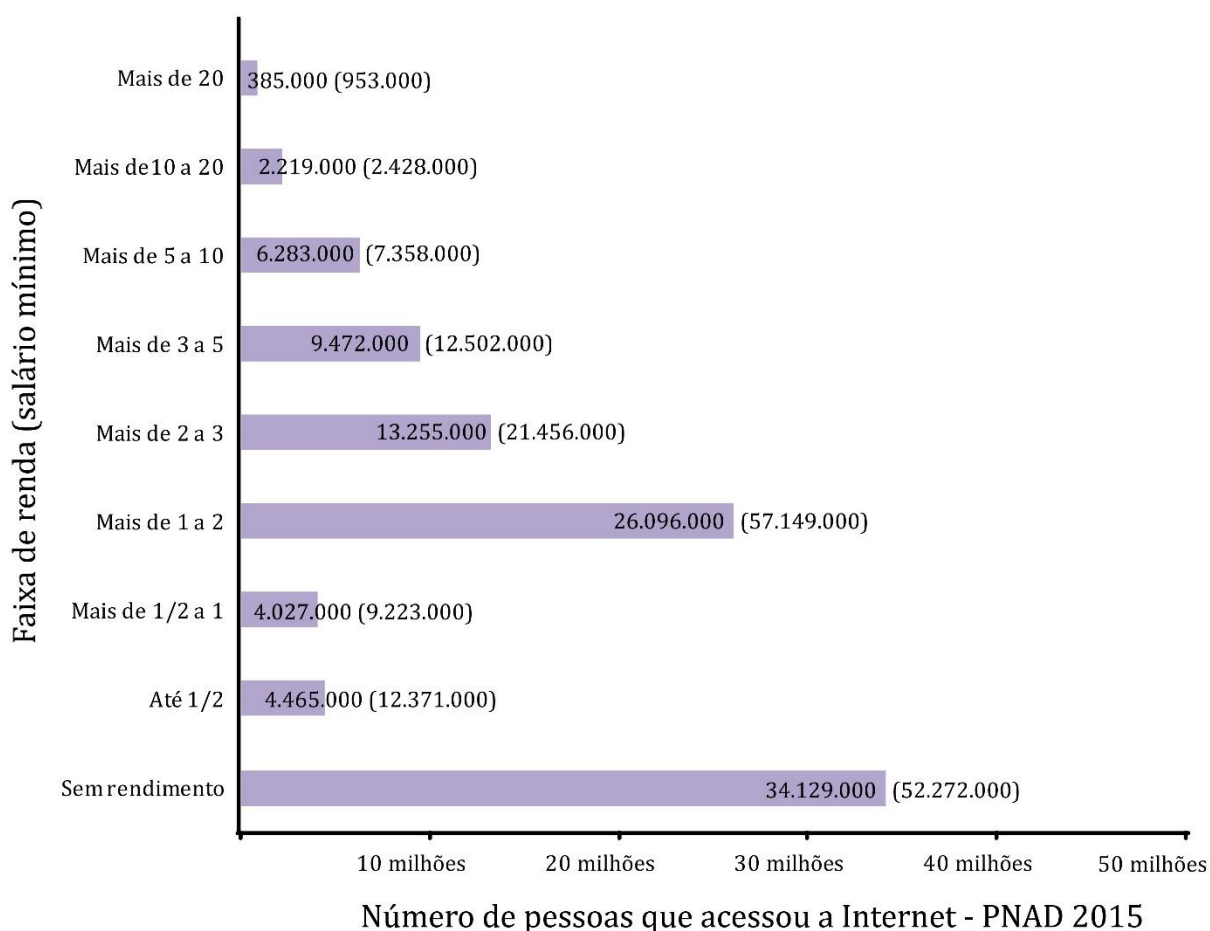


FONTE: Elaboração do autor a partir da tabela base “Pessoas de 10 anos ou mais de idade, por Grandes Regiões, segundo a utilização da Internet, no período de referência dos últimos três meses, e as classes de rendimento mensal domiciliar per capita” - 2005/2011 e 2013-2015.

Verificamos diferenças na evolução do acesso à internet no Brasil nos diferentes segmentos a partir do rendimento domiciliar per capita em salários mínimos. Nas 7 faixas de renda há crescimento linear, ainda que em diferentes velocidades (taxas) de aumento de uso. O aumento da frequência de uso para mais de 5 salários é mais rápido do que nas outras faixas e ultrapassa a faixa de “Mais de 3 a 5” a partir de 2011.

Ao tomarmos como base os dados mais recentes disponíveis (2015), podemos quantificar o número de pessoas (acima de 10 anos) que acessaram a Internet no Brasil, por faixa de renda:

GRÁFICO 8 - NÚMERO ABSOLUTO DE ACESSO À INTERNET POR FAIXA DE RENDA 2015

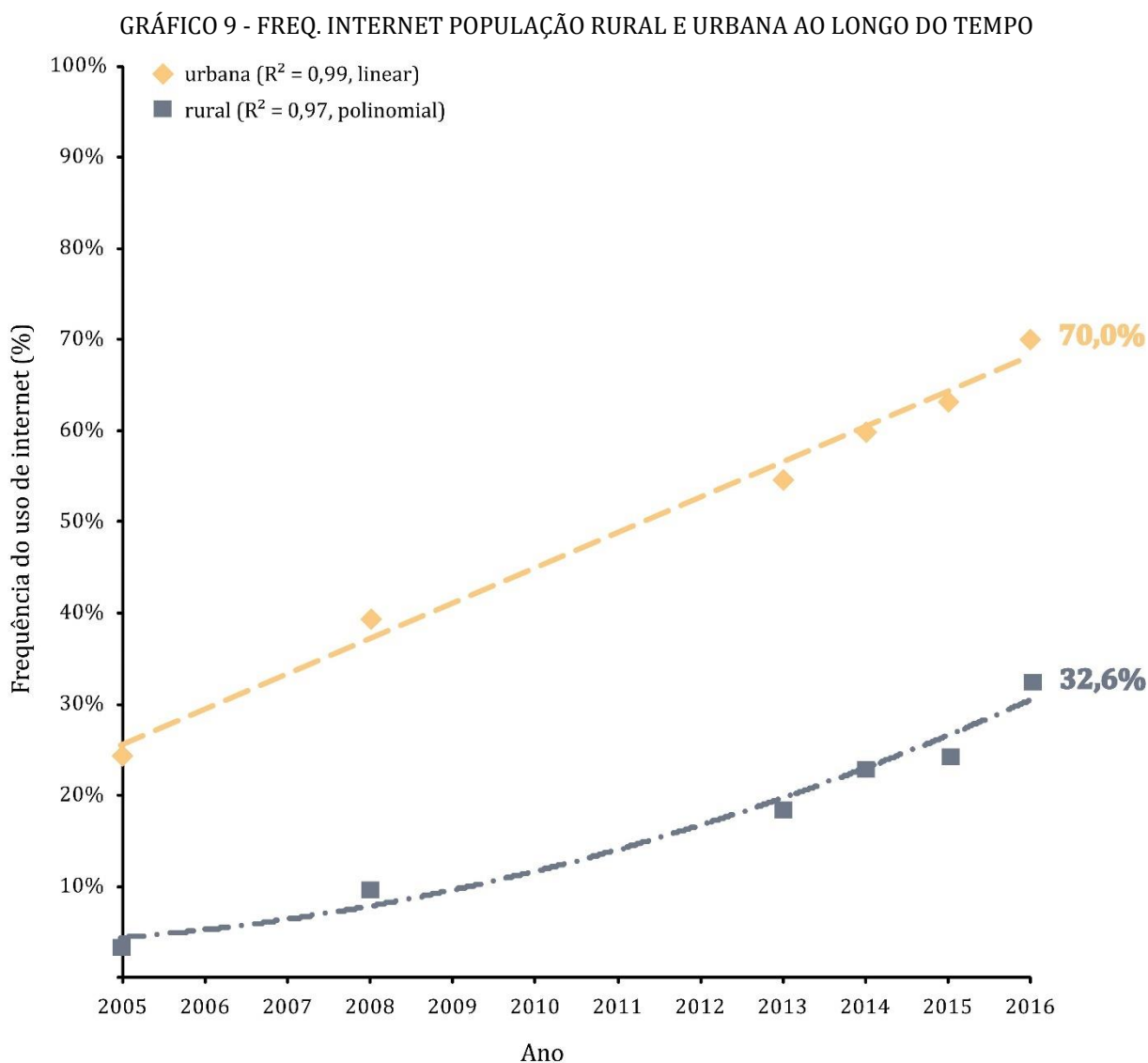


FONTE: Elaboração do autor a partir da tabela base "Expansão do uso de internet por Grandes Regiões (% da população)" - PNAD + PNAD CONTÍNUA TIC 2016.

\*Em parênteses: População total na faixa de renda.

Podemos agrupar os usuários em relação à faixa de renda em 3 grandes grupos: 1) Sem rendimento, 34.129.000 de pessoas, 2) ½ até 2 salários mínimos, 34.586.000 e 3) mais de 2 salários mínimos, 31.614.000. Considerando que o salário mínimo nacional no período era de R\$ 788,00, deduzimos que 2 a cada 3 pessoas que acessaram a Internet no período possuíam uma renda per capita de até R\$ 1.576,00. Vale ressaltar que grande parte da parcela sem rendimento possui intersecções com a primeira faixa etária (10 a 19 anos), composta majoritariamente por pessoas sem rendimentos (Ver Gráfico 6).

### 3.1.5 POPULAÇÕES RURAL E URBANA

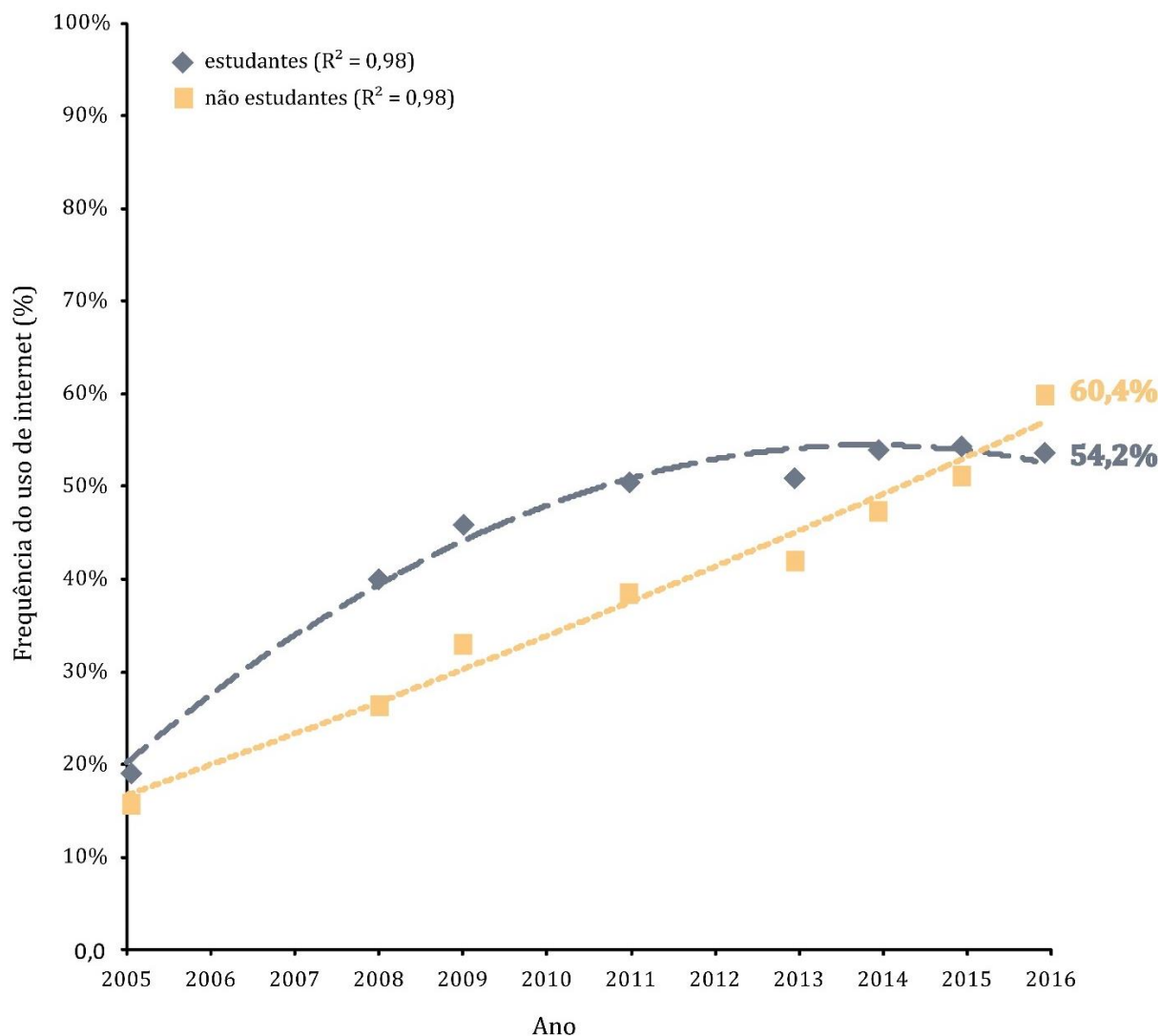


FONTE: Elaboração do autor a partir da tabela base da PNAD "Pessoas de 10 anos ou mais de idade, por Grandes Regiões, segundo a situação do domicílio, o sexo e a utilização da Internet, no período de referência dos últimos três meses" - 2005, 2008, 2013, 2014 e 2015 - e "Pessoas de 10 anos ou mais de idade, por Grandes Regiões, segundo a situação do domicílio, o sexo e a utilização da Internet, no período de referência dos últimos três meses" - 4o trimestre de 2016.

Verificamos uma diferença expressiva na frequência de uso da internet entre as populações urbana e rural. Entretanto, ainda que mais pessoas acessem no meio urbano, a frequência de utilização está aumentando em ambos os casos. Para a população urbana, o aumento segue uma tendência linear enquanto para a população rural segue uma tendência polinomial com maior velocidade de aumento de frequência nos últimos anos, mas ainda longe de estabilizar.

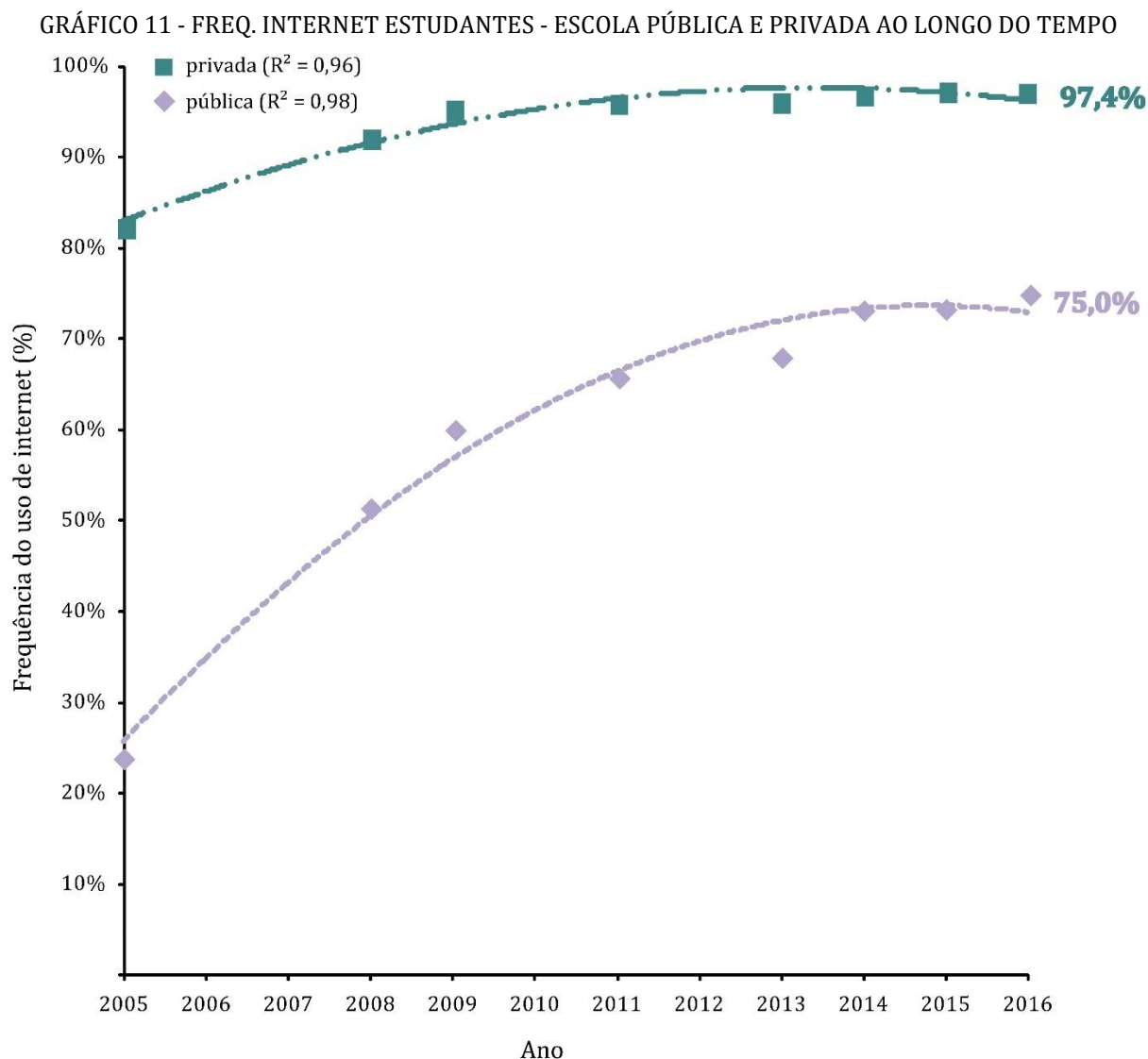
## 3.1.6 ESTUDANTES

GRÁFICO 10 - FREQ. INTERNET ENTRE ESTUDANTES E NÃO ESTUDANTES AO LONGO DO TEMPO



FONTE: Elaboração do autor a partir das tabelas base da PNAD “Pessoas de 10 anos ou mais de idade, por Grandes Regiões e sexo, segundo a condição de estudante, rede de ensino e a utilização da Internet, no período de referência dos últimos três meses” - 2005/2011, “Pessoas de 10 anos ou mais de idade, por Grandes Regiões, segundo o sexo, a condição de estudante, a rede de ensino que frequentavam e a utilização da Internet, no período de referência dos últimos três meses” - 2013, 2014, 2015 e “Pessoas de 10 anos ou mais de idade que utilizaram a Internet, no período de referência dos últimos três meses, por Grandes Regiões, segundo o sexo, a condição de estudante e a rede de ensino que frequentavam” - 4o trimestre de 2016.

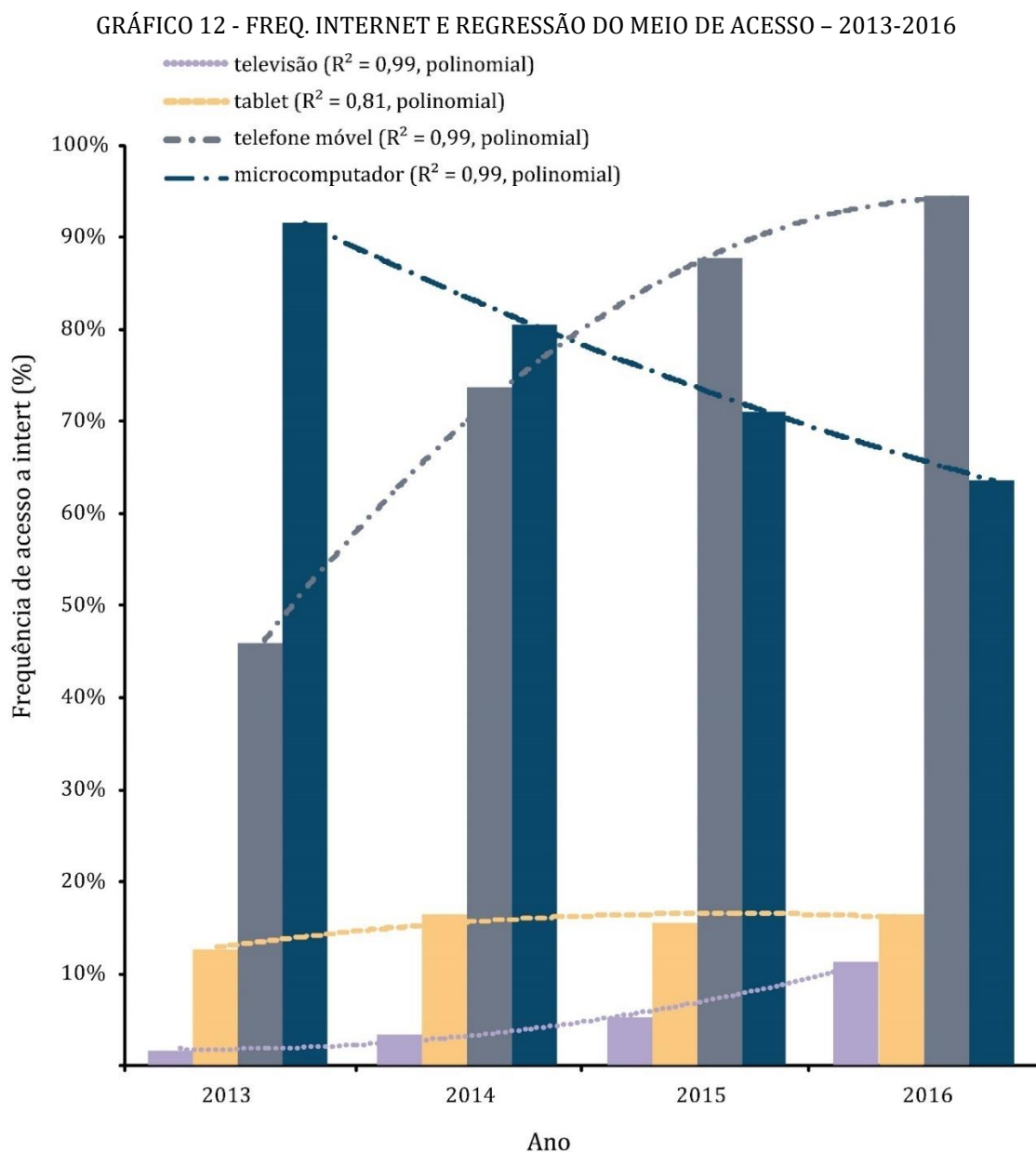
Frequência de uso de não estudantes está aumentando de forma quase-linear enquanto a frequência de uso de estudantes está estabilizando (aumentando com menor velocidade nos últimos anos).



FONTE: Elaboração do autor a partir das tabelas base da PNAD “Pessoas de 10 anos ou mais de idade, por Grandes Regiões e sexo, segundo a condição de estudante, rede de ensino e a utilização da Internet, no período de referência dos últimos três meses” - 2005/2011, “Pessoas de 10 anos ou mais de idade, por Grandes Regiões, segundo o sexo, a condição de estudante, a rede de ensino que frequentavam e a utilização da Internet, no período de referência dos últimos três meses” - 2013, 2014, 2015 e “Pessoas de 10 anos ou mais de idade que utilizaram a Internet, no período de referência dos últimos três meses, por Grandes Regiões, segundo o sexo, a condição de estudante e a rede de ensino que frequentavam” - 4o trimestre de 2016.

Quando separados em ensino público e ensino privado, nota-se que os dois estão estabilizando. A frequência de uso para estudantes do ensino particular é maior ao longo do tempo, mas o aumento da frequência de uso foi mais acentuado em alunos do ensino público.

## 3.1.7 EQUIPAMENTOS UTILIZADOS PARA ACESSO



FONTE: Elaboração do autor a partir da tabela base da PNAD "Pessoas de 10 anos ou mais de idade que utilizaram a Internet, no período de referência dos últimos três meses, por Grandes Regiões, segundo o equipamento utilizado para acessar a Internet" - 2013 a 2016.

Utilização de internet por microcomputador está diminuindo, embora com menor velocidade nos últimos anos (possivelmente estabilizando em breve). Uso por telefone móvel está aumentando, mas com menor taxa de aumento nos últimos anos (curva estabilizando). Acesso por televisão aumentando e com mais velocidade nos últimos anos. Uso por tablet aumentando, mas em menor taxa que nos outros meios e estabilizando em frequência.



GRÁFICO 13 - POSSE DE CELULAR NO BRASIL AO LONGO DO TEMPO

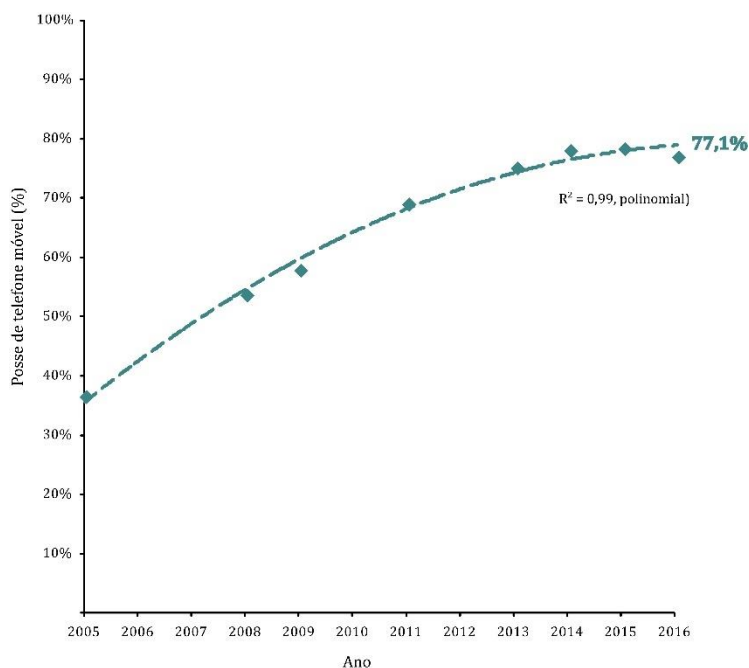
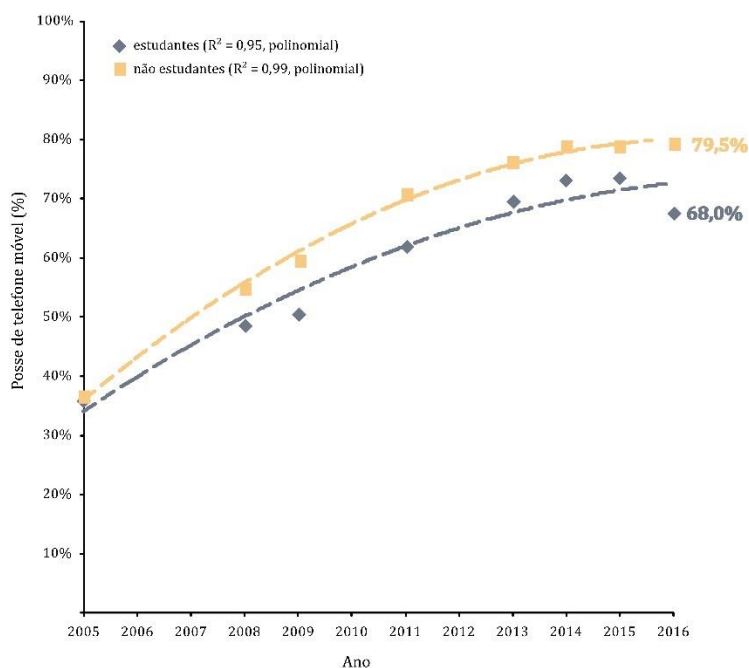


GRÁFICO 14 - POSSE DE CELULAR - ESTUDANTES E NÃO ESTUDANTES AO LONGO DO TEMPO



FONTE (para os Gráficos 10 e 11): Elaboração do autor a partir das tabelas base da PNAD "Pessoas de 10 anos ou mais de idade, por Grandes Regiões e sexo, segundo a condição de estudante e a posse de telefone móvel celular para uso pessoal - 2005/2011" e "Pessoas de 10 anos ou mais de idade, por Grandes Regiões, segundo o sexo, a condição de estudante, a rede de ensino que frequentavam e a posse de telefone móvel celular para uso pessoal - 2013 - 2016".

Percentual de posse de celular ao longo do tempo. Regressão polinomial, aumento de posse chegando a um *plateau* (aumentando com menor taxa nos últimos anos). Mesmo padrão para o Brasil e para estudantes e não estudantes.

### 3.2 DO ACESSO À CRIAÇÃO DE CONTEÚDO *ONLINE*

A difusão de práticas e habilidades de uso das novas TICs está relacionada a contextos sociais desiguais, o que leva alguns autores a sugerir que viveríamos em um *tecno-apartheid*. A cartografia da Terra seria concebida, a partir daí, como um “arquipélago de cidades ou regiões muito ricas, com forte desenvolvimento tecnológico e financeiro, no meio do oceano de uma população mundial cada vez mais pobre” (SIBILIA, 2013, p. 29). Outros tomam essa diferenciação a partir do conceito *digital divide* (divisão digital) (VAN DIJK; HACKER, 2003, p. 315–316), para tratar do mesmo fenômeno. A divisão digital se daria a partir de diferenças:

- 1) **Mentais**: falta de experiências digitais causadas por falta de interesse, ansiedade no uso de computadores e falta de atrativos para tal;
- 2) **Materiais**: falta de computadores e de conexão com a Internet;
- 3) Em relação às **habilidades**: falta de habilidades digitais causadas pela dificuldade de operar os sistemas e carências em relação aos processos educacionais e o suporte social necessário;
- 4) De **uso**: falta de oportunidades significativas para utilizar a Internet.

Os conceitos de *tecno-apartheid* e divisão digital são importantes para percebermos que a suposta universalização das TICs possui limites, variando conforme configurações diversas em cenários global e local. Entretanto, cumpre destacar que as pesquisas quantitativas e censitárias nos encaminham à sua problematização e readequação, dado que a expansão do uso da Internet se dá de forma crescente (ao menos no Brasil). Como expusemos na seção anterior, ainda que tenhamos uma série de elementos que distingam estratos populacionais (que também podem ser em termos de qualidade do uso<sup>32</sup>), não há, ainda, indicativos de um arrefecimento nas taxas de crescimento do acesso à Internet no contexto brasileiro.

---

<sup>32</sup> A ideia de qualidade do uso se refere ao uso das potencialidades abertas pelas novas TICs. Nesse contexto, percebemos a qualidade do uso como relacionada à capacidade de explorar as ferramentas disponíveis, uma condição intimamente relacionada com aspectos educacionais e condições sociais. Acreditamos que através de pesquisas mais apuradas sobre o uso da *Internet* podemos compreender que há relações distintas entre os diferentes estratos da população, como mostra Juliano Spyer (2017) em seu estudo sobre o uso das mídias sociais pela população de baixa renda como uma forma de manter-se conectada à família e aos amigos. Cumpre salientar que estudos de “como” a população utiliza a *Internet*

Um dos conceitos que vem sendo discutido nesse cenário de aumento expressivo do uso da Internet é a “cidadania digital”. Sinteticamente ela pode ser definida como a “capacidade de participar na sociedade *online*” e os cidadãos digitais são aqueles que “usam a Internet de maneira regular e eficiente, ou seja, diariamente” (MOSSBERGER; TOLBERT; MCNEAL, 2008, p. 1).

A questão, entretanto, vai além do mero uso da Internet: a cidadania digital diz respeito às possibilidades que o uso frequente da Internet pode abrir em termos de participação política e de ganhos econômicos no mercado de trabalho (JOHNS, 2008). Nessa concepção a cidadania digital plena poderia ser alcançada a partir do momento em que as pessoas fizessem usos sistemáticos das tecnologias digitais em benefício próprio (na capacidade de converter suas habilidades digitais em ganhos materiais e simbólicos) e como meio de engajamento cívico.

A criação de conteúdo para o YT é um tipo de uso das tecnologias digitais que as pessoas fazem em benefício próprio. Não é nosso objetivo investigar se estas formas de uso das novas tecnologias digitais em benefício próprio são acompanhadas de maior engajamento cívico. Entretanto, cumpre salientar a importância do aumento do fluxo comunicacional como um mecanismo de ampliação dos terrenos de possibilidades para que as pessoas possam transformar o mero acesso em algo mais profundo em suas vidas (seja a partir do engajamento com novas atividades laborais ou na circulação em novos espaços de disputa política).

Se tomarmos as carências e dificuldades, levantadas pelo conceito de divisão digital, podemos inferir as pré-condições para o uso engajado que os criadores de conteúdo para o YouTube demonstram ao utilizar a plataforma:

- 1) **Mentais:** experiências digitais motivadas e interessadas, familiaridade, tranquilidade e fortes atrativos para o uso (financeiros e reconhecimento);
- 2) **Materiais:** disponibilidade de computadores e conexão com a internet; disponibilidade e familiaridade com outros equipamentos como câmeras digitais, microfones e softwares de edição de vídeo;
- 3) **Habilidades:** facilidade em operar sistemas e equipamentos;
- 4) **Uso:** muitas oportunidades significativas para utilizar a Internet.

---

precisam ser adensados para que compreendamos as formas diferenciadas com as quais as pessoas se apropriam das novas tecnologias.

Estes elementos, combinados, auxiliam os criadores de vídeos a desfrutarem das possibilidades oferecidas pela plataforma em termos de ganhos pessoais. Vale destacar, como sugere Byung Chul-Han (2016), que o simples aumento do fluxo comunicacional e interativo não esclarece por si só o mundo. Se faz necessário investigar as implicações do crescimento desses fluxos na disseminação de grupos de opinião cada vez mais participativos e influentes, seja na reformulação de processos políticos como nos rearranjos das formas de ser e se relacionar com outras pessoas nos espaços digitais.

Se apenas o aumento comunicativo não é por si só um fator de maior resolução das questões da vida em sociedade, ele é antes de tudo um importante indicador para compreendermos as modalidades de agências emergentes através desses fluxos, dado que as capacidades necessárias à participação na sociedade têm sido dramaticamente alteradas pela era da informação. Uma das plataformas influentes na emergência destes novos sujeitos é o YT, cuja consolidação no cenário digital será analisada no próximo capítulo.

#### 4 A EMERGÊNCIA DO YOUTUBE COMO PLATAFORMA DIGITAL

O YT ganhava popularidade durante o ano de 2005 desde o seu lançamento em fevereiro e encontra seu ponto de inflexão com o investimento de US\$11.5 milhões, que começa a ser injetado a partir de novembro deste mesmo ano pelo grupo Sequoia Capital<sup>33</sup>. Surgia uma plataforma híbrida em meio a tantas novidades que brotavam no Vale do Silício: site de relacionamentos, repositório de vídeos, plataforma de *streaming* e, o que viria a tornar-se no futuro, uma complexa rede social e plataforma digital.

As notícias veiculadas sobre o site vinham acompanhados de números grandiosos, que supostamente deveriam traduzir algum grau de relevância para o leitor que com eles se deparava. Milhares de vídeos por minuto, milhões de acessos, trilhões de horas em conteúdo. A história do YouTube é indissociável dessa narrativa grandiloquente e de difícil comparação com qualquer outro site ou plataforma. Talvez a única comparação se dê com a Alphabet (conglomerado que gerencia a Google e suas subsidiárias), a segunda maior empresa do capitalismo global em disputa com a Apple e Amazon para se tornar a primeira companhia com valor de um trilhão de dólares<sup>34</sup>. Não por acaso que dezoito meses depois de criação do YT, a Google viria a anunciar a aquisição bilionária da nova plataforma de vídeos que não pararia de se expandir<sup>35</sup>.

Passados treze anos de sua criação, talvez seja difícil encontrar alguém entre a maior parte da população brasileira que possui acesso à Internet que nunca tenha ouvido falar do YT. Até mesmo a população a quem é negada a inclusão digital, ou aquela parte que nega ativamente incluir-se nesse mundo de avanços tecnológicos digitais, deve, ao menos, ter ouvido alguma menção sobre o site.

Durante esses treze anos se encaminha um processo de transição, no qual estes números passam a ser de menor valor na atribuição de importância sobre o que representa a plataforma, pois boa parte dos habitantes do planeta já ouviram falar, acessam como espectadores, postam vídeos, participam por comentários, ou

---

<sup>33</sup> Ver "Venture Firm Shares a YouTube Jackpot", disponível em: <http://www.nytimes.com/2006/10/10/technology/10payday.html>. Acesso em 26/01/2019.

<sup>34</sup> Ver "Amazon and the Race to Be the First \$1 Trillion Company", disponível em: <http://fortune.com/2017/03/31/amazon-stock-trillion-dollar-company-apple-tesla-google/>. Acesso em 26/01/2019.

<sup>35</sup> Ver "Google closes \$A2b YouTube deal", disponível em <https://www.theage.com.au/news/Business/Google-closes-A2b-YouTube-deal/2006/11/14/1163266548827.html>. Acesso em 16/02/2019.

simplesmente clicam no botão de “gostei” e “não gostei” para mostrar aprovação e desaprovação em relação a algum conteúdo.

Acompanhamos essa transição na mídia que passa a reportar a grandiosidade do YT em relação ao tráfego total da Internet dedicado ao seu uso. Não são mais bilhões de comentários nos vídeos e esvanece o número das trilhões de horas de conteúdo audiovisual retidas na plataforma, dando lugar a medidas de porcentagem total de tudo aquilo que circula na rede. Para o ano de 2019 é esperado que 80% de todo o tráfego na Internet seja dedicado aos vídeos através das plataformas de *streaming*, sejam elas pagas como Netflix ou semi-gratuitas como o YT<sup>36</sup>.

O site só perde para o Google em número de visitas, tanto no Brasil como na maioria dos outros países em que o acesso ao YouTube é permitido. Basta qualquer usuário apertar a tecla “Y” de seu teclado que a ferramenta de “auto completar” ou a sugestão das ferramentas de busca indicará a plataforma de *streaming*. Nos países em que seu acesso é bloqueado<sup>37</sup>, isso abriu mercado a outras plataformas como é o caso da “iQiyi” e “youku” na China, e do “aparat” no Irã, sinalizando que, independente do nome da empresa que provêem esse serviço há um desejo das pessoas em acessarem conteúdos audiovisuais na Internet.

Ao longo destes treze anos a inserção do YT no cenário digital altera drasticamente as lógicas da produção audiovisual na maioria do globo. O início da plataforma foi marcado por ferrenhas disputas judiciais com as grandes produtoras de conteúdo, em especial os estúdios cinematográficos de Hollywood (BURGESS; GREEN, 2009). Este cenário de mercado “belicoso” foi paulatinamente se transformando através de acordos e parcerias, apontando para um certo conformismo estratégico de uma indústria cinematográfica que luta em diversas frentes para não perder espaço, seja para produtores independentes de conteúdo, seja pelas lógicas de compartilhamento não autorizado de material com direitos autorais. De diversas maneiras os setores se

---

<sup>36</sup> Ver “Cisco Visual Networking Index: Forecast and Trends, 2017–2022”, disponível em: <https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/service-provider/visual-networking-index-vni/complete-white-paper-c11-481360.html>. Acesso em 26/02/2019.

<sup>37</sup> Na Coreia do Norte, ainda que o acesso à *Internet* seja limitado para nacionais, estrangeiros podem acessar via 3G pela operadora Koryolink. O acesso ao YT era permitido para estes até abril de 2016, quando o site fora bloqueado junto com Twitter e Facebook para não difusão de conteúdo “impróprio” e “antirrepublicano”. Fonte: <https://www.theguardian.com/world/2016/apr/01/north-korea-announces-blocks-on-facebook-twitter-and-youtube>. Acesso em 03/02/2019.

“acomodaram” às novas lógicas e as implicações da disseminação da plataforma extrapola a dimensão dos negócios, reverberando nas relações de controle do trabalho.

Considerando as questões expostas anteriormente, onde se procura explicitar a potência destes dispositivos tecnológicos, do tipo plataformas de redes sociais e suas implicações, de maior ou menor significância, nas dimensões sociais, culturais e tecnológicas e inevitavelmente nas questões de trabalho, se evidencia a força destas “máquinas digitais”, principalmente no que se refere ao estabelecimento de um tipo de controle. Se anteriormente externo, percebido no escopo da biopolítica, agora as novas tecnologias mediam exercícios de controle interno das pessoas sobre si mesmas. “As sociedades de controle estariam substituindo as sociedades disciplinares”, sugeria Gilles Deleuze (1992, p. 219).

Essa substituição aventada por Deleuze é percebida por Byun-Chul Han (2015) através das novas formas de poder do neoliberalismo trazidas ao cenário do trabalho. Cumpre resgatar o pensamento do filósofo sul-coreano, para refletirmos sobre o YT, porque seus textos trazem alguns dos argumentos teóricos que melhor iluminam o fenômeno da influência da Internet na vida contemporânea. De acordo com Han, as pessoas, nesse contexto, estariam submetidas a coações internas, na busca constante por rendimento e baseando suas vidas em ideais de otimização. A existência humana sob a sombra dessa concepção neoliberal de mundo estaria desembocando em uma crise de liberdade, originada no paradoxo entre pretensões de liberdade e sujeição à autoescravização. Só se considera livre quem tem um projeto a seguir, ou seja, há uma liberdade de *poder*, mais coercitiva que a velha liberdade do *dever*. A exploração sob o neoliberalismo seria mais eficiente, pois se daria voluntariamente.

Han critica a noção da liberdade na contemporaneidade como uma virtude pessoal, proposta típica do neoliberalismo dominante. Dos escritos de Marx, retoma a ideia da impossibilidade de existência de liberdade para além da comunidade, pois seria uma realização mútua. O próprio entendimento da liberdade como um ato individual seria uma astúcia do capitalismo.

Nesse modelo o capitalismo converte o trabalhador em empresário de si mesmo, instaurando uma luta de classes interna que se dá dentro de cada um. É difícil distinguir grupos sociais, como anteriormente, em proletários e burgueses. A vigilância, no interior de um pan-óptico pessoal, converte pessoas em vigias de si mesmos, instaurando uma ditadura do capital fundamentada na autoexploração sem classes. Isso levaria a um

sentimento de esvaziamento das possibilidades de revolução social, pois esta dependeria do enfrentamento entre exploradores e explorados. Ao assumirem para si responsabilidades próprias do sistema, os trabalhadores estariam fadados ao fracasso no escopo de uma sociedade do rendimento. O neoliberalismo transformaria o sujeito revolucionário em um sujeito depressivo, cansado de ser si mesmo (EHRENBERG, 2000).

Desse modo, o conceito de trabalho passa a abranger outras conceituações, se insere e se apropria de outras formações discursivas, vinculando seu significado e prática a novas regras, profundamente vinculadas e determinadas no tempo e espaço (FOUCAULT, 1987, p. 136) transferindo outras concepções que tendem a romper com discursos mais tradicionais, como em relação a ideia de trabalho.

Considerando este espaço emergente digital que se imbrica cada vez mais profundamente no espaço social orgânico, outras relações de saber e poder se materializam e passam a se consolidar inexoravelmente. Sem dúvida estas hibridizações entre os espaços orgânicos e virtuais afetam a sociedade e, dessa forma, os trabalhos e suas repercussões.

#### 4.1 A EMERGÊNCIA DE UM NOVO ESPAÇO DE TRABALHO

As pessoas acham que é super fácil [gravar vídeos para o YT]. Assim, todo trabalho tem trabalho e o YT não é diferente. Costumo dizer que é um trabalho que dá trabalho. O que acontece? As pessoas se iludem - "nossa, vou virar uma YouTuber e começar a ganhar dinheiro" - e aí elas acham que é só ligar a câmera, gravar e pronto, no dia seguinte a conta já tá recheada. Não é assim gente. Tem muita coisa por trás, é um trabalho de formiguinha. Eu demorei onze meses pra receber R\$300. Em um ano, de 31 de janeiro de 2014 ao dia 31 de janeiro de 2015 eu recebi U\$258. Ou seja, demorei um ano pra ganhar R\$794. [...] não pense em entrar no YT pra fazer dinheiro, você vai se frustrar. (YouTuber de Cuiabá, 34 anos, transcrição de trecho de vídeo publicado em 27/09/2017).

As circulações do poder, estritamente no sentido das grandes plataformas de disponibilização de conteúdo na Internet, colocam o YT no centro de disputas que vão muito além do próprio conteúdo veiculado. Os otimistas da potência tecnológica na formação de novos mercados e novas sociabilidades, circulação de saberes e no exercício dessa nova cidadania, não podem negar o paradoxo que se edifica nesse processo. Uma gigantesca corporação que luta na justiça para se defender das acusações de formação de



monopólio<sup>38</sup> é ao mesmo tempo a precursora de uma ferramenta capaz de dar voz e ressonância às disputas de atores locais no engajamento de causas específicas. Cumpre-se a “fagocitose” da crítica já aventada por Luc Boltanski e Ève Chiapello (2009), em que o capitalismo através de suas empresas incorpora as críticas e cria produtos que atendem, precisamente, as necessidades suscitadas pelas demandas populares oriundas de mobilizações e movimentos sociais.

Por meio de uma gigantesca corporação e de seus fluxos desencadeados em todas as esferas da produção, ainda calcados na produção de mais valia que concentra riqueza e reproduz desigualdades, é aberto um espaço inovador em que atores podem envolver-se em processos anteriormente vedados à sua participação (no contexto das mídias tradicionais). Contudo, o paradoxo emerge e denota que o ato de “dar voz” digital a grupos que não estabeleçam coesão em relação a auto-organização social podem se perder em labirintos digitais, sem uma repercussão mais radical no espaço político social orgânico.

Em relação a produção de valor nesse novo espaço, certamente não há alterações significativas, do ponto de vista da estrutura e potência como são materializados, em relação aos meios de comunicação que o precedem. Ainda se paga por tempo e espaço nos anúncios publicitários. O que muda sim, drasticamente, é a gama de espaços em que anunciantes podem se fazer presentes. Uma empresa no ramo de cosméticos pode selecionar canais de criadores de conteúdo que se dedicam a esse universo cultural. Fabricantes de ferramentas elétricas podem direcionar suas campanhas em canais inseridos na cultura do DIY (*Do it yourself* ou “faça você mesmo”). Entre tantos exemplos possíveis, percebemos que a plataforma de *streaming* emerge para embaralhar conceitos canônicos no ramo da comunicação. As relações de poder e saber, no entanto, tendem a ser mantidas numa mesma estrutura de relação, consolidando interesses em ganhos e lucros, com o mínimo de risco para os grandes investidores.

Nesse contexto, vale salientar que a publicidade no YT não emerge desde sua criação. Ainda que seus criadores nunca tenham escondido seu potencial econômico, é a partir do processo de monetização dos canais em 2012 que há um salto, significativamente simbólico e com repercussões materiais, conformando o gérmen da mudança no mercado de trabalho que se procura analisar neste trabalho. A monetização

---

<sup>38</sup> Ver “Google faces record-breaking fine for web search monopoly abuse”, disponível em: <https://www.telegraph.co.uk/business/2016/05/14/google-faces-record-breaking-fine-for-web-search-monopoly-abuse/>. Acesso em 16/02/2019.

de um canal produtor de conteúdo é, basicamente, um processo pelo qual há uma percepção do YT de que o conteúdo produzido possui potencial econômico de um lado, e, de outro, que os próprios produtores de conteúdo se veem motivados a perceber a atividade como fonte de retornos financeiros. A megacorporação intermedia uma relação entre anunciantes e canais, ficando com uma fatia de ao menos 45% dessa negociação através de sua subsidiária AdSense. Nas palavras de um YouTuber brasileiro radicado nos Estados Unidos, que produz conteúdo para gamers, o YT tem que lidar com uma situação “complicadíssima”

... porque tem que cumprir as leis de direitos autorais, tem que lutar contra o lobby que rola nos EUA e tem que servir também os criadores de conteúdo que surgiram na plataforma e também o público. Ele é quase como um mediador disto tudo. Por exemplo, o sistema do content ID<sup>39</sup> não existe por vontade própria do YouTube, ele é obrigado a ter o content ID nos moldes como funciona. O YouTube não gostaria de ficar aplicando *strike* de *copyright* nos canais, mas ele é obrigado a fazer isso e eu não acho que outras empresas teriam capacidade de administrar uma plataforma como o YouTube faz. Porque é muito complexo o sistema. Eu no passado já reclamei muito do content ID e depois eu me toquei: "cara, eu não tenho que reclamar do content ID, eu tenho que reclamar dos caras que obrigam o YouTube a ter esse sistema e das empresas que abusam do sistema" (Transcrição de um trecho de vídeo publicado em 05/10/2018).

Ainda que críticas sejam dirigidas ao gerenciamento da plataforma por criadores de conteúdo, a defesa dos YouTubers das maneiras com que o YT a administra legitimam as relações de poder na sua administração. A ideia de que o YouTube seja um empregador é totalmente absurda na visão de seus “colaboradores” ou “parceiros” como são chamados os trabalhadores que diariamente dedicam horas na criação de vídeos para o site. A ideia da autogestão do trabalho se alinha à concepção de dissolução de quaisquer laços com a fonte pagadora do trabalho e percebemos a noção de plataforma como um dos mecanismos mais bem-acabados de dominação das empresas capitalistas contemporâneas sobre os trabalhadores. Dessa forma, existe uma distorção radical do sentido político da ideia de autogestão que pressuporia uma capacidade decisória muito maior para o produtor de conteúdo, contudo, este não gerencia as regras da plataforma,

---

<sup>39</sup> Proprietários de direitos autorais podem utilizar um sistema chamado Content ID para identificar e gerenciar o conteúdo deles no YouTube com facilidade. Os vídeos enviados ao YouTube são verificados em relação a um banco de dados de arquivos enviados a nós pelos proprietários do conteúdo. Os proprietários de direitos autorais decidem o que acontece quando o conteúdo em um vídeo no YT corresponde a uma obra pertencente a eles. Quando isso ocorre, o vídeo recebe uma reivindicação do Content ID. Ver “Como funciona o Content ID”, disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/2797370?hl=pt-BR>. Acesso em 26/01/2019.

não define caminhos nem repercussões de suas ações caracterizando um tipo muito mais próximo do que poder-se-ia denominar auto exploração.

A publicidade possui, como mencionamos, diferenças com aquela destinada à mídia tradicional. Ela é mais direcionada, dinâmica e deve ser alinhada aos desejos dos possíveis consumidores específicos. Os “canais parceiros” são aqueles que aceitam o processo de valoração de seu espaço no virtual, no interior dos seus vídeos, e passam a se comprometer ativamente com as políticas e diretrizes estabelecidas pelo YT<sup>40</sup>. Não pode haver incitação à violência, crime ou ódio; não deve ser veiculado conteúdo sexualmente explícito; o conteúdo veiculado deve respeitar as leis de direitos autorais, entre diversas outras regras que devem ser seguidas.

Importa nesse momento destacar que a possibilidade de monetização de conteúdo cria um novo mercado de trabalho, de pessoas que passam a estar envolvidas na produção de vídeos como uma atividade laboral, seja direta ou indireta. As estruturas dos canais são extremamente diversificadas, desde aqueles que transmitem conteúdo de maneira individual e independente àqueles que o fazem através de produtoras profissionais de vídeos. Soma-se a isso diversas outras configurações que aproximam os canais de empresas tradicionais, tendo estruturas jurídicas, funcionários, divisão do trabalho e das tarefas, hierarquia e estrutura temporal de delimitação de jornada de trabalho. Para que conheçamos um pouco mais desse cenário, trazemos a seguir dados quantitativos sobre o trabalho na plataforma, coletados através da técnica de *web scrapping* descrita na seção metodológica.

## 4.2 DESCRIÇÃO AMOSTRAL<sup>41</sup>

Em 2012 o YouTube lança o seu “programa de parceiros”, disponível em 20 países (incluindo o Brasil) (Fig. 4). Atualmente, em 2019, a possibilidade de obter retornos financeiros com a criação de vídeos está disponível em 97 países (Fig. 4). Essa possibilidade de ganhar dinheiro com a criação de vídeos atraiu uma série de criadores

---

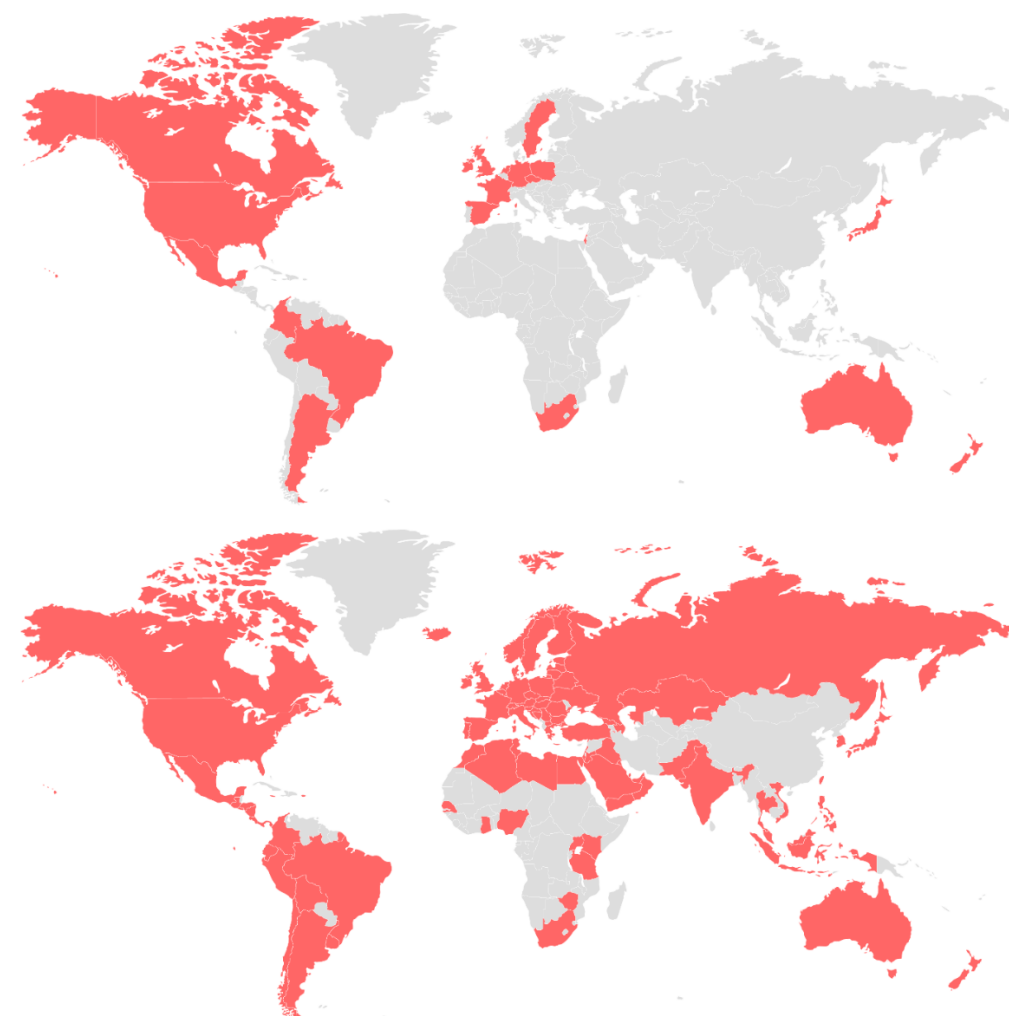
<sup>40</sup> Ver capítulo 5.

<sup>41</sup> Dados coletados em 01/12/2018, resultante da terceira tentativa. Coletas anteriores foram realizadas em 23/07/2018 e 03/09/2018. Diversos ajustes no código, neste período, foram necessários para diminuição de *bugs* e inconsistências.

de conteúdo para a plataforma. No Brasil a atividade ainda é pouco conhecida em relação às suas dimensões e ao apresentar os dados coletados na plataforma pretendemos auxiliar no preenchimento desta lacuna.

Percebemos que dentro de um período de 7 anos a plataforma apresentou uma estratégia arrojada de expansão do programa de parceiros para diversos países. Isso implica que em cada vez mais lugares é possível obter retornos financeiros através da criação de vídeos para a plataforma. Isso nos leva a constatar que a estratégia de expansão do YT, passando de 20 a 97 países (aumento de 385% em 7 anos), constitui-se como um dos maiores processos de ampliação de uma empresa no contexto do capitalismo digital, em termos de captação de mão de obra sem quaisquer vínculos trabalhistas.

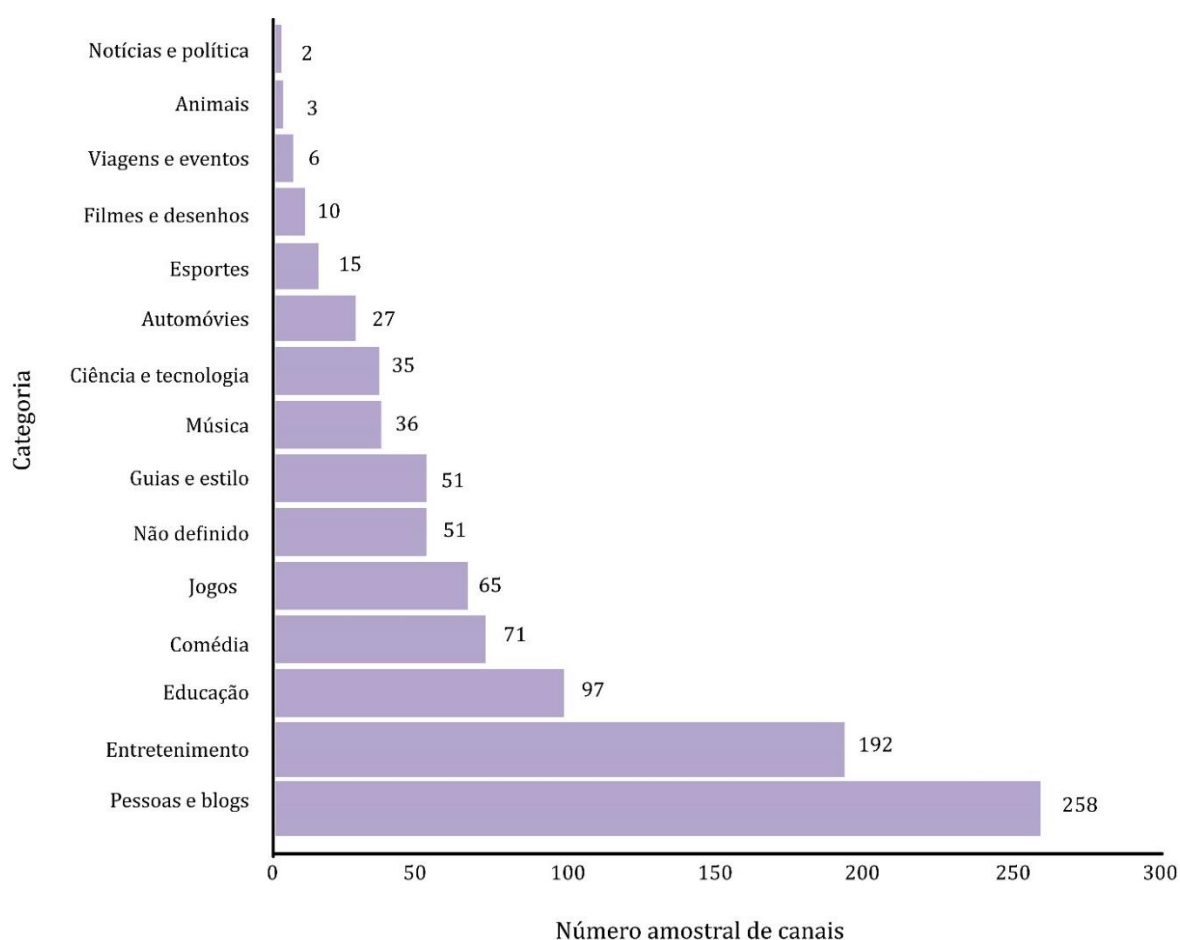
Figura 4 – Países onde há programa de parceiros do YouTube - 2012 e 2019



FONTE: Elaboração do autor. Dados sobre o programa de parceiros do YouTube disponíveis em: <https://youtube-creators.googleblog.com/2012/04/being-youtube-creator-just-got-even.html> e <https://support.google.com/youtube/answer/7101720?hl=en>. Mapa mundi vetorial disponível em: [https://www.freepik.com/free-vector/world-map-blue-template\\_718596.htm](https://www.freepik.com/free-vector/world-map-blue-template_718596.htm). Acesso em 10/01/2019.  
LEGENDA: Hachurado em vermelho países onde há programa de parceiros do YT.

No Brasil, um dos lugares em que o programa de parceiros inicia desde 2012, a criação de conteúdo para a plataforma como uma forma de trabalho se amplia e um número cada vez maior de pessoas passa a se dedicar à atividade. Cumpre destacar que não é apenas a quantidade de pessoas realizando uma determinada atividade laboral que garantirá sua importância como um fenômeno social e sociológico. Entretanto, é importante que conheçamos estes números para verificarmos a quantidade de pessoas envolvidas na atividade. Agrupamos os 919 canais selecionados (com o ponto de corte em 50.000 inscritos) em 15 categorias:

GRÁFICO 15 - NÚMERO DE CANAIS POR CATEGORIA - DEZEMBRO DE 2018

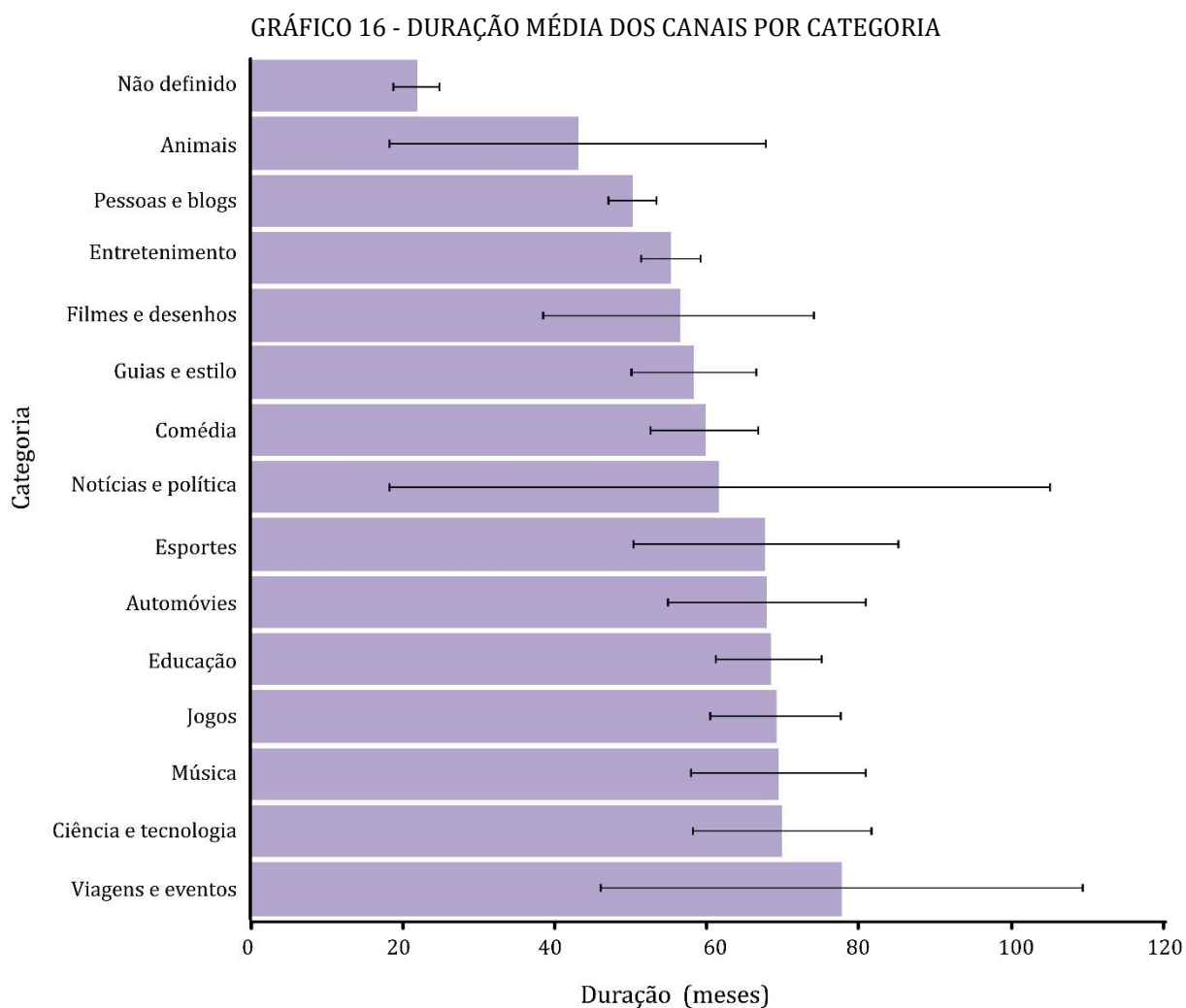


Fonte: Elaboração do autor a partir de dados coletados no YT e Social Blade.

As três categorias com mais canais (“Pessoas e *blogs*”, “Entretenimento” e “Educação”), somadas, representam 59% da amostra. Cumpre destacar que os próprios criadores de conteúdo informam, no momento de upload de cada vídeo, a qual categoria pertence. O pertencimento de um canal a uma categoria diz respeito à maior quantidade

de vídeos em determinada categoria. Isso implica que alguns canais podem ser classificados como de “Jogos”, ainda que possuam diversos vídeos classificados como “Entretenimento” ou “Educação”. Há também uma sub-representação de canais classificados como “Notícias e política”. Isso não implica a inexistência de canais de “Pessoas e blogs” que tratem exclusivamente destas temáticas.

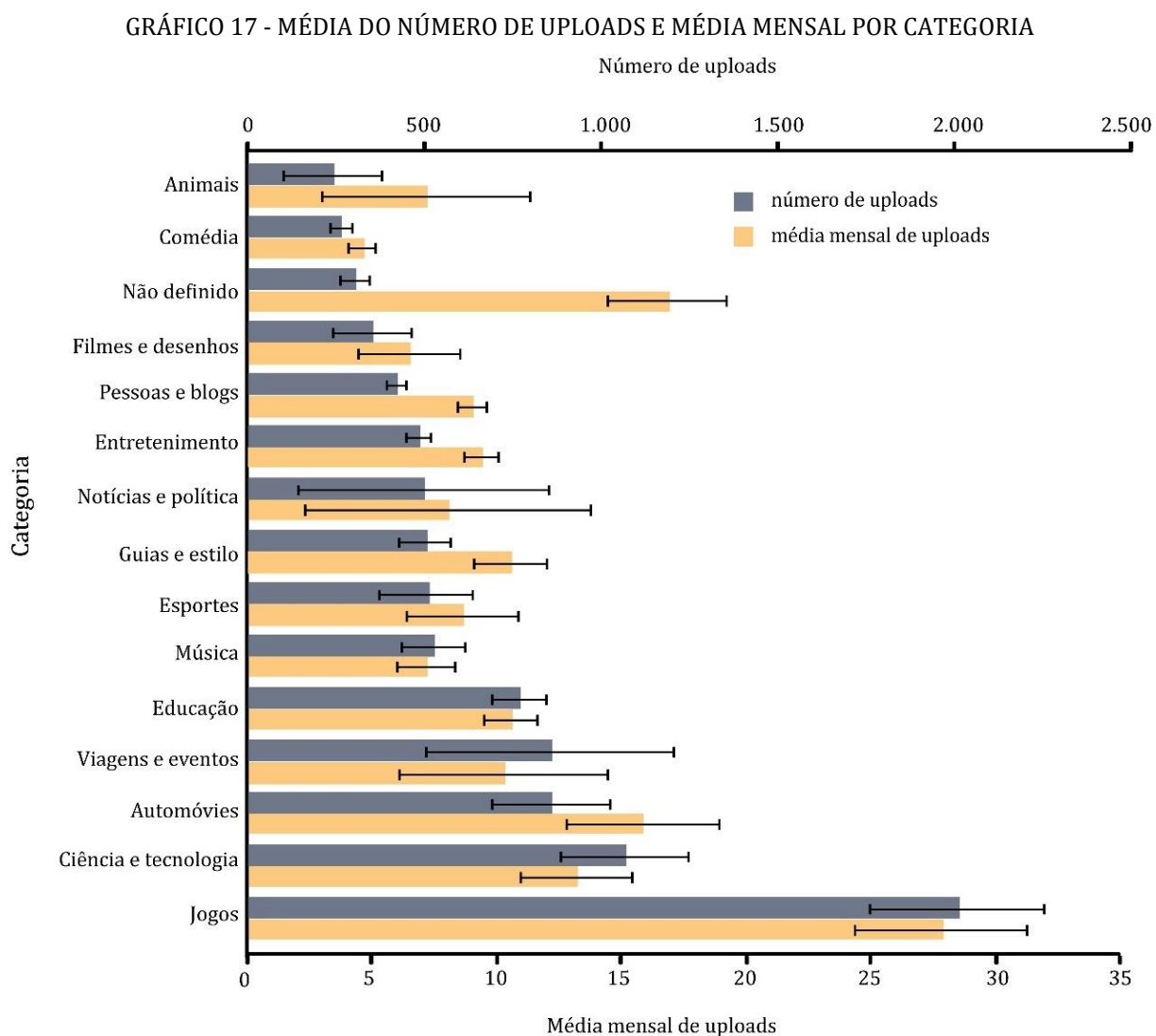
Uma importante característica da criação de vídeos para o YT, que nos leva a considerá-la como uma atividade laboral, diz respeito à quantidade de tempo que os trabalhadores se dedicam. Para captar o tempo que os YouTubers estão na plataforma, estabelecemos a variável “Duração”, resultante da diferença (em meses) do último upload e o primeiro upload. Depois de calcular a duração de cada canal da amostra, realizamos as médias no interior de cada categoria:



Fonte: Elaboração do autor a partir de dados coletados no YT.

A linha em preto nas barras significa o erro padrão para cada categoria. Em categorias com um número amostral baixo (como “Notícias e política”) há um erro padrão maior do que em categorias com “n” alto (como “Pessoas e blogs” e “Entretenimento”). A partir destes dados, percebemos que, na amostra de 919 canais, os canais com número acima de 50.000 inscritos estão na plataforma há 60 meses (média das médias das categorias), ou seja, 5 anos.

Um dado importante que se relaciona à duração do canal é a quantidade de vídeos produzidos pelos criadores de conteúdo. A periodicidade é um dos elementos mais importantes que nos leva a considerar a atividade como um trabalho e podemos captá-la através do número de envios (uploads) e pela média mensal, por categoria:



Fonte: Elaboração do autor a partir de dados coletados no YT.

Somamos o número de uploads de cada canal e realizamos a média de envios por categoria (em cinza). O eixo x (de cima) representa o número de uploads em quantidade de vídeos. O eixo x (de baixo) representa o número de uploads médios mensal. A linha em preto representa o erro padrão (erro maior em "n" amostral menor – Ver "Gráfico 15 - Número de canais por categoria - Dezembro de 2018"). Dividimos esta média de uploads total, por categoria (barras cinza), pela quantidade de tempo (duração média, por categoria). Isso resultou na "média mensal de uploads" (barra amarela).

O número de uploads não necessariamente se relaciona com número de visualizações. Separamos "Música" e "Filmes e desenhos" das demais categorias, pois estas se destacam por médias muito elevadas de visualizações dos vídeos mais populares (dos canais dentro destas categorias), bem como na média de visualizações gerais ("Gráfico 18 - Média das visualizações do mais popular e média de visualizações").

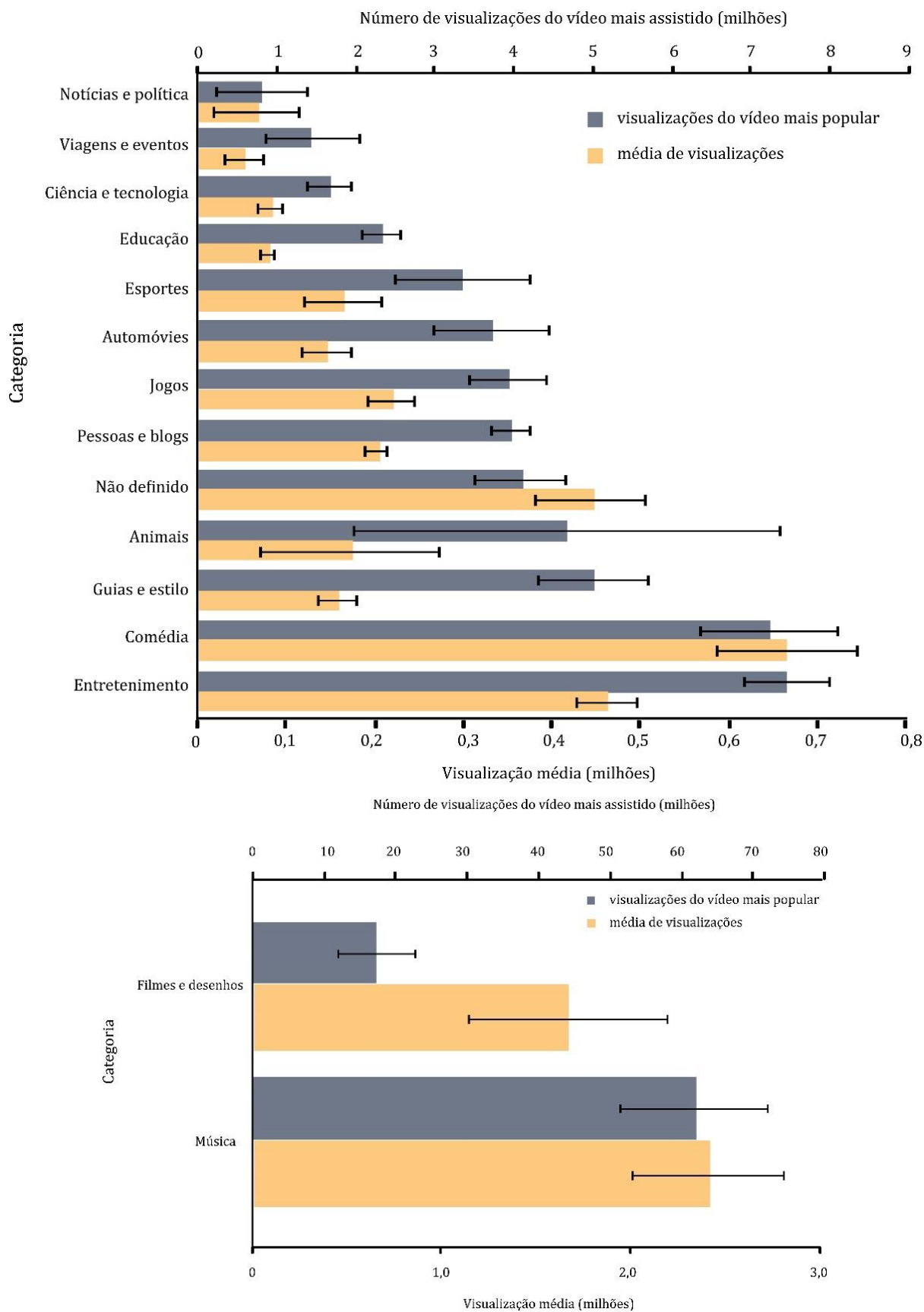
Na maior parte dos casos (11 categorias) o número de visualizações dos vídeos mais populares (calculado através da média dos vídeos mais populares dos canais de uma determinada categoria) supera os valores das médias. Isso indica que os vídeos mais populares, conhecidos como "virais", superam o número de visualizações médias que os canais possuem.

Esta característica se inverte nas categorias "Não definido", "Comédia", "Filmes e desenhos" e "Músicas". Isso pode ser percebido pela média de visualizações dos vídeos ser mais alta que a média de visualizações apenas em vídeos virais. Ou seja, nestas quatro categorias, existe uma grande quantidade de vídeos com muitas visualizações. Ressalta-se ainda as indicações do erro padrão através da linha preta em cima das barras, com erros maiores para "n" amostral menor.

Em relação aos vídeos "Não definidos", estudos mais detalhados são necessários para que compreendamos os porquês da diferença. Em relação às "Filmes e desenhos" e "Músicas", supomos, através da observação *online*, que nestas três categorias há maior influência de outras mídias tradicionais, além de apresentarem uma utilização diferenciada da plataforma, como streaming para assistir filmes e desenhos, (se assemelhando a outras plataformas como o Netflix) e também como streaming de música (se assemelhando a plataformas como Spotify e iTunes). Como as músicas são incluídas em playlists e tocadas repetidas vezes (característica menor de vídeos "normais"), isso eleva tanto o número de visualizações como as médias gerais.



GRÁFICO 18 - MÉDIA DAS VISUALIZAÇÕES DO MAIS POPULAR E MÉDIA DE VISUALIZAÇÕES



Fonte: Elaboração do autor a partir de dados coletados no YT.

Em relação aos rendimentos médios, obtivemos dados a partir da plataforma Social Blade. Este é um site de estimativa dos ganhos de cada canal baseado em uma série de métricas, compostas por elementos como o CPM (custo por mil) que é o valor pago pelos anunciantes por mil visualizações em cada vídeo. Quanto maior o número de visualizações, maior será o rendimento do canal com publicidade. Esse valor, do CPM, varia entre U\$0,25 e U\$4,00 (R\$0,965 e R\$15,44<sup>42</sup>). A variação do CPM depende do impacto do canal, medido tanto pelo engajamento dos usuários nos vídeos como pelo impacto de cada vídeo enviada à plataforma (para que o CPM seja maior, é necessário que os vídeos do criador do conteúdo possuam impacto e não apenas que alguns poucos vídeos sejam muito acessados).

O CPM também varia de país para país, tendo os criadores de conteúdo dos países mais ricos em vantagem em relação aos países mais pobres. Isso indica que a visualização de um usuário no Canadá “vale mais”, por exemplo, que a visualização de um Sul Africano.

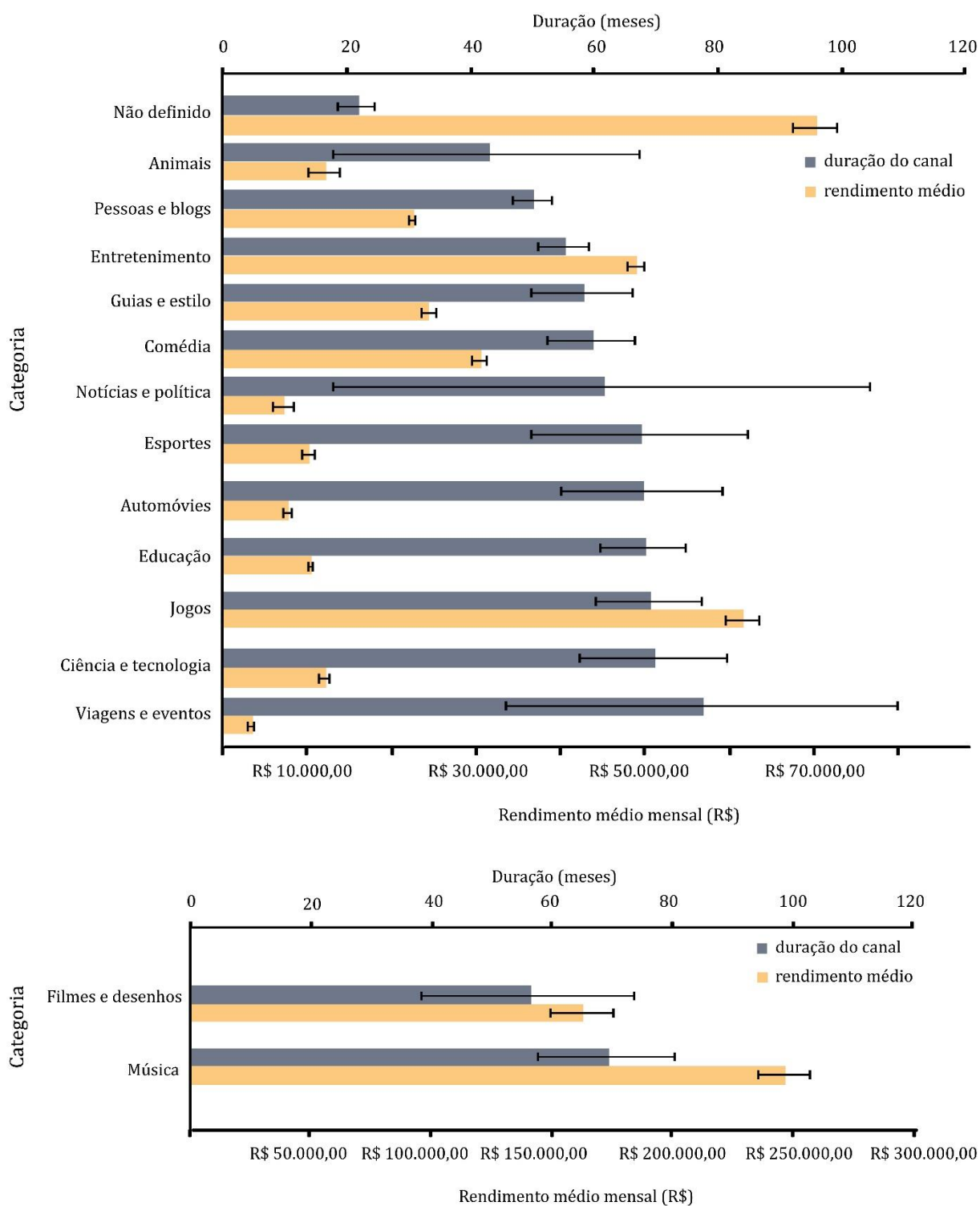
Isso implica que, a cada 1.000.000 de visualizações o criador de conteúdo receberia entre R\$965,00 e R\$15.440,0. A grande variação faz com que os YouTubers ressaltem, em diversos vídeos, que as estimativas não são confiáveis. A partir da observação *online*, em diversos vídeos que os YouTubers comentam tanto as estimativas do Social Blade quanto seus ganhos na plataforma, percebemos que o CPM, na maioria dos casos no Brasil, está mais próximo do mínimo. Alguns YouTubers relatam que, grosso modo, 1.000.000 de visualizações renderiam em torno de U\$600,00 (R\$2.316,00), ou seja, um valor quase 7 vezes menor que o valor máximo e 2 vezes e meia maior que o valor mínimo.

Para uma aproximação dos rendimentos médios dos canais (por categoria), utilizamos o valor médio (máximo subtraído do mínimo dividido por 2). Conforme o “Gráfico 19” percebemos que não há correlação aparente entre o tempo de duração dos canais (em meses) e o rendimento médio. Novamente as categorias “Não definido”, “Filmes e desenhos” e “Música”, se destacam frente às outras, agora em relação não apenas às visualizações, mas também em relação aos rendimentos médios. Deduzimos que, no caso de “Filmes e desenhos” e “Música”, existem possíveis correlações entre os possíveis ganhos com o YT e notoriedade em outras mídias (rádio, televisão, filmes).

---

<sup>42</sup> Cotação do dólar comercial em 01/12/2018, data da coleta dos dados. Disponível em: <https://www.neocambio.io/cotacao/dolar/01-12-2018>. Acesso em 01/12/2018.

GRÁFICO 19 - GANHOS MENSAIS MÉDIOS POR CATEGORIA



Fonte: Elaboração do autor a partir de dados coletados no YT e no Social Blade.

### 4.3 O YOUTUBE COMO ELEMENTO TRANSFORMADOR DAS MÍDIAS

A plataforma-site-repositório-rede social, esse híbrido que se transforma na medida em que novos elementos ganham espaço, alterna ritmos de profusão na vida das pessoas proporcionados pelas novas tecnologias, que vão desde a produção de conteúdo até renovadas formas de fazer publicidade – incluindo-se aqui os “cirúrgicos” algoritmos<sup>43</sup> que cada vez mais direcionam anúncios para perfis específicos de consumidor.

Elemento de destaque nesse processo de profusão é a influência que o YT possui em diferentes gerações. Boa parte dos jovens nos dias de hoje está bastante acostumada com as dinâmicas de *streaming*, sejam elas acessadas via *smartphones*, *tablets*, computadores ou *smartvs*. Isso implica a alteração de lógicas de interação e relacionamento com o conteúdo, bem como indicam que dificilmente este é um caminho que terá retorno, ainda que pessoas tomadas por nostalgia queiram fazer disso um fator de distinção geracional – a ideia de que as gerações atuais possuem defeitos justamente por terem sido forjadas no bojo desse caldo tecnológico.

Há alterações profundas nos campos diretamente relacionados com o que o site vem a representar. Cinema, publicidade e *marketing* e o setor da comunicação em geral, tem a criação do YouTube como um divisor de águas. Surge um novo local virtual em que é necessário anunciar, pois os espaços tomados pelas mídias tradicionais como rádio, televisão e jornal, não atingem camadas da população que tem no *streaming* sua maior fonte de acesso à informação. E não é apenas um novo espaço para anunciar, como se isso pudesse ser conduzido através das mesmas práticas de trabalho que culminavam nas campanhas em mídias tradicionais, ao passo em que as lógicas internas exigem dos profissionais envolvidos nesse processo uma flexibilização intensa dos padrões que imprimiam até então em suas práticas. Publicitários precisam lidar com a lógica de micro anúncios, nos quais cinco segundos é o tempo destinado a passar uma mensagem e seduzir potenciais consumidores. Além da temporalidade, altera-se também sua inserção, na medida em que o desenvolvimento da informática e da programação vai permitindo a introdução de anúncios em outras formas como nos *pop-ups*. Até mesmo o clássico *merchandising* em que o anunciante aparece citado nos vídeos tem que ser repensado. Eclode uma nova estética em que o poder da sugestão deve acompanhar práticas e

---

<sup>43</sup> Ver “Sistemas de recomendações e actância do algoritmo” no capítulo 5.

costumes que tomam o consumidor/espectador como sujeito ativo desse processo, já que nas mídias contemporâneas o receptor pode devolver sinais, fazer escolhas e dar um *feedback* para as propostas que lhe são apresentadas sejam elas publicitárias, filmes ou outras possibilidades que incluem estes níveis de interação.

Os impactos na informática são também significativos, pois seu próprio desenvolvimento – tanto de *software* como *hardware* -, toma como ponto de partida as necessidades que emergem no uso de plataformas como o YT. Mencionando o *hardware*, o tamanho e qualidade das telas de dispositivos móveis não seria fator decisivo caso os novos sites e plataformas fossem apenas de áudio e texto sem a possibilidades de retorno do receptor para o proponente da mídia. No lado do *software*, cria-se vasto campo em que é necessário resolver problemas novos como compressão e conversibilidade de formatos empregados na gravação do conteúdo.

Entretanto, não é apenas nesses campos diretos de influência que a emergência do YT e de outras redes sociais reconfigura espaços de trabalho. Os processos políticos estão cada vez mais atrelados às suas relações com o digital, como é o caso emblemático da influência das notícias falsas nas eleições norte-americanas de 2016 (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017) e, recentemente, na Itália, que teve sua rede inundada de robôs russos dispersando notícias falsas provenientes de grupos de ultradireita na tentativa de influenciar o pleito legislativo de 2018<sup>44</sup>. Conseqüentemente, nenhum candidato viável em qualquer disputa acharia sensato fazer uma campanha apenas nas mídias tradicionais.

No campo educacional o YT representa uma potente arma de transformação social. São inúmeros os canais dedicados a produção de conteúdo informativo e didático, assim como usuários que postam vídeos ensinando práticas inseridas em uma cultura ampla do DIY (*do it yourself*, ou “faça você mesmo”). O impacto se percebe tanto no processo de escolarização tradicional como na troca de saberes de práticas outras. Como limpar sua casa, como organizar o guarda-roupa ou uma mala para viagem, como se vestir para uma entrevista de emprego ou como aprimorar técnicas clínicas na área médica (TOPPS; HELMER; ELLAWAY, 2013). São incontáveis exemplos de inúmeros tópicos, inundados de fontes diversas e que podem ser acessados rapidamente.

---

<sup>44</sup> Ver “Redes russas foram ativadas para ajudar a ultradireita na Itália”, disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/01/internacional/1519910356\\_562686.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/01/internacional/1519910356_562686.html). Acesso em 03/02/2019.

Nota-se que a plataforma, cujo slogan inicial era “seu repositório de vídeos”, transforma-se em um espaço dinâmico de fluxos interacionais próprios da interatividade nas redes sociais. O *slogan* atual da empresa, “*broadcast yourself*” (transmita-se), indica que não se projeta apenas como um espaço para guardar conteúdo e, sim, como um lugar para que qualquer um possa transmitir quaisquer informações que deseje (desde que respeitadas as regras da plataforma).

Se, de um lado, há a construção dessa narrativa otimista, em que o espaço virtual recoloca a agência dos indivíduos como protagonistas do que é feito e consumido para além da passividade das mídias tradicionais, de outro, emerge e se expande a percepção crítica de que a maioria do que circula é um conteúdo ruim ou de má qualidade. Nesse sentido nos colocamos mais como observadores de um processo do que propriamente juízes daquilo que está acontecendo. Assim como no surgimento de todas as inovações tecnológicas, ocorre, em paralelo, um processo de deslegitimação e disputa que tenta recolocar o tradicional em seu, pressuposto, devido local de importância. Ainda que não se negue que possa haver muito conteúdo de qualidade discutível, é também inegável a confusão entre a potência da tecnologia na difusão de novas práticas com o discurso elitista de eleição de conteúdo legítimo.

Os discursos e as narrativas pessimistas, ou contrárias às redes sociais em particular, estão cada vez mais presentes nos debates na esfera pública. A ideia de que as redes sociais afastariam as pessoas por justamente tentarem emular algo impossível de ser copiado, que é a interação face a face, é recoberta de uma construção histórica de um passado em que tais interações se colocariam de maneira mais legítima, no sentido de consecução do ideal humano. Podemos afirmar que a ineficácia destas críticas se deve, precisamente, a generalizações difíceis de sustentar argumentativamente. As redes sociais e as novas tecnologias digitais são múltiplas e possuem diferentes sentidos e profusões no universo social. Nesse contexto, é necessário que conduzamos análises pormenorizadas de cada espaço virtual, pois existem diferenças internas de uso e impacto de cada rede social específica.

Esse choque entre tradição e inovação oferece pistas da importância da compreensão desse processo nas dinâmicas contemporâneas, seja na produção de novas subjetividades como na emergência de novos espaços de produção material. O espaço simbólico e material ocupado por um site como YT é resultado da sua figura central no processo de expansão das ferramentas de *streaming* na Internet. Diversas outras

plataformas disputaram com o YT esse lugar<sup>45</sup>, além de coexistirem por serem destinadas a nichos muito específicos<sup>46</sup>. A diferença dessas plataformas para o YT parece se dar em escala do acervo, facilidade de acesso e democratização da linguagem e do conteúdo. O YT engloba, de certa maneira, todos os nichos e até mesmo nichos de plataformas outras baseadas apenas em conteúdo de áudio. Não é raro que um músico, por exemplo, lance seu disco no YT, ainda que o faça apenas com o áudio, fazendo com que indiretamente o site concorra com aplicativos e plataformas dedicadas apenas a reprodução de conteúdo musical (como Deezer, Spotify etc.)<sup>47</sup>.

Fica bastante evidente que esse incremento tem correlação direta com a possibilidade de as pessoas acessarem as plataformas. A explosão nas vendas de dispositivos móveis com acesso à internet acompanha um processo global de edificação de uma vasta infraestrutura que possibilita a chamada, superficial, “inclusão digital”, conceito discutido no capítulo anterior. As métricas dos organismos internacionais como a ONU e nacionais como o IBGE<sup>48</sup>, passam a correlacionar o acesso à internet e aos meios de comunicação digitais com a qualidade de vida e o índice de desenvolvimento de uma localidade. Acessar a internet e participar ativamente, seja como espectador ou produtor, torna-se um elemento constitutivo da cidadania contemporânea.

Não poderíamos afirmar se efetivamente o acesso de toda população à internet traria consigo elementos inclusivos que alterariam a estrutura de desigualdades da sociedade como um todo. Isso não impede que estados nacionais em parcerias com empresas privadas venham ampliando massivamente a infraestrutura existente, no intuito duplo de atender demandas da população ao mesmo tempo em que procura saciar a voracidade dos mercados na busca por novos consumidores. De qualquer forma, para além das transformações desencadeadas nas mídias com o surgimento do YouTube, existe

---

<sup>45</sup> Um exemplo é o Revver, um site de compartilhamento de vídeos que inaugurou a possibilidade de anúncios publicitários nos vídeos. O site não existe mais, ver o verbete “Revver” disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Revver>. Acesso 07/07/2018.

<sup>46</sup> Como a plataforma para vídeos em alta definição “Vimeo” e para filmes “cult” “Mubi”.

<sup>47</sup> Em 2015 o YT lança, nos EUA, sua versão de *streaming* de músicas, No Brasil o serviço está disponível desde 25 de setembro de 2018.

<sup>48</sup> A “World summit on the information society”, cúpula das Nações Unidas realizada em 2003 em Genebra, inicia a discussão que o direito a acessar a *Internet* faz parte da possibilidade individual do exercício da liberdade de expressão, opinião e outros direitos fundamentais. Ver “Building the Information Society: a global challenge in the new Millennium”, disponível em: <http://www.itu.int/net/wsis/docs/geneva/official/dop.html>. Acesso em 12/12/2018.

No Brasil, a partir de 2005 a PNAD, em um convênio entre IBGE e o Comitê Gestor da *Internet* (CGI.br), inclui na pesquisa dados sobre o acesso à *Internet* e a posse de telefone celular para uso pessoal. <https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/acessoInternet/default.shtm>.

um contexto mais geral de transformações que diz respeito à irreversibilidade das TICs, cada vez mais presentes no cotidiano.

#### 4.4 A IRREVERSIBILIDADE DAS TICs

Poderíamos seguir a presença massiva das TICs no cotidiano a partir de diversos acontecimentos, que se tornam cada vez mais triviais na vida contemporânea. Um deles é o recebimento de mensagens através dos *smartphones*, como esta que recebemos no momento da redação desta seção:

A **Polícia Rodoviária Federal** deu início ao **monitoramento de rodovias** com o uso de **DRONES**. As rodovias que já encontram-se sob monitoramento são as BRs: 116, 101, 381, 324, 040, 153, 407

- Tenha atenção nas estradas e respeite as sinalizações.
- Mantenha os faróis ligados.
- Use o cinto de segurança.
- Não fale ao celular enquanto dirigir.
- Mantenha as duas mãos ao volante.

*Compartilhe a informação.*

(Enviado por 'Sogro' em 17/07/2018 às 15:13, grifos originais da mensagem).

A mensagem veiculada no grupo de WhatsApp da família traz informações estranhas para qualquer texto elaborado há quatro décadas atrás. “A polícia que monitora por Drones”, seria objeto relacionado à ficção científica, à literatura orwelliana do *big brother* que tudo vê e inspeciona com elaborados aparatos de vigilância. “Não falar ao celular enquanto dirigir” seria uma informação confusa, já que as versões mais acabadas dos aparelhos de dois quilogramas, apresentados por John Mitchel e Martin Cooper pela Motorola em 1973, e que prometiam suprir os desejos da telefonia móvel, deveriam ser carregadas na rede elétrica por dez horas para utilização de trinta minutos de conversação. Ainda, esta mensagem aterrissa através de um *software* que interliga os telefones portáteis que carregam nos seus núcleos de processamento a potência de cálculo matemático inimaginável para computadores daquela época, que ocupavam salas inteiras e que faziam as luzes de uma metrópole piscar somente ao serem ligados devido ao massivo consumo energético (ATHIQUE, 2013).



Partindo dessa informação que parece estranha quando situada quatro décadas atrás, e que é bastante familiar para qualquer um nos dias de hoje, convidamos ao leitor à reflexão sobre como se consolida esse processo de idas e vindas que culminaram na normalização das tecnologias digitais para grande parte das pessoas nos dias atuais, que percebemos através ampliação dos espaços interacionais, provocando expressivos efeitos subjetivos.

Esse descompasso de entendimento entre um texto escrito em 2018 com o seu imaginário leitor no passado em 1978, é indicativo da eclosão tecnológica implacável e da bomba informativa (VIRILIO, 1999) que experimentamos neste muito breve período da história. Mal sabia nosso leitor do passado que não necessariamente a mensagem veiculada por seu sogro, em um canal de comunicação daqueles mais próximos a partir dos vínculos de afeto da família, seria inteiramente verdade. Ela pode ser um *hoax*; produto de um *fake-news viral*; uma *trollagem*<sup>49</sup> que escapa os circuitos íntimos e transborda quando alguém decide seguir o imperativo de “*compartilhe essa informação*” sem verificar sua veracidade.

O mundo dos drones equipados com câmeras fotográficas digitais de alta resolução pairando sobre as nossas cabeças, dos celulares com oito núcleos de processamento confeccionados com transístores de dez nanômetros e telas sensíveis ao toque, do georreferenciamento e dos aplicativos de relacionamento, cada vez mais se transforma em uma realidade auto evidente e naturalizada para um número crescente de pessoas, com regras que vão sendo elaboradas a partir das novas socialidades por métodos contemporâneos de poder que já não operam pelas regras e pelo direito, mas pela técnica; não pela lei, mas pela normalização; não pelo castigo, mas por controle (FOUCAULT, 1988).

Estimuladas por e em diálogo com estas novas tecnologias, surgem novas formas de agir reguladas em uma cultura da conectividade embebida de técnica, que vão desde as regras de comportamento *online* – (e.g. CAIXA ALTA SIGNIFICA GRITO) - aos novos ordenamentos jurídicos que são elaborados para dar conta de tal realidade. As normas sociais e sociotécnicas geradas *online* adquirem uma nova dimensão ao se mesclarem cada vez mais com os padrões de comportamento existentes na socialidade *offline* (física) (VAN DIJCK, 2016, p. 23). Essa fusão entre digital e físico, antes de ser resultado de uma

---

<sup>49</sup> Termos recorrentes no contexto das plataformas digitais. Hoax: embuste. Trollagem: enganar uma pessoa.

mudança brusca e inesperada, foi sendo implementada ao longo do tempo de maneira gradual, o que impede que a concebamos “maniqueísticamente” em jogos de oposição entre ganhadores e perdedores, dominados e dominantes, colocando em polos opostos usuários e plataformas *online*.

Novas características vão surgindo em íntima relação com os propósitos, formas e conteúdo de plataformas digitais, bem como as narrativas a elas atreladas que mobilizam elementos de justificação - como a ideia de criação de espaços alternativos à produção audiovisual *mainstream*, que figura como a fábula criada em torno do YT (que seria a plataforma dissidente e disruptiva do monopólio das mídias tradicionais). Nesse processo os usuários vão sendo conduzidos e conduzem a alteração dos comportamentos *online*, bem como variam dramaticamente os graus de aceitação a respeito de elementos que passam a pautar discussões éticas e políticas que figuram no novo espaço, como por exemplo, os desafios para a manutenção da privacidade *online* e os limites da monetização dos espaços virtuais.

O caso do YT é indicativo de sucessivas mudanças que acomodam os desejos dos investidores em lucrar com a plataforma com o pragmatismo dos usuários, que passam a aceitar a produção de valor nestes espaços como único meio de mantê-los disponíveis (ainda que isso diminua a importância de uma série de resistências e práticas insurgentes, como o uso de aplicativos bloqueadores, *proxys* e VPNs [Virtual Private Networks]).

O que é público e quais são os limites de privacidade das publicações em uma plataforma como o YT, Facebook e Twitter, o que deve ser reservado ao privado e quais são as transgressões da ação *online*, implica uma série de definições em disputa que passam por oposições que emanam do enfrentamento constante entre as táticas dos usuários e das estratégias das plataformas (VAN DIJCK, 2011).

Além das oposições entre público e privado, o formal e informal, uma série de enfrentamentos emergem no campo de disputa entre culturas dominantes e alternativas, bem como no constante debate sobre colaboração e exploração *online*. Seriam os criadores de conteúdo para YT parte de uma cultura dominante ou atores de uma insurgente cultura alternativa? Seus trabalhos são fruto de um amplo processo que traz consigo o gérmen da colaboração (seguindo o exemplo da Wikipédia) ou estão inseridos nas lógicas de exploração do trabalho na economia capitalista? Ou, serão ambas as possibilidades, caracterizando mudanças de trabalho e capital neste tipo de espaço?

Estas tensões são parte constituinte das relações de poder contemporâneas. Mais do que buscar uma resposta que as resolva, nosso movimento é de exploração dos elementos que constituem sua naturalização a partir da imbricada lógica *online-offline*, com fronteiras cada vez mais nebulosas, especialmente quando gerações inteiras normalizam na vida cotidiana as práticas possibilitadas pelos meios digitais e as novas tecnologias comunicacionais como *condições* para a interação social (TURKLE, 2011; VAN DIJCK, 2016). Regras e normas alteradas que passam a reconfigurar o relacionamento para além das práticas *online*, tornadas visíveis em seus efeitos na observação em qualquer espaço público – ainda que em maior presença nos centros urbanos –, quer sejam elas nos países do atlântico norte ou ao sul da linha do equador. Quem nunca se sentiu constrangido e até irritado por ser preterido por um *smartphone* durante uma aula ou no jantar de família? Quem nunca se sentiu estranho ao averiguar que mais pessoas olhavam para seus celulares do que umas às outras no ponto de ônibus ou nas salas de espera dos aeroportos e consultórios médicos?

As normas e regras que passam a modular nosso convívio com os outros são atravessadas por instâncias que transcendem a questão da regulação. Os novos aparelhos habitam nossos bolsos e modificam nossos corpos – basta atentar àqueles espaços mencionados anteriormente para constatar uma nova postura corporal, uma nova ergonomia ajustada à convergência dos nossos olhares às telas, dos nossos sentidos atentos às notificações que não cessam de nos convidar a imersão virtual. Além de uma questão puramente tecnológica, isso é resultado de uma busca ampliada pelas satisfações numa mescla entre o virtual e o físico, na constituição de vidas mistas, uma *life-mix* como sugerido por Sherry Turkle ao analisar o comportamento de um interlocutor que compartilhava sua vida entre duas esposas, uma física e outra no ambiente virtual Second Life. As tecnologias de rede projetadas para compartilhar informações práticas foram tomadas como tecnologias de relacionamento, característica que desponta desde os primórdios da rede, antes dela tornar-se mundial. Disseminação implacável da Internet, essa rede militar *civilizada* recentemente, como ironicamente coloca Paul Virilio, marca a passagem da multitarefa à *multi-vida* (TURKLE, 2011, p. 157).

Ainda que nosso leitor do final da década de 1970 não compreendesse totalmente o teor de uma mensagem veiculada nos dias de hoje, nem dominasse os aparatos tecnológicos que permitiriam o seu acesso, uma série de mudanças em curso já sinalizavam a emergência de transformadoras relações sociotécnicas. Ao voltar mais

quatro décadas, ele veria o mundo enclausurado em uma lógica bélica opondo países e coalisões durante a Segunda Guerra Mundial. Ele também veria o surgimento do primeiro computador programável e o transistor, as principais descobertas tecnológicas em eletrônica que alicerçam a “revolução da tecnologia da informação” por vir (CASTELLS, 2008, p. 76).

Um dos grandes conflitos armados do século passado, vitimando entre cinquenta e setenta milhões de pessoas, se deu no auge e em íntima relação com grandes descobertas científicas, transformando os anos de guerra em um tempo de competição, tanto militar como tecnológica, entre as nações tecnologicamente mais avançadas do globo: "Grã-Bretanha, Estados Unidos e Alemanha recrutaram e usaram seus melhores talentos científicos implacavelmente às aplicações militares, culminando no advento dos computadores, mísseis e da bomba atômica na década de 1940" (ATHIQUE, 2013, p. 16). A principal lição nesse contexto, para os nossos propósitos de compreensão do processo de normalização das tecnologias digitais para grande parte das pessoas nos dias atuais, é atentar à rede de relações estabelecidas entre um contexto material favorável e uma cultura inovadora que tornam possíveis os avanços tecnológicos:

[A inovação tecnológica] reflete um determinado estágio de conhecimento; um ambiente institucional e industrial específico; uma certa disponibilidade de talentos para definir um problema técnico e resolvê-lo; uma mentalidade econômica para dar a essa aplicação uma boa relação custo/benefício; e uma rede de fabricantes e usuários capazes de comunicar suas experiências de modo cumulativo e aprender usando e fazendo. As elites aprendem fazendo e com isso modificam as aplicações da tecnologia, enquanto a maior parte das pessoas aprende usando e, assim, permanecem dentro dos limites da tecnologia (CASTELLS, 2008, p. 73).

Estas inovações, que tem para Castells o ponto de virada transformador nos anos 1970, o incitando a sugerir que vivemos desde então uma revolução tecnológica, são resultados desta convergência de elementos, aliando capacidades técnicas às estruturas materiais necessárias ao seu desenvolvimento. O desenrolar desse processo vem sendo percebido tanto pelo protagonismo dos desenvolvedores, de um lado, como, por outro, pela massiva intervenção estatal no desenvolvimento da era digital.

Em relação à cultura dos desenvolvedores, Frédéric Martel sublinha a natureza disruptiva do digital em um contexto bastante específico que emerge na costa Oeste dos Estados Unidos, que pode ser avistado pelas ruas de São Francisco e estaria relacionado ao fato de que o "Vale do Silício é mais um estado mental do que propriamente uma localização geográfica" (MARTEL, 2018, p. 20). Esse estado mental se entrelaça em um

modelo de Internet singular, eclodindo a partir do circuito dos relacionamentos e das possibilidades materiais e simbólicas de produção que tem suas origens numa cultura particular estimulada por uma cadeia de elementos. Martel ainda ressalta que, diferentemente da ideia de uma desterritorialização completa possibilitada pela era digital, uma vez que os conteúdos estão em “nuvens” e os desenvolvedores supostamente poderiam trabalhar de qualquer lugar do planeta, o exemplo de São Francisco, com seus cafés com *Wi-Fi* livre, confirmam a permanência da centralidade dos territórios.

Na próxima seção trataremos das alterações no tempo e no espaço estimuladas pela era digital. Nos importa compreender que a Internet não é única e seus desdobramentos dependem de relações entre sujeitos, máquinas, territórios, movimentos históricos. Além de ter sido “orquestrada” por massivas injeções de capital, impulsionando a construção da infraestrutura necessária à maximização do potencial de ideias muitas vezes abstratas e sem aplicabilidade imediata. Não há, nesse sentido, a possibilidade de reprodução de modelos, pois eles dependem de uma rede entrelaçada de acontecimentos e características:

A Internet em todos os lugares é diferente e a Internet californiana o é mais do que as outras. Pode ser "o modelo", mas ainda é única e difícil de imitar. Os ingredientes que entram na fabricação do Vale do Silício são as suas próprias: interseções entre o mundo da pesquisa e o mundo das finanças e do empreendedorismo, sua porosidade e permeabilidade; a diversidade cultural e linguística específica da Califórnia; a fé no empreendedorismo; a doutrina empresarial e a tolerância ao fracasso; certa ética protestante em relação ao trabalho e ao capitalismo; uma relação com a prosperidade que oscila entre a filantropia e a ganância; o sonho de uma utopia digital; otimismo; massa crítica e a "escalabilidade"; instabilidade dinâmica; uma forma peculiar de viver na comunidade e cultivar a diferença; o "molho secreto" de Stanford; a contracultura de São Francisco (MARTEL, 2018, p. 36).

Do outro lado desse protagonismo de uma cultura da inventividade, aventada e celebrada por autores como Castells e Nicholas Negroponte (1997), alguns autores sublinham a centralidade do Estado no desenvolvimento daquilo que viria a transformar nossa sociedade, ou ao menos alguns espaços dela, em um processo até agora ininterrupto de expansão tecnológica. O momento posterior à Segunda Guerra mundial dá início à Guerra Fria e a "disputa espacial entre Estados Unidos e União Soviética impulsionaria a miniaturização eletrônica levando também à queda dos preços" (MISKOLCI, 2016, p. 278). A reconstrução histórica, de autores que partem de pontos distintos de análise como Athique (2013) ou Castells (2008), sinaliza que o gérmen da Internet como conhecemos hoje foi semeado pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos através de sua Agência

de Projetos e Pesquisa Avançada (ARPA) ao lançar a ARPANET em 1969, com o objetivo de "criar um sistema de comunicação que não fosse vulnerável a ataques nucleares" (MISKOLCI, 2016, p. 279).

Para além de querer aqui resolver essa dualidade ou de estabelecer uma linha explicativa dos reais fatores que possibilitaram a grande expansão dos meios de comunicação e das tecnologias digitais, nosso objetivo é buscar uma explicação sociológica que resida em seus efeitos interativos. Esta história, reconstruída em linhas gerais, pode ser contada a partir de distintos pontos de observação. Eles sugerem perspectivas e realces de certas particularidades e dizem respeito aos atores que, por vezes, agem como protagonistas e outras como coadjuvantes em suas interações no "ecossistema de meios conectivos" (VAN DIJCK, 2016, p. 12). É no choque dessas interações que emerge o material próprio ao desenvolvimento do pensamento sociológico e que nos instiga a investigar a composição das diversas camadas formadoras do tecido social.

Desse modo, se pode perceber que os espaços digitais apoiados pelas grandes plataformas de relacionamento "virtual" e pelas tecnologias de informação e comunicação, mobilizam para outras formas de contatos interpessoais, estimulando outras racionalidades e subjetividade nas pessoas, estabelecendo o que se está denominando como choques interativos. Um dos elementos fundamentais na compreensão dos resultados destes choques interativos diz respeito à mobilização de discursos e narrativas, fazendo transitar conceitos e metáforas que dizem respeito a outros campos do conhecimento. Percebendo a importância deste empreendimento linguístico, exploraremos na próxima seção alguns conceitos que passam a ser cada vez mais centrais na compreensão das socialidades viabilizadas pelas tecnologias digitais de informação e que dizem respeito ao processo de normalização do uso das tecnologias na vida cotidiana.

#### 4.5 NOVOS ESPAÇOS E OS ECOSISTEMAS *ONLINE*

Duas metáforas figuram cada vez mais nos textos de autores dedicados à compreensão das características distintivas da era digital. São elas as metáforas do vírus

e do ecossistema. Viralizar tornou-se um verbo associado tanto à propagação da gripe, como por exemplo no “agradável clima do inverno gaúcho”, bem como ao massivo ganho de popularidade de postagens nas plataformas *online* em um curto espaço de tempo. Os ecossistemas evocam tanto a imagem delicada dos recifes de corais como a relação das plataformas em um espaço interligado pela Internet. Soma-se a essas duas metáforas mais recorrentes uma terceira que trata de compreender os encontros entre humanos e não humanos a partir do conceito de simbiose.

A utilização de metáforas aparece já nas raízes das tentativas de interpretação da vida em sociedade e são indissociáveis da organização de pensamento em figuras notáveis na história do pensamento social. Como este recurso linguístico – a metáfora – parece ser inevitável no decorrer desta tese, ao invés de supor uma concordância dos supostos significados que compartilhamos com nossos leitores, preferimos explicitar essa relação e buscar definições para que possamos incorporá-los sem o temor de ter o efeito inverso daquele desejado. Seguindo a noção “derridiana”, assumimos que, nós, como falantes (emissores ou, aqui, escritores e leitores) , não podemos fixar o significado de uma palavra, pois elas são “multimoduladas”, então vamos em busca dos “ecos de outros significados que elas colocam em movimento” (HALL, 2006, p. 35). O objetivo é trazer à tona, ao invés de esconder ou assumir que estamos de pleno acordo quando elas são evocadas, ao explorar quais são as associações que estas palavras carregam quando aplicadas no contexto digital e em seus contextos originários.

Aquele que viria a se configurar posteriormente como o campo da História, a “primeira Ciência Social a passar pela revolução acadêmica” (COLLINS, 2009, p. 30), foi precursor nesse processo. Encontramos o recurso da metáfora orgânica nos quatro volumes sobre a história da humanidade publicados de 1784 a 1791 por Johann Herder, em uma época de tentativas de legitimação do conhecimento produzido pela ciência. Contrariando este sentimento da época, a preocupação de Herder em sua obra “não era tanto fornecer crenças para sustentar a ordem moral de uma era científica, mas usar os pensamentos científicos para aumentar a apreciação de culturas antigas e exóticas” (LEVINE, 1995, p. 243–244).

Esse foi um movimento de forte impacto, já que relativizava outras culturas e incitava à reflexão sobre outros modos de existência, percebidos em grande medida por pré-conceitos e através de rótulos, redutores do “outro” como selvagem, primitivo e bárbaro. O ciclo de vida finito dos organismos foi o principal elo de ligação das análises do

filósofo alemão na construção das metáforas para representar as culturas que cresciam, amadureciam, declinavam e morriam. Herbert Spencer radicaliza esse movimento ao perceber que a diferenciação social em funções evoluía como os organismos biológicos, ao evoluir “de um estado caótico de partículas similares até a condição de uma interdependência” (COLLINS, 2009, p. 170). Ainda que preso ao individualismo metodológico, que não concebia a sociedade como uma unidade psíquica (a “consciência coletiva” e as “representações coletivas” em Durkheim), Spencer continua essa tradição de pensar o comportamento social em relação ao comportamento dos organismos biológicos.

Comte e Durkheim também ousaram nas analogias para explicar sua concepção do funcionamento da sociedade. Para Durkheim a normalidade e o patológico tinham a ver com a saúde e a doença que infligiriam tanto aos corpos como às sociedades. A ciência do social deveria buscar critérios objetivos para “distinguir cientificamente a saúde da doença nas diversas ordens dos fenômenos sociais” para que assim pudesse esclarecer a prática “sem deixar de ser fiel ao seu próprio método” (DURKHEIM, 2007, p. 51). Em Auguste Comte a humanidade era percebida enquanto um organismo social supremo digno de uma atenção diferencial e adoração, estipulada em um calendário dos santos benfeitores da humanidade. A metáfora do organismo também “sugeriu um modelo de evolução humana, estimulou uma teoria da organização social, indicava um princípio metodológico para a ciência social e fornecia um critério normativo para avaliar os fenômenos e guiar a ação” (LEVINE, 1995, p. 243).

A metáfora do organismo pode não estar mais em alta como era no período de estabelecimento das ciências sociais, o que não implica o desaparecimento das relações que se fazem com a biologia. Com o crescimento da difusão de informação e circulação de dados na Internet, *viralizar* dá sentido a uma ação recorrente nas mídias sociais digitais. Ainda que possa parecer uma palavra auto evidente, o que dizemos quando a evocamos?

Os vírus são pequenos parasitas que não podem reproduzir por si mesmos (LODISH *et al.*, 2000). Estes parasitas, obrigatoriamente intracelulares, dependem de uma célula hospedeira viva na obtenção de energia e dos outros elementos necessários para a multiplicação<sup>50</sup>. Ainda que os vírus possuam uma conotação negativa no imaginário popular, eles não são necessariamente negativos para o organismo que parasitam. Em

---

<sup>50</sup> Informações do glossário de virologia desenvolvido por Margaret Hunt. Disponível em: <http://www.microbiologybook.org/mhunt/glossary.htm>. Acesso em 01/03/2017.



termos evolutivos os vírus podem desencadear mutações e transformações no organismo que geram vantagens reprodutivas, dependendo de elementos como a interação com outros organismos e fatores ambientais. Eles podem ser benéficos em casos específicos e interações mutualísticas são encontradas em vírus de plantas, insetos, mamíferos e em micróbios (ROOSSINCK, 2015). Tendo como parâmetro a vida humana, sua velocidade de propagação é elevada, ainda que ela sempre dependa da velocidade de reprodução da célula hospedeira.

No contexto da computação a ideia de vírus está relacionada a programas de computador autorreplicantes. No final da década de 1940, quando o termo ainda não fora utilizado, o matemático e cientista da computação John von Neuman descreveu como um programa de computador poderia ser designado a se reproduzir. Já a analogia com o vírus biológico é proposta em 1980 por Jürgen Kraus, tendo o autor atentado para os limites dessa comparação:

Ressaltamos que a analogia não pode ser muito esticada: um vírus biológico pode induzir sua própria reprodução, invadindo ativamente uma célula e alavancando seus processos metabólicos. Um programa de auto reprodução é incapaz de tal proeza, mesmo residindo em um sistema e aproveitando a memória e energia do dito “sistema” de computação, ele permanece dependente da ativação através do sistema operacional (2009, p. 64).

Como apontado por Kraus no âmbito da programação, também existem limites quando comparamos os vírus e o processo de viralização no contexto das mídias sociais digitais. Um vídeo viral no YT é incapaz de se reproduzir, ainda que ele possa suscitar a dispersão de conteúdos relacionados àqueles inicialmente veiculados. O termo também está relacionado à velocidade de dispersão, medida que se concretiza em algumas horas ou poucos dias, parâmetro diferenciado do organismo biológico (dependendo do ciclo de vida do organismo parasitado).

Poderíamos definir o processo de viralização como um evento recorrente nas mídias sociais digitais, onde o conteúdo veiculado se alastra rapidamente, sendo confinado a uma plataforma ou atravessando uma série de plataformas *online*. A viralização pode ser tanto positiva como negativa, seja para o emissor como para outras partes envolvidas. Assim como o vírus, o conteúdo viral *online* depende de um meio para reprodução e ele tanto pode se encerrar em apenas um conteúdo como pode gerar uma série encadeada que promove sentidos coletivos ao processo de produção de virais. Os elementos necessários à disseminação estão relacionados à linguagem e à estética, podendo ser uma paródia ou um conteúdo sério com fins de disseminação de informação.

As plataformas não dependem dos conteúdos virais, ainda que se beneficiem da propagação dos mesmos. Já o conteúdo viral depende das plataformas, na medida em que elas estabelecem os elos entre os sujeitos que permitirão o processo de dispersão.

Segundo Deborah Lupton, a adoção do discurso viral no contexto da informática é apenas mais uma entre uma série de sistemas metafóricos que, através da biologia humana, conceituam o funcionamento dos computadores e vice-versa. Esse círculo metafórico

[...] demonstra a ressonância cultural do discurso mecânico que tem sido dominante na biomedicina desde a revolução industrial. O discurso mecânico adota a linguagem da tecnologia ao conceber o funcionamento interno do corpo como um motor a combustão ou uma máquina acionada por bateria (1994, p. 559-560).

Esse discurso entrelaça corpo e máquina, retratando os humanos como computadores orgânicos ao mesmo tempo em que antropomorfiza os computadores. Como sugere Donna Haraway, “nossas máquinas são perturbadoramente vivas e nós mesmos assustadoramente inertes” (2013, p. 42). Partindo da figura do ciborgue, ela expõe a artificialidade das oposições binárias como natureza e cultura, masculinidade e feminilidade, o eu e o outro, animais e humanos. O ciborgue desestabiliza e ofusca os limites destas oposições ao abrir possibilidades de escapar do encarceramento dos papéis sociais fixos, e sugere a abertura a subjetividades mutáveis e múltiplas. Eles “assinalam um perturbador e prazerosamente estreito acoplamento” entre pessoas e os outros seres vivos (Ibid. p.41).

Existe uma íntima relação da viralização com o conceito de ecossistema, também recorrente nos textos relacionados à era digital, em termos gerais, e à sociologia digital, em particular. Os conteúdos virais dependem de um ecossistema interligado para sua reprodução e propagação. Para a biologia, os ecossistemas são “uma unidade que compreende uma comunidade (ou comunidades) de organismos e seu ambiente físico e químico, em qualquer escala, desejavelmente especificadas, em que há fluxos contínuos de matéria e energia em um sistema aberto interativo” (WILLIS, 1997).

O termo ecossistema foi cunhado pelo biólogo Arthur Tansley (1935) e é fruto de combinação de seu interesse pela teoria de Sigmund Freud com seu trabalho no campo da biologia. Tansley ficara fascinado pelas ideias de Freud<sup>51</sup>, especialmente aquelas

---

<sup>51</sup> Em 1922 Tansley foi a Viena para ser analisado por Freud, conforme narra Adam Curtis em seu documentário “*All watched over by machines of loving grace*” (2011).

relacionadas à concepção do cérebro humano como uma máquina elétrica. Essa parte da teoria freudiana fundamentava-se na ideia de que a informação sensorial recebida por olhos e ouvidos criava explosões de energia que se espalhavam e navegavam por redes dentro do cérebro como circuitos elétricos. Tansley utiliza esse modelo da mente e o aplica ao mundo natural: para ele, haviam sistemas sob a complexidade da natureza, imensos circuitos interconectados que estabeleciam ligações entre animais e plantas e nos quais fluíam fluxos energéticos.

Os ecossistemas seriam esses sistemas energéticos que correriam entre espécies distintas e Tansley passa a utilizar tal conceito para conceber a relação entre organismos e o ambiente em que estão inseridos. É uma sugestão hipotética que propõe a utilização de um termo para enfatizar a complexa interação entre fatores bióticos e abióticos que influenciam na vida dos organismos vivos (WILLIS, 1997, p. 268). Sua importância é fundamental no campo da ecologia, aparecendo como o conceito mais importante em um questionário respondido pelos membros da *British Ecological Society* no ano de seu septuagésimo quinto aniversário, seguido por outros conceitos relacionados a ele, como fluxo de energia, conservação de recursos e ciclos materiais (Ibid. p. 270).

Talvez mais importante que a própria concepção do ecossistema é o que ela passa a implicar a partir de uma hipótese de Tansley e de uma reconfiguração do conceito à luz da cibernética. Tansley postulou que se os ecossistemas fossem perturbados haveria uma tendência natural de retorno ao estado inicial de equilíbrio. Os ecossistemas teriam, então, uma capacidade intrínseca de auto regulação e estabilização. O biólogo inglês trazia a proposição da “grande lei universal do equilíbrio” que sugeria que “todos os sistemas tendem constantemente a posições harmônicas de equilíbrio” (TANSLEY, 1935). Com isso criava-se um postulado científico (a partir de uma hipótese ainda não confirmada) que atendia um sonho da cultura Ocidental moderna: a ideia de que haveria um equilíbrio oculto na natureza, uma visão de ordem natural em que a natureza seria regulada como uma máquina.

Isso não passava de uma hipótese, não se sabia como exatamente o ecossistema funcionava. A resposta sobre o funcionamento do ecossistema viria a partir do estudo dos computadores. À luz das ideias de Jay Forrester (1971), que percebia o sistema a partir de processos intensos de “ciclos de retroalimentação”, desenvolvia-se um movimento científico chamado cibernética, que concebia todos os sistemas (humanos e não humanos) como passíveis de regulação e governados por redes de retroalimentação. Uma nova

concepção de indivíduo como componente de sistemas sobrepõe a velha ideia de que os indivíduos estariam no controle de seus próprios destinos. Para a cibernética não havia uma diferença entre humanos e máquinas, todos seriam “nós” em um sistema interligado, agindo e reagindo aos fluxos de informação (WIENER, 2000).

A partir desse movimento científico, a concepção que se tinha dos ecossistemas é completamente transformada, pois a ideia de retroalimentação parecia explicar seu fundamento e estabilização. A ecologia emerge nesse contexto como um dos mais importantes campos científicos do século XX e ela passa a ter uma grande circulação entre cientistas com a publicação de “Fundamentos da ecologia” de Eugene Odum (1959). O livro viria a se tornar a bíblia da ecologia e retratava o planeta Terra inteiro como uma rede interligada de ecossistemas. Eugene parte dos estudos de seu irmão Howard Odum, que utiliza a cibernética como ferramenta para desvendar a estrutura oculta da natureza. Howard parte de uma série de estudos empíricos em vários lugares do mundo e concebe os ecossistemas como circuitos elétricos com ciclos de retroalimentação e tentava, com isso, demonstrar que havia um fluxo de energia entre animais e plantas. A ideia central nesse modelo era esboçar um sistema de monitoramento que explicaria esses fluxos energéticos e, a partir deles, criar mecanismos de intervenção em sistemas que tendessem ao desequilíbrio

As ideias dos irmãos Odum foram, posteriormente, duramente criticadas. Seus críticos perceberam que seu modelo simplificava a complexidade das relações entre os seres no interior de um meio para que elas se adequassem às equações e aos circuitos que sugeriam como explicativos da ordem natural das coisas<sup>52</sup>. Esperava-se, com isso, que os organismos de um ecossistema agissem de maneira previsível e de forma mecânica. E isso possuía implicações para além da biologia, já que a fusão entre ecologia e cibernética sugeria um novo princípio organizador para as sociedades humanas.

Esse retorno à origem conceitual é fundamental para que percebamos as possibilidades e limites do conceito de ecossistemas quando relacionado às mídias sociais digitais e ao comportamento *online* nos dias atuais. Devemos ter em mente que seu uso começa a fazer sentido em um curto período de tempo de não mais que dez anos, período da transição "de uma comunicação em rede para uma socialidade moldada por plataformas e de uma cultura participativa para uma verdadeira cultura de conectividade"

---

<sup>52</sup> Informações obtidas através de comunicação pessoal com a doutora em Biologia Animal Tainã Gonçalves Loureiro.

(VAN DIJCK, 2016, p. 12). Ele diz respeito à interconexão das plataformas *online* e sua expressiva expansão nos últimos anos através daquela que ficou conhecida como a Web 2.0. Essa noção de que haveria uma transição fundamental com o surgimento das plataformas sublinha o caráter automatizado da conexão *online* entre as pessoas, problematizando a visão corrente de que as novas tecnologias seriam meras facilitadoras da comunicação:

Na conectividade, entre outros aspectos, a socialidade envolve o uso de botões que funcionam por algoritmos acionando opções de gosto, preferências e afetos. Em outros termos, desde a virada do milênio com a disseminação da banda larga e dos sites que buscaram tornar mais social a rede também passamos a entrar em uma era em que a **socialidade passou a se tornar mais técnica** (MISKOLCI, 2016, p. 283).

Os ecossistemas são, nesse contexto, os espaços de relacionamento e o substrato de concretização dessas novas formas de socialidade mediadas por plataformas digitais. Assim como os espaços virtuais, que poderíamos pensar analogamente à biologia como o meio abiótico, os ecossistemas também são compostos por uma cultura de entendimento comum dos regulamentos internos e que tornam possível a emergência de representações coletivas que neles se inscrevem. Assim como na concepção biológica, podemos recorrer ao conceito dos ecossistemas tanto para nos referirmos às interações que ocorrem no interior de uma plataforma como para detalhar a interconexão existente entre elas, sejam elas plataformas de grande ou pequeno impacto. Um vídeo postado no YT, por exemplo, pode suscitar uma intensa rede de relações no ecossistema mais geral das mídias sociais ou pode ficar restrito àquele ecossistema de interações, como nas reações de “gostei” e “não gostei” ou no diálogo gerado através da caixa de comentários disponível no próprio vídeo. Ainda assim, é muito importante que se compreenda a diversidade da profundidade estabelecida entre as relações. Possivelmente, as velocidades inerentes das trocas de informação nas plataformas digitais, que estabelecem possibilidades de relacionamento, não atinja níveis muito profundos de reflexão e de análise. Neste sentido, a metáfora do ecossistema pode deixar de fora todas as possibilidades de livre arbítrio, possibilitar que a partir de uma mesma experiência interativa entre as pessoas e entre pessoas e informações disponibilizadas funcionem em níveis, enormemente, variados. Outro aspecto que a metáfora também não alcança tem relação com as intenções políticas e de mercado, também muito diversas, e que não podem ser explicadas pelas relações biológicas ou cibernéticas.

Resumidamente e adaptando o conceito de ecossistemas trazido por Willis (1997), os ecossistemas no contexto das mídias sociais e da Web 2.0 são uma unidade compreendendo uma comunidade (ou comunidades) de atores e seu ambiente simbólico, na qual há fluxos contínuos de conteúdo e sentido em um sistema interativo aberto. Entretanto, assim como retratado pelo caminho do conceito na fusão entre ecologia e cibernética em seus primórdios, devemos percebê-lo não como um princípio orientador que levaria a estabilidade dos sistemas humanos. Os ecossistemas na Internet não tendem ao equilíbrio e a complexidade de suas interações os tornam imprevisíveis e abertos a elementos externos que podem desestabilizá-los, rearticulá-los e até mesmo removê-los do cenário de interações. Sintetizamos as diferenças e semelhanças entre os ecossistemas biológicos e virtuais no quadro a seguir:

QUADRO 1 - DIFERENÇAS ENTRE ECOSISTEMAS BIOLÓGICOS E VIRTUAIS

<b>Ecossistemas</b>	<b>Agências</b>	<b>Vetor de retroalimentação</b>	<b>Elementos de desestabilização</b>
<b>Biológicos</b>	Humanos	Vivos	Exploração humana
	Máquinas	Não vivos	Eventos climáticos
	Animais	Informação	Competição
	Plantas		Eventos aleatórios
	Minerais		
	Ambiente		
<b>Virtuais</b>	Clima		
	Humanos	Informação	Inovações tecnológicas
	Máquinas	Representações coletivas	Transformações culturais
	Bits e dados		Escassez de recursos na produção da infraestrutura
	Protocolos de transmissão		
	Algoritmos		
	Plataformas virtuais		

Fonte: Elaboração do autor.

O quadro dispõe ecossistemas biológicos e virtuais. As agências são as principais, mas certamente não se esgotam nessa lista. Os vetores de retroalimentação dizem respeito ao sistema de *feedback* e circulação, implicados no conceito de ecossistema. Os principais vetores em ecossistemas biológicos são organismos vivos (plantas, humanos e outros animais etc.) e não vivos (minerais, ambiente abiótico etc.). A informação é um dos vetores tanto nos ecossistemas biológicos como nos virtuais e, nestes, há também a circulação de representações coletivas que “alimentam” o sistema. A última coluna se refere aos elementos que podem transformar o sistema (seja positiva ou negativamente).

Enquanto os ecossistemas biológicos enfrentam pressões quanto à ação humana, eventos climáticos variados, competição entre as espécies e eventos aleatórios (uma árvore que cai, uma barragem mal construída que colapsa, como no caso recente no município de Brumadinho etc.), os ecossistemas virtuais podem ser desestabilizados por inovações tecnológicas e transformações culturais que o tornem obsoleto ou pela escassez de matéria prima na produção da infraestrutura (como por exemplo a falta de minerais para fabricação de *smartphones*). Este quadro certamente não esgota as diferenças e semelhanças entre ecossistemas biológicos e virtuais, entretanto, é um esboço que nos faz levar em consideração diferentes elementos que os atravessam.

A terceira metáfora biológica é mais recente na literatura, mas não por isso menos importante para que possamos compreender os relacionamentos que se desenrolam nas interações mediadas pelas tecnologias digitais. Para a biologia, a simbiose é “qualquer forma de relacionamento, harmônico ou desarmônico, entre seres (abrangendo até o parasitismo), desde que, de fato, represente uma forma de ‘união’ entre seres vivos” (SOARES, 1993, p. 436).

Gina Neff e Peter Nagy (2018) reformulam e redefinem o conceito de agência humana em termos de como e quando as pessoas interagem com sistemas tecnológicos complexos a partir da ideia de simbiose. Os autores sugerem o conceito de *agência simbiótica* para ilustrar o fato de que “as pessoas usam as tecnologias para aumentar suas capacidades ou adquirir novas” (Ibid. p. 101, tradução nossa). Muitos exemplos são recorrentes nesse caso, desde programar o celular para despertar pela manhã até mesmo a utilização de aplicativos que monitoram o estado de saúde. As tecnologias exerceriam a agência humana por “procuração” (*proxy agency*), ampliando as possibilidades de reflexividade da ação humana a partir de um controle da performance em sistemas de retroalimentação do comportamento (alimentar, práticas esportivas, quantidade de copos de água ingeridos, tempo gasto com aplicativos nos *smartphones* etc.):

[...] com o surgimento de agentes artificiais sofisticados, os usuários obtiveram amplas oportunidades de refletir sobre quase todos os aspectos de suas vidas (por exemplo, trabalhando, aprendendo ou socializando). Quando aplicadas à interação humano-tecnologia, as práticas de autorreflexão foram alteradas, moldadas e modificadas por artefatos tecnológicos devido às características mediáticas dessas ferramentas. Ou seja, os usuários podem explorar os artefatos tecnológicos social, cultural e cognitivamente para que possam experimentar diferentes modos de funcionamento e práticas auto reflexivas (Ibid. p. 102, tradução nossa).

Ainda que não possamos afirmar que as novas tecnologias alterem a agência humana em todos os contextos sociais, dadas às diferenças de possibilidade de acesso aos bens de consumo como celulares, computadores e da contratação de serviços de dados, é crescente o número de experiências humanas mediadas por artefatos tecnológicos<sup>53</sup>. Além da mediação, nós passamos cada vez mais a confiar que as tecnologias são estáveis, duráveis e confiáveis. A confecção desta tese, por exemplo, que alguns anos atrás teria diversas cópias espalhadas em mídias físicas (disquetes, CD's, DVD's, *pendrives* ou em um passado mais distante conservaria versões diferentes de manuscritos), hoje em dia está salva única e exclusivamente em uma “nuvem de dados”. Essa renovação da técnica exemplifica a normalização das práticas que nos conduzem a acreditar que os dados guardados em algum servidor distante está mais seguro do que guardado no nosso bolso e próximo ao corpo; que os celulares são meios confiáveis para nos despertar para um compromisso extremamente importante no dia seguinte; que podemos encontrar um parceiro romântico através da sugestão de um aplicativo de relacionamento; que encontrar um endereço através do Google Maps e do Waze é mais funcional que recorrer a um mapa físico ou sair perguntando para as pessoas pelo caminho; que aprender física ou matemática independe da presença em sala de aula quando isso pode ser feito ao assistir um canal de YT de um professor que mora a milhares de quilômetros de distância mas que explica a matéria a partir de ângulos que jamais havíamos cogitado; que, ao fim e ao cabo, ainda que a simbiose resulte em um relacionamento desarmônico e nos sintamos cada vez mais viciados e controlados pelas tecnologias devido ao seus atributos parasitários, parece que não estamos prontos para dar um passo atrás e “desplugá-las” do nosso cotidiano.

#### 4.6 AS DINÂMICAS DO ESPAÇO-TEMPO NA ERA DA INFORMAÇÃO

Esse intrincado relacionamento simbiótico pode ser explicado pelo poder transformador operado pelas novas tecnologias de comunicação e informação pautadas na simultaneidade. Nossas satisfações estão cada vez mais balizadas pela combinação dos

---

<sup>53</sup> Ver os números do caso brasileiro no capítulo 3 (“A formação dos públicos: a expansão do acesso à Internet no Brasil”).



relacionamentos orgânicos diretos (face a face) com os mediados pelos meios digitais (orgânicos indiretos) ou digitais orgânicos (pessoa com o computador ou *software*) e que permitem a repercussão em espaços diversificados onde colocamos em curso as distintas narrativas que produzimos acerca da nossa existência. Além desse efeito subjetivo os meios de comunicação contemporâneos travam uma antiga batalha contra o tempo, na otimização de sistemas sociais complexos e interdependentes. Como mencionamos na seção anterior, essa produção parte não apenas da confiança que os avanços tecnológicos seriam duráveis, como ainda desenvolvemos uma imbricada relação que interpenetra a agência de humanos e não humanos na vida cotidiana.

A incessante corrida tecnológica desde o telégrafo gera uma enormidade de artefatos tecnológicos até o lançamento dos primeiros satélites que entrariam em órbita em meados da década de 1970. Ainda que uma série de inovações pudesse isolar eventos separados por quase dois séculos, o que os liga é a produção do desejo em intensificar os processos comunicativos sem a necessidade do contato face a face<sup>54</sup>. A informação nos dias atuais segue um fluxo, é desincorporada, comprimida espacial e temporalmente e estabelece uma relação em tempo real, qualidades que levam Scott Lash (2002), entre diversos outros autores, a concluir que nesse sentido vivemos em uma “era da informação”.

Uma série de análises precursoras que buscaram compreender os significados da eclosão dos meios de comunicação e informação digitais partem dessa ideia de que viveríamos em uma era da informação, cuja separação mais nítida se daria pela presença ou ausência de contato físico. Nos momentos de encontro corporal estaríamos experimentando a vida real, em oposição à nossa circulação no espaço virtual (vida potencial). A tendência era a compreensão da rede como um ambiente em separado, instalando uma oposição equivocada entre real e virtual “ao invés de focar em seu caráter relacional e auto influenciador” (MISKOLCI, 2016, p. 284). Os meios digitais quando imaginados e discutidos nos debates sobre o ciberespaço em meados dos anos 1990, compunham um tipo de universo paralelo, imaterial, desincorporado e não conectado ao mundo real. Uma das análises importantes nesse período traz a ideia da conformação de um “ciberespaço” a partir da “cibercultura” que “expressa o surgimento de um novo universal, diferente das formas culturais que vieram antes” (LEVY, 2010, p. 15).

---

<sup>54</sup> Para maior detalhamento da história do desenvolvimento das tecnologias de informação ver Castells (2008), Athique (2013) e Nicolaci da Costa (2002).

Ao contrário desta perspectiva, percebemos que ao longo das últimas duas décadas as diferentes plataformas de mídia começam a ficar emaranhadas na experiência humana, fazendo cada vez menos sentido a distinção entre realidade e virtualidade. Partindo desta perspectiva, compreendemos o alastramento das relações digitais mediadas mais em um contínuo *on-offline* como sugere Richard Miskolci (2016), o que não implica descartarmos as reconfigurações dos parâmetros espaciais e temporais de percepção e experiência emergentes com o desenvolvimento das mídias e das tecnologias de comunicação (MCQUIRE, 2008, p. 4).

Esses parâmetros dizem respeito aos desenvolvimentos recentes dos meios digitais e como eles foram penetrando cada vez mais no espaço público. É importante destacarmos que importa nesse processo não é verificar o “impacto tecnológico”, pois esta metáfora já se mostrou inadequada (LEVY, 2010). Importa verificar os elementos que compõem a penetração das novas tecnologias e como elas remodulam as esferas dos relacionamentos interpessoais e redimensionam as aproximações e distanciamentos espaciais. Falar em impacto tecnológico não faz sentido algum, pois as tecnologias em si não mudam as pessoas. O que as muda, de fato, é algo que elas fazem a si mesmas, com a ajuda de artefatos que agregam em sua materialidade a acumulação de desenvolvimentos científico tecnológicos de longa data.

Ocorre nesse processo uma alteração dos locais de acesso aos meios de comunicação. Duas ou três décadas atrás precisávamos ir a um lugar particular para nos conectarmos e para vermos uma tela que então nos conectaria com pessoas e conteúdos distantes da nossa localização. A transição do uso do telefone conectado em um fio para o *smartphone*, que se comunica por frequências invisíveis, sinaliza o fomento crescente na modernidade da relação com outros “ausentes, localmente distantes de qualquer situação dada ou interação face a face” (GIDDENS, 1991, p. 27).

As novas socialidades são repaginadas através dos métodos contemporâneos de poder que emergem das organizações e reorganizações estruturais do tempo-espaço. Esse processo constitui a base das maiores transformações na história humana e serve de orientação para que possamos compreender os diversos elementos que combinados permitiram a relativização da percepção da passagem do tempo e da amplitude das distâncias, cuja transposição através do uso de aeronaves, trens e navios, torna-se acessível a um número antes inimaginável de pessoas. Uma série de acontecimentos e inovações são importantes no desenrolar dessa história e gostaríamos de realçá-los.

O tempo e sua percepção na modernidade, seja essa denominação reforçada ou criticada na distinção de um antes e um depois na história, estão intimamente relacionados ao desenvolvimento da escrita que possibilita a disseminação da noção de história linear. Diferentemente das sociedades equipadas com as tradições orais de disseminação de informação, a sociedade ocidental atual se construiu e elaborou sua história a partir de um encadeamento de textos que tornam possíveis o acesso ao passado. A partir da escrita cria-se a condição do surgimento de transcrições de acontecimentos e, com isso, inscreve na subjetividade dos “modernos” a ideia de que o tempo vem de algum lugar e vai para outro, como uma flecha que atravessa uma trajetória sem retorno até chegar ao alvo.

Essa noção particular e historicamente construída se contrapõe a outras formas de relacionamento e percepção da passagem do tempo em sociedades não ocidentais do passado e do presente, tendo resultados significativos em relação à prospecção sobre os acontecimentos por vir, bem como geram tensões nas relações de poder. Em uma sociedade agrária, por exemplo, a escrita como forma de armazenamento de conhecimento permite o estoque e controle da produção por longos períodos, elemento crucial para o aumento do suprimento de alimentos que induzem e resultam em expressivos crescimentos populacionais.

Esse processo de dilatação e monitoramento do tempo é acompanhado pelo rompimento das barreiras geográficas permitida pelos desenvolvimentos tecnológicos na área dos transportes e, quanto maior se torna essa possibilidade de transcendência do tempo e do espaço, maior é a geração de poder, não apenas em abstrato, mas também de poder militar. Além de serem fruto de empreitadas humanas centradas na glória e na honra, o choque civilizacional e os “banhos de sangue” deles provenientes podem ser percebidos como resultados da tensão entre operadores de temporalidades distintas em suas pretensões territoriais heterogêneas<sup>55</sup>.

Poderíamos elencar uma série de acontecimentos que sedimentam as condições para uma leitura das percepções de tempo e espaço compartilhadas nos dias de hoje, como o processo de alfabetização em massa, advento da impressão e a criação de parâmetros arbitrários e socialmente construídos dos fusos horários. Entretanto, é a partir da invenção do telégrafo elétrico que esse relacionamento se posiciona em outro

---

<sup>55</sup> Para uma perspectiva crítica da teoria da modernização ver (SOUZA, 2012b).

patamar. A partir da mensagem enviada por Samuel Morse no dia 24 de maio de 1844, que levava os dizeres “o que Deus fez”, inaugura-se o envio de uma mensagem de uma pessoa a outra sem a necessidade de deslocamento físico. Pela primeira vez na história da humanidade ocorre a separação entre comunicação e distância, cuja transmissão passara a ser ritmada pela velocidade dos pulsos elétricos. Através da coordenação de mensagens que ignoravam as barreiras espaciais e comprimiam o tempo necessário ao processo comunicativo, o invento de Morse fomenta relações entre outros “ausentes” (GIDDENS, 1991, p. 27) ao mesmo tempo em que viria a transformar a natureza da guerra e da violência.

Giddens sugere que o local se tornaria cada vez mais “fantasmagórico” ao ser penetrado e moldado em “termos de influências bem distantes dele” e o que o estrutura “não é simplesmente o que está presente na cena; a ‘forma visível’ do local oculta as relações distanciadas que determinam sua natureza” (Ibid.). Evidente que isso não implica uma completa desterritorialização como se a o espaço físico não importasse. Ele importa e agora soma-se o acontecimento e os encontros físicos aos eventos passados em um processo de coabitação de temporalidades. Como provocativamente coloca Bruno Latour, aparentemente nada mais aceita residir apenas no passado: tudo é contemporâneo (LATOURE, 2005, p. 30).

À luz do pensamento de Paul Virilio, acompanhamos a inovação da digitalização dos sinais de áudio, vídeo e tácteis, inaugurando o que denomina como *telepresença* graças aos *teledectores*, em detrimento de uma representação da realidade sensível anteriormente vinculada a estética do aparecimento. Complementando o lugar fantasmagórico aventado por Giddens, a perspectiva de Virilio nos sugere que assistiremos à produção industrial de um desdobramento de personalidade a partir da criação técnica do mito do homem duplo, “de um duplo *eletro-ergonômico* de presença espectral, outra denominação do fantasma ou do morto-vivo” (VIRILIO, 1993, p. 105). Essa presença seria ocasionada pelo desenvolvimento das tecnologias do tempo real e provocariam uma “poluição das dimensões naturais” que afetam “o tempo vivido das nossas sociedades”. Trata-se aqui

[...] da poluição da extensão geográfica pelo transporte supersônico e pelos novos meios de comunicação... com os danos que isto supõe para o sentimento de realidade de cada um de nós... A perda de sentido de um mundo que, a partir de agora, foi tornado menos INTEIRO do que REDUZIDO por tecnologias que, ao longo do século XX, para além da ‘velocidade de escape’ da atração terrestre

(28.000km/hora), atingiram a velocidade absoluta das ondas eletromagnéticas (Ibid. p.118).

A compreensão dos efeitos dessa poluição das distâncias e dos períodos de tempo, poluições que degradam o espaço do nosso habitat, se daria na sugestão de Virilio a partir de uma Ecologia Urbana que dê conta do aparecimento intempestivo das “cidade-mundo”, um “arquipélago de cidades inteligentes e interconectadas” (Ibid.) que em breve reorganizarão o mundo inteiro. Uma Ecologia Cinza que se colocaria ao lado de uma Ecologia Verde. Cinza por se tratar da velocidade e do movimento, na medida em que a velocidade “mataria” a cor (uma analogia que o autor toma emprestada de Paul Morand sobre a percepção visual de um giroscópio que produziria a cor cinza ao ser girado rapidamente). Essa ecologia daria conta de compreender esse movimento de transição para um “novo mundo”, “onde as tecnologias do ‘tempo real’ irão em breve sobrepor-se àquelas que no passado organizavam o ‘espaço real’ do planeta” (Ibid. p.118). Em outra obra, Virilio sugere que as *idades reais* cederiam lugar às *idades virtuais*, uma “metacidade desterritorializada”; a metrópole, a cidade local, não seria mais que um “bairro, de um distrito, entre outros, da invisível METACIDADE MUNDIAL cujo ‘centro está em toda parte e a circunferência em lugar nenhum’ (Pascal)” (VIRILIO, 1999, p. 18).

Para além de exercer uma fascinação na imaginação, a habilidade de abranger o espaço e comprimir o tempo conformam as relações sociais e econômicas modernas, processo que se deu ao longo das diferentes gerações de mídias desde o telégrafo até a Internet. Esse movimento torna “crítico aceitar plenamente que a mídia não pode mais ser separada do social; nem, aliás, do político, do econômico e do cultural” (Ibid. p.7).

A “metacidade” de Virilio e suas reconfigurações no perímetro urbano são expressas a partir do conceito de “cidades-mídia” de Scott McQuire (2008). Para o autor nós não estamos experienciando uma aniquilação do espaço e do tempo, como sugerem alguns, e sim a emergência de novos conjuntos espaciais, que trazem uma nova conjunção entre mídia e arquitetura que tem sido descrita em termos de “realidade aumentada”, “realidade mista” e “espaço aumentado”. Esses conceitos buscam enfatizar regimes espaciais heterogêneos a partir de um novo senso de simultaneidade que informa um espaço relacional, ao invés de opor espaço ao tempo, e que exprimem as formas de coabitação aventadas por Latour anteriormente.

Como sugere McQuire, depois de dois séculos do amplamente anunciado desaparecimento do tempo e do espaço “as maneiras pelas quais o tempo e o espaço são

experimentados individual e coletivamente certamente sofreram mudanças dramáticas e de longo alcance” (MCQUIRE, 2008, p. 14), tradução nossa). Além da alteração nas experiências individuais e coletivas, McQuire sustenta, retomando uma ideia trazida por Félix Guattari, que não há nessa tendência de desterritorialização da modernidade uma "perda de centro" absoluta e final, já que novos "centros" podem - e são - formados:

Quanto mais o capitalismo segue sua tendência de 'decodificar' e 'desterritorializar', mais ele busca despertar ou re-despertar as territorialidades artificiais e as codificações residuais, movendo-se assim contrariamente à sua própria tendência (GUATTARI, 1984, p. 36 apud (MCQUIRE, 2008, p. 24), tradução nossa).

A formação de novos centros é condicionada por uma série de fatores que estão relacionados às subjetividades que são reorientadas a partir dos deslocamentos provocados pela emergência das territorialidades artificiais sugeridas por Guattari. Um exemplo elucidativo desse processo, em que há uma disputa entre os deslocamentos para a formação dos novos centros, é trazido por Frederic Martel, a partir da dinâmica das empresas de tecnologia do Vale do Silício, como Google, Facebook, Yahoo, Flickr etc. Estas empresas tem uma prática da compra de *startups* e contratação dos talentos, que passam então a ser funcionários das gigantes da Internet em um processo denominado *acqui-hiring* (um termo que significa a fusão entre aquisição e contratação). As *startups* passam a figurar como satélites no ecossistema geral das grandes empresas e seus criadores passam de patrões a empregados. As jovens mentes criativas se veem então obrigadas a mudar-se da cidade de São Francisco para o Vale do Silício, uma área suburbana e que não condiz com os anseios de pessoas que desejam estar próximas de outros desenvolvedores que expressam uma cultura de criatividade e inovação, elementos que se desdobram como constitutivos das metrópoles e grandes centros urbanos<sup>56</sup>.

O futuro das tecnologias está sendo escrito na interação face a face e depende de redes de pessoas familiares e de territórios que realmente existem, como sustenta um

---

<sup>56</sup> No clássico ensaio "A metrópole e a vida mental" Georg Simmel (1973, p. 12) já apontava que "a personalidade se acomoda nos ajustamentos às forças externas", tendo a metrópole um papel fundamental sobre o comportamentos das pessoas que nela transitam e residem. Uma série de novidades psíquicas emergiam como resultado da acomodação de várias novidades, como a racionalidade econômica, impessoalidade das relações, anonimato etc. É instigante pensar que passado mais de um século do ensaio publicado em 1902, a metrópole ainda apresenta uma série de características que a diferenciam de outros contextos, como no caso do contexto rural e das pequenas cidades utilizados como contraponto à análise de Simmel. No contexto de uma suposta desterritorialização, percebemos que ela é relativa já que é nas metrópoles que há um grande agrupamento de empresas de tecnologia formadas por pessoas simpáticas à vida cosmopolita, como no exemplo dos programadores e desenvolvedores entrevistados por Martel (2018).

desenvolvedor entrevistado por Martel. O Vale do Silício prova paradoxalmente que o digital não pode ser um fenômeno completamente global, pois há resistências no processo de formação de novos centros que dizem respeito às particularidades de cada localidade e dos atores que neles circulam. Se a localidade não importasse, veríamos o deslocamento de empresas como Google e Facebook para locais com valor imobiliário mais baixo, o que não vem ocorrendo na prática.

Isso não exclui a lógica alterada das relações espaço-tempo implicadas pela natureza em tempo real das redes digitais. A capacidade de simultaneidade foi um componente marcante dessa alteração estimulada pelo desenvolvimento das novas TICs. Entretanto, para além deste elemento tão comentado e explorado, percebemos uma nova dinâmica em relação à temporalidade dos conteúdos audiovisuais, especialmente quando temos em mente o conteúdo criado para o YT. Como vimos anteriormente, o YT foi criado a partir da ideia da composição de um repositório digital, ficando o conteúdo disponível para quem quisesse e pudesse acessá-lo posteriormente a sua publicação. Desde 2008 a empresa vinha testando formas de transmitir conteúdo ao vivo, o que se consolida com a parceria firmada com a *National Broadcasting Company* (NBC) para a transmissão dos jogos olímpicos de Londres em 2012.

Atualmente boa parte dos criadores de conteúdo para YT faz transmissões ao vivo e esse conteúdo, além de poder ser acessado simultaneamente à transmissão, fica guardado na perspectiva da composição de um repositório de conteúdo audiovisual. A plataforma é um exemplo significativo para refletirmos sobre a relação espaço-tempo, na medida em que seus conteúdos são um híbrido em que transmissões simultâneas se transformam em conteúdo permanente. A permanência do conteúdo é uma das formas que sustenta a plataforma como um espaço de estabelecimento de relações de trabalho, a partir do momento em que os criadores confiam nela e também na duração de suas criações para que novos usuários possam encontrá-las e assim viabilizar esse processo como um sistema de geração de valor, remunerando tanto os acionistas da plataforma como seus trabalhadores – ou “parceiros”, como prefere a nova semântica do capitalismo digital das plataformas.

Se o tempo no YT é composto pelo híbrido entre simultaneidade e permanência, as questões relativas ao espaço dizem respeito aos locais de desenvolvimento e manutenção da plataforma, territórios de produção e acesso. O acesso ao conteúdo está intimamente relacionado a uma rede de infraestrutura necessária, como rede elétrica adequada,

estrutura de banda larga nos municípios, além da posse de artefatos tecnológicos como computadores e smartphones, que pudemos delimitar mais detalhadamente no capítulo 3 para o caso brasileiro.

O que importa destacar nesse momento é que as relações espaço-tempo na era da informação não sugerem apenas ponderações abstratas que remontam à relatividade do tempo e do espaço ilustrada nas modernas teorias da Física. Elas implicam novos saberes internalizados e culturalmente mediados pelos novos espaços, inexoravelmente presentes na constituição dos sujeitos ocidentais contemporâneos. Outros espaços e tempos não tão “ausentes” que coabitam os referenciais técnicos, políticos, históricos que cotidianamente evocamos, certamente muito mais epidérmicos que simplesmente “fantasmagóricos”.

#### 4.7 EXPOSIÇÃO DE SI COMO PRAGMATISMO DE CLASSE

Assim como novas dinâmicas no espaço tempo, pela elaboração de uma forma de agir *online* visando a promoção de si, práticas digitalizadas se relacionam a reconfigurações na delimitação das fronteiras entre o público e o privado. Isso se deu pela ampliação das superfícies de contato entre subjetividades, antes restritas ao face a face, e por mídias unidirecionais como a televisão<sup>57</sup> e o rádio, agora ampliadas pela tela sensível ao toque. Aos encontros na cidade, que acompanhou o desenvolvimento de um comportamento específico na composição de “reservas” emocionais que, como bem observou Georg Simmel (1973), eram fundamentais para que conseguíssemos sobreviver nesse contexto, soma-se os encontros mediados pelas novas tecnologias digitais. Elas também provocam alterações subjetivas, como na composição de múltiplos “eus”, que se deslocam em plataformas na construção discursiva e imagética dos sujeitos conectados em rede.

Os Youtubers frequentam esses espaços fronteiraços, cujas linhas e limites são objetos de constante disputa e remarcadas com, aparentemente, limitadas pretensões de

---

<sup>57</sup> A televisão se torna cada vez mais interativa nas últimas décadas, como no caso dos programas policiais analisados por Alex Niche Teixeira (2009), nos quais se amplia o processo de participação da audiência na tentativa de resolução dos casos apresentados. Entretanto, a participação se dá sempre em apenas uma direção. Não há contato, portanto, entre espectadores, como proporcionado pela interatividade nas mídias sociais digitais.



perpetuação. Eles flertam com estes espaços, desafiam e tencionam em variados graus e alcances. A cada vídeo de “tour pela casa nova” ou “relato de um aborto espontâneo”, compõem-se os diários *extimos* como antítese ou reformulação dos diários íntimos (SIBILIA, 2013). Abre-se a público questões e imagens antes veladas, agora descobertas pela grande quantidade de micro câmeras embutidas em dispositivos portáteis.

Também munidos do aparato técnico próprio das socialidades tela a tela, os públicos acompanham esses diários (ou periódicos) com crescente interesse. Acompanham também o diálogo sempre posto, implícita ou explicitamente, que cinde comportamentos e conteúdos culturalmente aceitos em público daqueles que deveriam reservados à intimidade. Uma série de sanções morais revelam a nocividade atribuída aquilo que tem o potencial de desestabilizar linhas que deveriam ser respeitadas. Em brilhante análise, Mary Douglas expõe os perigos desse cruzamento de fronteiras:

[...] creio que as pessoas, realmente, pensam que seu próprio ambiente social consiste de outras pessoas ligadas ou separadas por linhas que devem ser respeitadas. Algumas dessas linhas são protegidas por firmes sanções físicas. [...] Mas, onde as linhas são precárias, achamos ideias de poluição que vêm para sustentá-las. **O cruzamento físico da barreira social é considerado como uma poluição perigosa [...] O poluidor torna-se um objeto de desaprovação duplamente nocivo, primeiramente porque cruzou a linha e, em segundo lugar, porque colocou as outras pessoas em perigo** (DOUGLAS, 1976, p. 170, grifo nosso).

O *insight* é válido na medida em que os Youtubers incorporam a figura do poluidor no cruzamento de “linhas protegidas por firmes sanções”, o que podemos acompanhar com uma série de conflitos ocasionados pelas transposições indevidas<sup>58</sup> e até mesmo nas transposições socialmente aceitas mas que abalam as fronteiras da intimidade para grande parte da população (filmar a esfera íntima, tratar de assuntos delicados etc.). Esses movimentos operam tanto por transgressões culturais como pela irrupção de uma era pautada na ideologia da pós-privacidade, uma noção ingênua na perspectiva de Byung-Chul Han (2016). Essa ideologia exigiria o total abandono da esfera privada em nome da produção de uma comunicação transparente.

Alysson Artuso vai estudar a formação da constituição de um sujeito na internet, salientando que “os indivíduos não conseguem se transformar com a mesma velocidade das máquinas de informação contemporâneas” (ARTUSO, 2005, p. 120) podendo ser

---

<sup>58</sup> Atos de racismo de YouTubers em seus vídeos e na manifestação em outras plataformas como o Twitter ganharam grande repercussão como no caso de Júlio Cocciolo (FOLHA DE S. PAULO, 2018). Recentemente Everson Zoio relata em um vídeo como teria estuprado sua namorada (G1, 2018). Em ambos os casos os YouTubers perderam patrocinadores e suas práticas estão sendo criminalmente investigadas.

controladas por meio delas e, por isso, mostrando subjetivações, racionalizações e comportamentos que não traduzem, necessariamente, a realidade de suas vidas orgânicas.

Desse modo, criam-se personagens que são oferecidos em uma grande rede de comunicação e mostram situações editadas, censuradas e *fakes* do que seriam as suas vidas pessoais. Compartilham com o grande público atores evocando novamente o comportamento dos personagens orwelianos citados anteriormente neste trabalho. Seria de uma ingenuidade alarmante acreditar que aquelas vidas apresentadas nas plataformas de compartilhamento digital tragam, de fato, a totalidade da vida das pessoas.

A ideia de um mundo onde a privacidade seria suprimida incorreria em diversos erros, porque os humanos sequer são transparentes para si mesmos. Precisamente a falta de transparência do outro que manteria a vitalidade da relação, em contraposição às relações totalmente transparentes. Uma relação completamente transparente seria uma relação morta, carente de atração e vitalidade:

A imposição da transparência carece justamente dessa "ternura", que não é outra coisa senão o respeito por uma alteridade que não pode ser completamente eliminada. Dado o desejo de transparência que está tomando conta da sociedade atual, seria necessário exercer a atitude de distância. A distância e a vergonha não podem ser integradas no ciclo acelerado de capital, informação e comunicação. Assim, em nome da transparência, todos os levantamentos discretos são eliminados. Estes são iluminados e explorados. Com isso, o mundo se torna mais desavergonhado e nu (HAN, 2016, p. 15-16).

Exatamente aqui reside um ponto fundamental sobre as transgressões dos YouTubers no tocante ao elemento sacralizado das esferas íntima e pública. A crítica é menos potente quando não percebe que o tempo de exposição não é igual ao tempo de vida. Ainda que em alguns vídeos possamos ter o sentimento de compartilhamento de um tempo e espaço, eles são fragmentos estrategicamente posicionados. Os *uploads* não são aleatórios, eles são peças direcionadas ao atendimento das satisfações de um público que orienta seus desejos a partir dos fluxos comunicacionais e informativos que incessantemente atravessam as redes. O aumento da veiculação de imagens e conteúdos íntimos não extingue a convivência íntima dos sujeitos consigo mesmos, ainda que sinalize abalos nos modelos socialmente construídos da intimidade.

Quando colocamos tais práticas digitalizadas e suas socialidades suscitadas em perspectiva histórica, sua importância é realçada e gera expectativas sobre como serão as

coisas no futuro. O que esses fragmentos representam em termos de pretensões da sociedade quanto aos limites entre o público e o privado?

Essa representatividade é fonte de preocupações e estimula reflexões sobre o que viria atrelado a uma explosão de criatividade. Elas tanto preenchem uma lacuna aberta à experimentação de novas técnicas possíveis de ser, como trazem os perigos de somarem-se à prateleira de produtos à “serviço de um mercado que tudo devora” e as transforma em lixo (SIBILIA, 2013, p. 14).

Tanto Sibilía como Han nos auxiliam a perceber que há uma afluência de perigos nesse fluxo informativo. O que eles não levam em consideração, apesar da sofisticação e pertinência analítica, é a expressão da superexposição do “eu” nas mídias como parte de um processo reativo das classes trabalhadoras, que veem nisso uma forma de capitalizar seu conhecimento, carisma ou quaisquer outros capitais incorporados a serem veiculados no YT para viabilizar sua existência material (além de responder às suas necessidades de reconhecimento intersubjetivo).

Paula Sibilía percebe que nesses novos meandros digitais germinam novas práticas difíceis de catalogar, rituais variados que brotam de todos lugares e não cessam de ganhar novos adeptos dia após dia. Ainda que sejam sinais da emergência de desenvolvimentos corporais e subjetivos, esses novos modelos em curso nas redes ao mesmo tempo bloqueiam o surgimento de formas alternativas, em um sistema simultâneo de eclosão e dormência de acontecimentos e de sujeitos que neles se inscrevem. Assim como as subjetividades hegemônicas da era moderna foram dotadas de habilidades e aptidões, também o foram configuradas a partir de incapacidades e carências (SIBILIA, 2013, p. 21); corpos dóceis e úteis a funcionar eficazmente no projeto histórico do capitalismo industrial como sublinhava Michel Foucault (2004) e que ganha novos contornos a partir dos processos de reconfiguração do sistema capitalista de produção em um regime de flexibilidade e de produção de incertezas.

Essa dificuldade de catalogação levantada por Sibilía está vinculada à hiperinformação e hipercomunicação impulsionada pelo uso massivo das TICs. Concordamos quando Han sustenta que o simples aumento do fluxo comunicacional e interativo não esclarece por si só o mundo. Han fundamenta sua crítica a partir da exposição das vidas dos indivíduos através do Facebook. Cria-se a margem para questionamentos: até onde podemos considerar como realmente concreta essa vida exposta nas plataformas digitais? Não estaríamos novamente tentando reproduzir em

nossas vidas pessoais aquilo que vemos nas novelas em que, no início das transmissões deste tipo de programação, tendíamos a considerar como sendo decorrentes de verdades pessoais e não de ficção?

Nessa sociedade positiva e da transparência, que se concretiza nas lutas pela supressão da negatividade, sobressairia o valor da exposição. Segundo Han esse valor "não é valor de uso porque é subtraído da esfera de uso e não é valor de troca porque não reflete nenhuma força de trabalho" (HAN, 2016, p. 26). O valor se deveria somente à produção da atenção. Uma transição que demanda um controle interno por parte dos trabalhadores no contexto das novas tecnologias, em contraposição a uma prática imunológica (um controle externo) que marcou a idade moderna por aquilo que Foucault (2010) compreendia como uma política do corpo ou biopolítica. Para Han, a imposição desse novo vetor interior de controle sobre os trabalhadores nos convidaria a adotar um marco compreensivo da psicopolítica (HAN, 2015).

Cumprir salientar que os "rituais variados" diferem de uma plataforma para outra. Enquanto Facebook ou Twitter supostamente não gerariam valor de uso e valor de troca, isso muda radicalmente ao analisarmos o YouTube, já que o valor de exposição nessa plataforma diz respeito a um tempo de trabalho socialmente necessário para produção de uma mercadoria (produtos audiovisuais) e podem satisfazer necessidades, vontades ou desejos de outros.

Sibilia destaca que a revista Time apontou em 2006 "você" como a pessoa do ano - não por acaso o ano de aquisição do YT pela Google. No lugar dos grandes meios de comunicação tradicionais, eu, você, todos nós somos os sujeitos de transformação da era da informação, "modificando as artes, a política e o comércio, e até mesmo a maneira pela qual o mundo é percebido" (SIBILIA, 2013, p. 11). A explosão de criatividade que gerou uma enormidade de conteúdos produzido por usuários de *blogs*, plataformas e mídias sociais digitais entre aqueles que eram anteriormente apenas consumidores passivos, leitores e espectadores, traria o anúncio do tempo dos amadores.

Se passaram doze anos da publicação na revista Time e percebemos que as próprias maneiras de atribuição de valor à exposição transformaram as formas de geração de valor. Assim como as fronteiras entre real e virtual são transpostas, a suposta divisão entre amadores e profissionais também são desafiadas. Uma pessoa que grava vídeos periódicos, elabora roteiros, contrata profissionais de produção e edição de vídeos, tem a semana pautada a partir dos dois, três ou mais dias em que haverá vídeos novos no

canal: como perceber tais práticas como amadoras? O que seria então uma prática “profissional”? Sendo profissional até onde podemos considerar o que é mostrado nas redes como real? O que as mídias nos oferecem pode ser considerado como real? Em que profundidade?

Os meios de comunicação tradicionais não deixam de ser importantes nesse processo, já que há uma intensa articulação e capitalização dos YouTubers nos comerciais em que figuram como garotos e garotas propaganda de marcas, em uma amostra da reação necessária na incorporação desses novos atores para alcançar públicos variados e de difícil acesso aos meios convencionais de difusão<sup>59</sup>. Entretanto, é a partir da inserção no YT que tais trabalhadores passam a capitalizar (ou monetizar, verbo utilizado para designar a criação de valor em vídeos) suas competências e habilidades.

Se as fronteiras entre o público e o privado passam a ser desafiadas por suas práticas, esse movimento não pode ser analisado como descolado de um tipo de realidade do sistema produtivo. A publicização cotidiana de si, seja real ou não, autêntica ou não, mais do que um traço de personalidade característico de uma cultura “pastiche”, sinaliza a emergência de comportamentos cada vez mais estimulados pelo sistema de produção. Para além dos eufemismos que tratam o trabalhador como um colaborador e o empregado como um empreendedor, o que importa é atentarmos às produções subjetivas incitadas por esse sistema que, acima de qualquer premissa, exige a amplificação da capacidade de vender a si mesmo.

---

<sup>59</sup> Como na campanha publicitária da operadora de telefonia Oi que traz Whindersson Nunes, cujo canal com mais de 30 milhões de inscritos é um dos maiores do mundo.

## 5 REGULAÇÃO E PODER: POR UMA ECONOMIA POLÍTICA DO YOUTUBE

Desde seu lançamento em 2005 o YT tem se promovido como uma plataforma de democratização da mídia, ao converter consumidores em produtores e, assim, reconfigurando fronteiras estabelecidas pelas mídias tradicionais. Descrevem no site sua missão como "dar a todos uma voz e revelar o mundo"<sup>60</sup>. Ainda, dizem acreditar "que todos têm o direito de expressar opiniões e que o mundo se torna melhor quando ouvimos, compartilhamos e nos unimos por meio das nossas histórias". A narrativa que a plataforma construiu acerca de si mesma está alinhada aos valores liberais, fundamentada na liberdade de expressão, no direito à informação, direito à oportunidade e na liberdade de pertencimento.

Outra dimensão fundamental, que caminha lado a lado com este potencial democratizante, fica aparente a partir dos fortes indícios de que o YT seria uma potencial mina de ouro desde sua concepção e traria lucros relativamente fáceis para as corporações, onde bilhões de espectadores se traduziriam em receitas tanto para o YT como para os investidores do capitalismo de risco e anunciantes em geral. Sempre ficou bastante claro que a plataforma fora criada para gerar lucro e até mesmo as grandes corporações ligadas à produção de mídia nos Estados Unidos tiveram que, eventualmente, se aliar à plataforma para não perder dinheiro (BURGESS; GREEN, 2009).

De fato, o YT alterou as formas com que as pessoas interagem com a mídia. Entretanto, não podemos ignorar os motivos subjacentes dos donos da plataforma. Da disputa entre estes dois elementos, percebemos uma tensão entre objetivos democratizantes e potencial econômico, nos estimulando a buscar respostas para duas perguntas: quais são os limites da democratização no contexto da Web 2.0? Em que medida o YouTube se aproxima ou se distancia de outras plataformas e empresas capitalistas são destinadas a angariar receitas para seus acionistas através de verbas publicitárias?

Acreditamos que estas perguntas podem ser adereçadas através de uma avaliação das relações de forças que conformam a estrutura da plataforma, nos encaminhando à discussão de uma economia política do YouTube. Três documentos são fundamentais para que possamos compreender estas dinâmicas e os mecanismos de controle estabelecidos

---

<sup>60</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/yt/about/>. Múltiplos acessos durante 2016 e 2019.

pela plataforma. São eles os termos de serviço (TS), as políticas de privacidade (PP) e a diretrizes da comunidade (DC).

O material empírico será analisado à luz de formulações teóricas críticas da Internet, que percebem o processo de conversão dos sujeitos em informação, um suposto sintoma de novas formas de controle na era do Big Data. A teoria crítica da Internet é um termo genérico que abrange uma gama ampla de abordagens inspiradas em Marx no estudo da Internet e da sociedade, que busca analisar as estratégias de acumulação empregadas por corporações como a Google na economia capitalista da Internet. Aos desenvolvimentos teóricos de autores que se debruçam sobre a temática, é importante resgatarmos um argumento esboçado no capítulo 6 sobre os novos mecanismos de autorregulação dos indivíduos naquilo que é percebido como a psicopolítica.

## 5.1 OS TERMOS DE SERVIÇO E SUAS ALTERAÇÕES ENTRE 2005 E 2018

As palavras ditas pelos YouTubers são regidas por uma série de regulamentos. Os termos de serviço governam o relacionamento do YT com seus usuários, sejam eles criadores de conteúdo ou não. Os pontos estabelecidos firmam o contrato entre duas partes, ainda que poucas pessoas compreendam o que de fato está sendo contratado. Desde 2005<sup>61</sup> o YT apresenta estes termos e vem os transformando ao longo dos anos, a partir das necessidades que emergem, em muitos casos, por problemas jurídicos encontrados ao longo do tempo. Através deste contrato podemos compreender as seguranças e inseguranças trazidas às partes, bem como compreender um dos elementos que compõe a dinâmica de forças no interior da plataforma. Para que compreendamos essas mudanças ao longo do tempo, tomaremos como base os treze pontos estabelecidos conforme último documento publicado pelo YT, no dia 25 de maio de 2018.

Os termos antigos foram acessados através da plataforma Wayback Machine<sup>62</sup>. Acessamos a página em inglês dos termos de uso, já que a versão em português nem sempre estava disponível. Entretanto, percebemos através das leituras de termos nos dois

---

<sup>61</sup> Em 09 de outubro de 2006 o YT foi adquirido pela Google e podemos notar as transformações nos Termos de Serviço. A primeira versão de 2005 não é tão sistematizada como as subsequentes.

<sup>62</sup> A Wayback Machine é um arquivo digital da Internet lançado em 2001 por uma organização sem fins lucrativos (*Internet Archive*) localizada em São Francisco, Califórnia. Disponível em <https://web.archive.org/>. Múltiplos acessos ao longo da pesquisa.

idiomas que o texto em português é uma tradução literal do conteúdo em idioma estrangeiro com duas alterações. A primeira se refere ao cumprimento de legislações locais e regionais. Como o YT é sediado nos Estados Unidos, a plataforma não garante que o site seja apropriado em outros locais e as pessoas que fazem acesso são responsáveis pelo cumprimento da legislação de suas localidades. A segunda é quanto a idade dos usuários que podem acessar a plataforma. Nos termos em inglês o acesso não é permitido para menores de 13 anos. Na versão brasileira, o “YouTube não é projetado para jovens menores de 18 anos”. A plataforma adverte que, “Se Você tiver menos de 18 anos, não deverá utilizar o website do YouTube. Você deverá conversar com seus pais sobre quais sites são apropriados”<sup>63</sup>.

#### a) Aceitação

Esta parte estabelece que o usuário e visitante da plataforma aceita os "Termos de Serviço" em sua íntegra e caso haja discordância o site não deverá ser acessado. A principal mudança ocorrida está a partir de 2007, quando a plataforma passa a informar que estes termos estão sujeitos a constantes alterações e que, embora a plataforma faça esforços para avisar os usuários, estes devem reler periodicamente a versão mais atualizada. Ainda, sinaliza que o usuário concorda em cumprir eventuais modificações e revisões.

#### b) O serviço

A partir de 2007 há uma alteração estabelecendo que os TS se aplicam a todos os usuários, inclusive usuários que contribuem com o conteúdo. Como a plataforma passa a ser cada vez mais integrada com outros sites e aplicativos, a empresa se resguarda ao direito de explicitar que não possui controle sobre estas outras instâncias e que não pode assumir responsabilidade por terceiros. Com isso a plataforma passa a colocar nas mãos dos usuários e dos criadores de conteúdo toda responsabilidade pelo uso de conteúdos e programas "embutidos" no YouTube, o que, na prática, inviabiliza que todos os termos envolvidos sejam conhecidos. Isso porque o YT cada vez mais adensa suas conexões com outras plataformas (como compartilhamentos via redes sociais, RSS etc.). Em 2009 esses

---

<sup>63</sup> Ver Termos de Serviço, disponível em: <https://www.youtube.com/t/terms?gl=BR>. Múltiplos acessos de 2016 a 2018.



elementos "embutidos" eram referidos apenas como "produtos, *softwares* e serviços oferecidos através do website, como canais do YouTube, o player incorporado do YouTube, o gerenciador de envios e outros aplicativos" (YT TS, 2009). A partir de 2010 fica mais difícil saber o que exatamente isso significa, já que o conteúdo passa a incluir "texto, software, scripts, gráficos, fotos, sons, música, vídeos, combinações audiovisuais, recursos interativos e outros materiais que Você pode ver, ter acesso, ou contribuir para o Serviço" (YT TS, 2010).

#### c) Contas YouTube

As grandes alterações em relações às contas do YT iniciam a partir de 2007. Nos termos de 2006 há uma menção mais genérica de "Acesso ao *website*", em que o mesmo é realizado apenas para fins não comerciais. Em 2007 essa restrição desaparece, o que indica um movimento de uso comercial das contas de usuários de acordo com as políticas da plataforma.

Em 2006 os termos também estabelecem que no acesso ao site não haverá uso de sistema automatizados de uso, como "robôs" que acessam o site "de uma maneira que envia mais mensagens de solicitação para os servidores do YouTube em um determinado período de tempo do que um ser humano pode produzir razoavelmente no mesmo período usando um navegador da Web on-line convencional" (YT TS, 2006). Essa restrição em 2007 desaparece do acesso ao site e é modificada na seção seguinte, sobre o uso geral do serviço.

#### d) Uso Geral do Serviço—Permissões e Restrições

As permissões e restrições ao uso geral sofreram poucas alterações desde 2007, ano em que são condensadas nesta seção (nos anos anteriores estas diretrizes estavam espalhadas entre acesso, direito de propriedade e submissões dos usuários, bem como nas questões mais gerais sobre o acesso ao site). Qualquer parte da plataforma ou do conteúdo nela veiculados não podem ser distribuídos sem autorização prévia do YT, com a exceção de funcionalidades oferecidas (como o *player* embutido, utilizado em *blogs*). Fica proibida a venda de acesso ao YT, a venda de publicidade e patrocínios ou promoções vinculando a plataforma ou o conteúdo.

A partir de 2007 fica autorizada a manutenção de um canal original para promoção pessoal ou utilização em um empreendimento artístico. Também fica estabelecido que o

uso de técnicas de mineração de dados para fins comerciais é proibido, podendo ser utilizado para outros fins não comerciais.

e) Uso do Conteúdo

O uso do conteúdo disponível no site é restrito a fins pessoais, não podendo ser copiado, reproduzido, distribuído, transmitido, exibido, vendido, licenciado, baixado ou de alguma outra forma explorado por qualquer maneira que não seja destinada à funcionalidade normal da plataforma. Desde 2006 estes termos sofreram poucas alterações (como a explicação em 2007 sobre o que seria "*streaming*", que desaparece nos anos seguintes). A plataforma se exime de qualquer responsabilidade do conteúdo veiculado em diversas fontes e não se responsabiliza pela "precisão, utilidade, segurança ou propriedade intelectual próprias ou relacionadas a esse Conteúdo" (YT TS, 2018). Ainda, ao aceitar os termos o usuário

compreende e aceita que poderá estar exposto a Conteúdo que seja impreciso, ofensivo, indecente ou censurável, e Você concorda em renunciar, como o faz de fato, a qualquer direito ou indenização legal ou justa, presente ou futura, contra o YouTube em relação a esses temas, e, na medida do permitido por lei, concorda em indenizar e isentar o YouTube, seus Proprietários, Operadores, afiliadas, licenciadores e licenciados, na medida máxima permitida por lei, em relação a todos os assuntos relativos ao uso do Serviço (YT TS, 2018).

Essa talvez seja uma das posições mais controversas em relação à isenção do YT quanto à responsabilidade sobre o conteúdo veiculado. Em julho de 2018 a empresa anunciou alterações no seu algoritmo na tentativa de combate às *fake news*<sup>64</sup>. Na página inicial são privilegiadas pelo algoritmo notícias de fontes oficiais, supostamente mais confiáveis, através da observação de números de citações na Internet e pela credibilidade histórica das publicações (não apenas se baseando na popularidade do vídeo como era anteriormente). O YT também anunciou que progressivamente passará a fornecer informações de terceiros (como Wikipédia e Enciclopédia Britânica) em vídeos sobre acontecimentos históricos e fatos científicos submetidos a campanhas de desinformação em períodos recentes (como a dúvida sobre o homem ter pisado ou não na lua, o formato da terra, a existência da força gravitacional e teorias da conspiração com elevados níveis de delírio).

---

<sup>64</sup> Ver "YouTube announces sweeping changes to the way it handles breaking news", disponível em <https://mashable.com/2018/07/09/youtube-announces-changes-breaking-news-video-search/#D3Q0UkLn7gq2>. Acesso em 01/02/2019.

#### f) Seu Conteúdo e Conduta

São definidas as condutas permitidas e proibidas na plataforma e, diferentemente de outras seções, poucas alterações no conteúdo foram realizadas desde os primeiros termos de 2005. A grande alteração surge, novamente, no ano de 2007, quando as condutas deixam de ser descritas aqui e são criadas as diretrizes da comunidade (analisadas em separado).

Não é garantida a confidencialidade de qualquer conteúdo submetido para o YT, sejam vídeos ou comentários em outros vídeos. As responsabilidades de publicação de um conteúdo são de inteira responsabilidade daqueles que o enviam. Ao enviar um conteúdo usuário cede a licença para reprodução e distribuição do mesmo ao YT e, em relação aos comentários postados as licenças cedidas são permanentes e irrevogáveis. Isso indica que, uma vez que um usuário envia um texto à plataforma, ele cede o direito de qualquer uso do mesmo.

A questão dos direitos autorais é sublinhada e o envio de conteúdo protegido é vedado. Esse ponto específico sempre foi fonte de controvérsias, porque materiais protegidos por direitos autorais (e.g. filmes e músicas) são enviados à página constantemente. Por diversas vezes são alvos de bloqueio a pedido dos detentores dos direitos. Essas disputas constantes induziram a criação das “Redes Multicanal” (*Multi-channel network* [MCN]), que oferecem os serviços “desenvolvimento do público, programação de conteúdo, colaborações com criadores, gestão de direitos digitais, rentabilização e/ou vendas”<sup>65</sup>.

#### g) Política de Cancelamento de Conta

O cancelamento de uma conta será levado a cabo quando o conteúdo enviado à plataforma infringir os termos de serviço, especialmente em relação aos direitos autorais, “à pornografia, material obsceno ou difamatório (inclusive difamação, calúnia ou injúria), ou excessivamente longo” (YT TS, 2018). O YT possui duas formas de controle nesse aspecto: 1) Controle por Inteligência Artificial e 2) Controle individual dos usuários.

A grande mudança ocorre no ano de 2018 quando se institui a política dos “*strikes*”. Os canais podem ser derrubados ao infringirem três vezes as políticas da plataforma. Um exemplo recente foi o canal de um comentarista de direita do canal “eGuinorante”, que

---

<sup>65</sup> Ver “Descrição geral da Rede Multicanal (MCN) para criadores do YouTube”, disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/2737059?hl=pt>. Acesso em 03/03/2019.

recebeu três strikes, relativos a infrações contra direitos autorais, e decidiu deletar e refazer o canal<sup>66</sup>.

Além dos “*strikes*” existe um mecanismo chamado “*flag*”. Quando um criador de conteúdo envia à plataforma um vídeo que possui partes de um vídeo não produzido por ele, o produtor do vídeo original cujas partes são veiculadas podem marcar o vídeo solicitando que os ganhos com aquele vídeo sejam revertidos para ele (as opções para os detentores dos direitos autorais são: bloquear o vídeo, monetizar ou rastrear dados de visualização para obter estatísticas - como países onde o conteúdo é popular). Além da “*flag*” manual, o YT utiliza um sistema chamado Content ID, que rastreia possíveis combinações com um banco de dados de um século de conteúdo protegido por direitos autorais (músicas, filmes, livros etc.).

Vídeos marcados com direitos autorais, seja pela Inteligência Artificial do programa desenvolvido pela plataforma, que custou mais de 100 milhões de dólares, ou por marcações manuais, são frequentes em vídeos do tipo “*react*”. Esses são vídeos típicos em diversos canais e são basicamente as reações do criador de conteúdo a outros vídeos ou músicas, veiculados no YT ou outras plataformas<sup>67</sup>.

#### h) Lei Millenium (*Millenium Act*) de Autorialia Digital

A lei foi sancionada em 1998 nos Estados Unidos e alterou a legislação norte americana, ampliando o alcance dos direitos autorais e também limitou a responsabilidade dos prestadores de serviço *online* sobre eventuais violações de direitos cometidas por usuários. É uma lei que, mesmo tendo sido sancionada nos Estado Unidos, passa a influenciar na questão dos direitos autorais de produções veiculadas pela Internet na maior parte do globo. A lei protege as corporações e as plataformas se eximem dos problemas relacionados ao conteúdo, pois as mesmas supostamente não teriam controle sobre certos aspectos. Ainda que esteja em vigor até hoje, e ao longo de todas as versões dos termos de uso de YT ela apareça quase sem alterações, as questões do controle sobre o conteúdo veiculado nas plataformas começa a ganhar corpo (como por exemplo nas

---

<sup>66</sup> Ver “PQ “EXCLUÍ” O CANAL - DENÚNCIA AO YOUTUBE BR!!!”, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oc9ljx-XyGA>. Acesso em 12/01/2019.

<sup>67</sup> O criador de conteúdo Felipe Neto é bastante conhecido na plataforma por seus “*reacts*” a clipes de música. Outro tipo bastante difundido são reacts de programas de entrevista como o Roda Viva da TV Cultura, especialmente quando os entrevistados abordam temas relacionados à política.

medidas tomadas pelo Facebook durante as últimas eleições brasileiras em combate às *fake news*<sup>68</sup>).

i) Renúncia e responsabilidade

Esta seção foi apenas alterada no ano de 2006 quando a empresa foi adquirida pela Google. Sinteticamente, estabelece que o uso do YT será por conta e risco do usuário e que a plataforma não se responsabiliza por absolutamente nada do que venha a acontecer. Ficam isentos, de quaisquer responsabilidades, os executivos da empresa, diretores, funcionários ou representantes. O YT se exime das eventuais ofensas trazidas pelo conteúdo veiculado e "não assume qualquer obrigação ou responsabilidade por quaisquer erros, equívocos ou imprecisões, danos pessoais ou materiais, de qualquer natureza, que resulte de seu acesso e do uso do serviço" (YT TS, 2018). A plataforma ainda sugere que o usuário "deve usar o bom senso e ser cauteloso sempre que for necessário" (Ibid.).

j) Indenização, cessão e disposições gerais

As últimas três seções permaneceram praticamente inalteradas desde a aquisição pela Google. A diferença aqui aparece nos termos norte-americanos, onde há uma sessão a mais sobre a "habilidade de aceitar os termos", estabelecendo que o site só pode ser utilizado por maiores de 13 anos.

Também fica estabelecido que os termos são regidos pelas leis internas do estado da Califórnia "independentemente dos princípios de conflitos de leis" (YT TS, 2018). As eventuais reclamações devem ser dirimidas nos tribunais competentes localizados no condado de Santa Clara. Aqui também fica explícito que os "Termos de Serviço, em conjunto com o Aviso de Privacidade" e "outros avisos legais publicados pelo YouTube no Serviço integram o contrato entre Você e o YouTube em relação ao Serviço". Ainda, são contratos dinâmicos, podendo ser alterados a qualquer momento sem aviso prévio, e, por mais que uma cláusula seja invalidada por decisões de tribunais, todas as outras continuam em vigor.

Resumimos as principais alterações nos TS a seguir:

---

<sup>68</sup> <https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/afp/2018/09/20/facebook-tera-sala-de-guerra-contra-manipulacao-nas-eleicoes-no-brasil.htm>.

QUADRO 2 - PRINCIPAIS ALTERAÇÕES NOS TERMOS DE SERVIÇO DO YT

Ano	Características	Principais alterações
2005	Textos abrangentes e genéricos	Primeira versão; contém elementos que se mantêm ao longo dos anos (DMCA; renúncia de responsabilidade e código de conduta)
2006	Sistematização e adequação aos padrões Google	Ficam isentos de quaisquer responsabilidade os executivos da empresa, diretores, funcionários ou representantes. Tentativa de afirmar juridicamente que a responsabilidade do uso da plataforma é atribuída aos usuários Termos são passíveis de constante alteração e a responsabilidade de acompanhar é dos usuários
2007	Aprimoramento	Abertura comercial para o uso das contas (para promoção pessoal ou utilização em um empreendimento artístico) Maior responsabilidade de usuários e criadores de conteúdo Diminuição na restrição ao "data mining" Código de conduta sai dos termos e vai para as Diretrizes da Comunidade
2010	Ambiguidade	Dispersão de elementos embutidos na plataforma (na prática, tudo que envolve a plataforma pode ser um serviço "terceirizado" e os usuários e criadores devem arcar com as consequências dos seus usos)
2011-2017	Manutenção	Ajustes semânticos muito sutis, praticamente não há alterações substantivas
2018	Controle	Algoritmo privilegia fontes "oficiais" e vídeos de eventos históricos que são fonte de desinformação são atrelados a informações de terceiros (como Wikipedia) Política dos "strikes"

Fonte: Elaboração do autor.

## 5.2 POLÍTICAS DE PRIVACIDADE

As políticas de privacidade detalham as medidas tomadas pelo YouTube para supostamente proteger a privacidade de seus usuários no uso do site e de outros sites no domínio da plataforma. Estas regulamentações podem ser analisadas à luz de significativos debates sobre a segurança dos dados pessoais que circulam na Internet, especialmente quando os algoritmos entram em cena e passam a direcionar conteúdo a partir dos dados coletados dos usuários (COHEN, 2008; FUCHS, 2011; O'NEIL, 2016). Em uma sociedade da informação a questão da privacidade diz respeito não apenas à materialidade da nossa vida, mas também ao acesso dos nossos dados pessoais que circulam nos espaços informacionais.

Em 2005 o YouTube declarava respeitar a privacidade do usuário. Em 2006, reconhece que seus "clientes, visitantes, usuários e outras pessoas que usam [o site] valorizam sua privacidade" (YT PP, 2006). Uma sutil mudança através da qual podemos compreender os mecanismos criados para tornar a plataforma cada vez mais blindada contra eventuais processos por infrações à privacidade dos dados de seus usuários.

Diferentemente dos termos de uso que apresentam uma estrutura similar ao longo dos anos, as políticas de privacidade não foram construídas de maneira linear no mesmo período. Sinteticamente poderíamos elencar três períodos distintos: 1) **estabelecimento** das políticas entre 2005 e 2006, 2) **redução e "migração"** de cláusulas para outras seções normativas (como termos de uso e diretrizes da comunidade) entre 2007 e 2011 e 3) **dissolução das políticas específicas** e adesão às políticas de privacidade gerais do Google a partir de 2012. Nestes três períodos as questões regulamentadas circulam basicamente em torno de três temáticas: 1) informações que os usuários compartilham, 2) informações coletadas pelo YouTube e 3) questões relacionadas a anúncios publicitários.

Na primeira fase, de estabelecimento das políticas, algumas questões definidas perduram até as regulamentações atuais. Ao utilizar algumas funcionalidades da plataforma, os usuários concordam em disponibilizar informações como seus nomes e endereços de *e-mail* e o YT envia aos usuários um ou mais "*cookies*". Os *cookies* são pequenos arquivos de texto contendo uma cadeia de caracteres alfanuméricos que permitem identificar os usuários através dos navegadores utilizados. O YT utiliza tanto *cookies* por sessão (a cada conexão e que desaparecem depois de terminado o acesso) e *cookies* persistentes (permanecem mesmo após o fechamento do navegador e são utilizados nos acessos subsequentes).

É criado em cada acesso da plataforma um arquivo de *log*, que envia automaticamente aos servidores do YT toda a movimentação do usuário: termos buscados, endereço do Protocolo de Internet (IP), tipo de navegador, preferências de linguagem e idiomas, número de cliques, páginas visualizadas e o tempo investido em cada página, datas e outros rastros deixados pela navegação (como movimento do cursor do *mouse*, pausas e velocidades de visualização dos vídeos). A plataforma também faz o uso de "*clear gifs*" ou "*Web Beacons*", que rastreiam os padrões de uso do site de maneira anônima.

Essas informações são compiladas e fornecidas de maneiras não identificáveis a terceiros, como anunciantes e outros sites. Estes outros sites, especialmente anunciantes, podem utilizar os dados para enviar informações específicas a cada usuário, o que vem sendo chamado de "*targeted advertising*" (publicidade direcionada). Portanto, o YT vende não apenas o conteúdo produzido, como também extrai valor da circulação de usuários em seu site.

A partir de 2009 o Google começa a utilizar um *cookie* chamado *DoubleClick*<sup>69</sup>, que visa auxiliar os anunciantes a veicular anúncios com base em interesses associados à atividade *online* dos usuários. Nesse contexto o YT se exime de qualquer responsabilidade sobre os dados fornecidos a terceiros e os usuários são responsáveis por conhecer as políticas de privacidade de servidores e redes de anunciantes. A plataforma ainda sublinha que não possui qualquer controle sobre as atividades de seus anunciantes<sup>70</sup>.

A partir de 2012 o YouTube deixa de ter uma seção específica para as políticas de privacidade e a plataforma passa a utilizar as mesmas políticas estabelecidas para outras empresas subsidiárias da Google. Desde então, praticamente não há alterações no teor do que é estabelecido, apenas na forma com que a informação é veiculada. Na página atual das políticas de privacidade uma série de vídeos com caráter didático são disponibilizados (Figura 5), talvez uma maneira escolhida pela Google para suavizar uma temática tão espinhosa. A plataforma garante que os usuários não devem ficar preocupados, já que "nós[YT] não reduziremos os seus direitos sob esta Política de Privacidade sem o seu consentimento explícito" (YT PP, 2013).

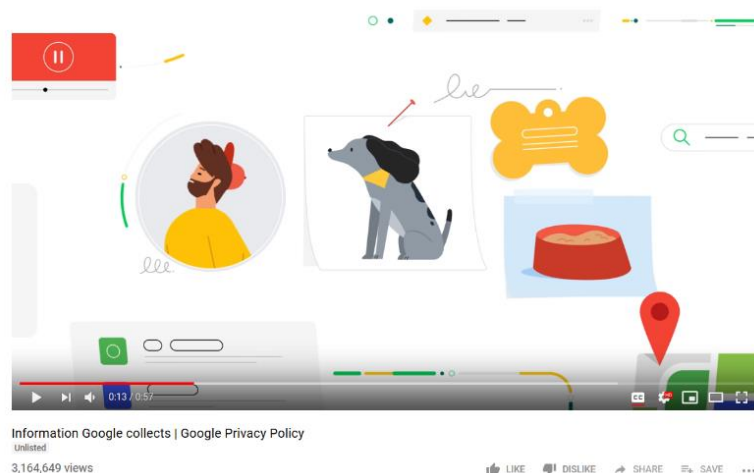
---

<sup>69</sup> A DoubleClick foi uma empresa fundada em Nova Iorque em 1995 e adquirida pela Google em março de 2008 por 3.1 bilhões de dólares. Em junho de 2018 a Google anunciou reformulações nas suas plataformas de anúncios e a DoubleClick foi fundida à nova marca Google Marketing Platform. <https://variety.com/2018/digital/news/google-doubleclick-adwords-rebranding-1202859088/>

<sup>70</sup> Essa falta de controle sobre os anunciantes se torna contestável ao passo que os contratos publicitários são firmados pela Google.



FIGURA 5 - VÍDEO SOBRE OS DADOS PESSOAIS COLETADOS PELA GOOGLE



Fonte: Reprodução de *frame* do vídeo “*Information Google collects | Google Privacy Policy*”, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YlmVKT3Zyhw>. Acesso em 03/03/2019.

### 5.3 AS DIRETRIZES DA COMUNIDADE

O YT nunca foi uma plataforma completamente livre para a veiculação de qualquer tipo de conteúdo. No ano da sua fundação em 2005, não havia uma seção específica sobre as Diretrizes da Comunidade, que são uma série de regras a serem seguidas por usuários e criadores de conteúdo. Entretanto, já estava explícito que não deveriam ser postados ou transmitidos nos servidores do site qualquer tipo de comunicação, texto, gráficos e outras informações que sejam

ilegais, obscenos, fraudulentos, indecentes ou que difamem, abusem, assediem ou ameacem os outros, ou sejam odiosos, racistas ou etnicamente ou de outras formas censuráveis. [...] que defendam ou encorajem qualquer atividade ilegal. Que infrinjam ou violem o direito e a privacidade dos indivíduos, incluindo outros usuários do site ou que violem qualquer lei local, estadual, nacional ou internacional” (YT TS, 2005).

A partir de 2006, quando a plataforma é adquirida pela Google, uma série de diretrizes são delineadas para especificar estes elementos indesejáveis. De 2006 a 2016 as diretrizes eram abertas com a seguinte frase:

Não estamos pedindo o tipo de respeito reservado para freiras, idosos e neurocirurgiões. Queremos dizer que não abuse do site. Todos os novos recursos interessantes da comunidade no YouTube envolvem um certo nível de confiança.

Confiamos em você como responsável e milhões de usuários respeitam essa confiança, então, por favor, seja um deles (YT DC, 2006-2016).

Esta era uma tentativa espirituosa de fazer com que as pessoas soubessem que certos limites devem ser respeitados, mas que a plataforma era “descolada” o suficiente para que o controle não fosse excessivo. A tônica das regras basicamente sugeria aos seus usuários que “não cruzassem a linha” e algumas regras que deveriam ser “senso comum” eram elencadas. “O YT não é um site de pornografia”; não devem ser postados vídeos mostrando atos ilegais ou perigosos (como abuso de animais ou criação de bombas); vídeos de violência real não são permitidos (como pessoas sendo machucadas, atacadas ou humilhadas); não devem ser enviados vídeos de acidentes, cadáveres e “coisas do tipo”. Ainda, sobre a liberdade de expressão, as diretrizes sublinham que o YT “encoraja a liberdade expressão e defende o direito de todos de expressar opiniões impopulares” (YT DC, 2016), entretanto, não são permitidos discursos de ódio “que contém insultos ou o uso malicioso de estereótipos destinados a atacar ou rebaixar um determinado sexo, orientação sexual, raça, religião ou nacionalidade” (Ibid.). São vedados “comportamentos predatórios, perseguição, ameaças, assédio, invasão de privacidade ou a revelação de informações pessoais de outros membros” (Ibid.). Caso um usuário seja pego fazendo isso pode ser permanentemente banido da plataforma.

Desde o início a ideia que se tenta promover através dessas linhas gerais de permissões e restrições é que o YT é uma comunidade e que as pessoas têm que se divertir durante sua utilização. Ao longo dos anos algumas outras questões foram sendo inseridas, como “abuso de drogas” (YT DC, 2007), “menores de idade bebendo e fumando” (YT DC, 2008), a orientação de não criar vídeos com chamadas sensacionalistas (já que, segundo a plataforma “todos odeiam spam”) (YT DC, 2007), proibição ao discurso de ódio à veteranos de guerra (YT DC, 2007) e ataques à grupos baseado na “identidade de gênero” (YT DC, 2008). A partir de 2008 o YT passa a fazer um resumo sobre cada ponto, especificado nos anos anteriores através de um texto, a partir de recursos gráficos vão ganhando espaço para facilitar o acesso à informação (Figura 6 e como no caso das políticas de privacidade mencionadas na seção anterior).

FIGURA 6 - VÍDEO SOBRE AS DIRETRIZES DA COMUNIDADE















Fonte: Reprodução de *frame* do vídeo “When users ask us to remove content”, disponível em: <https://www.youtube.com/yt/about/policies/#community-guidelines>. Acesso em 03/03/2019.

A plataforma também oferece um acesso nomeado "modo restrito". Os criadores de conteúdo ativam essa opção em seus vídeos caso avaliem que o vídeo possa ser veiculado neste modo. Também é informado aos criadores de conteúdo que a ativação deste modo não afeta a qualificação dos vídeos para a geração de receita. Ela apenas possibilita que certos usuários que ativaram esta opção (como no caso de escolas, instituições ou bibliotecas que queiram restringir o acesso a todo conteúdo existente, ou pais ao controlarem o conteúdo assistido pelos filhos) tenham acesso apenas aos vídeos marcados com esta característica. É uma maneira encontrada pela plataforma para incitar um sistema de autogestão dos conteúdos pelos próprios usuários da plataforma, que tem o poder de denunciar determinado conteúdo

possivelmente classificado como para maiores, a saber: **Drogas e álcool**: falar sobre uso e consumo de drogas ou consumir bebidas alcoólicas em vídeos; **Teor sexual**: conversas muito detalhadas ou representações de sexo ou atividade sexual. Alguns conteúdos educativos e objetivos sobre educação sexual, afetividade ou identidade podem ser incluídos no Modo restrito, bem como conteúdos com beijos ou outras demonstrações de afeto que não sejam excessivamente sexualizadas ou o foco do vídeo; **Violência**: descrições explícitas de violência, atos violentos, desastres naturais e tragédias ou violência em noticiários; **Temas adultos**: vídeos com detalhes específicos sobre eventos relacionados a terrorismo, guerra, crime e conflitos políticos que resultaram em

morte ou lesões graves, mesmo que não apareça nenhuma imagem explícita; **Linguagem obscena e adulta:** linguagem imprópria, incluindo palavrões<sup>71</sup>.

FIGURA 7 - PRINCIPAIS PONTOS ESTABELECIDOS PELAS DIRETRIZES

 <p><b>Nudez ou conteúdo sexual</b></p> <p>O YouTube não é um site para conteúdo pornográfico ou sexualmente explícito. Se essa descrição se aplica ao seu vídeo, mesmo que seja um vídeo de você mesmo, não o poste no YouTube. Além disso, saiba que trabalhamos em conjunto com as autoridades para denunciar a exploração infantil. <a href="#">Saiba mais</a></p>	 <p><b>Conteúdo prejudicial ou perigoso</b></p> <p>Não poste vídeos que incentivem outras pessoas, especialmente crianças, a realizar ações que possam causar lesões corporais graves. Vídeos que mostrem atos perigosos ou prejudiciais podem sofrer restrição por idade ou ser removidos, de acordo com a gravidade. <a href="#">Saiba mais</a></p>	 <p><b>Privacidade</b></p> <p>Se alguém postou informações pessoais suas ou enviou um vídeo em que você aparece sem seu consentimento, solicite a remoção do conteúdo com base nas nossas Diretrizes de privacidade. <a href="#">Saiba mais</a></p>
 <p><b>Conteúdo de incitação ao ódio</b></p> <p>Nossos produtos são plataformas para a livre expressão. No entanto, não aceitamos conteúdo que promova ou apoie violência contra indivíduos ou grupos com base em raça ou origem étnica, religião, deficiência, gênero, idade, nacionalidade, status de veterano ou orientação sexual/identidade de gênero, ou cujo intuito principal seja incitar o ódio com base nessas características. Isso pode ser difícil de determinar, mas se o intuito principal for atacar um grupo protegido, significa que o conteúdo extrapola o limite. <a href="#">Saiba mais</a></p>	 <p><b>Conteúdo explícito ou violento</b></p> <p>Não é apropriado postar conteúdo violento ou sangrento com a intenção principal de chocar, impressionar ou desrespeitar o público. Caso o conteúdo explícito seja postado no contexto de uma notícia ou de um documentário, forneça informações suficientes para ajudar os espectadores a compreender o que acontece no vídeo. Não estimule atos específicos de violência. <a href="#">Saiba mais</a></p>	 <p><b>Falsificação de identidade</b></p> <p>Contas criadas com o intuito de se passar por outro canal ou outra pessoa podem ser removidas de acordo com nossa política de falsificação de identidade. <a href="#">Saiba mais</a></p>
 <p><b>Assédio e bullying virtual</b></p> <p>Não é apropriado postar vídeos e comentários abusivos no YouTube. Se o assédio se tornar um ataque com fins maliciosos, o conteúdo poderá ser denunciado e removido. Em outros casos em que os usuários estão sendo apenas irritantes, recomendamos ignorá-los. <a href="#">Saiba mais</a></p>	 <p><b>Spam, metadados enganosos e golpes</b></p> <p>Ninguém gosta de spam. Não crie descrições, tags, miniaturas ou títulos enganosos para aumentar as visualizações. Não é legal postar uma grande quantidade de conteúdo indesejado ou repetitivo, inclusive comentários e mensagens particulares. <a href="#">Saiba mais</a></p>	 <p><b>Segurança infantil</b></p> <p>Saiba como protegemos menores de idade no ecossistema do YouTube. Trabalhamos em conjunto com as autoridades e denunciaremos conteúdo que coloca a integridade de menores em risco. <a href="#">Saiba mais</a></p>
 <p><b>Ameaças</b></p> <p>Atitudes como comportamento predatório, perseguição, ameaças, assédio, intimidação, invasão de privacidade, divulgação de informações pessoais de outras pessoas e incitação de atos violentos ou de violações dos Termos de Uso são levadas muito a sério. Qualquer pessoa flagrada em uma dessas situações pode ser banida permanentemente do YouTube. <a href="#">Saiba mais</a></p>	 <p><b>Direitos autorais</b></p> <p>Respeite os direitos autorais. Envie apenas vídeos feitos por você ou dos quais tenha os direitos de uso. Isso significa que não é permitido enviar vídeos que não tenham sido feitos por você ou utilizar conteúdo de propriedade de terceiros, como músicas, trechos de programas protegidos por direitos autorais ou vídeos feitos por outros usuários sem as autorizações necessárias. Acesse nosso Centro de direitos autorais para mais informações. <a href="#">Saiba mais</a></p>	 <p><b>Outras políticas</b></p> <p>Outras políticas sobre diversos assuntos. <a href="#">Saiba mais</a></p>

Fonte: Montagem elaborada pelo autor a partir da reprodução dos dados disponíveis em <https://www.youtube.com/yt/about/policies/#community-guidelines>. Acesso em 03/03/2019.

Certamente existem linhas bastante tênues que separam aquilo que pode ser veiculado dos conteúdos proibidos. Em relação ao discurso de ódio, por exemplo, as diretrizes estabelecem que "geralmente é okay criticar uma nação, mas não é okay fazer generalizações sobre pessoas de uma nacionalidade específica" (YT DC, 2008). A "linha" estabelecida e posta para não ser cruzada diz respeito, sinteticamente, 1) ao consumo de substâncias psicoativas, 2) atividade sexual, 3) violência e conflitos e 4) controle da linguagem. As restrições dependem dos desenvolvimentos culturais e padrões julgados como aceitáveis na veiculação de conteúdo em um espaço virtualmente aberto a todos. O policiamento intrausuários torna, assim, o conteúdo do YT uma amostra dos desejos e das rejeições morais em conteúdos veiculados em meios de comunicação em massa.

<sup>71</sup> Ver "Pesquisa e descoberta no YouTube", disponível em <https://creatoracademy.youtube.com/page/lesson/discovery?hl=pt-BR#strategies-zippy-link-8>. Acesso em 03/03/2019.

#### 5.4 SISTEMAS DE RECOMENDAÇÕES E ACTÂNCIA DO ALGORÍTMO

Além do policiamento intrausuários, entram em cena os controles informacionais mencionados anteriormente, através da Inteligência Artificial do Content ID. Na discussão metodológica (Ver pág. 19) da tese, destacamos que não utilizaríamos o conceito de actante como ferramenta de equivalência entre humanos e não-humanos. Esta foi uma opção metodológica para que pudéssemos discutir as relações de trabalho estabelecidas no YT a partir da perspectiva dos criadores de conteúdo e do contexto de emergência da atividade como focos da análise. Entretanto, ao nos encaminharmos ao fechamento da discussão, é importante destacar as novas agências nas intersecções existentes entre trabalhadores e tecnologias digitais.

Esses encontros, pelos quais os criadores fazem o uso de novas tecnologias digitais, como estratégias de inserção no mercado de trabalho, possuem a agência cada vez mais expressiva dos algoritmos. Por algumas vezes, durante as entrevistas e na observação *online*, percebemos o que Taina Bucher chama de "imaginário algorítmico" (2017). No contexto do Facebook a pesquisadora procura compreender os espaços onde pessoas e algoritmos se encontram, argumentando que estes espaços não apenas produzem diferentes estados de espírito e sensações nos humanos, mas desempenham um papel generativo na construção do próprio algoritmo.

Examinar a actância algorítmica, em relação ao que ela provoca nos sentimentos das pessoas seria, conseqüentemente, crucial para compreendermos o poder social que a Inteligência Artificial possui nesse cenário. A partir de uma fala de um YouTuber este elemento fica bastante evidente e a possibilidade de utilização do conceito no nosso contexto de pesquisa parece plausível e pertinente:

[...] eu já tive todo tipo de colapso nervoso que eu achava que era só porque eu era problemático da cabeça. Mas teve um alívio que me deu vendo essa matéria<sup>72</sup> que eu percebi que eu não sou o único. Vários outros youtubers da minha época estão começando a ter o mesmo problema. Que é: o algoritmo muda toda hora, você nunca sabe o que você vai ter que fazer pra chamar a atenção das pessoas. O que funciona hoje, você tá super confortável e pode estar dando muito certo, ganhando grana, pode simplesmente não ser mais amanhã. E não é [o mesmo que funciona], nunca.

Você vê as pessoas correndo atrás o tempo todo pra entender o algoritmo que é como se fosse uma entidade, uma coisa mágica que ninguém sabe como funciona e ninguém explica. Toda hora muda quando alguém começa a entender mais ou

<sup>72</sup> <https://www.theguardian.com/technology/2018/sep/08/youtube-stars-burnout-fun-bleak-stressed>.

menos como funciona (Trecho de vídeo publicado em 24/12/2018, Vitor, 32 anos, YouTuber carioca).

A figura de uma “entidade mágica”, opressora, em constante transformação, implica que o “imaginário algorítmico” não apenas altera os sentimentos das pessoas em relação ao trabalho na plataforma, como apresenta novas configurações de poder no contexto do trabalho digital. O poder da figura do empregador, é transferido da atuação nos corpos, pelo controle disciplinar, para um regime de autocontrole da mente, pelo qual os próprios sujeitos passam a ser seus maiores vigilantes sob o espectro das demandas algorítmicas.

Os algoritmos do YT são perceptíveis e podem ser encontrados quando os usuários se deparam com o sistema de recomendações de vídeos da plataforma. O propósito dos algoritmos é mostrar aos usuários o que eles querem (ou o que o algoritmo *pensa* que eles querem). Para os engenheiros de software da Google, as recomendações personalizadas de vídeo vão além, incidindo nos *desejos inarticulados* dos usuários, que buscam apenas se divertir com conteúdo que acham interessante sem ter procurado diretamente (DAVIDSON *et al.*, 2010). Segundo os autores:

[...] o objetivo do sistema é fornecer recomendações personalizadas que ajudem os usuários a encontrar vídeos de alta qualidade relevantes para seus interesses. Para manter os usuários entretidos e envolvidos, é imperativo que essas recomendações sejam atualizadas regularmente e reflitam as atividades recentes de um usuário no site. Elas também se destinam a destacar o amplo espectro de conteúdo que está disponível no site (Ibid. p.293, tradução nossa).

Originalmente, e ainda na época de apresentação deste trabalho pelos engenheiros da plataforma, a única coisa em que o algoritmo *prestava atenção* era na determinação de quais vídeos teriam um ranqueamento melhor que outros, através do número acessos. Isso gerou na plataforma um anseio dos criadores de conteúdo em conseguir o maior número de visualizações possíveis, ainda que as pessoas não assistissem aos vídeos na íntegra. Ademais, essa lógica induzia os chamados *clickbaits* através de *thumbnails* chamativas e sensacionalistas, não garantindo o engajamento dos usuários.

Em 2012 o YT faz uma das mais drásticas alterações em seu algoritmo, passando a recompensar o tempo de engajamento com os vídeos ao invés dos cliques, deixando de lado as exibições em favor do tempo de exibição<sup>73</sup>. Cumpre destacar, como mencionado

---

<sup>73</sup> Ver na seção (8.1.2 Jogue videogames) as relações destas transformações, com refinamentos algorítmicos produzidos para diminuir a oferta de vídeos sobre videogames.

na introdução desta tese, a grande expansão experimentada pela plataforma precisamente neste ano, com a abertura do programa de parceiros para 20 países.

Com esta mudança a plataforma passa a monetizar o tempo que as pessoas desprendem ao utilizá-la, reconfigurando as maneiras pelas quais os engajamentos dos usuários são valorados na economia digital. Os mecanismos pelos quais a interação com a plataforma é incitada, se ampara na criação de um sistema de recomendações que leva às pessoas o que elas “querem” ver, a partir das interações de outros usuários com perfis demográficos e padrão de navegação similares. Isso só se tornou possível pela circulação de uma narrativa que legitima o crescimento da plataforma, não como uma corporação monopolista e concentradora de poder de riquezas, mas como um espaço de desenvolvimento das liberdades e potencialidades individuais.

## 5.5 PERSPECTIVAS CRÍTICAS DA INTERNET E O YOUTUBE

Ao acessar o site do YT, notamos que a plataforma enaltece sua posição filosófica de buscar a construção de uma sociedade na qual a informação circula livremente. “Dar voz a todos”, fazer com as histórias individuais sejam contadas e emocionem mundo afora, são *slogans* que auxiliam na construção de uma rede de justificações que, como vimos anteriormente, são internalizados pelos próprios criadores de conteúdo que alimentam a plataforma cotidianamente. Entretanto, para que possamos esboçar uma economia política do YT, devemos contextualizar essas justificações com base na percepção de que os recursos materiais e simbólicos são desigualmente divididos na sociedade capitalista e que os fundamentos que sustentam a Internet, de maneira geral, estão ligados a questões relativas à propriedade privada, distribuição de recursos, lutas sociais, poder, controle de recursos, exploração e dominação.

Na perspectiva de Byung-Chul Han (2014, 2015, 2016) essa narrativa de liberdade diz respeito às promessas emergentes com o advento da Internet, uma ilusão demolida com o passar dos anos, quando se revela o lado mais controlador e vigilante da rede. O tipo de controle exercido na Internet se dá através da visibilidade voluntária e os agentes do *Big Data* são os próprios usuários, ao passo que alimentam periodicamente as plataformas com informações pessoais. Estaria se inaugurado com o advento da Internet

o panótipo digital, sendo as redes sociais digitais as novas igrejas e os *smartphones* os confessionários portáteis. Uma ilusão fundamentada na supressão da negatividade, pelo veredito máximo do botão “like”, posto que “a negatividade da rejeição não pode ser valorizada economicamente” (HAN, 2016, p. 23). Uma sociedade positiva que “evita todas as formas de negatividade” (Ibid.), pois pretende ser transparente para acionar o dispositivo neoliberal de conversão de toda informação em riqueza (HAN, 2015).

Cumprir destacar a existência de economias não mercantilizadas (ou menos mercantilizadas, já que o simples acesso depende da mercantilização). Elas são formadas por plataformas de compartilhamento de informação (e.g. Wikipédia), compartilhamento de arquivos (e.g. Torrent) e pelo desenvolvimento de softwares livres como no caso do sistema operacional Linux. Estes serviços são fornecidos sem custos para os usuários e sem a venda de espaços publicitários.

Por outro lado, a economia mercantilizada é formada por espaços sempre orientados ao lucro. Os aplicativos comerciais da Web 2.0, como é o caso do YT, são muitas vezes gratuitos e seu lucro se dá a partir da venda de espaços publicitários a terceiros, além dos serviços adicionais aos usuários (como o YouTube Music e o YouTube Premium). Ao atingir o maior número possível de pessoas que acessam a plataforma através do apelo da gratuidade, maiores lucros podem ser gerados. Os serviços são fornecidos como “presentes”, livres de cobrança, “a fim de aumentar o número de usuários, de modo que altas taxas de publicidade possam ser cobradas para obter lucro” (FUCHS, 2009, p. 80). Na economia mercantilizada da Internet a razão instrumental, ou seja, o interesse material de obter lucro em dinheiro, um excedente para o capital investido, guia a lógica das plataformas livres de cobrança para seus usuários.

Esse é um modelo baseado na venda da audiência como uma mercadoria, uma característica fundamental da economia de diversas plataformas. Esse modelo não é novidade nos meios de comunicação em massa. Em um texto da década de 1980, Dallas Smythe, através da sua teoria do trabalho da audiência, já adiantava que o consumo da mídia em massa em si é um trabalho. O trabalho da “audiência-mercadoria” incluiria “aprender a comprar bens e gastar sua renda de acordo” e “criar a demanda para produtos anunciados”, satisfazendo o “objetivo dos anunciantes do capitalismo monopolista” (SMYTHE, 2006, p. 243–44). Através de um sistema de retroalimentação, o trabalho da audiência é investido de poder, pelo fato de tornar-se uma mercadoria, no momento em



que muitos espectadores criam o que se assemelha a uma força de trabalho investida por trabalhadores imateriais.

O clássico *Manufacturing Consent* (HERMAN; CHOMSKY, 1988) também busca compreender nessa mesma época a estrutura de negócios da grande mídia e o contexto institucional mais amplo em que funcionam. Segundo a tese de Edward Herman e Noam Chomsky, os meios de comunicação são grandes corporações vendendo um produto (audiência) a outras corporações (anunciantes), através da manutenção de ligações estreitas com o mundo corporativo mais amplo e com os governos. A tese central do livro é que essas características e relacionamentos tendem a influenciar o caráter e as premissas das informações e das interpretações a elas relacionadas. Entretanto, como destaca Noam Chomsky (KLAEHN *et al.*, 2018), percebendo o contexto atual de proliferação das *fake news*, o livro não pretendia sugerir que não poderíamos confiar na mídia por causa de seu viés e suas distorções. Como tudo, as informações veiculadas deveriam ser vistas "com uma mente crítica e aberta" e "a grande mídia continua sendo uma fonte indispensável de notícias e análises regulares" (Ibid. p. 167, tradução nossa).

Entre o contexto da década de 1980 sobre o qual se debruçaram diversos autores, como Smythe, Herman e Chomsky e o contexto atual das mídias através do uso da Internet, existem importantes transformações. Em contraste ao modelo de acumulação de capital das mídias de massa tradicionais, no contexto da Web 2.0 essa acumulação depende da produção de conteúdo pela audiência, o que nos leva a buscar uma abordagem que leve em consideração as modalidades de trabalho envolvidas nesse processo. Podemos compreender esse trabalho como o conteúdo da Web 2.0, a informação gerada e circulante, as redes criadas pelos usuários através dos relacionamentos nas mídias sociais e, em sentido mais amplo, a circulação de afetos que motiva as pessoas a se conectarem umas às outras através da Internet.

Com a Web 2.0, a divisão entre produtor e consumidor fica bastante imprecisa e o trabalho envolvido, neste contexto, nos leva a considerar reflexões sobre a imaterialidade do trabalho. O trabalho imaterial vem sendo fonte de investigação em diferentes contextos da sociologia do trabalho e poderíamos defini-lo, de maneira mais geral, como os componentes social e cultural do trabalho dos quais o valor é extraído. Segundo Maurizio Lazzarato, o trabalho imaterial é aquele que produz o conteúdo informacional e cultural da mercadoria, sendo estes seus dois diferentes aspectos:

Por um lado, no que diz respeito ao “conteúdo informacional” da mercadoria, refere-se diretamente às mudanças ocorridas nos processos de trabalho dos trabalhadores nas grandes empresas dos setores industrial e terciário, onde as habilidades envolvidas no trabalho direto são cada vez mais habilidades cibernéticas e controle de computadores (e comunicação horizontal e vertical). Por outro lado, no que diz respeito à atividade que produz o “conteúdo cultural” da mercadoria, o trabalho imaterial envolve uma série de atividades que normalmente não são reconhecidas como “trabalho” - em outras palavras, os tipos de atividades envolvidas na definição e na fixação de padrões culturais e artísticos, modas, gostos, normas de consumo e, mais estrategicamente, a opinião pública (LAZZARATO, 1996, p. 1, tradução nossa).

Essa transformação no mundo do trabalho, para além de seus efeitos na Web 2.0, estariam presentes na base do desenvolvimento da sociedade pós-fordista. Haveria nesse processo a transformação integral do trabalho em trabalho imaterial “e a força de trabalho em ‘intelectualidade de massas’” (LAZZARATO; NEGRI, 2001, p. 27), conformando um “saber social geral” (Ibid. p.30), homogeneizante, pelo qual a produção da subjetividade “se constitui ‘fora’ da relação de capital” (Ibid. p.35).

As novas empresas capitalistas no contexto digitais se beneficiam tanto dessa externalidade na constituição de subjetividades, como as instrumentalizam através do engajamento dos sujeitos em lógicas sociais de circulação de afetos, com um tipo de trabalho que produz “um sentimento de tranquilidade, bem-estar, satisfação, excitação ou paixão” (HARDT; NEGRI, 2000, p. 108) e que molda gostos e opiniões (LAZZARATO, 1996).

Para Christian Fuchs (2009), esse novo tipo de engajamento estabelece a grande diferença entre a audiência-mercadoria da mídia de massa tradicional para aquela da Internet. Há espaços de Conteúdo Gerado pelo Usuários (tradução livre da expressão *User Generated Content* - UGC) e os usuários se envolvem em atividades criativas, de comunicação e construção de comunidades *online*. Estas atividades estão correlacionadas ao desenvolvimento de um mercado de tecnologias que levam alguns autores a utilizar o termo “*prosumers*” (LISTER *et al.*, 2009, p. 34). O indivíduo se torna um “*prosumer*” a partir do uso de tecnologias, permitindo que ele seja, ao mesmo tempo, tanto um consumidor quanto um produtor.

Este é um termo originário das indústrias de vídeo e se referem a tecnologias utilizadas tanto no mercado consumidor doméstico (*consumer*) como no mercado de produção profissional (*producer*). No contexto da Web 2.0, especialmente na criação de vídeos para o YT, essas tecnologias de produção de mídias (como câmeras, microfones e iluminação de alta qualidade) estão economicamente dentro da faixa do consumidor

doméstico, mas são tecnicamente capazes de produzir trabalhos que podem ser distribuídos em larga escala.

Seguindo o argumento de Byung-Chul Han (HAN, 2015, 2016) percebemos que estamos presenciando a reconfiguração das dinâmicas de poder na era digital. Ocorre a substituição do velho sistema disciplinar, examinado por Foucault (2004) nos marcos da biopolítica, um poder que não se relacionava com o domínio da morte, mas sobre o controle da vida através da administração dos corpos, para torná-los produtivos. O poder disciplinar incidia sobre o corpo com uma coação que impunha uma relação entre docilidade e utilidade, sendo o castigo deslocado para a dimensão da ameaça. Esse modelo possuía a negatividade própria de um modelo normativo, ao controlar o corpo, mas não a mente:

Hoje outra mudança de paradigma é feita. O panóptico digital não é uma sociedade biopolítica disciplinar, mas uma sociedade psicopolítica de transparência. E no lugar do biopoder, o psico-poder é introduzido. A psicopolítica, com a ajuda da vigilância digital, é capaz de ler pensamentos e controlá-los. A vigilância digital surge da lente do Big Brother, não confiável, ineficiente, perspectivista. E é tão eficiente porque não tem perspectiva. A biopolítica não permite nenhuma intervenção sutil na dimensão psíquica dos homens. Por outro lado, o psico-poder é capaz de intervir nos processos psicológicos (HAN, 2014, p. 106).

Estaríamos vivenciando o rompimento deste limite através do Big Data, pelo qual o neoliberalismo passa a incidir sobre a mente<sup>74</sup>. Enquanto na fase negativa o sujeito se transforma em informação, quantificável, e o poder se expressa pela negação da liberdade, o uso da liberdade para consolidar o poder traz sua fase positiva. O neoliberalismo pretende que o dominado não se sinta dominado, nos transformando em carrascos de nós mesmos. Um poder sedutor e positivo, que dá a impressão de liberdade ao humano tornado sujeito (sujeição), um ativo que entra no lugar de negação da liberdade do modelo disciplinar.

Para Han, o nosso “grande irmão” do século XXI é amável, não proíbe e nos deixa ser livres. Como vimos no material empírico analisado, se implanta um regime de auto exposição, da iluminação de si mesmo. Essa necessidade de projeção de uma imagem *online* seria um traço da luta constante e pessoal contra a negatividade. A supressão do negativo instituiria um capitalismo emocional baseado na otimização total dos indivíduos através da autoexigência de rendimento. O esgotamento mental a que isso leva deve ser

---

<sup>74</sup> Ver no capítulo 6 o conceito de capitalismo real de Mark Fisher.

combatido com medicamentos e livros de auto-ajuda, o que leva a Han considerar traços religiosos no neoliberalismo quando este incide sobre uma ingerência do “eu” em níveis metafísicos.

Os outros “meros usuários”, não criadores de vídeos, agindo menos como as massas e mais como um enxame digital (HAN, 2014), calibram voluntariamente os algoritmos da plataforma através da doação de informações pessoais. A iniciativa pessoal de se expor nas redes sociais digitais sinaliza o uso das emoções em um processo de conversão das mesmas em ferramentas de psicopoder, induzindo ao consumo e à produção de um expressivismo digital. De bom grado os sujeitos se colocam na Internet, orientados por uma curadoria dos fragmentos da vida cotidiana a ser expostos aos pares. As postagens nas redes sociais digitais transformam os fragmentos diários em dispositivos constituintes da expressão da liberdade individual na contemporaneidade, numa busca constante pelo reconhecimento.

A emergência destas novas relações dos sujeitos consigo mesmos, e com os outros nos meios *online*, podem ser percebidas como respostas aos limites da sociedade disciplinar, quando a produtividade se viu ameaçada pelas críticas ao controle coercitivo dos corpos. Para o autor sul coreano, assim como a modernidade terminou com a guerra, a barbárie da razão, a pós-modernidade (ou capitalismo real, para utilizarmos os termos de Mark Fisher) está a caminho da barbárie dos dados. Em sua visão, o inferno do igual é quando a comunicação alcança sua máxima aceleração<sup>75</sup>. O modelo neoliberal impulsionaria a expressão de quem tem pouco a dizer, criando espaços para a reprodução da mesmice. Libertar-se só seria possível através da criação de espaços propícios para dizer apenas o que valeria a pena ser dito.

---

<sup>75</sup> Como vimos em Gabriel Tarde, a comunicação intersíquica instrumentalizaria um regime de alteridade radical, de total encontro com o outro. Para Han, o aumento do fluxo comunicativo induziria à supressão da alteridade e encaminharia à modulação do igual. O diálogo entre Tarde e Han parece promissor e ressaltamos essa possibilidade de articulação nas considerações finais.

## 6 RECONFIGURAÇÕES DO TRABALHO NO CAPITALISMO: DO BIOPODER AO REALISMO CAPITALISTA

Orwell sugere que a nova forma de industrialismo gerencial, na qual o homem constrói máquinas que agem como homens e desenvolve homens que agem como máquinas, conduz a uma era de desumanização e completa alienação, na qual os homens são transformados em coisas e se tornam apêndices do processos de produção e consumo (Erich Fromm em posfácio ao livro 1984 de George Orwell, 2009, p.378).

Propomos neste capítulo explorar os elos que relacionam a expansão do trabalho no YT a outras questões mais amplas do sistema produtivo, refletindo sobre o papel das transformações tecnológicas na subjetividade dos trabalhadores. Qual é o substrato que possibilita a configuração do trabalho nos meios digitais atuais? Como os imperativos vigentes (ou em expansão) passam a se tornar cada vez mais presentes no universo do trabalho digital? Como a integração entre as TICs e o capitalismo impulsionou reconfigurações que já vinham se desenhando a partir de outros contextos?

A disseminação de bens digitais, acompanhada de novos elementos que passam a fazer parte da constituição dos sujeitos modernos, não ocorreu por acaso e sem ligações com elementos históricos importantes. Isso significa dizer que, apesar do ineditismo da Internet e do que ela proporciona para as pessoas em geral, no contexto das novas relações de trabalho que nela se inserem, há intensos elos com outras transformações que já vem ocorrendo há alguns séculos. As estratégias de vender a si mesmo, um processo de abertura da intimidade no *online*, e a criação de valor a partir de um novo produto, devem ser compreendidas à luz de regimes de flexibilização das relações cada vez mais disseminados no mundo do trabalho.

Nesse contexto, é necessário que resgatemos fragmentos específicos sobre a história do trabalho e dos trabalhadores no capitalismo atual. Estes acontecimentos são decisivos na formatação de um novo regime de costumes, mudanças nas notações internas do tempo e nas relações com o espaço (BRAUDEL, 1985; ELIAS, 1997; THOMPSON, 2005). Ainda que não seja nosso objetivo refazer essa história em seus pormenores, alguns elementos são de extrema relevância em nosso gesto de interrogação sobre o capitalismo hodierno. Quais elementos combinados possibilitaram as recentes revoluções tecnológicas no meio virtual e que culminaram em um sistema produtivo que exige cada vez mais flexibilidade dos seus trabalhadores, conhecimento das tecnologias

digitais e que os incorpora em um sistema mundial de trocas materiais e simbólicas? Em outros termos, quais são as permanências das formas originárias das relações de trabalho que alicerçam o trabalho em espaços digitais nos dias de hoje?

Marx (2013) já sinalizava para algumas características importantes que, combinadas e gradualmente, foram alterando o panorama do sistema produtivo. O processo de monetarização da força de trabalho se amplifica a partir do século XVIII e passa a extinguir outras formas de retribuição para as atividades laborais. Também há nesse período um movimento de diminuição paulatina do controle da produção pelos trabalhadores, a partir da intensificação da divisão do trabalho com etapas definidas e a cargo de indivíduos cada vez mais especializados. O incremento da mecanização no campo bem como o crescimento da concentração de terras altera os modelos de distribuição populacional, influenciando ativamente a nova estrutura urbana que se desenha. Igualmente, Marx sugere que a transformação do sistema produtivo é impulsionada por novas invenções como a máquina a vapor, o tear mecânico (que altera decisivamente a produção têxtil), e o desenvolvimento da metalurgia.

É inconcebível pensar nas atuais relações de trabalho nos meios digitais sem que tracemos uma relação (mesmo que descontínua) com acontecimentos históricos que cindiram momentos do sistema produtivo. A manufatura, e posteriormente a grande indústria, implodem as restrições quantitativas na esfera produtiva; a transformação da força de trabalho em moeda de troca insere uma nova rede de significados simbólicos e sentidos práticos à atividade humana; a perda do controle da produção é combinada com a emergência dos intermediadores, os homens de negócios<sup>76</sup>; a circulação no espaço e o assentamento nas cidades sinaliza a força centralizadora dos centros urbanos até os dias de hoje; as novas tecnologias permitem a superação dos limites da força muscular humana como elemento constritivo à produção. Emergem dessas transformações novas agências, humanas e não-humanas (como as máquinas) em limites espaciais cada vez mais dilatados por deslocamentos de pessoas e de mercadorias.

A combinação destes elementos com o surgimento de novas éticas em relação ao trabalho, leva ao desenvolvimento daquilo que Weber (2004) denomina o “racionalismo da dominação do mundo”, condição que eclode na Reforma Protestante com a figura de

---

<sup>76</sup> Os intermediadores vão desde os burgueses, descritos por Marx, até as plataformas digitais que hoje disponibilizam a um custo elevado, assim como os burgueses faziam, a possibilidade do uso das ferramentas pelos trabalhadores. No YT há tanto os homens de negócios das plataformas como outros intermediadores (especialmente as Multi-channel networks [MCNs], ver capítulo 5).

Martinho Lutero. O crescimento exponencial consequente é percebido por Braudel como a "explosão das fronteiras do impossível, superação de um teto até então intransponível" (BRAUDEL, 1987, p. 11). Mais que pela composição de uma história linear, tais elementos situam o trabalhador e o trabalho em um contexto específico do surgimento de novas relações sociais.

Os impactos desse processo gradual, inacabado, e cada vez mais percebido por alguns como insustentável, considerando os recursos disponíveis no planeta como limitados, se revelam em diferentes níveis: macro e microeconômicos, intersubjetivos, existenciais, éticos, políticos e estéticos. O desenvolvimento do lugar do trabalho e do trabalhador na esfera produtiva envolve múltiplos relacionamentos e conexões entre trabalhadores, proprietários dos meios de produção, inventores e máquinas, além dos renovados papéis atribuídos às instituições estatais e religiosas.

A partir da análise destes níveis e seguindo o traçado deixado por estes relacionamentos, exploraremos a importância destas transformações nos atuais contornos do capitalismo contemporâneo e nas maneiras de pensar e produzir em larga escala. Nosso gesto é de interrogação sobre o capitalismo atual identificando a existência de dispositivos de subjetivação e os aspectos sociais que impulsionaram sua proliferação.

## 6.1 AS MÁQUINAS E A TEMPORALIDADE DO TRABALHO

O trabalho no espaço digital e a produção de conteúdo audiovisual para o YT, emergem como uma nova atividade a partir de 2012<sup>77</sup>, ano que a plataforma de *streaming* amplia a possibilidade de monetização dos canais. Através de um sistema por vezes criticado por seus “parceiros”, o YT repassa aos criadores de conteúdo uma parcela dos ganhos com contratos publicitários, calculados por um algoritmo que estabelece a aderência e potencial de consumo de cada vídeo.

Para que possamos discutir as implicações daquilo que percebemos como novas relações de trabalho no espaço digital, inexistentes em períodos anteriores precisamente por eclodirem a partir da relação entre o modo de produção com e a cibernética, é

---

<sup>77</sup> O “Programa de parceiros”, lançado em 2007, era restrito a alguns canais selecionados até o ano de 2012, quando o YouTube anuncia que abre o até então seletivo programa para todos os criadores de conteúdo.

necessário que reflitamos sobre as mudanças que o capitalismo emergente operou nas atividades humanas nos últimos séculos. Isso nos leva a considerar suas permanências, já que essas novas relações entre trabalhadores e novos meios de produção não alteraram lógicas imanentes do sistema de produção capitalista, tampouco transformam a lógica da geração de mais-valia e do trabalho como fonte de agregação de valor aos produtos físicos e imateriais criados.

O motivo que nos leva a buscar tais elementos nas origens do capitalismo se dá pela hipótese de que, apesar das grandes novidades emergentes nesse universo, algumas características são caudatárias de transformações que não são novidades para a sociologia do trabalho e para a historiografia. Nesse ponto, por mais que as novas tecnologias desempenhem um papel na promoção de novas atividades econômicas que passam a envolver um grande número de pessoas, transformações datadas dos últimos séculos ainda repercutem as relações estabelecidas no mundo do trabalho nos dias de hoje<sup>78</sup>.

Se pode haver na história um antes e um depois, um marco que delimita o início de um período histórico e que orienta na composição de um panorama sobre as transformações do trabalho no capitalismo, esse momento é, para Marx (2013), o primórdio da manufatura a partir da metade do século XVI, período em que o modelo doméstico de produção é reconfigurado no sentido de atender demandas de novos mercados em expansão. Para ele esse seria um ponto de partida da produção capitalista dando início a aumentos exponenciais na produção, em especial no Reino Unido, e que depois se alastram em países como a Bélgica, França e Estados Unidos. Tomamos a divisão temporal em Marx como um ponto de partida para iniciar nossa análise justamente por suas reflexões realçarem a importância do relacionamento entre capital e trabalho. Este relacionamento diz respeito às relações de trabalho contemporâneas porque, apesar das transformações pelas quais tenham passado, elas não suprimiram a posse dos meios de produção, o valor do trabalho como ato de criação insubstituível e a existência da mais-valia como motor do sistema produtivo.

A primeira fase de transição do trabalho doméstico à manufatura se estende deste período histórico apontado por Marx, da emergência manufatureira, até a Revolução

---

<sup>78</sup> Não é nosso intuito retomar as diferenças e continuidades entre modelos e formas de organização do trabalho. Para um maior detalhamento neste sentido, como características do taylorismo, fordismo e neofordismo (modelo japonês) ver capítulo 3 da tese de Pedro Robertt (2006, p. 61-104).



Industrial no século XVIII, momento que se constroem diferentes arranjos na esfera de produção alinhados a novas concepções de mundo e um arsenal renovado de instrumentos tecnológicos a serviço das mesmas. Essa fase originária possui três características básicas que sinalizam as marcas do início da industrialização: 1) remuneração da força de trabalho, 2) ausência de garantias legais e 3) acordos informais entre patrão e empregado (CASTEL, 2003, p. 305). Se em Marx tais elementos compõem o gérmen da luta entre burgueses e proletários, que o leva a perceber tais dinâmicas inseridas no contexto de uma sociedade dividida em classes sociais, Robert Castel (1998) defende que esta concepção se altera no decorrer do século XX, na transição paradigmática de uma sociedade de classes para uma sociedade salarial, argumento que discutiremos mais adiante.

Para além da remuneração e das relações contratuais que instituem relações de poder, elementos objetivos passando a situar os indivíduos em polos antagônicos em disputa, surgem concepções variadas que alteram a subjetividade dos trabalhadores na alteração da relação tempo-espaço. Ganha espaço o lugar da oficina como o *locus* de produção e de disciplina que regula o ritmo de produção, numa alteração clara no que se refere à temporalidade e espacialidade do trabalho:

A atividade de um número maior de trabalhadores, ao mesmo tempo e no mesmo lugar (ou, se se preferir, no mesmo campo de trabalho), para a produção do mesmo tipo de mercadoria, sob o comando do mesmo capitalista, tal é histórica e conceitualmente o ponto de partida da produção capitalista. Com relação ao próprio modo de produção, a manufatura, por exemplo, em seus primórdios, mal se diferencia da indústria artesanal da corporação, a não ser pelo número maior de trabalhadores simultaneamente ocupados pelo mesmo capital. A oficina do mestre-artesão é apenas ampliada (MARX, 2013, p. 493).

Ainda que utilizadas as mesmas máquinas manuais (como o exemplo clássico do tear) dos circuitos domésticos, entra em jogo o elemento da cooperação, vital para Marx no estímulo à produção. Se a manufatura mal se diferencia da indústria artesanal, como sugere o autor, o elemento cooperativo e a temporalidade ritmada da produção coletiva dão novos contornos ao universo de possibilidades na esfera produtiva, seja em termos de escala quantitativa daquilo que se produz, seja em subjetividades renovadas pela emergência destes elementos. Retomando o conceito aristotélico do homem enquanto animal social, Marx defende que o contato social provocado por tais agrupamentos na manufatura provocaria “emulação e excitação particular dos espíritos vitais” (2013, p.

498), aumentando o rendimento do trabalhador individual. Ao cooperar o trabalhador superaria suas limitações individuais e desenvolveria sua “capacidade genérica”.

Essa linha de pensamento pode ser tomada tanto no aspecto durkheimiano, da excitação moral dos indivíduos quando colocados em contato, naquilo que o sociólogo francês denomina como um momento de efervescência (DURKHEIM, 1996)<sup>79</sup>, como em termos foucaultianos sobre as relações de poder que se desenrolam a partir do agrupamento de humanos em espaços disciplinares como a fábrica. Cumpre destacar a ambiguidade do elemento cooperativo na ação, operando tanto como promotor do desenvolvimento de capacidades que superam a mera soma dos indivíduos, como abre espaço para o surgimento de figuras centralizadoras do poder para o aumento do rendimento em prol do capital – o gerente de fábrica, o cronometrista a partir do taylorismo e diversas outras profissões originárias na necessidade de controle da esfera produtiva. Nesses termos a cooperação, quando implicada em relações de produção sob sistemas econômicos baseados em forte hierarquia e controle, pode suscitar relações de dominação quando, a partir dela, altos padrões produtivos são esperados do trabalhador. Ao cooperar, a excitação coletiva permite a superação das quantidades produzidas pelo trabalho solitário, potencialmente elevando a exploração nas relações de trabalho, uma vez que nem sempre o trabalhador é recompensado pelo excedente produzido pelo espírito cooperativo.

Tais alterações estimularam novas relações territoriais e simbólicas, seja pelo deslocamento nos espaços de produção ou pelas relações que neles se desenrolam. Institui-se locais de produzir (oficinas, manufaturas e posteriormente a fábrica) separados dos locais de viver (moradia, espaços de lazer e convivência, a taberna, a igreja); emergem, nesse contexto, hierarquias valorativas distintivas dos sujeitos e que tem como fator de separação não apenas a capacidade financeira para consumir como especialmente seu papel no sistema produtivo; edificam-se modos de existir e pensar o mundo alicerçando a ontologia do tempo presente.

---

<sup>79</sup> Como sugere Weiss “os momentos de efervescência configuram-se como a instância originária do sagrado que, por sua vez, está na base de todo fenômeno religioso e também moral” (2013, p. 175). O conceito de efervescência, como elemento constituinte da excitação em interações no âmbito da produção, pode ser utilizado na medida em que compreendemos o capitalismo como religião, seguindo Walter Benjamin: “o capitalismo está essencialmente a serviço da resolução das mesmas preocupações, aflições e inquietações a que outrora as assim chamadas religiões quiseram oferecer resposta” (2015). Feitas estas ressalvas, a efervescência durkheimiana é um conceito que pode auxiliar na compreensão das interações dos trabalhadores entre si, com patrões e com máquinas no âmbito da produção capitalista.

A transformação territorial envolve tanto a separação entre a cidade e campo, tomada por Marx como “a base da divisão do trabalho”, como o surgimento de novos arranjos (no caso francês). A explosão demográfica nas cidades do Reino Unido são exemplares dos novos fluxos migratórios do campo para a cidade. Salta aos olhos do observador sua potência na construção de um renovado modelo urbano consonante com o sistema produtivo. Já no modelo francês, as primeiras manufaturas e fábricas buscam estar mais perto das fontes de mão-de-obra, se instalando no campo. Modelo original “que se insinua nos ritmos de uma agricultura que continua a dominar o jogo, lenta mutação que se opera por 'deslizamento sem desenraizamento violento'” (PERROT, 1988, p. 60),

A industrialização caminha de mãos dadas com a política das grandes fábricas via ordenamento do espaço, que Perrot avalia como uma “eugénica das populações industriais, já que tais cidades têm por objetivo fixar a mão-de-obra no território para que ela se reproduza e mantenha um baixo custo” (Ibid.). O processo industrial, nesse contexto, reforça a família e busca fixá-la no território com intuídos funcionais, figurando o industrial, o proprietário dos meios de produção, como regulador chave nos fluxos de captação da força de trabalho, incidindo na distribuição populacional pelo território. Como sugere a autora francesa, a industrialização não tenta destruir a família, pelo contrário: ela a reforça para usá-la em benefício próprio, “não sem aumentar as contradições e tensões internas”:

[...] a célula familiar é o núcleo do sistema. Os fabricantes procuram empregar toda a família, para garantir o recrutamento e a fidelidade da mão-de-obra. Cada membro da família é utilizado conforme suas forças e seu estatuto. Como no sistema doméstico, o pai garante a aprendizagem, a disciplina e, sendo o caso, a remuneração dos filhos [...]. Os pais, portanto, são responsáveis pelo trabalho e pela subordinação dos seus filhos [...]. A eventual revolta dos jovens contra a fábrica se transforma em revolta contra o pai (PERROT, 1988, p. 60-61).

A socialização das crianças para o trabalho ganha centralidade como elemento de reprodução da força produtiva. O conteúdo dos textos dos moralistas analisados por Edward Thompson (2005, p. 291-293) são explícitos sobre a influência socializadora das escolas e dos asilos de pobres, bem como ilustram uma nova ética para o trabalho na qual “passar” o tempo é uma ofensa: o tempo deve ser consumido, negociado, utilizado.

Os elogios às escolas de caridade eram fartos e generosos, na medida em que eram espaços de disciplina e cumprimento de regras. A relação entre socialização nestes espaços e o ganho de intimidade com o ritmo do trabalho é muito próxima, dado que o trabalho nas manufaturas era exultado como via de aquisição do “hábito do trabalho”:

[...] quando a criança atingia os seis ou sete anos, devia estar habituada, para não dizer familiarizada com o trabalho e a fadiga"; espera-se que a nova geração "fique tão acostumada com o trabalho constante que ele acabe por se revelar uma ocupação agradável e divertida para eles [...]" (Ibid.).

Além da preparação constante das crianças e emprego de suas mãos-de-obra à exaustão, emerge a inovação abstrata, seja para adultos ou crianças, que cinde o tempo remunerado do não-remunerado. Parcelas de tempo resultantes dessa cisão, passam a compor a subjetividade dos trabalhadores na construção de suas identidades em intensas disputas que marcam a história da relação capital-trabalho (todo ato de resistência, institucionalizada ou mesmo performada no ato da luta cotidiana do trabalho através de micro resistências). Luta-se no e pelo tempo e podemos tomar a imagem reflexa do trabalhador nas reclamações dos patrões contra a vadiagem e perda de tempo. Em defesa de um tempo que poderia energizar as forças vitais do espírito humano, Marx critica que as máquinas jogaram por terra barreiras morais e naturais da jornada de trabalho. Ganhar tempo para viver além do trabalho seria a fonte de defesa contra o ritmo repetitivo e extenuante imposto pelas engrenagens e seus envoltórios maquínicos em constante movimento.

A máquina ao mesmo tempo induz e desafia tal partilha pela captura exponencial do tempo de vida dos trabalhadores, uma vez que é fonte incessante de transformação de valor em capital ao incorporar "força viva de trabalho à sua objetividade morta" (MARX, 2013, p. 349). O capital como elemento de desejo último é um valor que se "autovaloriza, um "monstro vivo" que se põe a 'trabalhar' como se seu corpo estivesse possuído de amor" (Ibid.), atuando em processos intrincados de conversão, troca e substituição.

A conversão mais significativa nesse ponto é aquela que monetariza o tempo de trabalho, criando a relação do trabalhador como vendedor de um produto, isto é, sua força de trabalho. Na transformação do tempo de trabalho em moeda de troca, o trabalhador cessa a venda de produtos e transfere esta etapa ao intermediário, o homem prático "que nem sempre sabe o que diz quando se encontra fora de seu negócio, mas sabe muito bem o que faz dentro dele" (Ibid. p. 346).

O crescimento da subdivisão complexa dos processos vai substituindo paulatinamente o *putting-out-system* (o sistema de trabalho em domicílio), este, com baixa exigência do grau de sincronização do trabalho e cuja orientação se dava pelas tarefas. O mesmo trabalhador ou o mesmo grupo de família realizava uma multiplicidade de tarefas subsidiárias:

Daí temos a irregularidade característica dos padrões de trabalho antes da introdução da indústria em grande escala movida a máquinas. Segundo as exigências gerais das tarefas semanais ou quinzenais - a peça do tecido, tantos pregos ou pares de sapato -, o dia de trabalho podia ser prolongado ou reduzido. Além disso, nos primeiros desenvolvimentos da manufatura e da mineração, ainda existiam muitas ocupações mistas: os mineiros de estanho da Cornualha também participavam da pesca da sardinha; os mineiros de chumbo do Norte eram igualmente pequenos proprietários de terra; os artesãos da vila se dedicavam a várias tarefas na construção, transporte de carroça, carpintaria; os trabalhadores domésticos deixavam o seu trabalho para ajudar na colheita; o pequeno fazendeiro/tecelão dos Peninos (THOMPSON, 2005, p. 280-281).

O processo de mecanização, então, antes de responder a necessidades técnicas (o desenvolvimento tecnológico de máquinas e maneiras de produzir), responde a necessidades disciplinares (PERRROT, 1988). Por seu turno, o trabalhador, acostumado ao revezamento das tarefas que compunham seu cotidiano, como ilustrado na citação acima, passa por transformações na notação interna do tempo: ele passa a ser percebido sob novos ritmos dada a “irreversibilidade” das tecnologias, para usarmos termo recorrente na leitura contemporânea de Pierre Levy (2010). Do outro lado, os empregadores capitalistas empreendedores também sofrem alterações nas suas notações internas do tempo, aguçando sua percepção quanto ao uso parcimonioso do mesmo, em um processo histórico em que a medição temporal através dos relógios (inovações tecnológicas da época cuja posse simbolizava *status*) torna-se meio de exploração da mão-de-obra (THOMPSON, 2005, p. 289).

Essa alteração na subjetividade dos atores envolvidos só é possível na medida em que lugares estratégicos são ocupados nas posições de poder, e que tais posições condicionam uma mudança drástica que subverteu aquilo que seria o ritmo “natural” do trabalho humano. Thompson, seguindo Marx, questiona se não haveria um ritmo “natural” do trabalho humano, padrão que persiste entre artistas, escritores, pequenos agricultores e, talvez, até estudantes. Se as respostas para essas perguntas são, talvez, impossíveis de responder, podemos através de um argumento sociológico explorar quais são seus efeitos em termos políticos e subjetivos, e quais foram as formas que os trabalhadores adotaram para resistir ao “monstro vivo” aparentemente insaciável do ímpeto produtivo.

## 6.2 DISCIPLINA DOS CORPOS E PRÁTICAS INSURGENTES

Ao explorarmos na seção anterior a passagem para a grande indústria e o processo de mecanização, que puseram em circulação uma nova gama de necessidades disciplinares, fica evidente a eclosão de uma nova política do corpo. Transformações quanto a autonomia do trabalhador, seja no controle do tempo ou das etapas do processo produtivo, nos levam a traçar elos com os novos sujeitos políticos que entram em cena, suas redes de articulação de poderes e saberes.

Esse processo, para além de uma alteração tecnológica nos meios de produção, traz alterações nas relações de força que estão colocadas na sociedade, sendo os polos opostos identificados genericamente como dominantes e dominados. Para além de um mero processo de sujeição em que haveria um jogo de perdas e ganhos em tais polos distintos, é significativo que analisemos os efeitos das correlações de força em jogo e, destas, em relação aos corpos e suas conformações ou deformações possibilitadoras de resultados no campo da produção.

Nada mais coerente que iniciar tal reflexão a partir dos corpos subalternos. Quem eram os trabalhadores cuja mão-de-obra se tornara produto, o tempo fora monetarizado e cujas tarefas foram condicionadas aos desejos do capitalista e sob a força incessante de suas máquinas? O historiador Paul Mantoux dá indícios de quais seriam as composições da força de trabalho nesses estágios iniciais do desenvolvimento capitalista:

No início, o pessoal das fábricas compunha-se dos elementos mais díspares: camponeses expulsos das suas aldeias pelo alargamento das grandes propriedades, soldados desmobilizados, indigentes a cargo das paróquias, o rebotalho de todas as classes e de todos os ofícios (MANTOUX, 1962, p. 375; MARGLIN, 1978, p. 18).

O baixo grau de complexidade exigido na operação das máquinas tornava virtualmente toda e qualquer pessoa potencial mão-de-obra a ser colocada sob os mandos do capital. Essa característica da baixa complexidade aliada ao alto grau de repetição não poderia ser melhor ilustrada do que a partir do cinema de Charles Chaplin em *“Os tempos modernos”* (1936) e *“A Classe Operária Vai para o Paraíso”* (1971) de Elio Petri. Se no primeiro o ritmo de produtividade e nível de repetição da indústria são retratados com humor por Chaplin, no filme de Petri somos levados a perceber o encadeamento de fatos que levam o protagonista Lulù Massa à loucura, desde o acidente que o faz perder o dedo até as inconsistências dos movimentos políticos e revolucionários com agendas difusas

de luta. Embora retratem diferentes períodos históricos, o elemento que une tais filmes é uma crítica pertinente sobre o grau de internalização do ritmo de trabalho necessário à sobrevivência na grande indústria capitalista, além de uma disciplina internalizada que se faz “segunda pele” para que tal ritmo componha um saber e um controle constituintes do que Foucault denomina uma “tecnologia política do corpo”:

Essa sujeição não é obtida só pelos instrumentos da violência ou da ideologia; pode muito bem ser direta, física, usar a força contra a força, agir sobre elementos materiais sem, no entanto, ser violenta; pode ser calculada, organizada, tecnicamente pensada, pode ser sutil, não fazer uso de armas nem do terror, e no entanto continuar a ser de ordem física. Quer dizer que pode haver um “saber” do corpo que não é exatamente a ciência de seu funcionamento, e um controle de suas forças que é mais que a capacidade de vencê-las (FOUCAULT, 2004, p. 25).

Como mencionamos na seção anterior, o grau de internalização máximo era atingido quando os trabalhadores eram recrutados na tenra infância. O desejo dos moralistas e dos capitalistas era a formação de uma mão-de-obra inconsciente – melhor ainda quando impotente-, em relação ao caráter artificial e socialmente construído do ritmo produtivo e de sua posição subalterna na divisão social do trabalho. Ainda, o desejo maior era a formação de uma força de trabalho altamente dócil, e que lugar melhor para encontrar tal combinação do que na assistência pública visando o recrutamento das crianças sob sua tutela?

Para Stephen Marglin (1978) essa relação de venda de crianças para as fábricas para trabalharem como aprendizes, transformava o aprendizado em um sistema de servidão a longo prazo – não havia horizonte de alteração da realidade mesmo num futuro distante. A continuidade da alta taxa de mortalidade infantil nas fábricas (sublinhadas desde Marx), emergia como resultado de uma íntima articulação entre poderes que forneciam os corpos desde cedo para operação das máquinas.

O Estado tem influência direta e indireta nesse contexto. Direta porque durante o século XVIII, recorrer aos poderes legislativo, policial e judicial do Estado passa a ser prática frequente dos capitalistas (Ibid. p.17). O Estado passa a prestar um serviço de controle e regulação fundamental nas disputas entre capitalistas e empregados, atuando na criminalização e punição de condutas dos corpos insubmissos e institucionalizando o processo de judicialização das punições. Indireta quando regula a instituição de patentes em favor do jogo dos capitalistas, os quais dispunham quantias suficientes para comprar

licenças dos inventores e com isso galgar a condição monopolista desde o controle da informação privilegiada até o produto final.

Não bastasse o papel moralizante dos discursos proclamados desde os sacrossantos territórios das instituições religiosas, a Igreja, segundo Michelle Perrot, possui uma tripla contribuição à industrialização:

1) pôr no trabalho populações pobres ou delinquentes, crianças e mulheres, procedimento mais do que secular, no quadro das oficinas de caridades, com muitos milhares em todo o país [França]; 2) fornecer um pessoal de supervisão nessa fase de disciplina "pan-óptica", que requer olhos vigilantes; 3) prestar-se à fase de experimentação técnica... Longe de ser rebelde às máquinas, a Igreja lionesa, por exemplo, solicitava empréstimos aos industriais para se equipar... Abençoando as máquinas, como outrora os sinos, a Igreja simbolizava a nova aliança entre a Máquina e o Altar (1988, p. 44-45).

As contradições e influências das instituições religiosas são ilustradas pelo filme *"Daens - Um Grito de Justiça"* (1992), no qual o protagonista, o padre Afold Daens, representa uma voz dissonante na Igreja católica frente às injustiças e da exploração dos trabalhadores na Bélgica do final do século XIX. Cumpre destacar nesse contexto o papel dissonante entre a Igreja enquanto instituição e a potência das críticas que emanava de alguns de seus membros. Se institucionalmente a Igreja teve papel fundamental no processo de legitimação da exploração da mão-de-obra, é na articulação entre alguns de seus membros com trabalhadores e movimentos sociais emergentes que eclodem críticas cada vez mais potentes às condições desumanas de trabalho na indústria capitalista.

Essas críticas e seus proponentes se viam frente a uma série de normas e regulamentos que revelam ao mesmo tempo uma finalidade econômica e política, já que visam disciplinar o corpo do trabalhador, "seus gestos e comportamento" (PERROT, 1988, p. 68). Como sugere a autora francesa, a partir dos regulamentos podemos perceber a sugestão de uma imagem reflexa do trabalhador e a turbulência gerada por suas críticas, gestos e ações. As sanções são diversas como as multas por

[...] falta, atrasos, falhas na fabricação, deterioração das máquinas, brigas dentro ou na frente da fábrica, cachimbos mal apagados, "bagunças", disputas, grosserias, conversas obscenas, maneiras indecentes, embriaguez, falatórios, deslocamentos fora do serviço, insolência em relação aos chefes, escritos nas paredes etc. (Ibid.).

A normatização e controle disciplinar situam o corpo do trabalhador revelados por sua conduta e a exigência é de uma corporalidade disciplinada na mutação do trabalhador em operador, emulando aquilo que Marx denomina uma "disciplina de quartel" (2013, p. 608). Embora operando com forças das quais não possuíam controle e partindo de uma



posição estratégica desfavorável, a atitude operária não era passiva (como percebemos na imagem reflexa do trabalhador nas restrições regulatórias que lhes era imposta) e as formas de resistência passam a compor a política de disputas dentro e fora do local de trabalho. Como sugere Perrot os operários não eram absolutamente hostis ao progresso técnico, desde que eles o governassem. A oposição às máquinas verifica-se no sentido de defesa de um estilo de vida mais folgado e autônomo. Até mesmo na imprensa operária da época não se encontra uma hostilidade fundamental e sistemática contra a maquinaria.

O movimento ludista é central neste contexto (cuja denominação se faz em homenagem a figura mítica de Ned Ludd, supostamente um tecelão que destruiu duas máquinas na Inglaterra do século XVIII), por ser mais do que um movimento de destruição de máquinas e surgir como uma das formas de resistência em defesa do direito de emprego. As petições, cartazes e interdições eram as mais correntes formas de manifestação e crítica, sendo a destruição das máquinas o último recurso (PERROT, 1988, p. 35). É importante ressaltar que nesse processo de resistência os movimentos mais fortalecidos eram oriundos dos grupos de operários de ofício, mais qualificados. A força política de tais grupos, como resultado de seu poder de barganha por controlarem um “saber fazer” que não era meramente descartável e, tão importante quanto, a auto percepção de tais trabalhadores enquanto um grupo de poder, passam a compor a luta por espaços e direitos separados por categoriais, talvez o gérmen do corporativismo que dissolve a luta anticapitalista até os dias de hoje em grupos de interesse – ou grupos salariais, como exploraremos mais adiante.

As liberdades e autonomia do trabalhador tornam-se cada vez mais cerceadas e, como salienta Marglin “a liberdade de o operário recusar a fábrica era a liberdade de morrer de fome.” (1978, p. 18). Esse processo de perdas dialoga fortemente com o sistema punitivo que envolve o trabalhador por completo, uma vez que o “corpo só se torna força útil se é ao mesmo tempo corpo produtivo e corpo submisso” (FOUCAULT, 2004, p. 24). A submissão do corpo, que se torna assim útil para o desenvolvimento do sistema produtivo, caminha de mãos dadas com um “complexo científico judiciário onde o poder de punir se apoia, recebe suas justificações e suas regras, estende seus efeitos e mascara sua exorbitante singularidade” (Ibid. p.22).

Este novo poder de julgar completamente inovador, singular e socialmente construído, passa, como demonstra Foucault, pela supressão dos suplícios corporais em castigos atuantes “profundamente sobre o coração, o intelecto, a vontade, as disposições”

(Ibid. p.17). Resgatando Rusche e Kirchheimeir que estabeleceram a relação entre vários regimes punitivos e os sistemas de produção em que se efetuam, o filósofo francês aponta a constituição de uma “escravidão civil” na qual os mecanismos punitivos passam a compor uma das formas de fornecimento de mão-de-obra suplementar. A inovação estava em colocar o sistema punitivo a serviço de correções comportamentais e atitudinais e, de quebra, fornecer força de trabalho de baixo custo.

A questão punitiva passa do sofrimento do corpo para a expiação da alma. O poder legal de punir é cada vez mais fracionado e passam a operar nesse complexo uma série de profissionais orientados para a tarefa de enquadramento legal do réu, cujas sentenças remetem a uma apreciação de normalidade e uma “prescrição técnica para uma normalização possível” (Ibid. p.20). Peritos psiquiátricos ou psicólogos, magistrados da aplicação das penas, educadores e funcionários da administração penitenciária. Suas premissas e bases epistêmicas são assentadas no longo processo de sedimentação do substrato moral que fora sendo construído paulatinamente a partir do altar e dos espaços de circulação de discursos políticos, combinando religião e enaltecimento dos empreendedores industriais, que levam a Marx ironizar tamanha glorificação do capitalista como figura indispensável:

Poderia o trabalhador, apenas com seus próprios meios corporais, criar no éter configurações do trabalho, mercadorias? Não é verdade que ele, nosso capitalista, forneceu ao trabalhador os materiais com os quais – e nos quais – ele pode dar corpo a seu trabalho? E considerando-se que a maior parte da sociedade consiste de tais pés-rapados [*Habenichtsen*], não prestou ele um inestimável serviço à sociedade por meio de seus meios de produção, seu algodão e seus fusos, para não falar do serviço prestado ao próprio trabalhador, a quem ele, além de tudo, ainda guarneceu dos meios de subsistência? E não deve ele cobrar por esse serviço prestado? (2013, p. 345–346).

A autoridade incondicional do coordenador é pressuposto fundamental desde as relações de poder encontradas na divisão manufatureira, legitimada no discurso de celebração da importância do capitalista como controlador necessário dos homens que constituiriam “meras engrenagens de um mecanismo total que a ele pertence” (Ibid. p. 534). Essa correlação de forças estabelece o panorama social que segrega a população entre ocupados e desocupados. Operacionaliza-se o conceito de “população ativa” (e seu par antitético “inativo”) e suas hierarquias impactam indistintamente ativos e os supostamente inativos.

Nesse contexto o impacto da coerção coletiva é profuso na subjetividade dos trabalhadores, sendo motivos de doenças físicas e psíquicas. O acesso à propriedade e aos

serviços como saúde, higiene, moradia, educação e lazer, passa a ser o *leitmotiv* das lutas da classe trabalhadora que, com o avanço da industrialização e das conquistas sociais, assentam as bases da constituição da identidade moderna, elaborada na dialética entre a construção de uma personalidade sensível e a noção de trabalhador produtivo e útil (BOURDIEU, 2007; SOUZA, 2012a; TAYLOR, 1997). Esses elementos combinados tornam possíveis conquistas importantes que, se não dirimem, ao menos atenuam as enfermidades causadas por um ritmo de trabalho que se distanciaria daquele compatível com a natureza humana.

Questões subjetivas importantes como a dimensão do reconhecimento social, o *status* relacionado ao trabalho e os vínculos estabelecidos na participação de uma coletividade, entram em cena quando os corpos políticos dos trabalhadores eclodem como *nexus* de redirecionamento de poderes que não mais podem ser desprezados e percebidos como desprezíveis pelos capitalistas. Mesmo que sob o comando do capitalista e à mercê de controles atitudinais e comportamentais cultivados coletivamente desde o início da industrialização, a segmentação da sociedade em classes e em grupos salariais cria nichos importantes de resistência. O trabalhador, transformado em consumidor, elevaria sua potência, e seu poder de compra passaria a compor uma posição estratégica na sociedade de classes. Partindo dessa ambiguidade entre sujeição e resistência que passamos à discussão das hierarquias sociais e da centralidade do salário nesse processo.

### 6.3 A CONDIÇÃO SALARIAL E A VITÓRIA PÍRRICA DOS TRABALHADORES

Ainda que não tenham sido inventadas no capitalismo, foi a partir do seu desenvolvimento que as hierarquias no mundo do trabalho foram complexificadas, uma vez que desponta a figura do empresário como acumulador de bens na divisão capitalista do trabalho, atualizando as disputas em relação à autoridade.

De acordo com Stephen Marglin (1978) três características essenciais definem a condição hierárquica pré-capitalista em contraponto à capitalista. Primeiro, encontrava-se um produtor tanto na base como no topo da hierarquia. Segundo, a função de aprendiz presumia tornar-se mestre um dia. E terceiro, o artesão vendia seu produto, não seu trabalho. O pressuposto básico na adoção da divisão do trabalho capitalista, e a grande

inovação que então surge, é garantir ao empresário uma posição essencial nesse processo. Uma relação social construída e legitimada por discursos moralizantes que correlacionavam a alta produtividade à autoridade hierárquica. Surge a figura do intermediário, inexistente na economia pré-capitalista, com o intuito de coordenar esforços separados dos operários na obtenção de um produto a ser oferecido no mercado.

Centraliza-se a autoridade na figura do patrão que distribui poderes de maneira difusa entre fiscais e supervisores da produção, sendo a ascensão social limitada à promoção a essas categorias. Um “bom” trabalhador (leia-se dócil, produtivo e disciplinado), pode almejar o crescimento até o ponto em que sua força de trabalho consistirá no disciplinamento dos outros, bem como na delação de comportamentos desviantes ou indesejáveis. Por meio de faixas salariais diferenciadas que gratificam funções disciplinares, sedimenta-se posições estratégicas na sociedade.

Como sublinha Robert Castel, o salário não é apenas uma maneira de ser pago pelo trabalho, mas “o sistema pelo qual os indivíduos são distribuídos no espaço social. Como Margaret Maruani e Emmanuelle Reynaud observaram: ‘Atrás de cada situação de emprego há um julgamento social’ (1998, p. 335–342).

Para ele haveriam três formas dominantes das relações de trabalho na sociedade industrial e três modalidades de relacionamentos que ligam o universo do trabalho com a sociedade: condições proletária, trabalhadora e salarial. As relações seriam respectivamente de semi-exclusão do corpo social (proletários), participação no sistema de dominação na complexa estratificação em oposições entre dominantes e dominados (classe trabalhadora) e, por fim, a sociedade salarial, cuja maior participação na vida social se dá através do consumo, seja em moradia, educação, lazer etc.

A tese da sociedade salarial defendida por Castel pretende dar novos contornos à leitura até então recorrente no discurso sociológico, embasado nas classes sociais como fundamento da definição identitária entre os atores. Seu argumento sustenta que as faixas salariais passam a definir a identidade social em um mundo assalariado, elevando o consumo como novo nível de existência social. A cisão anterior entre burgueses e proletários deixaria de organizar a nova sociedade, que passaria para a competição entre diferentes atividades correspondendo a grupos salariais. As disputas e críticas dos trabalhadores parecem cada vez mais difusas e “alienadas” nesse contexto, na medida em que passam a defender interesses coletivos reduzidos às suas categorias.

O salário possui um papel fundamental na construção de um estilo de vida que alinha a subjetividade aos princípios da autenticidade<sup>80</sup>. Seguindo Castel, concordamos que na sociedade salarial o principal significado social do trabalho assalariado seria como “o meio preeminente de identificação social” (Ibid. p.335). Somamos a isso o caráter objetivo que ele proporciona, uma relação íntima com o consumo que, por seu turno, consolida as noções de bem-estar social nas questões práticas do dia-a-dia.

Expressão singular e inovadora do acesso ao consumo através do salário se dá a partir de Henry Ford, que sistematiza essa relação na proposição de uma situação de ganho mútuo: o empresário por aumentar suas vendas e os operários por serem beneficiários da produção em massa. Castel sugere que dessa união resultaria a homogeneização das condições de trabalho acompanhada da homogeneização do ambiente e dos estilos de vida, tese que apresenta problemas se olharmos para exemplos para além do caso francês. A homogeneidade em países periféricos do capitalismo como o Brasil se dá na precariedade e não na universalização da sociedade salarial, o que Jessé Souza definiu como um processo de modernização seletiva (2000), admitindo e incorporando em seu modelo modernizante a existência de subcidadãos (2012a).

Concordamos com Castel na sua concepção de que há em curso um novo sistema de administração política, unindo propriedade privada e propriedade social, desenvolvimento econômico e aquisição de direitos sociais, o mercado e o Estado, figurando os salários como centrais na contenda. Entretanto, o resultado da articulação dos dois parâmetros fundamentais para o autor, crescimento econômico e desenvolvimento do estado social, se consuma de maneira diferenciada entre países e regiões, o que nos leva a colocar em suspeição a compreensão de contextos periféricos a partir do conceito de sociedade salarial.

A análise do papel do Estado francês fundamenta a tese de Castel, na qual a intervenção possui três funções: 1) estabelecimento da seguridade social; 2) atuação do poder público como ator econômico no período posterior à segunda guerra mundial; 3) envolvimento nas relações contratuais.

---

<sup>80</sup> A autenticidade, segundo Charles Taylor, significa “ser fiel a mim mesmo e significa ser fiel à minha própria originalidade, e isso é algo que só eu posso articular e descobrir. Ao articular isso, também estou me definindo. Estou percebendo uma potencialidade que é propriamente minha. Esta é a compreensão de fundo para o ideal moderno de autenticidade e para os objetivos de auto-satisfação ou auto-realização em que geralmente é expressado. Este é o pano de fundo que dá força moral à cultura da autenticidade, incluindo suas formas mais degradadas, absurdas ou banalizadas. É o que dá sentido à ideia de “fazer suas coisas pessoais” ou “encontrar a sua própria satisfação” (1992, p. 29).

A primeira função é decisiva na proteção dos salarizados contra os riscos de qualquer natureza, sejam acidentes pessoais, catástrofes naturais, envelhecimento ou desemprego. Embora fosse um sistema falho (seus desejos redistributivos diferiam da prática, na qual categoriais sociais defendiam seus próprios interesses), se alcançaria nessa transformação a apoteose do sistema de trabalho assalariado. O elemento crucial desta concepção são as alterações nas relações diretas entre empregadores e trabalhadores que passam agora a ser trianguladas por instituições sociais.

A disseminação do princípio Keynesiano cristaliza a segunda função social, ao passo em que a economia não era mais concebida como uma esfera separada, mas suscetível às intervenções. Esse princípio se concretiza na forma de investimentos do poder público na indústria que chegam a superar os investimentos privados. Essa relação entre mercado e Estado é rastreada por Castel na obra de Clauss Offe (1984), que observa a “infusão” da autoridade estatal na economia pela direção da demanda global, enquanto as restrições do mercado são “introduzidas” no Estado.

Se o modelo de Castel não pode ser completamente transposto ao caso brasileiro, sua análise dos movimentos sociais de certa forma dialoga com nossas questões nacionais. As reformas de 1936 na França (que trouxeram conquistas para a classe trabalhadora em relação a jornada de trabalho, férias e outros direitos) são para o autor uma vitória Pírrica (uma vitória ambígua com perdas irreparáveis). Na medida em que são tomadas como vitórias, elas entrincheiram as lutas dos trabalhadores num horizonte reformista, no qual a dissolução das hierarquias e da autoridade, bem como a própria contestação da propriedade são relegadas a segundo plano<sup>81</sup>. As lutas passam a ser drenadas por ideais de reformas, aumentos salariais, e melhores condições de trabalho.

A tese de Castel nos interessa na medida em que ela explora novas concepções que percebem as lutas dos trabalhadores e sua condição para além das classes sociais. Para o

---

<sup>81</sup> Na teoria social contemporânea a expressão melhor acabada dessa proposta reformista vem através do autor francês Thomas Piketty, em seu grandioso e eloquente “O Capital no Século XXI” (2014). Segundo o autor, uma das melhores opções para conter a acumulação desenfreada de capital e a desigualdade na distribuição de riquezas seria através da progressividade dos impostos: “A melhor solução é o imposto progressivo anual sobre o capital. Com ele, é possível evitar a espiral desigualadora sem fim e ao mesmo tempo preservar as forças da concorrência e os incentivos para que novas acumulações primitivas se produzam sem cessar” (Ibid. p.725). Concordamos que esta proposta seja necessária para a busca de soluções de curto e médio prazo, já que a estrutura de desigualdade existente, como afirma Piketty, inviaibiliza até mesmo a reprodutibilidade do sistema. Todavia, percebemos que, com isso, emerge aquilo que percebemos como o “reformismo pikettyiano”. Ao invés de agrupamentos políticos lutarem, ou ao menos imaginarem, soluções para além do capitalismo, as pautas ditas “progressistas” são sugadas por um reformismo que confere sentido à ideia de que seria “mais fácil imaginar o fim do mundo do que o fim do capitalismo”, como apontaram Frederic Jameson e Slavoj Žižek.

sociólogo os trabalhadores periféricos (imigrantes, mulheres, jovens, desqualificados e idosos), ocupantes das posições precárias e com os mais baixos salários, viveriam mais nas fronteiras da sociedade salarial do que propriamente no interior dela (em contraste aos “integrantes completos”). Aqui percebemos que na concepção do autor a “unidade” é o salário promotor de segurança social e, em certo nível, do trabalho como fonte de segurança ontológica. Como perceber essa unidade no contexto nacional, quando o nosso amálgama é justamente a precariedade, condição de “normalidade” que vigora ao longo da constituição da sociedade do trabalho<sup>82</sup>?

#### 6.4 REGIMES FLEXÍVEIS E O CAPITALISMO FAGOCITÁRIO DA CRÍTICA

Para que possamos compreender essa condição de normalidade, é importante que resgatemos os elementos que constituem o regime de acumulação flexível que passa a se disseminar cada vez mais nas relações produtivas. Se o precário é o patamar “normal” nas condições de trabalho em contextos periféricos como o Brasil, há uma nova onda de normalização de fatores externos (gestão do trabalho) e internos (comportamentais) sob os imperativos da flexibilização para além do contexto nacional.

A perspectiva de David Harvey (1998) ilumina elementos importantes em termos estruturais da mudança para um novo regime de acumulação. Já a perspectiva de Luc Boltanski e Ève Chiappelo (2009) ilustra como isso opera a partir do surgimento de novas gramáticas laborais e nas formas subjetivas acionadas pelos trabalhadores em interlocução com as necessidades corporativas, das quais emanam condições inovadoras para a absorção de um novo tipo de trabalhador.

Em seu clássico “A condição pós-moderna”, David Harvey sinaliza que uma série de transformações na economia política do capitalismo do final do século XX, nos levam a buscar os sinais e marcas desse processo, a partir das “modificações radicais em processos de trabalho, hábitos de consumo, configurações geográficas e geopolíticas, poderes e práticas do Estado etc.” (HARVEY, 1998, p. 117), ainda que os princípios organizadores básicos da vida econômica através da obtenção do lucro continuem vigentes. Entretanto,

---

<sup>82</sup> “A construção da sociedade do trabalho no Brasil: uma investigação sobre a persistência secular das desigualdades” de Adalberto Moreira Cardoso (2010) talvez seja o estudo melhor acabado sobre a permanência da precariedade como elemento estruturante da sociedade do trabalho brasileira.

talvez seja arriscado afirmar categoricamente que tais mudanças implicam em um novo regime de acumulação, ainda que tal hipótese seja importante para constatar que o colapso do sistema de produção fordista que se estendeu do pós-guerra em 1945 até 1973 produziu algo novo. Harvey sugere que mesmo que haja o perigo de confundir transições efêmeras com transformações de natureza mais fundamental da vida político-econômica, a passagem do fordismo para o que denomina um regime de acumulação flexível se desvela como uma maneira reveladora para a caracterização da história recente.

Ao assumirmos essa hipótese de que adentramos em um regime de acumulação flexível a partir de meados da década de 1970, o fazemos através dos contrastes que emergem em comparação com o fordismo. O ano de 1914 seria emblemático, já que foi a partir dele que Henry Ford introduziu elementos fundamentais que caracterizarão o período em contraste com os modelos anteriores, como a jornada de trabalho de oito horas diárias e a remuneração de cinco dólares por esta jornada, pagos aos trabalhadores dedicados à linha automatizada de montagem de carros. A inovação de Ford foi no sentido da racionalização das tecnologias já existentes através da elaboração de uma detalhada linha de produção, bem como na a geração de demanda efetiva para a oferta crescente de automóveis produzidos. O aumento da produtividade foi combinado com o aumento de poder de compra dos trabalhadores que agora poderiam consumir os produtos por eles produzidos. A grande diferença para o taylorismo estaria no reconhecimento fordista que a produção em massa estava necessariamente atrelada ao consumo em massa. Não apenas a esfera de organização da produção demandava modificações, como aliada a elas deveriam surgir novas políticas de gerência do trabalho, uma nova relação estética e psicológica em torno dos produtos. O fordismo demandava um novo tipo de sociedade para a concretização dos sonhos de seu idealizador maior.

Depois de uma série de dificuldades iniciais encontradas nessa nova forma de organização da produção, especialmente quanto à hostilidade e resistência dos trabalhadores, além da crise de 1929 no meio do percurso, a partir de 1945 o fordismo encontra seu estágio de maturidade. A necessidade de reconstrução dos países seriamente lesados com a guerra resulta no alinhamento entre o fordismo e o keynesianismo, e os fortes investimentos estatais nas mais diversas áreas geram um crescimento expressivo na produção e no consumo de bens. A expansão para os mercados externos também favoreceu a consolidação do fordismo, selado pelo acordo de Bretton Woods em 1944, pelo qual o dólar é declarado como a moeda de reserva mundial, e a



política fiscal estadunidense passa a influenciar o desenvolvimento econômico ao redor do globo.

Os Estados centrais do capitalismo legitimavam seu poder ao levar os benefícios do fordismo para seus cidadãos. A criação de redes de proteção social, pelas quais havia o oferecimento de assistência de saúde, habitação e serviços educacionais adequados em larga escala, mas “de modo humano e atencioso” (HARVEY, 1998, p. 133), continha as críticas ao sistema, ainda que não as destruísse. Já no caso das economias do Terceiro Mundo, o processo de modernização prometido e de integração com o fordismo ficava restrito a algumas poucas elites locais que decidiram “colaborar ativamente com o mercado internacional” (Ibid.). A insatisfação crescente pela maior parte da população era o resultado direto do não cumprimento das promessas de desenvolvimento e modernização, bem como pela destruição de culturais locais, “muita opressão e numerosas formas de domínio capitalista em troca de ganhos bastante pífios em termos de padrão de vida e de serviços públicos” (Ibid.).

Como destacamos na seção anterior, a vitória pírrica dos trabalhadores, aventada por Robert Castel, através da qual algumas garantias são conquistadas em contextos específicos, faz com que o núcleo essencial do regime fordista impere até meados da década de 1970. Para Harvey esse quadro termina a partir da recessão de 1973, cujos impactos fazem com que as empresas capitalistas reconfigurem suas lógicas de modo tão contundente como haviam feito no início do século a partir das novas práticas que irradiaram das plantas industriais de Henry Ford.

Os primeiros sinais dessa transformação surgem a partir de 1966 com a queda da produtividade e da lucratividade corporativas. O dólar começa a perder força e dinamita o acordo de Bretton Woods, e a redução do poder norte-americano na regulamentação do sistema financeiro é acompanhada por um processo de substituição de importações, como no caso latino-americano, e pelo redirecionamento das multinacionais que passam a posicionar suas indústrias em locais como o Sudeste Asiático. A competitividade fordista em escala global encontra novas dimensões quando a organização do sistema produtivo encontra um solo fértil nos frágeis laços contratuais dos trabalhadores na periferia do capitalismo. Um dos elementos que levam Harvey a considerar este período como marcante na transição, é a adoção de taxas de câmbio flutuantes que passam a substituir as taxas fixas do período pós-guerra.

A combinação entre fordismo e keynesianismo não consegue conter as contradições inerentes ao capitalismo. Harvey percebe que a principal palavra que apreende essas dificuldades é *rigidez*:

Havia problemas com a **rigidez dos investimentos de capital** fixo de larga escala e de longo prazo em sistemas de produção em massa que impediam muita flexibilidade de planejamento e presumiam crescimento estável em mercados de consumo invariantes. Havia problemas **de rigidez nos mercados, na alocação e nos contratos de trabalho** (especialmente no chamado setor "monopolista"). E toda tentativa de superar esses problemas de rigidez encontrava a força aparentemente invencível do poder profundamente entrincheirado da classe trabalhadora [...]. A **rigidez dos compromissos do Estado** foi se intensificando à medida que os programas de assistência (seguridade social, direitos de pensão etc.) aumentavam sob pressão para manter a legitimidade num momento em que a rigidez na produção restringia expansões da base fiscal para os gastos públicos. O único instrumento de resposta flexível estava na política monetária, na capacidade de imprimir moeda em qualquer montante que parecesse necessário para manter a economia estável. E, assim, começou a onda inflacionária que acabaria por aprofundar a expansão do pós-guerra. Por trás de toda a rigidez específica de cada área estava uma configuração indomável e aparentemente fixa do poder político e relações recíprocas que unia o grande trabalho, o grande capital e o grande governo no que parecia cada vez mais uma defesa disfuncional de interesses escusos definidos de maneira tão estreita que solapavam, em vez de garantir, a acumulação de capital (HARVEY, 1998, p. 135-136).

Frente às estruturas rígidas, os planos e estratégias corporativas de sobrevivência passaram por fortes reestruturações que levavam à intensificação do controle do trabalho e racionalização dos processos produtivos. Soma-se a isso a reconfiguração na distribuição geográfica das plantas industriais para zonas de menor rigidez contratual, nas quais a grande quantidade de trabalhadores desamparados pela inexistência de leis protetivas torna-se um aspecto fundamental para o crescimento dos lucros. Começa a ganhar corpo, na esteira destas alterações, um novo regime de existência das corporações que transcende o domínio da organização industrial e se prolifera através de novas experiências na vida social e política dos atores envolvidos.

Para Harvey, a acumulação flexível é marcada pelo confronto direto com a rigidez do fordismo e suas características podem ser sintetizadas a seguir: 1) novos setores produtivos, 2) novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, 3) novos mercados e 4) intensificação da inovação comercial, tecnológica e organizacional. Nesse regime de acumulação também há a intensificação das desigualdades em termos de padrões de desenvolvimento dos setores e das regiões geográficas, além do que o autor chama de "compressão do espaço-tempo"<sup>83</sup>.

---

<sup>83</sup> Ver "As dinâmicas do espaço-tempo na era da informação" no capítulo 2.

Esse confronto se deu através de disputas morais cujas estruturas passaram a legitimar as mudanças ideológicas que acompanharam as recentes transformações do capitalismo. Na perspectiva de Luc Boltanski e Ève Chiapello em seu já clássico “O novo espírito do capitalismo” (2009), impera uma ideologia que justifica o engajamento no capitalismo. O termo é cunhado em alusão ao espírito do capitalismo emergente pela ética protestante, cuja descrição remonta a um clássico mais maduro no curso do pensamento sociológico. Weber percebe que esta ética revolucionária traz uma inversão da ordem “natural das coisas”: “O ser humano em função do ganho como *finalidade* de vida, não mais o ganho em função do ser humano como *meio* destinado a satisfazer suas necessidades materiais” (WEBER, 2004, p. 46, grifo nosso). A renovação deste espírito recairia precisamente na necessidade de justificação diferente daquela imposta pela busca do lucro. A finalidade da vida e a justificação do capitalismo, ainda que orientados ao lucro, “supõe referência a construtos de outra ordem” (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009, p. 53).

Enquanto David Harvey sinaliza os pontos que alteraram a organização do sistema produtivo em termos estruturais, a obra dos autores franceses auxilia a compor o quadro a partir dos substratos morais que legitimam estas transformações, cujos traços são seguidos a partir das recombinações gramaticais que dão respaldo ao cumprimento das tarefas e que dão continuidade à ideologia dominante. Nesse ponto, ainda que partindo de campos epistemológicos bastante distintos, as duas análises combinadas nos levam a delinear os contornos do que realmente significa este movimento de flexibilização.

A flexibilização é, nesse contexto, a quebra da rigidez apontada por Harvey em diferentes dimensões, mas ela é também a flexibilização de expectativas dos sujeitos que passam a se apoiar em determinadas representações que guiam a ação, bem como uma série de justificações compartilhadas sobre o capitalismo “que o apresentam como ordem aceitável e até desejável, a única possível, ou a melhor das ordens possíveis” (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009, p. 42). A quebra de rigidez precisa ser de algum modo legitimada pela crença de que essa é a melhor forma de organização, seja pela sedução ou pela ameaça<sup>84</sup>. A sedução, bem como a ameaça de perda dos “avanços”, parte da consideração utilitarista do capitalismo em termos de bem-estar global e do progresso da humanidade, além de

---

<sup>84</sup> O espectro que ronda a política brasileira em relação ao comunismo e o socialismo é um exemplo clássico. O senso de estagnação no Brasil contemporâneo é tão acentuado que até mesmo os fantasmas que nos assombram são os mesmos de meio século atrás. Nossa ontologia é, como queria Derrida, uma hauntologia, uma ontologia assombrada pela incursão de temporalidades distintas no tempo presente.

seus poderes libertadores através da instituição dos salários em comparação com o regime de servidão e da liberdade convencional pela propriedade privada.

A tese defendida por Boltanski e Chiapello sustenta que o discurso gerencial “constitui hoje a forma por excelência na qual o espírito do capitalismo é incorporado e oferecido como algo que deve ser compartilhado” (Ibid. p.45). Enquanto Weber busca nos sermões de Benjamin Franklin um exemplo das características do “espírito do capitalismo”, os autores franceses argumentam que o “novo espírito” pode ser apreendido através da figura do gestor, do *manager*, como figura emblemática desta remodelação que ocorre, não por menos, a partir do mesmo recorte histórico sugerido por Harvey (meados da década de 1970). Acompanhar as alterações em termos discursivos abriria aos sociólogos a possibilidade de compreender as maneiras pelas quais as ideologias se inscrevem nos sujeitos, para além de uma imposição verticalizada numa disputa entre dominantes e dominados. A legitimidade não é simplesmente imposta, ela é negociada e articulada, através de jogos de convencimento por fascinação, nos quais o magnetismo induz à produção da crença de que o capitalismo é a resposta não apenas em termos da racionalidade econômica, mas em termos de superioridade moral.

Esse movimento que conduz à legitimação está, segundo a perspectiva dos autores, diretamente relacionado aos inimigos do capitalismo. Os pontos morais sob os quais se ampara estão relacionados à sua capacidade de incorporar críticas e, de certa forma, desarmá-las durante algum tempo. Há um jogo de pesos e contrapesos através do qual se dão disputas entre a obtenção dos lucros e as exigências de justiça. O capitalismo é colocado à prova e, a partir desta relação entre prova de força e provas legítimas, a sociologia passa a lidar com questões da filosofia política. Haveria uma relação intrínseca entre crítica e prova, porque a “crítica conduz à prova por colocar em xeque a ordem existente e fazer a suspeita recair sobre o estado de grandeza dos seres em questão” (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009, p. 67).

Para além dos modelos construídos pelos autores para compreender as ordens mobilizadas, tanto para a crítica como para os sistemas de defesa acionados pelo capitalismo para refutá-las, nos interessa um ponto fundamental, que é a capacidade do capitalismo em incorporar tais exigências sociais e reconfigurá-las, até mesmo as transformando em produto ou causando reorientações nos desejos e expectativas das pessoas. A versão triunfante do capitalismo com a qual nos deparamos nos dias atuais é, provavelmente, fruto da “capacidade do capitalismo de sobreviver endogeneizando

algumas das críticas que ele enfrenta, que nos últimos tempos ajudou a desarmar as forças do anticapitalismo” (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2005, p. 163 tradução nossa). O capitalismo é em última instância um sistema de organização do mundo que fagocita as críticas e as incorpora, sendo este processo fundamental para sua constante remodelação e perpetuação no tempo e no espaço. As críticas, ao invés de implodi-lo, tem a capacidade de renová-lo, situando a emergência de novas configurações ideológicas no escopo de seu desenvolvimento (como a transformação do discurso empresarial analisado pelos autores entre as décadas de 1960 e 1990 e a nova onda de “flexibilidade” que se instaura em diferentes dimensões). Como provocativamente aponta Slavoj Žižek, “o anti-capitalismo é amplamente disseminado no capitalismo” (FISHER, 2009, p. 12).

## 6.5 REALISMO CAPITALISTA E O CANCELAMENTO DO FUTURO

O homem, no início da era industrial, quando na realidade não possuía os recursos para um mundo no qual a mesa estaria posta para todos os que desejassem comer, quando vivia num mundo no qual existiam razões econômicas para a escravidão, para a guerra e para a exploração, e no qual o homem apenas intuía as possibilidades de sua nova ciência e de sua aplicação à técnicas e à produção - ainda assim, o homem no início do progresso moderno era repleto de esperança. Quatrocentos anos mais tarde, quando todas essas esperanças são realizáveis, quando o homem pode produzir o suficiente para todos, quando a guerra se tornou desnecessária porque o desenvolvimento técnico pode dar a qualquer país mais riqueza do que as conquistas territoriais, quando este planeta está em processo de se tornar tão uno quanto era um continente quatrocentos anos atrás, no momento exato em que o homem está prestes a concretizar sua esperança, ele começa a perdê-la (Erich Fromm em posfácio ao livro 1984 de George Orwell, 2009, p.369).

O conceito de realismo capitalista de Mark Fisher é um dos mais interessantes para percebermos o significado da ineficiência das críticas anteriormente mencionadas. Retomando uma frase duplamente atribuída a Frederic Jameson e Slavoj Žižek, que seria mais fácil imaginar o fim do mundo do que imaginar o fim do capitalismo, Fisher sustenta que o capitalismo realista é a sensação de que não apenas o capitalismo é o único sistema político e econômico viável, mas que seria impossível nos dias de hoje sequer

imaginarmos uma alternativa a ele. O capitalismo teria assumido nos dias de hoje não apenas o controle da cultura, política e economia, mas especialmente da psique humana<sup>85</sup>.

A teorização de Fisher poderia ser incluída sob a rubrica do pós-modernismo como sistematizado por Frederic Jameson. Entretanto, haveriam três distinções fundamentais. A primeira delas é a dimensão das expectativas de transformação da sociedade. Quando Jameson formulou sua tese sobre o pós-modernismo nos anos 1980 ainda existiam alternativas políticas ao capitalismo. Segundo Fisher, "o que estamos lidando agora, porém, é um sentimento de esgotamento mais profundo, muito mais difundido, de esterilidade cultural e política" (FISHER, 2009, p. 7). Nos anos 1980 a alternativa socialista ainda vigorava, mesmo que as bases da sua dissolução já estivessem estabelecidas. Em segundo lugar, o pós-modernismo envolvia algum tipo de relacionamento com o modernismo, uma confrontação que deixava subjacente a ideia de que o modernismo poderia retornar. No estágio atual, do realismo capitalista, a derrota do modernismo é tomada como garantida. O modernismo, argumenta Fisher, "pode retornar periodicamente, mas apenas como um estilo estético congelado, nunca como um ideal para viver" (Ibid. p. 8). A terceira distinção diz respeito ao nascimento de uma geração inteira depois da queda do muro de Berlim. A falta de alternativas ao capitalismo deixa de ser uma questão e ele passa a ocupar "sem interrupção os horizontes do pensável" (Ibid.).

Um exemplo que evidencia essa interrupção no regime de expectativas é a incorporação do "alternativo" e do "independente" como estilos dominantes na cultura contemporânea. Na perspectiva do autor, estes estilos são o *mainstream*. O que anteriormente possuía algum potencial subversivo se torna parte do sistema e formata preventivamente a modelagem de desejos, aspirações e esperanças.

Para Fisher o sentimento de estagnação no regime de expectativas pode ser perscrutado através de uma análise da cultura musical inglesa. Haveria nesse contexto uma patologia e um mal-estar temporal, através da perda da dimensão histórica e do senso de historicidade das produções culturais. Produções contemporâneas trariam inúmeros exemplos de como a repetição de formas já estabelecidas se travestem de novidade, quando na realidade demonstram pequenas variações de produções precedentes. Ironicamente, o autor sugere que Amy Winehouse poderia ser ouvida em casas de show da década de 1960 sem causar qualquer espanto pelos seus ouvintes, assim

---

<sup>85</sup> Ver no capítulo 5 o conceito de psicopoder de Byung-Chul Han.

como uma música da banda Artic Monkeys poderia ser muito bem recebida na década de 1980.

O sentimento de pertencimento a um período histórico estaria minguando, alterando a possibilidade da emergência de novas formas e padrões estéticos, éticos e políticos. Como no contexto das produções culturais, nada nunca morre e tudo pode voltar à tona. Haveria, segundo Fisher, uma tolerância excessiva pelo arcaico. A dimensão temporal neste contexto é flexibilizada, provocando um estranho sentimento de que as coisas se repetem, que o tempo está bloqueado ou, em muitos aspectos, desacelerado, achatado ou retardado. Para além do exemplo citado, haveria uma alteração significativa em relação à experiência do tempo em seu sentido fenomenológico na vida cotidiana.

A compreensão do tempo e dissolução da noção de temporalidade, cujos aspectos centrais articulamos no início deste capítulo e no capítulo 4 (“A emergência do YouTube como plataforma digital”), é para Fisher o resultado da tomada da vida cotidiana pelas urgências do que Jody Dean denomina “capitalismo comunicativo” e Franco Berardi chama de “semiocapitalismo”. Quanto mais os ritmos da economia da atenção dispersa, dessa forma de capitalismo, assumem o controle das nossas vidas, maior será a dificuldade em compreender o momento histórico em que vivemos.

Cumprir destacar o quanto a quebra de rigidez dos regimes de acumulação apresentados por Harvey e a instauração de uma gramática que justifica a flexibilidade aventada por Boltanski, podem ser percebidos também a partir da flexibilização dos marcos temporais que deixam de segmentar a vida cotidiana e, certamente, do encadeamento histórico das produções culturais (não em um sentido evolutivo, mas em um sentido de progressividade). Para Fisher, este seria o grande obstáculo colocado pelo realismo capitalista, a partir do momento que a dissolução fenomenológica do cotidiano embaralharia a construção de novos futuros. A implicação do desaparecimento da dimensão de futuro extrapola as produções culturais e se infiltra em todas as dimensões da vida. Se o centro da historicidade desapareceu e declinou, como sugeriu Fukuyama (1992) com sua tese do fim das grandes narrativas que levariam ao fim da história, como poderíamos caracterizar algo como arcaico? Em suma, o que significa dizer que algo é arcaico em uma situação em que praticamente tudo parece velho?

Na perspectiva trágica de Fisher o desaparecimento da dimensão do futuro implicaria que estamos aprisionados no século XX. Para ele, estar no século XXI significa ter a cultura do século XX em telas de maior definição ou a cultura do século XX distribuída

pela Internet de alta velocidade. Essa ilustração de uma cultura do século anterior jogada no ventilador talvez seja uma das posturas mais críticas a ser adotada na compreensão do tipo de produção cultural que emerge através dos canais de YT.

Franco Berardi (2011), autor que é uma das referências centrais para Fisher, sugere que estamos vivendo um lento e gradual processo de cancelamento do futuro. O sentimento generalizado é o de desaparecimento de um futuro político, não no sentido de que não haveria um encadeamento nos acontecimentos políticos porvir, mas no sentido de que um futuro radicalmente diferente se esvanece dos nossos desejos e aspirações. Nossas expectativas em relação à transformação começam a declinar e, assim como não esperamos mais que as produções culturais tragam quebras radicais do passado, também não esperamos tais rupturas em outras dimensões da vida social. Como na música e na cultura em termos gerais, esperamos pequenas remodulações, reconfigurações, ajustes que dificilmente extrapolam fronteiras cada vez mais flexíveis e expansíveis, cuja percepção só será notada por iniciados ou aficionados.

O conceito de realismo capitalista é fundamental na medida em que extrapola a dimensão da pós modernidade ou do “capitalismo tardio” (como sugeridos por outros autores), a diversos domínios da vida cotidiana que não o da produção cultural, que passam a ser fragmentados em um sistema de generalização das incertezas. No que tange o universo do trabalho, assim como no contexto musical analisado pelo autor, não haverá mudanças extraordinariamente brutas e aparentes para todos. É a partir de sutis reconfigurações e remodelações que as formas de organização ganham novas fronteiras e novos significados.

Ainda que a formulação do capitalismo realista seja útil no nosso contexto, sob o qual não conseguimos imaginar uma escapatória ao sistema de produção organizado como está, devemos nos questionar quais são os elementos constituintes dessa necessidade de transformação. Ela se baseia em um fundamento tipicamente moderno, fruto de um desenvolvimento singular da cultura ocidental, ou seja, que a própria ideia de futuro é um construto social que diz respeito tanto aos nossos desejos quanto aos nossos medos mais íntimos no momento presente.

Ao invés de nos perguntarmos porque a cultura capitalista da pós-modernidade (ou capitalismo real, como sugere Fisher) é incapaz de produzir novos futuros, deveríamos nos perguntar porque no capitalismo e na modernidade foi produzida a necessidade de um futuro em transformação. A noção de "criar novas formas culturais e



políticas" é inteiramente nova para a vida em sociedade. Seria bastante justo levantarmos algumas generalizações sobre o mundo pré-industrial e pré-iluminista: espaços-tempo como a Europa Medieval e a China pré-moderna mantinham um tipo de organização social por séculos e a tradição possuía uma ampla função virtualmente em todos os aspectos da sociedade. A vida para a grande maioria das pessoas era uma extensão da mesma vida de seus ancestrais. Havia debates teológicos, movimentos de massa e guerras, mas a lógica cultural subjacente para grande parte da humanidade permanecia estática.

Quanto mais longe formos na história, ela era considerada explicitamente cíclica em um nível metafísico. Hindus, sumérios e egípcios não precisavam "imaginar" o futuro, porque o futuro seria simplesmente uma repetição do passado. A civilização abraâmica, a reconhecida exceção pré-moderna a esta regra generalizada, tinha sua visão de futuro na forma apocalíptica. Em suma, a promessa do futuro como um mundo melhor ou pelo menos diferente nunca foi algo imediatamente relevante ao nível pessoal (talvez sequer possamos cunhar o termo individual nesse contexto, uma criação tipicamente moderna). Se o futuro aparecesse nas formas culturais seria através de uma metáfora moral, que funcionava como mais uma peça dos fundamentos culturais das sociedades onde elas existiam.

Consideramos, neste ponto, que o capitalismo real em seu esforço implacável em direção à acumulação, centralização e homogeneização, é um sistema carente de sentido, dado que diminui a centralidade dos seres humanos em suas próprias culturas e precisa desesperadamente de uma justificação cultural para manter o controle sobre os atores nele enredados. No decorrer do século XX as pessoas precisavam acreditar que o propósito da sociedade era assegurar que o futuro lhes ofertaria um agradável e amplo menu de itens de consumo, o que estimulou as noções reformistas na sociedade do trabalho prometendo melhores condições de vida aos trabalhadores através da inserção a patamares mais elevados de renda.

A diferença para os dias de hoje parece ser que a capacidade de ser otimista sobre o futuro vem sendo posta em xeque, ou virtualmente aniquilada se aderirmos às perspectivas mais pessimistas. Estaríamos presos no tempo não por causa do peso cultural do passado, mas porque estaria ficando cada vez mais plausível para as pessoas imaginar um futuro mais como aquele apresentado no filme *A matrix*, do que aquele apresentado em *Star Wars* ou *Star Trek*. Cinismo político exacerbado e transmitido em alta definição, um alto grau de alienação, catástrofes climáticas anunciadas e ansiedade

generalizada tornaram a nossa época menos propensa à difusão do otimismo e de visões mais positiva sobre o futuro.

Por estarem operando sob a lógica cultural do capitalismo, aqueles que estão nela imersos anseiam desesperadamente por um futuro no escopo de um sistema que parece sugar energias e esforços pessoais sem retornos muito promissores. O desenvolvimento do materialismo capitalista estimulou a crença de que o devir é mais agradável e estimulante que o agora, o que induz sentimentos de vazio existencial e nostalgia generalizada. Esse período de incertezas e disseminação dos riscos, leva trabalhadores a não só aceitar as premissas de um sistema insensato como faz com os mesmos atuem como defensores das amarras que lhes constroem.

## 7 ABORDAGENS TEÓRICAS SOBRE O TRABALHO EM PLATAFORMAS DIGITAIS

O cenário de reconfigurações no mundo do trabalho e sua interlocução com as novas tecnologias digitais, expostos nos capítulos anteriores, nos direcionam a buscar conceitos teóricos que auxiliem na compreensão das transformações subjetivas que acompanham e dialogam com estes processos. Neste capítulo apresentaremos os fundamentos teóricos que nos permitem refletir sobre estas reorientações de sentido e sobre os significados do trabalho no contexto da criação de conteúdo para o YT.

### 7.1 A ELEVAÇÃO DA VIDA COTIDIANA

A publicização cotidiana de si pode ser definida como o ato de publicar nas mídias digitais fragmentos diários, que se propõem a comunicar aos outros que algum traço característico da personalidade sensível do produtor de conteúdo seria digno de exaltação por seus pares. Percebemos essa característica de veiculação periódica que promove os sujeitos, a partir de uma série de YouTubers, sejam eles *booktubers*, *vlogers*, comentaristas políticos, educadores (*edutubers*) ou daqueles que produzem conteúdo relacionado à disseminação de técnicas e habilidades, os *makers* (pelo conceito de “faça você mesmo”).

Observamos neste contexto um número cada vez maior de pessoas que passa a dedicar tempo e energia na elaboração de publicações que tem características vinculantes com subjetividades construídas fora da Internet. Os dispositivos que permitem o acesso a tais conteúdos são cada vez mais presentes nos nossos bolsos e ao alcance dos nossos olhos, de tal modo que isso refletirá nas estatísticas de uso e disseminação das TICs ano a ano<sup>86</sup>. As estratégias, nesse contexto, orientam as maneiras, regras e formas de condução de perfis *online*. Essas estratégias são percebidas em redes sociais como Facebook ou Instagram, nas quais os usuários realizam uma curadoria de conteúdos na projeção de uma identidade positivamente valorada, na qual fragmentos dos seus cotidianos (seja por

---

<sup>86</sup> A expansão do uso da *Internet* no Brasil pode ser acompanhada pelos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) conduzida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que incluiu a partir de 2005 o uso da *Internet* em seus questionários (BRASIL, 2007). Ver capítulo 3 (“A formação dos públicos: a expansão do acesso à Internet no Brasil”).

imagens ou por opiniões sobre determinados assuntos) são compartilhadas com amigos, conhecidos e, virtualmente, com todos os usuários da Internet que porventura venham a encontrá-los.

Esse movimento, pelo qual a vida dos outros passa a ser objeto de interesse e desejo, só foi possível a partir da existência de um substrato moral que confere valor positivo ao cotidiano e às experiências supostamente triviais. A condução dos perfis em redes sociais durante o período eleitoral recente em 2018, e a repercussão entre os grupos sociais que adotaram tais táticas, foi perceptível em diversas formas de manifestação. Mudanças de foto de perfil nas redes sociais apoiando candidaturas, compartilhamentos de textos, disseminação de (des)informações sobre os candidatos e uma série de mecanismos adensados e aperfeiçoados nas interações *online*. Entretanto, para além da divulgação, estes fragmentos textuais e imagéticos tratam por afirmar identidades socialmente construídas para além das socialidades engendradas nas redes.

Para que compreendamos a profusão de fragmentos cotidianos compartilhados *online*, é necessário que resgatemos o processo pelo qual a vida cotidiana passa a ser positivamente valorada na cultura ocidental. O substrato moral que confere sentido à vida cotidiana pode ser explorada a partir de dois ângulos de observação: primeiro, seguindo o empreendimento filosófico de Charles Taylor em “As fontes do self” (1997), ao buscar uma das facetas singulares da identidade moderna na afirmação da vida cotidiana como característica do bem viver, em prol da glória e honra dos feitos de bravura e coragem dos nossos antepassados. Em segundo lugar, através do aguçado *insight* do sociólogo David Riesman em seu clássico “A multidão solitária”, que nota a emergência de um tipo singular de caráter social nos centros metropolitanos a partir da segunda metade do século XX, caracterizado pela conformidade comportamental e pela “excepcional sensibilidade às ações e desejos dos outros” (RIESMAN; GLAZER; DENNEY, 1989).

Em Taylor há um detalhamento sobre as transformações hierárquicas que acompanham essa transição valorativa na história ocidental, enquanto em Riesman encontramos a sugestão de um novo caráter que nasce no crescente interesse pela mídia de massa, moldado por expectativas internalizadas durante a socialização que treina os sujeitos a construir uma imagem para os outros.

Combinados, a afirmação da vida cotidiana e a busca pela aprovação alheia são características fundamentais que nos dão subsídios para compreender de que forma a digitalização das práticas laborais produz e é produzida por um tipo de moralidade

emergente na contemporaneidade. Para além de compreendermos em um sentido histórico supostamente linear e inevitável, destacamos estes elementos como constitutivos da ontologia do tempo presente, cujos elementos vão sendo gradualmente selecionados em detrimento de outros.

Por identidade moderna entendemos um tipo singular de sujeito que emerge no ocidente a partir de transformações substantivas nos modos de existência nos últimos quatro séculos, que redefinem nossa concepção sobre o que “é ser um agente humano, uma pessoa ou um *self*” (TAYLOR, 1997, p. 15). O *self* contemporâneo se fortifica tanto através da história por uma série de acontecimentos e acúmulos, como pelo surgimento de ideias inovadoras que, ao questionar hierarquias moralmente construídas, permitem novas concepções valorativas sobre a vida. A transição para a modernidade em Taylor é antes um processo de gigantesca mudança de consciência do que um processo abstrato de diferenciação e racionalização (SOUZA, 2012a, p. 29). Um processo interno que, ao tornar-se coletivo, se dissemina nas formas de condução da vida com novos atores que entram em cena.

Para lançar luz ao relevo dessa nova topografia moral ocidental, os ideais modernos são colocados em contraposição àqueles da antiguidade clássica pelo filósofo canadense. Os ideais antigos cindiam a sociedade em polos contrários, de um lado os homens de posição inferior preocupados com a vida e, de outro, guerreiros e governantes que capitaneavam os grandes feitos com uma vida voltada para a honra e para a glória. Arriscar a vida, nesse contexto, formatava a “principal qualidade do homem de honra” (TAYLOR, 1997, p. 276). Havia uma grande incompatibilidade entre a vida destes sujeitos, enraizados numa ética aristocrática da honra, com aquela vivida por comerciantes que se dedicavam à aquisição de riquezas.

As revoluções científicas e a força dos seus discursos erigem essa construção moral, assim como o sentido do fazer científico e do ideal de *theoría* sofrem profundas reconfigurações. Taylor percebe que a partir do questionamento de uma série de hierarquias, como a existente no projeto científico, ocorre uma gradual e lenta transição do “*locus* do bem viver de um conjunto especial de atividades superiores para dentro da própria ‘vida’” (Ibid.). Ao mesmo tempo em que as atividades “superiores” passam a ser alvo de severas críticas, redefine-se a vida humana plena “em termos de trabalho e produção, de um lado, e casamento e vida familiar, do outro” (Ibid.).

A crítica que Francis Bacon tecia sobre as ciências tradicionais, na medida em que buscavam uma ordem do cosmos a partir da contemplação, era sustentada pela necessidade de compreensão científica sobre o mundo empírico, sobre como as coisas efetivamente funcionam. Isso coloca como meta central da ciência o favorecimento da condição humana: ela deveria servir para melhorar a vida das pessoas e não ser apenas um objeto superior de satisfação na busca da “Verdade”. O impacto das revoluções científicas na moralidade ocidental estão, nesse contexto, para além de uma alteração apenas no fazer científico. Elas reverberaram nas construções sobre o bem viver e na possibilidade de consecução desse ideal por todos. Segundo Taylor:

A revolução baconiana envolveu uma transposição de valores, que é também a inversão de uma hierarquia anterior. O que antes era estigmatizado como inferior agora é exaltado como modelo, e o anteriormente superior é acusado de presunção e vaidade. E isso implicou também uma reavaliação das profissões. O humilde artesão e artífice acaba contribuindo mais para o avanço da ciência que o filósofo ocioso (1997, p. 277).

A questão não seria mais deliciar a humanidade com a capacidade de contemplação: era preciso beneficiá-la pela atividade humana. As críticas da pequenez, vulgaridade e presunção infantil que estariam relacionadas a uma ética da glória e da honra, são cada vez mais frequentes a partir do século XVII (ainda que não fossem propriamente críticas novas, já que apareciam desde Platão ou Agostinho como sublinha Taylor). Elas dão espaço a construção de um novo modelo de civilidade que aflora a partir do século XVIII centrada na produção sóbria e disciplinada, modelo “em que a vida de comércio e a aquisição de riquezas adquirem um lugar positivo sem precedentes” (Ibid. p.278). A estabilidade política e a ordem social são valores a buscar pelas nações e sujeitos civilizados, em contraposição ao frenesi destrutivo da lógica militar aristocrática. O comércio viria a substituir a guerra como ideal normativo e os grandes feitos e conquistas foram sendo paulatinamente reorientados por avaliações positivas da vida cotidiana, ao mesmo tempo em que provocavam alterações morais em relação aos sentidos da guerra e paz.

Contudo, não é apenas pelos inovadores autores, rotulados hoje por historiadores como operadores das revoluções científicas, como Bacon e Hobbes, que esse empreendimento subjetivo se consolida no Ocidente<sup>87</sup> moderno. Para Taylor a espiritualidade dos reformadores anunciou e iniciou todo o desenvolvimento moderno da

---

<sup>87</sup> Para ver uma crítica ao conceito de ocidente ver (APPIAH, 2016).

afirmação da vida cotidiana. A ética protestante, descrita por Weber (2004) como base da consolidação do capitalismo moderno, no que percebeu em um intenso processo de racionalização das formas de vida (diferentemente da abordagem culturalista de Taylor que percebe uma mudança de consciência), teria transformado o sistema produtivo através de um deslocamento da centralidade das instituições religiosas como mediadoras entre as pessoas e Deus. No modelo da Igreja medieval havia pessoas mais conectadas a Deus, além de haver o uso de dispositivos e técnicas como a missa e a comunhão que conectavam os devotos com a graça divina. Para os protestantes não poderia haver mediação, as relações com Deus seriam diretas e não existiria a possibilidade de haver uma hierarquia da devoção: “o envolvimento pessoal deve ser total, ou não tem valor algum” (TAYLOR, 1997, p. 279). Ainda, seria uma tentativa arrogante dos católicos ao aprisionar na missa o contato com Deus, uma ação que estava no poder dos homens e assim restringiam a sua soberania ilimitada. A fé protestante depende de envolvimento pessoal, dedicação cotidiana e se fundamenta na desestigmatização da vida leiga de seu *status* espiritual inferior. Assim como não há mediação possível com Deus, não pode haver uma salvação por procuração. Ela depende da adesão pessoal irrestrita através da dedicação ao trabalho e à vida familiar. Como sugere Taylor:

Do ponto de vista da compreensão degenerada e hierárquica da vida monástica então predominante, eu, como leigo, estaria, por assim dizer, apenas meio-envolvido em minha salvação [...]. Sou um passageiro do barco eclesiástico em sua viagem para Deus. Mas, para o protestantismo, não pode haver passageiros. Porque não existe navio algum no sentido católico, nenhum movimento comum levando os seres humanos para a salvação. Cada fiel rema seu próprio barco (Ibid. p.281).

Nesse movimento há um forte componente da interioridade e o sentido que somos dotados de profundezas interiores, bem como se desdobra na noção vinculada de que somos um *self*. Isso porque a salvação passa por “remar o próprio barco”, bem como passa por trilhar esse caminho na esfera cotidiana repetidamente, sem que garantias milagrosas possam sanar nossas atitudes erradas. O que importa nesse momento não é tanto nos atermos às novidades inauguradas pelos reformistas protestantes na mudança de consciência ocidental. Importa sublinhar que a tematização do pano de fundo moral sob o qual se formatam as identidades modernas não é neutro. As instituições modernas e suas práticas sociais e culturais possuem interpretações acerca do que é certo e errado, que diferenciam os valores a ser seguidos daqueles a evitar (assim como nas definições dos trabalhos “normais”).

Nesse contexto, o processo de “elevação” da vida cotidiana como esfera superior tem resultados significativos na produção de uma identidade moderna, que a luz do contexto das aparições digitais nas mídias sociais, em especial no YT, se afirma não apenas nas avaliações positivas em relação ao trabalho do dia a dia, como extrapolam a visibilidade sobre a diversidade de formas de vida através de uma veiculação massiva de vídeos que pretendem demolir as fronteiras entre o público e o privado.

A identidade moderna se constrói em Taylor a partir da articulação das nossas identificações pessoais e escolhas, seja por afinidade ou oposição, em relação a um pano de fundo valorativo. Nossas *avaliações fortes*, ou seja, o processo pelo qual acessamos nossa interioridade reflexiva e criticamente, nos possibilitam a distinção entre o certo e o errado, entre aquilo que é superior ou inferior, “a partir de parâmetros que se impõem independentemente de nosso desejo e vontade” (SOUZA, 2012a, p. 28).

A genealogia tayloriana é fundamental na leitura cartográfica e processual dos elementos constitutivos de uma nova topografia moral ocidental, orientada por mudanças de consciência que inscrevem na construção identitária dos sujeitos modernos sentimentos de pertença e distanciamento em relação a valores morais. Sua utilização do termo *vida cotidiana* é crucial na compreensão dos aspectos referentes à produção e reprodução: constituem a vida cotidiana as relações de trabalho, a fabricação de objetos e coisas necessários à nossa vida, bem como o atendimento das nossas necessidades como seres sexuais, incluindo os casamentos e a constituição de famílias.

O que o desenvolvimento do *self* em Taylor não dá conta de explicar, é a reconfiguração a partir de novos atores na produção identitária: a opulenta e inescapável influência dos meios de comunicação de massa na subjetividade moderna e um tipo de comportamento conformista que se alastra sob sua influência.

## 7.2 A PROMOÇÃO DE SI

David Riesman nos apresenta aquela que é uma das análises mais perspicazes para que possamos compreender o *self* tayloriano à luz das transformações ocorridas no último século. Não seria apenas em relação a um pano de fundo moral que embasaríamos nossas escolhas: as faríamos a partir da interação com os outros e das expectativas atreladas a



essa associação, compondo nosso pano de fundo não apenas uma moralidade particular ocidental, como também pelo desenvolvimento de meios de comunicação de massa e produções culturais que afetam os ideais valorativos modernos. Se existem panos de fundo valorativos na moralidade Ocidental, as interações mediadas por artefatos tecnológicos os colocam em constante movimento e rearticulação e os atores envolvidos nesse processo reformulam suas práticas a partir de um jogo de expectativas com seus parceiros em círculos amplificados de interação (com outros “ausentes”).

Seguidor de Erich Fromm, Riesman percebia com grande desilusão o fato que as pessoas vinham perdendo sua liberdade social e sua autonomia individual ao procurar ser como os outros, em uma constituição daquilo que denomina *um caráter social dirigido aos outros*<sup>88</sup>. O nome de David Riesman é muito pouco conhecido no Brasil, apesar da tradução de sua mais importante obra já no início da década de 1970. Nos Estados Unidos ele foi um dos nomes mais influentes da sociologia a partir da década de 1950, tendo sido o primeiro sociólogo a aparecer na capa da revista Time (27 de setembro de 1954) anunciando sua tese sobre a emergência de um novo tipo de caráter social na “nova classe média” norte americana da época. Apesar da expressiva veiculação de suas ideias, sendo “*Lonely Crowd*” o livro de sociologia mais vendido de todos os tempos (GANS, 1997), raramente Riesman é citado em periódicos acadêmicos atuais e sua obra e atuação no campo sociológico tem sido relegada como parte constituinte da história pré-profissional da sociologia como disciplina sem maiores impactos no pensamento sociológico contemporâneo (MCLAUGHLIN, 2001).

Isso pode ser explicado pela superespecialização que o campo científico vem experimentando nas últimas décadas, fazendo com que autores como Riesman, que buscaram compor um corpus teoricamente informado com intenção de mobilização de uma crítica social mais abrangente, sejam pouco destacados no cenário atual. Entretanto, esse momento em que vivemos, de renovação e intensificação da exposição às mídias - agora digitais -, é singular para que resgatemos a importância dos *insights* de Riesman:

---

<sup>88</sup> “*The Lonely Crowd*” foi traduzido para o português e editado pela Editora Perspectiva (RIESMAN; GLAZER; DENNEY, 1971). Entretanto utilizaremos uma edição de 1989 em inglês, contendo o texto original de 1950 com alterações e prefácios de edições posteriores. Na tradução para o português os “other-directed types” foram traduzidos como tipos “alterdirigidos”. Preferimos o uso do termo “tipos dirigidos a outros”, bem como algumas variações recorrentes durante a tradução (como peer-group sendo traduzido como “grupo cômpar”) que nos levam a buscar o texto original para adequação e melhor entendimento nos dias de hoje.

Uma perspectiva aberta à interdisciplinaridade permitiria à sociologia digital reencontrar a atualidade da tese do sociólogo David Riesman sobre as transformações subjetivo-estruturais causadas pela exposição à mídia. Em seu clássico livro *The lonelycrowd* (1950), Riesman afirmava que – nos Estados Unidos da América – as pessoas passaram a construir um *self* voltado para a aprovação alheia, uma autocompreensão dinâmica vinculada aos novos laços sociais e expectativas em uma sociedade urbana moldada pela mídia de massas. Desde então, isso não apenas se expandiu mundialmente, mas se aprofundou com a emergência das mídias digitais, nas quais os sujeitos estão continuamente expostos às comunicações de massa (MISKOLCI, 2016, p. 292).

A sugestão de Miskolci é de extrema importância, ainda que devamos perceber as diferenças entre a concepção de caráter social de Riesman com aquela do *self*. O *caráter social* é uma parte do caráter compartilhado entre grupos sociais e é o produto da experiência desses grupos. Essa noção permite falar em caráter de classes, de grupos, religiões e nações. O caráter social é mais atrelado aos efeitos interativos do que aqueles propriamente subjetivos na construção do *self* como no modelo tayloriano.

Riesman percebia que ao falar em "personalidade" ele estaria se referindo ao "*self* total": "temperamentos e talentos herdados, seus componentes biológicos e psicológicos, seus atributos tanto evanescentes como mais ou menos permanentes" (RIESMAN; GLAZER; DENNEY, 1989, p. 3–4). O "caráter", como vinha sendo utilizado na época, referia-se apenas a uma parte da personalidade não formada pela hereditariedade, mas pela experiência. Nesse sentido, "o caráter é a organização mais ou menos permanente, social e historicamente condicionada, dos impulsos e satisfações de um indivíduo - o tipo de "configuração" com o qual ele se aproxima do mundo e das pessoas" (RIESMAN; GLAZER; DENNEY, 1989, p. 4). Em Riesman não há, portanto, a percepção da construção de um novo *self* ou uma nova personalidade. Emerge, na sua perspectiva, novos traços relativos a maneira de agir frente aos pares, especialmente nos contextos suburbanos de classe média.

O cuidado semântico de Riesman está relacionado ao campo epistemológico com o qual está dialogando e de onde partem suas reflexões. A utilização do termo *self* o vincularia às discussões da psicologia social fortemente influenciadas pelo pensamento de George Herbert Mead (1962), assim como aos psicólogos behavioristas da época. "*Lonely Crowd*" é um exemplo da influência das teorias europeias da sociedade de massas, especialmente a tradição intelectual alemã. A teoria crítica alemã fora importada pelos Estados Unidos e passa a influenciar uma série de pensadores como Riesman, no momento em que acadêmicos da escola de Frankfurt como Horkheimer, Fromm,

Lowenthal, Adorno e Marcuse deixaram a Alemanha quando Hitler ascende ao poder (MCLAUGHLIN, 2001, p. 9).

O caráter social dirigido aos outros é explicitamente caudatário das formulações de Erich Fromm sobre o caráter de orientação mercantil (RIESMAN; GLAZER; DENNEY, 1989, p. 22)<sup>89</sup>. As formulações de Fromm são altamente influentes para Riesman e a partir delas podemos realçar os efeitos interativos que Riesman propunha em sua articulação teórica. Para Fromm haveriam diferenças significativas entre *personalidade*, *temperamento* e *caráter*. A primeira, seria a "totalidade de qualidades psíquicas herdadas e adquiridas que caracterizam um indivíduo e o tornam original" (FROMM, 1983, p. 52). O temperamento estaria relacionado às reações frente às situações da vida, "sendo constitucional e imutável" (Ibid. p.53). Por seu turno, caráter é formado pelas "experiências das pessoas, especialmente na infância, e modificável, até certo ponto, pelos *insights* e por novas espécies de experiências" (Ibid.). Ele é definido por Fromm como "a forma (relativamente permanente) por que a energia humana é canalizada no processo de assimilação e socialização" (Ibid. p.58, grifos do autor). Percebemos que a personalidade (ou o *self* total como sugeria Riesman) é, então, o resultado emergente da combinação entre o temperamento e o caráter de cada indivíduo. O caráter de orientação mercantil poderia ser resumido a partir da seguinte ideia:

O sucesso depende em grande parte de quão bem a pessoa sabe vender-se no mercado, de quão bem sabe fazer sua personalidade impressionar o público, de quão bem 'acondicionada' sabe apresentar-se; do fato dela ser 'jovial', 'correta', 'agressiva', 'digna de confiança', 'ambiciosa'; além disso, de quais são seus antecedentes familiares, a que clube pertence e se conhece as pessoas 'convenientes' (FROMM, 1983, p. 67).

Esse é um tipo ideal de caráter emergente na sociedade moderna que, para Fromm, diz respeito não apenas a intensificação dos mercados através das trocas comerciais, como estimula um "mercado de personalidades". Cada pessoa possui um valor de troca e a orientação mercantil trata dos traços distintivos das pessoas que necessitam cada vez mais da aceitação dos outros para sobreviver em um mercado competitivo, seja na oferta de seus serviços ou na venda de produtos associados diretamente aos seus traços pessoais. Não basta, nesse contexto, ser qualificado: deve-se parecer qualificado, deve-se impressionar o outro a partir da projeção de uma autoestima que é percebida como

---

<sup>89</sup> Fromm foi psicanalista de Riesman por muitos anos e as sessões não eram nada convencionais, frequentemente se assemelhando mais a um relacionamento professor-aluno do que propriamente psicanalista-paciente (MCLAUGHLIN, 2001, p. 12).

proporcional às capacidades. A crítica fundamental nesse processo é que a busca pela felicidade seria suprimida pela preocupação em tornar-se vendável.

Para Riesman essa necessidade de aprovação alheia era uma característica própria dos habitantes de grandes centros urbanos e é exemplificada através da figura clássica dos subúrbios de classe média norte-americanos, nos quais as pessoas fariam de tudo para serem aprovadas por sua comunidade. O pânico em não ser aceito passa a compor o ideal de vida dessas pessoas e isso altera o processo de socialização, fazendo com que elementos como a popularidade sejam capitais distintivos entre crianças e jovens, de maneira cada vez mais significativa em termos de integração aos grupos. Esse tipo de caráter está fortemente relacionado com o papel das mídias de massa, na medida em que as pessoas de caráter dirigido "para dentro" (ou intradirigido) possuem mecanismos internos de coerção:

A pessoa dirigida para dentro incorporou cedo um giroscópio psíquico que é acionado por seus pais e pode receber sinais mais tarde de outras autoridades que se parecem com seus pais. Ele passa pela vida menos independente do que parece, obedecendo a essa pilotagem interna. Sair do curso, seja em resposta a impulsos internos ou às vozes flutuantes dos contemporâneos, pode levar ao sentimento de culpa (RIESMAN; GLAZER; DENNEY, 1989, p. 24).

Haveria nesse modelo um ajuste entre os "giroscópios psíquicos" das pessoas que girariam em velocidades próximas e apontariam em direções parecidas. Isso geraria maior estabilidade uma vez que os guias que comporiam a trajetória das pessoas seriam mais restritivos e os princípios seriam internalizados de maneira mais eficaz. Em contraste, a pessoa em busca da aprovação alheia, cujo caráter é dirigido para os outros, aprende a responder a sinais de um círculo muito mais amplo do que aquele constituído no seio familiar. Constitui-se um tipo de pessoa cosmopolita, mas enquanto uma pessoa dirigida para dentro pode sentir-se em casa no exterior (uma vez que insensível aos outros) esse novo tipo de sujeito sente-se em casa "em qualquer lugar e em lugar algum" e é capaz de uma intimidade rápida - ainda que, por vezes, superficial - com todas as pessoas. Frente às constantes e rápidas mudanças, essa pessoa deve ser capaz de receber múltiplos sinais, seja de perto ou longe. Ela deve incorporar "um elaborado equipamento para recepção dessas mensagens e, ocasionalmente, participar de sua circulação" (Ibid. p.25). Ao invés do giroscópio, o equipamento de controle das pessoas em busca da aprovação alheia é como um radar e sua alavanca psicológica primordial não são apenas os controles da culpa e da vergonha, mas primordialmente uma ansiedade difusa.

Não é nosso objetivo seguir à risca o argumento de Riesman, até porque ele pode conter uma certa dose de nostalgia nessa apreciação, na qual a glorificação de um momento que já passou é contrastada pelo descontentamento com o tempo presente. Ainda, Riesman sugere que esses tipos ideais emergiriam como resultado das distintas fases de crescimento populacional pelas quais passavam as sociedades, incidindo nas relações entre pais e filhos (uma tese de difícil sustentação já que os ideais sublinhados por Riesman parecem ser alheios aos seus condicionantes demográficos).

Esse argumento nos parece menos interessante do que aquele que percebe uma mudança de mentalidade e de atitude inscrevendo nos sujeitos a lógica pela qual as coisas para *ser* devem *expor-se*, como sugeriu Byung-Chul Han (2016). Importante também é o *insight* de Riesman sobre a produção de um mal-estar relacionado à ansiedade provocada por essa necessidade dinâmica de agradar os outros, que segue a ideia freudiana de que esse sentimento de angústia teria precisamente uma inegável relação com a expectativa, seria uma angústia por algo indefinido, uma “falta de objeto” (FREUD, 1976, p. 191).

O contexto de criação de conteúdo a partir de canais do YT é composto por um público difuso, relativamente indefinido, cujas opiniões são cada vez mais decisivas na reprodução material e simbólica dos sujeitos envolvidos. Ele é indefinido pois dinâmico, estritamente dependente da capacidade de obter a aprovação dos outros não apenas criando uma rede de espectadores assíduos, como fazendo com que os mesmos se tornem compartilhadores das produções. Difuso pois estão espalhados nessa “coleção de seres... se imitando entre si”, que constitui a sociedade complexa, como sugeriu aguçadamente Gabriel Tarde (2000). Nesse sentido é importante que consigamos compreender que esse processo depende tanto destes elementos trazidos até aqui - de uma crescente importância da afirmação cotidiana e da constante necessidade de se constituir como um indivíduo cativante - como está subordinado à construção de públicos *aderentes*<sup>90</sup> aos conteúdos. Essa adesão se deve especialmente ao crescimento do desejo de adentrar a intimidade alheia, a partir de um processo de espetacularização da vida cotidiana que desafia as fronteiras entre o público e o privado.

---

<sup>90</sup> O conceito de aderência é muito significativo no universo do YouTube. Ele diz respeito aos engajamentos provocados pelos conteúdos veiculados. Nesse sentido é de fundamental importância resgatar os escritos de Gabriel Tarde, como em *A opinião e as massas* (2005) para que compreendamos o outro polo na articulação da construção da subjetividade no YouTube, quer seja, o dos públicos que se engajam com os vídeos.

### 7.3 ADERÊNCIA E IMITAÇÃO

Propomos um caminho alternativo, ao resgatar o pensamento de Gabriel Tarde, para que possamos compreender como se constituem os públicos aderentes a conteúdos na era digital e refletimos sobre esse contexto a partir do conceito de imitação. O pensamento do autor francês vem sendo alvo de um renovado interesse<sup>91</sup>, ao passo que suas ideias abrem caminhos reflexivos nunca antes trilhados pelos outros clássicos que dominaram a imaginação e o fazer sociológico. Poderíamos elencar, ao menos, dois desdobramentos possíveis e intimamente relacionados.

Primeiro, pelo fato da teoria tardeana perceber a sociedade pelo encadeamento de diversos seres se imitando entre si, no estabelecimento de uma comunicação intersíquica ou de alma a alma<sup>92</sup> (VARGAS *et al.*, 2014, p. 40). Como exploramos na seção anterior, cada vez mais a aprovação alheia conforma as subjetividades contemporâneas, o que coloca no centro do processo o papel da imitação de outros significativos – e, agora, distantes corporalmente – na constituição do que se é e no amparo daquilo que queremos através do acesso à nossa interioridade profunda (TAYLOR, 1997).

Em segundo lugar, para Tarde, uma ideia nova ou um novo gosto trariam em seu cerne a possibilidade de propagação através da persuasão, recurso que imprimia nas inovações a possibilidade de partilha por “cérebros supostamente semelhantes e postos em comunicação” (TARDE, 2000, p. 25) que levariam à formação de públicos. As inovações se propagariam “instantaneamente em todos os cérebros se sua similitude fosse perfeita e se eles se comunicassem entre si com uma completa e absoluta liberdade” (Ibid.). Tarde certamente ficaria estupefato com a velocidade de propagação de ideias através dos cérebros de pessoas conectadas pelas TICs.

Antes que exponhamos elementos significativos da sociologia da opinião tardeana para compreensão da ontologia do tempo presente, ao explorar os conceitos de imitação e persuasão na formação das opiniões, gostaríamos de reencontrar a originalidade tardeana, recompondo-a à luz de um debate com Émile Durkheim em 1903 acerca da natureza da sociologia e suas relações com outras ciências. Seu posicionamento no debate

---

<sup>91</sup> No Brasil, Eduardo Viana Vargas vem organizando uma série de trabalhos em torno da figura de Gabriel Tarde. Um destes trabalhos é “Monadologia e sociologia: e outros ensaios” (TARDE, 2007), que traz um acurado guia de leitura para a obra do autor francês.

<sup>92</sup> Tarde fala tanto de almas como em outros momentos fala de espíritos, entretanto seu argumento “não tem nada de espiritualista ... já que matéria é espírito e espírito é matéria (VARGAS, 2007, p. 18).

dá coerência ao movimento de recorrermos às suas ideias para iluminar fenômenos atuais, como é o caso das novas socialidades e relações emergentes nos meios digitais.

Durkheim rejeitava veementemente a posição de que a imitação fosse um fato social. Procurava assim distanciar sociologia da psicologia, claramente em defesa da autonomia sociológica em sua fase de consolidação como ciência. Em sua concepção, os fenômenos sociais deveriam ser explicados pelo social única e exclusivamente. Quando o fizéssemos através de um fenômeno psíquico, poderíamos estar seguros que a explicação seria falsa (VARGAS *et al.*, 2014, p. 33). A imitação de práticas e crenças que precedem o indivíduo não seriam, pois, objetos da sociologia, uma vez que seriam fruto de processos psíquicos que escapariam nossa ciência. Deveríamos, então, aceitar esse elemento coercitivo socializador e explorar os fenômenos que constituiriam a sociedade, cuja origem está na coletividade, naquilo que emerge a partir de uma associação de indivíduos e que os transcende.

Isso leva alguns comentadores de sua obra, como William Watts Miller (1996, p. 2-3), a perceber em Durkheim a adoção de um "programa internalista forte" na compreensão da modernidade. A ciência social, nesse contexto, deveria explorar a lógica do mundo social através de sua dinâmica constitutiva real subjacente. Ele encontrou essa lógica, por exemplo, através da divisão social do trabalho, assim como na tentativa de buscar as dinâmicas que subscreveriam o ideal humano. O objetivo principal seria explicar os males modernos, as patologias que se desviam e trabalham contra os ideais humanos<sup>93</sup>, como elementos constitutivos da dinâmica social, podendo ser compreendidos pelo estudo dos fatos sociais. A sociologia como ciência de todas as crenças, de "todo comportamento instituído pela coletividade" (DURKHEIM, 2007, p. 11), sendo os fatos sociais um objeto próprio que a distingue das demais práticas científicas. Daí sua máxima em explicar o social pelo social, ao captar pelo método sociológico essa "coisa", a exterioridade em relação às consciências individuais.

Seria esperado que essa ciência das sociedades não se limitasse "a ser paráfrase de preconceitos tradicionais", mostrando as coisas de maneira diferente, dado que "o objetivo de toda ciência é descobrir, e *toda descoberta desconcerta* mais ou menos as

---

<sup>93</sup> Os ideais humanos em Durkheim se confundem com os ideais da República Francesa. A consecução do ideal era tomado com um projeto moral republicano, que poderia com isso trazer ao estado normal no sentido de que "deve ser" e não de suas regularidades estatisticamente verificadas tomando-os como fatos sociais normais (HERTZOG; WEISS, 2015).

opiniões formadas” (DURKHEIM, 2007)<sup>94</sup> . Durkheim pensava desconcertante a descoberta de que o domínio da sociologia não poderia se confundir com o da biologia e da psicologia e, ao definir um objeto próprio, dá coerência a sua proposta de exaltar que as “maneiras de agir, pensar e sentir apresentam a propriedade marcante de existir fora das consciências individuais”. Mais do que simplesmente existir fora, elas se impunham coercitivamente para dentro dos indivíduos. Diz que o “devoto, ao nascer, encontra prontas as crenças e as práticas da vida religiosa existindo antes dele” e elas funcionariam “independentemente do uso que faço delas”. (Ibid. p.2) Logicamente isso não se poderia confundir com movimentos que “todos os indivíduos repetem” e, quem o fez<sup>95</sup>, se “confundiu erradamente com o que se poderia chamar de suas encarnações individuais”. Não seria todo e qualquer comportamento humano um fato social. Seria, apenas, quando as crenças, tendências e práticas fossem tomadas coletivamente (Ibid. p.6). Os elementos associados em si não têm, em Durkheim, a mesma natureza que os fenômenos que emergem dessa conexão. A sociedade emerge dessa associação de almas individuais que geram, assim, um fenômeno *sui generis*; ela é síntese, não soma.

A socialidade em rede, percebida à luz da teoria durkheimiana, nos levaria a considerar que suas práticas e crenças subjacentes seriam fatos sociais mais fluidos e menos consolidados. As formas de comunicação e expressão, os modos de agir *online* e todos os comportamentos que englobam a participação em rede, convergiriam numa realidade objetiva e externa ao indivíduo. Através do processo de socialização *online*, os modos de agir, pensar e interagir são internalizados e, por esse caráter coercitivo e externo, poderiam ser tomados como fatos sociais. Isso nos leva a tomar de um lado um internauta que, ao se conectar, se vê deparado com uma cybercultura que existirá para além de suas vontades e ações.

Pensar a partir de Tarde nos faz inverter uma série de pressupostos e uma série de divisões passam a não fazer sentido algum. Não existiria uma “cybercultura” para além do “internauta”. Para conhecer aquela, devemos buscar explicações nas trocas e processos imitativos deste. Em Tarde “o universal só pode ser alcançado por mediação do elemental, do infinitesimal” (VARGAS, 2007, p. 13). Ele se coloca contra a constituição da sociologia como ciência do homem, e a sociedade não deve ser estudada como *coisa*, uma vez “que

---

<sup>94</sup> Ver prefácio da primeira edição de “As regras”.

<sup>95</sup> Temos a impressão que Durkheim se referia a Gabriel Tarde, ainda que não seja especificado. *Les lois de l'imitation* fora publicado em 1890 e *Lés Regles* é de 1895.



toda coisa é uma sociedade, que todo fenômeno é um fato social” (TARDE, 2007, p. 81). Na sua perspectiva

[...] não são as sociedades que são como os organismos, mas são os organismos que se tornam sociedades, havendo sociedades atômicas e astronômicas, celulares e orgânicas, como existem sociedades de indivíduos, públicos e massas, cada qual animada por forças psicológicas, por ‘forças da alma’, devendo por isso ser sociologicamente consideradas (VARGAS, EDUARDO, 2007, p. 32).

Contrariamente ao então jovem docente da universidade de Bordeaux, sugere uma aceitação da psicologia como base da sociologia. Esse seria o único procedimento que permitiria encontrar as leis dos fenômenos sociais. A análise da vida psíquica intermental<sup>96</sup> seria justamente o projeto da sociologia (ou interpsicologia), já que a sociedade é a posseção recíproca de todos, sob variadas formas. Essa sociologia intercerebral estudaria os “fenômenos do eu impressionado por um outro eu”, uma coletividade puramente espiritual que, desde a idade moderna, a partir da invenção da imprensa, conforma públicos de “indivíduos fisicamente separados e cuja coesão é inteiramente mental” (TARDE, 2005, p. 5). Nessa divisão intelectual do estudo da vida psíquica, caberia às ciências naturais os processos extramentais e à filosofia e à religião os intramentais.

Em sua perspectiva, a sociologia será psicológica ou não será nada. Em relação ao fato social, o toma como obra do desejo. Ele é imitativo e persuasivo, não é compulsivo nem coercitivo como pretende Durkheim. Diferentemente deste, concebe que a sociedade vive no espírito: só existe o indivíduo e deve-se chegar à consciência do homem para conhecer a sociedade. A busca pelo infinitesimal se daria em um procedimento que emergiu a partir de certo apoio metafísico, através da monadologia, ao buscar nas filhas de Leibniz<sup>97</sup> a tese da multiplicidade elementar, inspirada no princípio da diferenciação, heterogeneidade e variabilidade.

Pensar a partir da obra de Tarde é um grande desafio, bem como abre novas possibilidades para refletirmos sobre a elaboração das vidas no contínuo *on-offline* contemporâneo. A ideia de imitação é particularmente interessante para explorarmos a disseminação de conteúdos na Internet, já que é a partir de cópias diferenciadas que os ecossistemas em rede são densamente povoados. A publicação de diários extimos (SIBILIA, 2013) parte da imitação de práticas anteriores, nas quais todos os *vloggers* que

---

<sup>96</sup> Em outros momentos ele usa a expressão interespiritual.

<sup>97</sup> Ver (VARGAS, 2007).

produzem conteúdo para o YT nos dias de hoje, por exemplo, remetem suas práticas à *lonelygirl15*<sup>98</sup>. Se buscarmos as origens imitativas dessa forma de inserção *online*, poderíamos encontrar seus elos nos *blogs*, fóruns e trocas diretas de mensagem predecessoras das que encontramos hoje.

A imitação em Tarde é a forma em que a crença e o desejo atuam na vida social e é também o modo de manifestação da repetição universal no campo humano. Ela é a ação à distância de um espírito sobre outro, ação que consiste na reprodução fotográfica de um clichê cerebral pela placa sensível de outro cérebro (POVIÑA, 1961). A sociedade para o autor é uma reunião de seres dispostos a imitar um ao outro ou, na medida em que não imitam, se assemelham, e suas características comuns são cópias de modelos em comum. Essas cópias e processos imitativos se dão nos três domínios da vida, físico, vivo e social, e o “realizado parece não ser mais do que um fragmento do realizável” (TARDE, 2000, p. 18). É importante salientar que em Tarde, apesar da diferença destes fragmentos do possível, as ações humanas são governadas pelas crenças que são sugeridas por nossas “inclinações inatas”, por possuímos todos uma “natureza idêntica” (Ibid. p.63). As crenças e os desejos conformam a força motriz societária, sendo as primeiras uma energia de posseção intelectual e os últimos uma energia de tendência psíquica.

Esse processo iniciou a partir de descobertas primordiais, que acordaram o “gênio humano” em direção à satisfação das “necessidades virtuais e profundas da alma humana” (Ibid. p.65), espalhadas e propagadas pela imitação. Sem a imaginação inicial, por um antropeide, dos “rudimentos de uma linguagem informe e de uma grosseira religião”, a humanidade continuaria mergulhada “nos limbos dos possíveis irrealizados” (Ibid.). Nesse processo o exemplo é altamente influente e a diferenciação é resultado do encontro e do cruzamento de uma imitação com outras:

[...] desde que aparece pela primeira vez, no século passado, a ideia de utilizar a máquina a vapor, empregue já nas fábricas, para satisfazer a necessidade de viajar ao longe sobre os mares, necessidade nascida de todas as invenções navais anteriores e da sua propagação, devemos ver nessa ideia de gênio o cruzamento de uma imitação com outras; assim como na ideia, aparecida mais tarde, de adaptar a hélice ao navio a vapor, uma e outro já conhecidos desde há muito tempo (Ibid. p.67).

---

<sup>98</sup> A atriz Jessica Rose foi uma das precursoras da divulgação de diários *online* através de vídeos no YT. Ela criou um personagem fictício chamado Bree em parceria com dois roteiristas e produtores de filmes. Até mesmo essa estrutura, de criação de um personagem com outras pessoas envolvidas, passa a ser fundamental no processo de elaboração dos canais, que apresentam cada vez mais uma estrutura articulada envolvendo uma série de pessoas, como no funcionamento de uma empresa de tipo tradicional.

Não haveria descoberta ou inovação dissociadas de associações anteriores, e todas elas seriam fruto de imitações, uma ação contínua, poderosa, irresistível e irreversível (Ibid. p.68-72). Decorre disso uma devastadora crítica à autoria e à suposta genialidade individual ao admitir que “minhas ideias não são minhas, eu as encontrei, as respirei ao nascer” (TARDE, 1938, p.395 apud (REYNIÉ, 2005, p. IX). Foucault reformularia essa questão quase um século depois, ao deslocar o domínio enunciativo, em relação a uma subjetividade soberana, para o reconhecimento nas “diferentes formas de subjetividade que fala efeitos próprios do campo enunciativo” (FOUCAULT, 1987, p. 141). A configuração de um campo anônimo que define o lugar possível dos sujeitos falantes é o domínio próprio da enunciação, para além de um local situado seja na subjetividade individual, transcendental, tampouco n’alguma “coisa semelhante a uma consciência coletiva” (Ibid.).

A imitação para o autor se manifesta tanto na moda como no costume e suas causas podem ser físicas (ambientais e condições hereditárias) e sociais (lógicas e utilitárias ou extra lógicas, como nas ações que geram prestígio ou descrédito). Os humanos seriam naturalmente inclinados a se copiar e essa associação é tanto acumulativa como substitutiva. O problema social em sua concepção está precisamente na coexistência de um grande número de crenças e desejos diversos, entre os quais muitos contrários, o que Latour reformulará em seu dilema da coabitação onde tudo é simultâneo (LATOURE, 2005). A imitação pode ir na direção de atenuar uma oposição, bem como eliminá-la ou convertê-la em colaboração.

Ao perceber a centralidade que coloca na imitação como fundamento do social, tendo esta palavra para o autor “um significado muito peculiar, posto que não define um domínio específico da realidade ou uma zona ontológica particular reservada aos humanos, mas designa toda e qualquer modalidade de associação” (VARGAS, EDUARDO, 2007, p. 21), podemos buscar os encaminhamentos de Tarde rumo a uma teoria sociológica da opinião.

As modalidades de associação em jogo na formação de grupos de opinião se constroem na circulação crescente dos meios de comunicação de massa. Os jornais de 1789, aponta Tarde, estavam recheados de textos destinados a um público específico, e se propagam na velocidade das máquinas que se colocam a imprimir incessantemente como monstros vivos “que se põe a trabalhar como se seus corpos estivessem possuído de amor” (MARX, 2013, p. 349). Alguns, para Tarde, “odiosos publicistas” que “instilavam

diariamente o álcool venenoso das palavras vazias e violentas” (TARDE, 2005, p. 12). Seus conteúdos eram devorados por hordas de públicos sedentos pelo conteúdo que os persuadia e impelia à abertura de maneiras emergentes de ser e se posicionar politicamente. Os limites e fronteiras da circulação de ideias são balizadas pela quantidade de agenciamentos que elas têm a potencialidade de vincular. É pela imitação, e seus efeitos interativos inesperados, que elas próprias se diferenciam, alargadas e tensionadas pelas disputas dos agentes investidos de poder que os alça a posicionalidades de enunciação legítima.

No prefácio de “A opinião e as massas”, escrito em maio de 1901 - ou seja, 2 anos antes da contenda Tarde-Durkheim -, Tarde rechaça a ideia de conceder um espírito coletivo ou uma consciência social, um nós, que existiria fora ou acima dos espíritos individuais. Sua proposta intelectual visava o estudo das “relações mútuas dos espíritos, suas influências unilaterais e recíprocas” (TARDE, 2005, p. 1). Critica veemente esta ideia exposta por Durkheim de apreender a realidade social a partir das relações que os indivíduos estabelecem com universais de “outros seres exteriores”. Sua inovação conceitual e epistemológica sugere que partamos da *conversação* como relação social elementar. A partir disso poderíamos distinguir os públicos das multidões, bem como apreender o sentido das opiniões em seus efeitos interativos.

A sociedade moderna, desde a invenção da imprensa, fora marcada por uma multiplicidade destas conversações, inundando a esfera pública. A distância física é atenuada por uma coesão mental, proporcionada pela circulação das ideias em jornais e livros, que passam a influenciar na formação de coletividades virtuais, estabelecendo associações vinculantes em torno de sentidos em comum. O público, “grupo social do futuro” (Ibid. p.14), e sua capacidade contagiante, contrasta com as multidões e sua incapacidade de estender-se além de um pequeno raio: “quando seus líderes cessam de tê-la *in manu*, quando ela deixa de ouvir a voz deles, a multidão desaparece” (Ibid. p13).

Certamente pode haver um processo de conversão no qual um público recai numa multidão. Os protestos de junho de 2013 no Brasil são um exemplo significativo em que o público pode ser definido como uma multidão virtual arrastada por um sentimento contagiante. Um número limitado de públicos orientados pela disputa por melhores condições do transporte coletivo urbano irrompeu em multidões fanáticas cujos propósitos diferiam daqueles iniciais. Abriu-se uma caixa de pandora que, contrariamente ao mito grego, parece também ter deixado escapar a esperança. Essa multidão,

indiferenciada inicialmente, agora é sucessivamente convertida em públicos pulverizados que destilam ódio, como assustadoramente acompanhamos nos embates tortuosos da nossa esfera pública despedaçada. Tarde vê esse processo de convergência de grupos de ideias em públicos como um processo inevitável:

Essa transformação de todos os grupos em públicos exprime-se por uma necessidade crescente de sociabilidade que torna imperiosa a comunicação regular dos associados através de uma corrente contínua de informações e excitações comuns. Ela é, portanto, inevitável. E convém saber que consequências tem ou terá, segundo todas as probabilidades, sobre os destinos dos grupos assim transformados, do ponto de vista de sua duração, de sua solidez, de sua força, de suas lutas ou de suas alianças (Ibid. p.23).

Tarde sugeriu que as grandes conversões em massa da sua época eram realizadas pelos jornalistas. Hoje em dia temos o desenvolvimento de grupos de opinião e de circulação de ideias através da Internet, provocando rupturas nesse modelo orientado a um locus privilegiado de enunciação do jornalista profissional. Soma-se aos jornalistas os “*digital influencers*”<sup>99</sup> que, através de seus canais de YT, tem uma capacidade surpreendente de mobilizar seus seguidores, seja pela orientação do ódio e do medo como pela cultivação da ternura e da esperança.

Para Tarde esse processo levaria a uma troca mais inteligente, esclarecida e intelectualizada do que aquelas provocadas pelo embate de multidões, ainda que reconhecesse que a difamação tenha sempre muito mais sucesso do que a apologética nesse cenário. É desconcertante pensar que mais de um século depois seja uma leitura assustadoramente atual sua máxima de que “descobrir ou inventar um novo e grande objeto de ódio para uso do público é ainda um dos meios mais seguros de tornar-se um dos reis do jornalismo” (Ibid. p.55). Talvez tenhamos preservado a cólera como um sintoma da intransigência distintiva do humano, o que não exclui que tenhamos cada vez mais mentes conectadas com o propósito de fazer circular conversações inovadoras e potencialmente transformadoras.

Ainda que formemos grupos de opinião, Tarde pondera, e eles demonstrem avanços em relação às multidões, não podemos desconsiderar a capacidade criativa do pensamento individual, independente, forte e afastado de outras pessoas. Ainda que

---

<sup>99</sup> Recebem esse rótulo os usuários ou criadores de conteúdo que possuem uma habilidade excepcional para influenciar outras pessoas. Nas pesquisas acadêmicas no campo da publicidade e propaganda, discute-se a diferença entre usuários capazes de mobilizar outros usuários no compartilhamento de conteúdo daqueles capazes de mobilizar usuários para compra de produtos. Para uma leitura mais focada neste aspecto ver (ARAUJO; NEIJENS; VLIEGENTHART, 2017).

possamos exaltar a interatividade provocada pelas conversações e a possibilidade criativa daí emergente, muitas descobertas importantes demandam introspecção. O *locus* reflexivo em que nos colocamos a conversar conosco, quando desenvolvemos conversações internas, é povoado por um ecossistema de fragmentos disponíveis no nosso quadro de referências que, ao interagir com questionamentos e ideias originais, cria o ambiente necessário à irrupção da diferença e da imaginação criativa (ou da variação na imitação).

Tarde pensava que deveríamos preservar e valorar esse local situado do desenvolvimento intelectual e artístico, não enaltecendo o criador, mas como defesa do lugar de enunciação dessa modalidade de criação de ideias. Em tempos que o intelectualismo e o conhecimento científico são duramente criticados, seja por aqueles que desejam destruí-los ou por aqueles que desejam recriá-los sob novas condições e encarnados em outros corpos tipicamente deixados de fora desse circuito, se faz necessário uma defesa do campo das ideias como forma de transformação da realidade.

Como já advertia Tarde, ainda é preciso que escapemos da obsessão da agitação sedutora dos públicos, pois a ampliação dos meios apresenta tanto possibilidades como perigos de extinção de ideias e descobertas importantes. No contexto das mídias sociais digitais esse fenômeno é dramaticamente ampliado, e os criadores de conteúdo podem ser levados a orientar suas falas por estes movimentos mais do que por pensamentos refletidos e cautelosamente escolhidos, dado o volumoso prestígio que suas inserções representam em segmentos da população e o caráter reativo<sup>100</sup> próprio que as redes sociais digitais ensejam.

A ampliação de acesso, e o crescimento de públicos aderentes ao discurso e à estética anunciada pelos criadores de conteúdo, não significa necessariamente uma melhora em termos de emancipação humana, já que esta só ocorrerá a partir desta circulação intermental quando não nos contentarmos apenas no espalhamento por toda parte de uma cultura média, que desconsidera o conhecimento e se move pelo calor do momento.

---

<sup>100</sup> Não é por menos que os vídeos de reação, os *reacts*, são muito populares no YouTube. São vídeos em que o YouTuber reage a um outro conteúdo (como uma música, um videoclipe, um vídeo de outro YouTuber etc.).

#### 7.4 INTERAÇÕES PARASOCIAIS

Gabriel Tarde faleceu em 1904 e ele não veria a vertiginosa expansão tecnológica que ocorreria nas décadas seguintes, especialmente com a disseminação dos televisores em meados da metade do século passado. A fala, e a partir de então a performance direcionadas aos públicos, traziam novas dimensões às modalidades interativas à distância que perscrutou em sua sociologia da opinião e da imitação. A partir da disseminação dos meios de comunicação em massa, o rádio previamente e depois o televisor, o incremento da orientação da fala direcionada ao público passa por ressignificações resultantes das novas formas de transmissão da informação em velocidades inimagináveis pelo pensador francês.

Um dos mais interessantes conceitos para compreender estas transformações é aventado por um antropólogo indigenista, Donald Horton, e por um sociólogo, R. Richard Wohl, ambos professores na Universidade de Chicago<sup>101</sup>. A partir de um desprezioso artigo publicado em 1956, intitulado “*Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance*”, os dois autores trazem uma análise sagaz sobre as implicações da expansão da comunicação em massa em termos interacionais. Parece simplório trazer um breve artigo de autores pouco conhecidos para referenciar os fundamentos da nossa análise, ao lado de um dos maiores filósofos da atualidade, Charles Taylor, do sociólogo que mais vendeu livros na história da disciplina, David Riesman e Gabriel Tarde, que vem sendo redescoberto como um pensador muito à frente daqueles que viriam a dominar o campo sociológico francês da época. Entretanto, a cada leitura que fazemos dos autores fica mais difícil entender os porquês de sua baixa circulação.

Horton e Wohl estão preocupados com um novo tipo de “performers” que surgem nos Estados Unidos em meados dos anos 1950: os “*quiz-masters*”, locutores e entrevistadores. Surgia na era dourada do *American Way of life* um novo mundo do *show business*, em que uma categoria especial de personalidades passa a existir em função do próprio surgimento deste tipo de mídia. Essas celebridades geralmente não possuíam destaque em outras esferas sociais além da mídia e elas existiam, praticamente, para suas audiências. Para os autores, elas existiam em uma relação parasocial e, na falta de um nome apropriado para esses artistas, os chamam de *personae*.

---

<sup>101</sup> Wohl faleceu de câncer um ano após a publicação do artigo, aos 36 anos. Horton possui algumas publicações sobre etnologia indígena, especialmente sobre os munduruku.

A interação parasocial é um simulacro de dar e receber na esfera conversacional entre *personae* e o público, conferindo a ilusão da interação face a face. Por vezes os atores (*personae*) na televisão (ou no YT, como no nosso caso), seja interpretando a si mesmo ou performando um papel fictício, se dirigem diretamente aos espectadores e conversam com eles, como se estivessem tendo uma conversa pessoal e privada. É um tipo de performance especialmente frequente na televisão comercial, mas também encontrada em rádios e filmes. O performer simula uma conversa informal, íntima como no face a face, com o espectador invisível e remoto. Se o público responder reciprocamente, ainda que essa resposta seja fruto da imaginação, algo na natureza da interação social ocorre. Porém, o senso de imediatismo do espectador é ilusório. O que para o espectador individual é um relacionamento pessoal, é para o intérprete (*persona*) um relacionamento com uma coletividade anônima. O termo "parasocial" foi proposto para diferenciar este tipo de relacionamento daquele típico na interação face a face (HORTON; STRAUSS, 1957).

A questão fundamental nesse processo é a alteração da chave perceptiva até então sobre o público: ele responde com algo mais do que a mera observação passiva. O efeito de sua "presença" é projetado nas ações das novas personalidades midiáticas. É como se se insinuasse sutilmente nas ações dos programas televisivos (e nos canais de YT) e nas suas relações sociais internas, alterando a forma com que a performance dos atores é estabelecida. Essa necessidade de agir direcionado a outros (como diria Riesman) é estimulada pela formação deste público, que possui uma força de impulsionar um tipo específico de encenação. Ainda, este público é ambigualmente transformado em um grupo que observa e participa dos *shows*. Entretanto esta não é uma interação tradicional, dado que é unidirecional, não dialética, controlada pelos atores midiáticos e pouco suscetível ao desenvolvimento mútuo.

A *persona* é a figura típica dos meios de comunicação em massa, como rádio, televisão e YT. Ao público sua presença é familiar e íntima. De alguma maneira o público conhece essa *persona* assim como conhece seus amigos próximos: "através da observação direta e interpretação de suas aparições, seus gestos e voz, sua conversação e conduta em uma variedade de situações" (HORTON; RICHARD WOHL, 1956, p. 216). A oferta de uma relação contínua é fundamental para a manutenção dos laços:

Sua aparição é um evento regular e confiável, se pode contar com ela, planejar e integrá-la às rotinas da vida cotidiana. Seus devotos "vivem com ele" e compartilham os pequenos episódios da sua vida pública - e até certo ponto de sua vida privada longe do espetáculo. Sua associação continuada adquire uma



história e o acúmulo de experiências passadas compartilhadas dá significado adicional à performance atual (Ibid.).

Os espectadores acreditam que conhecem a persona, íntima e profundamente, até mais que outras pessoas. Eles acreditam, em última instância, que "compreendem seu caráter e apreciam seus valores e motivos" (Ibid.). A persona de Horton e Wohl possui ainda um caráter e um padrão de ação, sendo figuras normalmente previsíveis que não ofereceriam surpresas desagradáveis aos seus seguidores.

Segundo Horton e Wohl haveriam diversas estratégias que levariam à ilusão da intimidade, em especial uma tentativa da persona em simular o estilo de conversação direta como se fosse em um encontro face a face, através de sua gestualidade e maior informalidade. A persona também chama constantemente pelo primeiro nome ou por apelidos aqueles que trabalham na produção, mas que não aparecem, ou aparecem raramente, nas filmagens<sup>102</sup>. Se for bem-sucedido nesse procedimento, o performer gera uma comoção e um forte laço de solidariedade com seu público fazendo com que este interaja constantemente (seja por cartas, nos exemplos trazidos pelos autores, ou por comentários e interações através da Internet como no caso dos YouTubers).

O papel da audiência nesse contexto é "aceitar a situação definida pelo formato do programa como verossímil" (HORTON; RICHARD WOHL, 1956, p. 219), e é esperado que o público simpatize com a persona e suas dificuldades, se beneficie de sua sabedoria, reflita a partir de seus conselhos, desculpe seus erros e compre os produtos que recomenda. Certamente, sublinham os autores, outras respostas do público são possíveis. Eles podem rejeitar o conteúdo ou assumir uma postura analítica e crítica.

No universo do YT é interessante que esta crítica constante faz parte do ecossistema mais amplo da plataforma, de páginas e canais que ao postular críticas a YouTubers contraditoriamente os fortalecem<sup>103</sup>. Um exemplo vem das diversas páginas de Facebook que tratam de satirizar e criticar os conteúdos produzidos por alguns YouTubers<sup>104</sup>. Entretanto, este não é o público fiel ao qual o programa é direcionado. A

---

<sup>102</sup> Poderíamos exemplificar no nosso universo de pesquisa o canal da YouTuber "Jout Jout", que constantemente menciona o nome Caio, o produtor dos vídeos. A imagem de Caio não é veiculada, mas a presença de sua voz nos vídeos é marcante, criando um senso de proximidade com a audiência. Também não é por acaso que a YouTuber se refere constantemente ao público como "família Jout Jout", como se naquele instante e através daquele meio se criariam laços de pertencimento analogamente aos que se estabelecem nos grupos familiares.

<sup>103</sup> Na lógica dos algoritmos das plataformas fica cada vez mais evidente que a simples menção a um conteúdo, mesmo que de forma negativa, já é uma forma de promoção do mesmo.

<sup>104</sup> Uma das páginas, "Youtuber nem é gente", possui mais de 100.000 curtidas no Facebook e posta diariamente conteúdos ironizando YouTubers. Outra página, "Infelizmente youtuber é uma merda", com

audiência fiel assume um "senso pessoal de obrigação com o performer, para ajudá-lo em sua luta pelo 'sucesso' se ele está 'subindo', ou para manter seu sucesso caso ele já o ganhou"<sup>105</sup> (Ibid. p.220, tradução nossa).

Os programas televisivos e os canais de YT estabelecem, para alguns estratos da audiência, um espaço de atração favorável à adesão de pessoas socialmente isoladas, "os socialmente ineptos, os idosos e os inválidos, os tímidos e rejeitados" (Ibid. p.223, tradução nossa). No contexto em que Horton e Wohl analisaram, e que acreditamos possuir continuidades importantes com os dias atuais, um segmento marginal de solitários ampliou as possibilidades da oferta de programas específicos, que conferem aos espectadores a ilusão de proximidade e intimidade. Para os autores este nicho representava as condições extremas da parasociabilidade e um dos exemplos emblemáticos trazidos é de um programa de rádio, *The Lonely Gal*, que atingiu popularidade em 1951 e passou a ser veiculado em diversas cidades norte-americanas. Em pouco tempo, o programa que era transmitido inicialmente em Hollywood, passa a fazer sucesso em lugares distantes como Nova Iorque. O sucesso do programa se construiu a partir de sua simplicidade e direcionamento aos ouvintes solitários: uma "garota solitária" que adotava uma linha fortemente intimista, quase como se dirigisse a um amante na total privacidade de algum encontro oculto:

Querido, você parece tão cansado, e um pouco apagado esta noite... Você está preocupado, eu sinto isso. Meu amor, você precisa descansar... descansar e alguém que te entenda. Venha, deite-se no sofá, relaxe, quero acariciar seu cabelo gentilmente... Eu estou com você agora, estou sempre com você. Você nunca está sozinho, você nunca deve esquecer que você significa tudo para mim, que eu vivo apenas para você, sua garota solitária (Ibid. p.224, tradução nossa).

Não por acaso, ou talvez ironicamente, lonelygirl15 (garota solitária 15) foi o primeiro vlog de sucesso do YouTube, cujo primeiro vídeo no formato de um diário foi veiculado em 16 de junho de 2016<sup>106</sup>. A personagem Bree, de 16 anos, comenta que gosta

---

mais de 300.000 curtidas, também satiriza posicionamentos de YouTubers e seus conteúdos veiculados na plataforma.

<sup>105</sup> Não são raros os casos em que YouTubers fazem campanhas colaborativa para financiamento de projetos específicos. Um caso recente e que gerou discussão na plataforma foi a "vaquinha" do YouTuber Spartakus Santiago para arrumar a tela de seu computador. O financiamento coletivo gerou uma série de reações, pois o YouTuber, que geralmente posta conteúdo sobre o combate ao racismo no Brasil, justificou a necessidade de possuir bons produtos para edição de vídeos para não ficar "atrás dos brancos". Outro exemplo emblemático da mobilização coletiva é em relação aos canais que disputam pelo lugar de maior canal do mundo, entre PewDiePie e T-Series. Um vídeo ao vivo, transmitido 24 horas por dia, contabiliza esta disputa (disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=V2Afni3S-ok>) e atualmente PewDiePie está na frente com mais de 74 milhões de inscritos versus 73 do T-Series.

<sup>106</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-goXKtd6cPo>. Acesso 05/07/2017.

de diversos YouTubers e fala um pouco sobre sua vida em uma cidade "muito chata" e que provavelmente por isso, por viver numa cidade "realmente muito chata", passe tanto tempo no computador. Como supostamente não possui planos para o "vídeo *blog*", ela simplesmente faz caretas e dança, na esperança que seu público goste.

Alguns meses depois da primeira postagem, lonelygirl15 revela ser uma atriz neozelandesa de 19 anos, Jessica Rose, que acabara de se mudar para *Hollywood* e acreditava estar testemunhando, com a ajuda de seus espectadores, o nascimento de uma nova forma de arte<sup>107</sup>. Jessica expunha uma contradição já aventada pelos nossos autores, entre o senso de intimidade encorajado pela persona através de suas aparições como uma pessoa "real" com o "o fato de que a imagem que ela apresenta é, até certo ponto, uma fachada e possui pouca semelhança com seu caráter privado" (Ibid. p226, tradução nossa). A técnica fundamental nesse processo é não fazer com que a vida privada seja inteiramente secreta, mas que fragmentos dela sejam expostos para estimular o interesse dos espectadores. Nos programas que dependem da personalidade singular da persona para adesão do público, a habilidade de manter e cultivar um senso de intimidade ampara a possibilidade daquilo que chamamos de uma interação parasocial, um tipo de interação que é análoga e, em muitos aspectos, se assemelha à interação social em grupos primários comuns.

---

<sup>107</sup> Ver "SVW Exclusive: The identity of LonelyGirl15", disponível em: <https://www.siliconvalleywatcher.com/svw-exclusive-the-identity-of-lonelygirl15/>. Acesso em 05/07/2017.

## 8 O TRABALHO NO YOUTUBE BRASIL EM QUATRO ECOSISTEMAS

[...] eu sei que pode parecer um pouco de *White People Problem*, e é, mas diferente do trabalho que eu tinha antes, ganhava pouco e ficava fudido todo mês, mas pelo menos a minha cabeça tava no lugar, porque eu sabia que seria o mesmo tipo de trabalho, a mesma quantidade, tava tudo certo. E a gente pensava: [...] quem sabe num ano eu posso ganhar um aumento. Agora, por mais que seja mais grana, e também ganha um monte de coisa [além de dinheiro a galera viaja, fica famoso (e a galera gosta disso)];, mas eu não sei se, tipo, no mês que vem, o YouTube vai resolver não pagar mais nada de AdSense e eu também não sei se mês que vem vai dar qualquer merda de ninguém nunca mais me contratar pra nada e não ganhar dinheiro nenhum. Eu nunca sei se eu vou ter dinheiro pra pagar as minhas contas nos próximos meses, eu nunca sei. Nunca sei quanto essa carreira vai durar. Nunca sei se eu vou conseguir fazer essa coisa perdurar, nunca sei. Eu tô nisso há oito anos, mas essa é uma coisa constante na minha vida, é uma tensão constante (Trecho transcrito de vídeo publicado em 19/12/2018, Vitor, 32 anos).

A ansiedade de Vitor certamente não é uma exclusividade que se restringe aos YouTubers. Como pudemos ver no capítulo 5, a demanda por quebra de rigidez vinda dos mercados vai minando paulatinamente as possibilidades de alternativas aos trabalhadores, frente ao cenário de trabalhos pautados pela insegurança no capitalismo atual. O ineditismo no caso do YT é composto pelo controle dos algoritmos sobre a remuneração do trabalho e a necessidade de adesão de vastos públicos engajados com o conteúdo específico de cada trabalhador. O caráter dirigido aos outros, como sugerido na formulação de David Riesman, se dissemina no aprendizado coletivo desta categoria de trabalhadores.

Estes respondem aos sinais de vastos círculos sociais substantivamente maiores que dos trabalhadores em outros contextos, limitados à interação face a face para geração de valor. Para o sociólogo norte americano, essa necessidade de estar sempre atento ao desejo alheio resultaria numa ansiedade difusa, um mal-estar constante, acometendo as pessoas que sentem frequentemente as imposições deste tipo de comportamento dirigido ao público. Soma-se a isso a actância dos algoritmos que, nesse contexto, confere um ineditismo particular à atividade, acobertando a própria ideia de que existem relações entre criadores e empregadores, hierarquias ou relações assimétricas de poder entre as partes.

Para que possamos seguir a documentação da nossa hipótese, de que a criação de vídeos para o YT Brasil é uma atividade relacionada ao fenômeno social da flexibilização nas relações de trabalho, exploraremos quatro ecossistemas selecionados no YouTube. Os ecossistemas, como exploramos no capítulo 4, são compreendidos como uma unidade compreendendo uma comunidade de atores e seu ambiente simbólico, na qual há fluxos

contínuos de conteúdo e sentido em um sistema interativo aberto. Os públicos que aderem a este conteúdo, cujos números expusemos no capítulo 3, constituem os elos que ligam os canais. O sistema de recomendações tanto dos canais e do YT foram utilizados na escolha destes quatro ecossistemas que, certamente, são apenas uma parcela fragmentária do que encontramos *online*.

## 8.1 APROVEITE A VIDA

Uma série de canais traz composições valorativas sobre a vida cotidiana e são centrados na necessidade de transformá-la através de atividades prazerosas e que correspondam às necessidades existenciais dos atores. O primeiro canal analisado diz respeito a um ideal expressivista bastante comum na contemporaneidade, centrado na concepção de exploração do mundo como forma de expressão de uma personalidade autêntica. O segundo, indispensável no contexto do YT, trata sobre um canal na modalidade “*let’s play*” (vamos jogar), cujo encontro da satisfação pessoal é articulado através da vivência no mundo dos jogos de videogames.

### 8.1.1 FAÇA UM MOCHILÃO

O grande sonho de Jonas é conhecer o mundo. Dois anos atrás, ao finalizar a faculdade em design gráfico, rompe as expectativas que seus pais tinham para seu futuro, de iniciar uma carreira em sua área, e começa a realizar esse sonho. Ele passa a vender brigadeiros por R\$1, faz alguns trabalhos esporádicos com ilustrações e depois de alguns meses consegue juntar dinheiro para comprar uma passagem para Lisboa. Nesse meio tempo, relata que fez algumas viagens dentro do Brasil, essenciais para seu aprendizado sobre como tornar-se um mochileiro. Com seu irmão, foi de carona de Goiânia até Ilha Grande (RJ). Lá passaram algumas semanas acampados e isso lhe deu a certeza que precisava para continuar com sua ideia e que era isso que ele queria para sua vida. Conhecer novos lugares, novas pessoas, aprender a viver uma vida sem tantas

necessidades materiais e mais focada nas experiências que viesse a ter ao longo de sua trajetória.

O acesso à sua interioridade, o processo de realização de *avaliações profundas*, como sugere Charles Taylor, lhe direciona a encontrar satisfação pessoal através de uma vida cotidiana reconfigurada, em que tenta desafiar a lógica de atendimento das necessidades básicas para o bem viver focadas na construção de uma carreira profissional convencional. Como relata em um vídeo, sua incursão teria que ser diferente, ter um significado que desse sentido ao que ele percebe como o melhor para si:

Eu não queria fazer uma viagem normal, como turista, e não queria ter muito dinheiro. Eu queria fazer um mochilão. Queria ser um mochileiro *roots*. Não queria viajar pelos lugares nem pelas comidas, mas pelas pessoas. Ou melhor, eu queria me sentir vivo, como eu não me sentia antes. [...] Os dias ficavam mais longos, a comida mais saborosa, tudo era tão legal, porque eu estava vivo, eu me sentia vivo. Eu sentia que quando acordava queria viver mais um dia. [...] Sacuda a vida, existem vários caminhos, estou aqui pra te mostrar um deles (Trecho transcrito de vídeo publicado em 10/10/2017, Jonas, 24 anos).

O jovem goianiense junta tudo que julga precisar para viver, organiza dentro de uma mochila e vai para Lisboa sozinho. Chega durante o inverno europeu e começa a ter muitas dificuldades. Vai até o sul de Portugal com a esperança de conseguir algum trabalho temporário, mas suas expectativas são frustradas. Começa a se sentir muito solitário e explica que isso foi devido ao fato de “estar pela primeira vez sozinho e fora do país”. Sem esperanças de conseguir uma oportunidade para continuar viajando, e três semanas depois de ter chegado ao velho continente, retorna ao Brasil.

Depois de um momento que relata ter ficado deprimido, resolve pegar o pouco dinheiro que tinha sobrado da viagem para a Europa, converte para reais e começa a viajar novamente. Curitiba, Florianópolis, Foz do Iguaçu, Paraguai, Argentina. Quando chegou em Ushuaia, na patagônia Argentina, conta que percebeu que era isso mesmo que ele queria para sua vida. "Viajar, do meu jeito, no meu tempo, com a minha energia". Em Ushuaia pega uma série de caronas e começa sua volta ao Brasil.

Jonas começa a traçar um plano para viajar mais e durante quatro meses vende brigadeiros na universidade, em órgãos públicos, empresas e durante eventos. Depois desse período, inicia uma viagem “do seu jeito” pela América Latina. Nesse momento, inicia a produzir vídeos para o YT. Sua ideia era relatar suas viagens e ensinar para quem estivesse interessado as estratégias de viajar com pouco dinheiro. Em seu primeiro vídeo, conta como foi chegar à Argentina com apenas R\$4 no bolso. Como relata:

Você precisa achar os melhores lugares para pedir carona. Perto de um pedágio ou posto de gasolina é geralmente a localização perfeita, por que os carros vêm lentos nesses dois pontos. De Goiânia até a Argentina consegui muitas caronas e consegui chegar na Argentina gastando apenas R\$4.

Pra conseguir comer durante a viagem eu chegava nos restaurantes e perguntava se tinha algum serviço pra fazer em troca de comida. Fui em vários restaurantes e ninguém me dava serviço, mas em um deles um senhor pagou um prato de comida para mim. Você sempre vai conseguir comida quando você precisar, você não vai morrer de fome quando viajar sem dinheiro (Trecho transcrito de vídeo publicado em 05/07/2017).

A decisão de viajar pela América Latina possui um duplo efeito em sua vida. Se por um lado começa a realizar o seu grande sonho de “cair no mundo”, por outro ele passa a gravar vídeos para o YT que trazem suas estratégias para viajar com poucos recursos financeiros. Inicialmente a ideia era mostrar para as pessoas que as barreiras que existem para desbravar o mundo são apenas mentais e que se as pessoas “colocarem na cabeça que é possível” e estiverem dispostos a passar por alguns “perrengues”, as coisas podem dar certo. Também relata que, no início, seu intuito era guardar em vídeos as suas viagens, algo somente de cunho pessoal. Entretanto, depois de um ano postando vídeos na plataforma, e seu canal ter crescido expressivamente, decide a partir de 2018 levar essa atividade a sério.

Volta para a Europa e conta que quer “ganhar dinheiro só com isso, criando conteúdo para a Internet”. É uma forma que encontrou de conciliar uma vida em que a mobilidade é seu horizonte, tornando a exposição deste trânsito através dos vídeos uma maneira de garantir a continuidade de seus desejos:

Esse ano [2018] vocês vão me ver mais aqui na tela do YouTube. Eu quero fazer conteúdos relevantes. Quero fazer conteúdo que no mínimo te faça sorrir no dia, que te dê alegria e que mude o seu dia, ou então que mude até a sua vida. E o melhor de tudo é que eu tô gostando de fazer isso e minha meta é viver só com isso [...] eu quero ser mais um desses canais do Brasil que conseguem trazer qualidade, uma coisa profissional pro YouTube e vai ser muito legal isso. A partir de agora o canal vai ter dois vídeos (eu quero que sejam bons) por semana (Trecho transcrito de vídeo publicado em 05/01/2018).

Os 68 vídeos gravados durante o ano de 2018 atraíram mais de 400.000 inscritos. São vídeos, basicamente, que trazem relatos sobre como viver com pouco dinheiro na Europa, como conseguir comida de graça, estratégias para dormir na rua e como conseguir trabalho. Um dos fatos mais peculiares nos vídeos de Jonas é que eles trazem um relato indireto das condições dos trabalhos precários em cidades europeias. Ele brinca ao dizer que, ainda que digam que é “proibido trabalhar ilegalmente na Europa, eu conheço as regras, mas as regras não me conhecem”.

Atualmente os vídeos de Jonas alcançaram uma marca de quase 20 milhões de visualizações. O YT passa a finalmente garantir o seu sustento e decide, a partir disso, redirecionar seu canal executando um outro projeto que sempre teve em mente. Retorna ao Brasil no final de 2018 e, com o dinheiro proveniente do YT compra uma van, que será sua casa nos próximos anos. A ideia é fazer algo “nunca antes visto no YT Brasil”. Nos primeiros meses de 2019 espera criar vídeos explicando sobre como a van será equipada para realizar essa viagem. Depois, espera poder transmitir vídeos sobre sua vida rodando o mundo.

A narrativa subjacente aos seus vídeos diz respeito à necessidade de conciliar o sustento material à construção de uma personalidade sensível, uma condição cada vez mais presente nos desejos das pessoas para dar sentido à existência. O atingimento expressivista em relação ao cotidiano se daria por um reposicionamento da centralidade da esfera do trabalho no dia a dia. O trabalho deixaria de ser central para tornar-se um meio para realização de um fim maior, que seria uma vida em contato consigo mesmo e com os outros, na busca pela vivência de experiências múltiplas e significativas.

Paradoxalmente, a transmissão dessa variação no direcionamento da vida laboral de Jonas, através de vídeos no YT que trazem elementos existenciais e críticos a uma vida “comum”, se transforma em um trabalho que exige dedicação, esforço e cuidado constante. Cumpre destacar também o papel significativo de uma trajetória em trabalhos precários como elemento transitório que visa a realização de um objetivo maior na vida de Jonas. Por questões da sua posicionalidade privilegiada nas hierarquias sociais (de classe, gênero e raça), pôde fazer uso da experiência de trabalho precário como uma forma de atingir seu objetivo maior, que é viver em trânsito constante pelo mundo.



### 8.1.2 JOGUE VIDEOGAMES

P: Por que você acha que as pessoas gostam tanto de assisti-lo jogando jogos?

R: Eu acho que não é somente assistir, é como se estivéssemos nos divertindo. É como quando nos sentamos com um amigo no sofá e jogamos juntos.

p: E seu amigo nunca dará o controle...

R: Nunca! É o meu show! (Felix Kjellberg do canal PewDiePie<sup>108</sup> em entrevista ao The Late Show com Stephen Colbert em 02/10/2015. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=pM21uQR6G\\_Q](https://www.youtube.com/watch?v=pM21uQR6G_Q)).

A grande paixão da vida de Vinícius é jogar videogames. Desde criança, quando ganhou um console “Atari” de presente dos pais, começou a jogar e nunca mais parou. Já teve diversos consoles, como Nintendo, Mega-drive e diversos Playstations. Hoje em dia, seu canal de games é um dos mais famosos no Brasil e seus quase 4.000 vídeos receberam mais de 1 bilhão e 300 milhões de visualizações.

A criação de vídeos para o YT inicia em 2010, quando ainda cursava engenharia, curso que largaria depois de 7 anos sem ter conseguido se formar. Relata que, pensando retrospectivamente, jamais gostara de engenharia e acabou iniciando o curso depois do ensino médio pois não sabia muito o que fazer em relação à carreira. Entretanto, já possuía um grande sonho, de poder sobreviver de alguma forma fazendo uma atividade relacionada a jogos de videogame.

Durante a faculdade Vinícius conseguiu emprego de analista financeiro nos Estados Unidos, um trabalho que abriu muitas oportunidades e o levou a perceber que seu futuro não seria no Brasil. A vontade de morar no exterior surgiu quando, durante a graduação em São Paulo, foi para a Austrália realizar um curto intercâmbio para estudar inglês por alguns meses. Lá, percebeu que ao mudar-se para o exterior poderia levar a uma qualidade de vida que “infelizmente o Brasil não poderia me proporcionar”, como relata. Para ele, a tranquilidade de viver em países como Canadá, Austrália, Nova Zelândia ou EUA (suas opções na época) eram o principal fator para migrar, além de poder comprar as coisas que gosta (carros e eletrônicos) com um preço, considerado por ele, mais “justo”.

Viver apenas dos ganhos com o YT era algo impensável no início de seu canal. Os vídeos eram uma maneira de desopilar nas horas vagas e uma forma de preencher um

---

<sup>108</sup> Atualmente PewDiePie é o maior canal do YT com mais de 85 milhões de inscritos e os vídeos ultrapassam a marca de 20 bilhões de visualizações.

vácuo que sentia em relação ao cenário dos vídeos do tipo *let's play* (vamos jogar) no Brasil. Essa modalidade de vídeos é uma das mais famosas desde o início da plataforma, ainda que o cenário no contexto brasileiro fosse bastante diferente em 2010, quando iniciou a criação de conteúdo:

Tem um cenário aí de um monte de comentador gringo, fazendo comentário em inglês, eu recomendo que vocês assistam. Diversos precursores que até viraram celebridade em seus países. No Brasil a gente tem pouquíssima gente fazendo comentário, na verdade eu não conheço ninguém que faça, mas acredito que alguém esteja fazendo. A gente tem pouquíssima gente e as vezes os vídeos são em baixa qualidade. O Brasil é tão grande e tem tanta gente por aí jogando. A gente tem que ter um cenário de comentadores maior, fazendo entretenimento no YouTube (Trecho transcrito de vídeo publicado em 05/11/2010).

Depois de ter comprado uma placa de captura de vídeos (na época necessária para gravar enquanto jogava no computador), Vinícius passa a preencher essa lacuna ao gravar vídeos diários. No início do seu canal os vídeos eram centrados em gravações dos jogos e em seus comentários em relação a cenários, estratégias para utilizar determinadas armas em jogos de tiro em primeira pessoa e suas percepções em relação aos jogos de maneira geral.

Nos Estados Unidos Vinícius continuou trabalhando e estudando, além de enviar vídeos diários para o YT. Ingressou e finalizou uma graduação na área de *marketing* e logo em seguida conseguiu se inserir no mercado de trabalho. Em meados de 2013 e 2014 seu canal já havia “estourado”, como diz, e o YT passa a ser sua principal fonte de renda. Entretanto, continuou trabalhando, pois acredita que “nunca se sabe o que acontecerá com o YouTube”. Vinícius acredita que os ganhos com o YT são algo temporário e ele vem fazendo uma poupança com praticamente tudo que recebe do AdSense. Sua estratégia é viver do salário que recebe (que relata não ser muito, mas “dá pra viver”) e fazer com que os ganhos do YT sejam uma fonte de segurança para o futuro.

Essa consciência da possível transitoriedade do YT em sua carreira motivou Vinícius a fazer uma série de vídeos sobre a atividade na plataforma. Tendo conhecimento na área de finanças e *marketing*, utiliza seu aprendizado em outras áreas para fazer avaliações sobre o YT e sempre se coloca como um grande defensor da plataforma:

Eu não acho que o YouTube vai ter concorrência à altura. Porque, número um, o YouTube se tornou uma biblioteca de vídeos. Tem mais de 10 anos de arquivamento de conteúdo já e eu acho muito difícil uma outra plataforma conseguir armazenar tantos vídeos quanto o YouTube e ter um histórico tão grande, tão valioso quanto o YouTube já tem. A gente já viu empresas tentarem bater de frente e elas não conseguem. Por mais que reclamem do YouTube, ele funciona extremamente bem. Daily motion? Pfff... Vimeo? Facebook tem suporte

a vídeo, Twitter também... nada conseguiu desbancar o YouTube porque ele tá numa situação complicadíssima, porque tem que cumprir as leis de direitos autorais, tem que lutar contra o lobby que rola nos EUA e tem que servir também os criadores de conteúdo que surgiram na plataforma e também o público. Ele é quase como um mediador disto tudo. Por exemplo, o sistema do content ID<sup>109</sup> não existe por vontade própria do YouTube, ele é obrigado a ter o content ID nos moldes como funciona. O YouTube não gostaria de ficar aplicando strike de copyright nos canais, mas ele é obrigado a fazer isso e eu não acho que outras empresas teriam capacidade de administrar uma plataforma como o YouTube faz. Porque é muito complexo o sistema. Eu no passado já reclamei muito do content ID e depois eu me toquei: "cara, eu não tenho que reclamar do content ID, eu tenho que reclamar dos caras que obrigam o YouTube a ter esse sistema e das empresas que abusam do sistema" (Trecho transcrito de vídeo publicado em 17/07/2017).

As reflexões sobre a plataforma se tornaram constantes nos vídeos. Um dos problemas com o qual lida frequentemente é em relação aos direitos autorais. Vinícius explica que os GameTubers, em especial, precisam estar ligados à MCNs (*Multi-Channel Networks*), um pré-requisito para a monetização de canais que veiculam conteúdo com proteções de direitos autorais (como jogos, filmes e músicas). Baseado no sistema que o YT criou, explica, as MCNs são as únicas com as ferramentas que oferecem proteção aos criadores de conteúdo para prevenir re-uploads ilegais e reivindicações falsas de produtoras de filmes, gravadoras de música e das empresas que criam os jogos.

O exemplo de Vinícius nos interessa porque seu canal trata do trivial, de uma atividade inteiramente centrada no entretenimento e na diversão. É interessante que as críticas, recebidas na caixa de comentários, dificilmente se dirigem à atividade de trazer vídeos jogando videogames. Geralmente os espectadores que interagem com Vinícius na caixa de comentários reclamam de elementos do próprio jogo em si, ou da forma com que ele joga. Não encontramos nenhum comentário (em todos os vídeos que pudemos assistir ao longo da pesquisa), de pessoas criticando o ato de transmitir a si mesmo jogando videogames e comentando as partidas.

Cumpramos destacar que uma mudança no algoritmo do YT em 2012<sup>110</sup> teve um efeito inesperado pelos engenheiros de *software* da Google e impactaram diretamente o crescimento de canais de videogames, inclusive o de Vinícius. Como o algoritmo passou a

---

<sup>109</sup> Proprietários de direitos autorais podem utilizar um sistema chamado Content ID para identificar e gerenciar o conteúdo deles no YouTube com facilidade. Os vídeos enviados ao YouTube são verificados em relação a um banco de dados de arquivos enviados a nós pelos proprietários do conteúdo. Ver "Como funciona o Content ID", disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/2797370?hl=pt-BR>. Acesso em 04/03/2019. Os proprietários de direitos autorais decidem o que acontece quando o conteúdo em um vídeo no YouTube corresponde a uma obra pertencente a eles. Quando isso ocorre, o vídeo recebe uma reivindicação do Content ID.

<sup>110</sup> Ver a última seção do capítulo 8.

se basear em tempo assistido e não mais no número de acessos para recomendar vídeos para os usuários, os videogames passaram a dominar praticamente cada centímetro do site.

Os vídeos de jogos não seguem os parâmetros de outros canais, baseados muitas vezes na produção de vídeos mais curtos e dinâmicos. Como os jogos já possuem narrativas, contam histórias e tem a característica de conduzir o jogador, isso é transposto à lógica dos vídeos do YT. Os criadores de conteúdo não precisam se preocupar com edições muito sofisticadas ou com a criação de roteiros elaborados. Vídeos de horas jogando possuem alta capacidade de aderência de um público majoritariamente jovem, que passa uma grande quantidade de tempo querendo saber como será a próxima fase ou quais são as dicas que os criadores de conteúdo possuem em partes específicas do jogo.

Ao acessarmos o site do YT através da Way Back Machine<sup>111</sup>, veremos que de 2012 a 2015 em torno de 50% da página inicial do YT trazia vídeos sobre jogos, dominando as principais sugestões para os usuários. O jogo Minecraft, em particular, possuía um espaço significativo nesse cenário. Entretanto, parece que os engenheiros de *software* da Google e do YT perceberam essa grande popularidade dos jogos e passaram a tentar criar mecanismos de lidar com isso, através de um sistema de sugestões mais plural atendendo a públicos diversos. Depois de setembro de 2015 os vídeos de jogos praticamente desapareceram da tela inicial do YT, demonstrando que a plataforma possui poderes específicos para lidar com a concentração dos desejos dos usuários em determinado período, podendo redirecioná-los para um universo de escolhas pré-determinadas<sup>112</sup>.

---

<sup>111</sup> Disponível em: <https://archive.org/web/>. Múltiplos acessos entre 2016 e 2019.

<sup>112</sup> Uma perspectiva sobre esse período e a influência do Minecraft pode ser vista no vídeo "Game Theory: How Minecraft BROKE YouTube!" do YouTuber norteamericano Matthew Patrick do canal The Game Theorist. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=X9BNqktRdLo>. Acesso em 05/01/2019.

## 8.2 SOCIALIZAÇÃO E SUPEREXPOSIÇÃO

A inserção das juventudes no YT tem sido tanto uma temática que desperta interesses científicos como se abre como um espaço de disputas judiciais. Sobre o primeiro aspecto, o estudo etnográfico da antropóloga Patricia Lange (2014) traz uma das contribuições mais significativas para compreender o envolvimento diário de crianças com as novas TICs. Lange desafia a ideia de que as crianças são autodidatas da computação, partindo da descrição de redes sociais colaborativas utilizadas pelas crianças na negociação de suas identidades e desenvolvimento da alfabetização digital no YT. Seu estudo é importante para entender o que as crianças fazem quando passam tempo assistindo vídeos *online*, além de lançar luz sobre os elementos técnicos envolvidos nesse processo de aprendizado, buscando responder as seguintes perguntas: “Como e porque as crianças fazem vídeos? Que tipo de vídeos fazem? Como aprendem sobre vídeos e computadores? O que as crianças aprendem ao fazer seus próprios vídeos?” (LANGE, 2014, p. 231).

O segundo aspecto mencionado remete às disputas judiciais envolvendo a produção de vídeos por crianças para o YT. Recentemente a Promotoria de Justiça da Infância e da Juventude do Ministério Público do Estado de São Paulo instaurou um inquérito a partir de uma representação realizada pelo Instituto Alana - Projeto Criança e Consumo, denunciando a possível realização de publicidade abusiva dirigida ao público infantil por uma série de empresas que teriam se utilizado de estratégias de comunicação mercadológica abusiva. A utilização dos espaços dos canais dos chamados YouTubers mirins estaria “em iminente desrespeito aos ditames constitucionais e aos preceitos do Estatuto da Criança e do Adolescente e do Código de Defesa do Consumidor” (MPE SP, 2018).

Para além dos elementos técnicos e do aprendizado envolvido na produção de vídeos, bem como das disputas no campo jurídico que emergem nesse processo, o ecossistema dos canais relacionados às juventudes no YT Brasil é habitado por criadores de conteúdo que tem como público alvo crianças e adolescentes. Nesta seção traremos dois casos. O primeiro, de uma professora que produz vídeos para crianças. O segundo, de uma jovem de 20 anos que iniciou o trabalho para o YT aos 12 anos de idade.

### 8.2.1 APRENDENDO A BRINCAR

O canal de Cíntia é inteiramente dedicado às crianças. Ela canta, brinca, conta histórias e faz teatros de fantoches para agradar seu público, em vídeos repletos de cores e brinquedos convidativos aos pequenos espectadores. Formada em Letras Português- Inglês, com especialização em educação infantil na área de gestão escolar e mestrado em Educação, Cíntia trabalhava em duas escolas, uma privada e outra da rede estadual em São Paulo. Hoje ela manteve o emprego na rede estadual com carga horária reduzida, para que pudesse ter mais tempo na gravação de conteúdo para o YT. Ela possui uma longa trajetória de quase duas décadas no ensino de música para crianças e fala com orgulho de seu mestrado, no qual abordou a temática do ensino de inglês através da música.

Cíntia possui uma entrada bastante singular no YT, já que havia trabalhado com a produção de vídeos em uma rede de TV comunitária. Nesta ela possuía um programa semanal focado em música para crianças. Os retornos financeiros não eram suficientes, segundo sua avaliação, e ela fazia o trabalho mais por prazer do que qualquer outro motivo.

Através dos contatos que teve neste trabalho inicia um projeto que levaria a gravar 7 CDs e 6 DVDs com conteúdo relacionado à música e ao ensino. Inicia a enviar alguns dos vídeos produzidos a partir de 2013 para o YT, uma atividade que paulatinamente vai ganhando espaço em sua trajetória. Para ela, um fator importante, a ser explorado no ensino, era a possibilidade do aprendizado através da música em auxiliar as crianças a memorizar as coisas. Argumenta que o ritmo musical faz uma rota no cérebro que facilita a memorização de conteúdos e auxilia de maneira geral no desenvolvimento infantil.

Atualmente produz cerca de dois a três vídeos por semana e o conteúdo foi radicalmente transformado, se compararmos com sua produção audiovisual anterior. Cíntia ainda grava algumas canções infantis e, quando consegue, grava canções bíblicas que são sua grande paixão. Entretanto, percebe que os vídeos em que brinca são muito bem-sucedidos nas métricas da plataforma. Nestas produções ela não aparece e o foco total é nos brinquedos e no enredo que cria para envolver as crianças.

Ao ser questionada sobre o papel da produção de vídeos na sua trajetória laboral, explica:

Eu descobri essa paixão de fazer vídeos com meus aluninhos. Sou professora e quando eu tava dando aula eu sempre precisava fazer muitas atividades

diferenciadas para eles porque eles eram pequenininhos. Eu tava sempre trocando as atividades. Eu percebi que eu poderia fazer aquilo como um show. Porque, realmente, a aula era como um show para as crianças e eu sempre quis mostrar isso para mais crianças.

Eu percebi que a área da educação musical era uma área que precisava de coisas novas para as crianças e eu comecei a fazer, a compor para as crianças. Minha mãe é professora e ela sempre me ensinou muitas músicas, muitas histórias. Eu sempre fui da igreja também, e eu aprendi histórias bíblicas e sempre me envolvi com teatro e louvor infantil. Eu tenho ligação com a arte desde muito cedo (Trecho transcrito de vídeo publicado em 08/04/2017 complementado por entrevista conduzida no dia 02/08/2018).

Cíntia agora transmite seus *shows* via *streaming* e o trabalho não poderia ter dado mais certo. Hoje seu canal é um dos maiores na produção de conteúdos infantis para o YT Brasil. Até agora foram mais de 650 milhões de visualizações e conta com mais de 2.500.000 inscritos. Ela relata que jamais teve algum problema com a justiça, ou problema relativo à desmonetização dos vídeos. Credita este fato ao total comprometimento que tem com seu trabalho e um grande respeito com seu público. Em sua avaliação, nada dá errado para pessoas honestas, dedicadas e com Deus no coração.

Ainda que não tenha tido problemas jurídicos em relação à sua produção, em diversos vídeos Cíntia abre “presentes”:

Olha que coisa mais linda que temos hoje, seis brinquedos! E vocês podem escolher dois números. Número um se você quiser que eu abra a Dora aventureira e o Botas tocando tambor. Número dois se você quer os irmãozinhos gêmeos. Número três se você quiser que a tia Cíntia abra o barquinho da Peppa Pig. Número quatro se você quiser que eu abra essa super caixa registradora. Número cinco se você quer que a tia abra a Betty Spaghetti, que troca de roupinha. Número seis se vocês quiserem que a tia Cíntia abra essa maravilhosa lanchonete da Barbie. É um food truck, que legal! Escreva nos comentários o que você quer (Trecho transcrito de vídeo publicado em 01/09/2016).

Cíntia lança um dado para escolher qual brinquedo será desempacotado. Depois da escolha, mostra a embalagem, fala sobre os brinquedos que são, para ela, uma “gracinha” e lê o que está escrito na embalagem. Ao longo do vídeo vai abrindo todos os brinquedos e se insere, assim, numa cultura bastante popular no YT conhecida como “*unboxing*”<sup>113</sup>. Entretanto, não é apenas da satisfação desejos de consumo que o seu canal sobrevive. Boa parte dos vídeos é centrada nos brinquedos, seja a partir dos enredos que cria, o que chama de “novelinhas”, ou de imagens em que simplesmente brinca.

A YouTuber e professora percebeu que seus vídeos neste formato faziam muito mais sucesso do que os vídeos de música, ainda que estes sejam sua grande paixão.

---

<sup>113</sup> Existem canais dedicados somente a isso, como o “*unbox therapy*”, um canal do YT norteamericano que está próximo a atingir a marca de 3 bilhões de visualizações.

Todavia, justifica os vídeos em que brinca, ou ensina a brincar, através das ideias de Winnicott<sup>114</sup>, com quem diz ter aprendido muito sobre a importância do brincar de “faz de conta” no processo de amadurecimento das crianças. Em sua avaliação seu canal é inteiramente educativo e suas criações partem de premissas teóricas da psicologia infantil que legitimam sua prática.

Seus vídeos são um convite à reflexão em termos tardeanos. O fenômeno do “eu impressionado por um outro eu”, é redimensionado quando um dos polos desta operação é formado por crianças, que tendem a absorver ensinamentos como uma esponja absorve água. Para Tarde os humanos são naturalmente inclinados a se copiar, sendo a imitação uma ação contínua, poderosa, irresistível e irreversível. Não sabemos ao certo o que este tipo de produção incidirá na formação destes indivíduos separados, mas que possuem uma coesão mental (crianças de um lado e criadores de vídeos de outro). O que de fato sabemos é que através destes artifícios alguns criadores conseguem angariar públicos expressivos, ainda que estes ainda estejam distantes da formulação de um espírito crítico capaz de selecionar conteúdos e vídeos.

### 8.2.2 A CRIAÇÃO DE DIÁRIOS EXTIMOS

Giovana mora em uma cidade de 55 mil habitantes no sul do país e começou a produzir vídeos aos 12 anos de idade. Nessa época ela compartilhava um pouco sobre sua vida na escola e dava dicas de estética, sobre como se vestir, onde comprar roupas e como organizar o guarda-roupa. Hoje, seus vídeos são o retrato daquilo que Paulo Sibilia (2013) chamou de diários extimos, que sinalizam a importância atribuída à vida cotidiana como formulado por Charles Taylor (1997). Ela produz vídeos todos os dias para o YT, discutindo assuntos que atraem um público majoritariamente feminino e jovem, como questões relacionadas à menstruação, a vida com seu namorado e seus famosos vídeos de “desafios”, como “24 horas comendo só panqueca” ou “provando comida chinesa pela primeira vez”.

A YouTuber, com 20 anos hoje, teve parte da sua adolescência transmitida pelo YT. Seus conflitos existenciais eram compartilhados através de seus vídeos e essa

---

<sup>114</sup> Donald Woods Winnicott, pediatra e psicanalista inglês.



superexposição criava problemas para Giovana. Durante o ensino fundamental, estudava em uma pequena escola perto de sua casa e sua rede de relacionamentos era bastante sólida. Ela relata que “conhecia todo mundo” e tinha muitos amigos, uma realidade que mudou drasticamente quando trocou de escola no ensino médio:

Eu sempre estudei em um colégio público, quando era novinha, até meus 14 anos. Eu estudei no mesmo colégio que meu pai tinha estudado. Quando eu fui pro Ensino Médio meu pai me colocou num colégio particular e é o maior arrependimento da minha vida. Eu odiava os alunos. Quando eu entrei nesse colégio, foi muito diferente pra mim. Eu me deparei com um monte de panelinha e eu fiquei meio perdida. Eu não conhecia ninguém.

Para tentar fazer amizade com essas pessoas eu comecei a adicionar no Instagram, no facebook... pra tentar me enturmar [...]. Nessa época eu tinha mais um menos um ano de canal no YouTube e eu tava começando a planejar minha festa de 15 anos. Eu comecei a contar um pouco sobre minha festa no canal até que meus "coleguinhas" da sala de aula descobriram que eu tinha um canal e aí começou a zoeira. Eu tava no primeiro ano e tinha o pessoal do terceirão (3º ano do Ensino Médio) e eu morria de vergonha deles.

Eu lembro que a gente tinha aula quinta-feira o dia inteiro e ao meio dia a gente ia almoçar a turma toda. Eu ia normalmente sozinha ou só com uma amiga. Eu lembro que nessa saída do colégio eles aproveitavam para me xingar. Na volta eles começavam a xingar, "me dá um autógrafo", na rua, gritando, todo mundo olhando. Isso constrangia porque eu sabia que eles tavam me zoando. Isso começou a ficar muito ruim. Eu me sentia muito mal, mas na escola eu nunca aparentava estar mal, eu ficava sempre com cara normal, mas eu chegava em casa e chorava todos os dias. Isso me constrangia muito. [...] eles zoavam muito dos meus vídeos no YouTube... na escola tinha aqueles Datashow, daí eles colocavam meu vídeo na sala para me zoar, pegavam meu material escolar e escreviam coisas e eu me sentia muito mal.

Quando eu tava na escola eu morria de medo de postar vídeo, tinha medo que me zoassem, então por isso que eu não postava vídeo toda semana. Hoje em dia eu posto vídeo todo dia, eu amo o que faço, sou apaixonada. Quando pessoas que estudam contigo te colocam pra baixo, tu fica sem motivação nenhuma... não deem bola pro que os outros falam [eu to começando a chorar] (Trecho transcrito de vídeo publicado em 03/06/2017 complementado por entrevistado conduzida no dia 04/07/2018).

Depois de passados alguns anos, a produção de vídeos, antes encarada mais como um diário e como uma forma de se expressar em um contexto com poucos amigos, passa a se tornar uma coisa séria para Giovana. É interessante destacar que ela passa a criar uma modalidade de diário que denomina “filminho”. São vídeos curtos em que ela encarna personagens inspirados em pessoas que fazem parte do seu cotidiano (família, professores, amigos e colegas). Seu público, relata, adora os filminhos, e sempre que ela lança um vídeo nestes moldes é garantia de centenas de milhares de visualizações.

A virada em seu canal se deu após publicar um vídeo de grande sucesso sobre como lidar com a menstruação na escola. A partir deste momento seus vídeos passam a ter mais

de 2 milhões de visualizações mensais e ela cria um público bastante cativo. A atenção que Giovana dá aos seus seguidores é percebida como uma forma de tratar carinhosamente aqueles que prestam tanto atenção aos conteúdos que produz. Mas também, uma forma pragmática de alguém que tem a consciência que seus rendimentos dependem desse relacionamento mais próximo. Com esse salto, Giovana decide se profissionalizar. Cria uma microempresa, passa a pedir ajuda de seu pai com as contas do canal e investe pesado em equipamentos. Compra uma câmera profissional Canon modelo T3i no valor de R\$2000, investe em iluminação, notebook, computador de mesa para edição dos vídeos, amplia o plano de banda larga na casa dos seus pais, monta cenários em casa e passa a comprar cada vez mais roupas e maquiagens.

No ano passado Giovana sai da casa de seus pais e vai morar com o namorado, uma transição meticulosamente documentada em diversos aspectos através de uma série de vídeos. Cristian, seu namorado desde os 16 anos de idade, passa a se envolver bastante com o canal, especialmente na gravação dos vídeos. Ele também passa a constituir um personagem dentro do canal, ainda que não seja a figura central. Cristian também auxilia na edição de vídeos, ainda que este trabalho venha sendo dividido com uma terceira pessoa que contratam, já que o grande volume de material muitas vezes impossibilita a atividade.

Giovana relata que seu envolvimento com o canal é de dedicação exclusiva, se entregando de “corpo e alma”. Em 2017 ela havia iniciado o curso de Arquitetura, algo que viria a desistir alguns meses depois. Sua cidade não possui universidade e ela viajava em torno de duas horas diárias para ir e voltar das aulas. Essa rotina tornou-se inviável frente ao cotidiano de criação de vídeos. Atualmente, trabalha de segunda a sábado e diz não tirar férias das atividades do canal. Mesmo quando vai passar uns dias na praia, grava vídeos e passa mais de 6 horas diárias interagindo com seus seguidores no Instagram:

Eu parei de estudar por me dedicar a algo que eu amo que é o YouTube. Ano passado eu não conseguia postar vídeo todo dia, não conseguia me dedicar ao YouTube 100%. Eu tava ficando louca, porque a faculdade era muito puxada e eu não conseguia dar conta, ainda mais com o YouTube. As vezes vocês pensam que é só ligar a câmera e deu. Tem que responder e-mail, elaborar roteiro, editar vídeo (um videozinho eu levo 3-4 horas para editar). A minha rotina no passado tava muito corrida, porque eu corria pra faculdade à noite, chegava em casa e editava vídeo, de manhã eu terminava de editar para dar tempo de fazer o roteiro e depois gravar o vídeo de tarde [...] eu tive que abandonar a faculdade porque eu quero me dedicar a algo que eu amo, porque eu acredito que daqui a 50 anos, se eu olhasse pra trás e tivesse abandonado o YouTube eu iria me arrepender. Eu quero fazer o que eu gosto agora, no momento. Eu vou me dedicar ao YouTube. É algo que gosto, que eu amo e eu não faço isso por dinheiro, ou porque é moda

(cara, eu faço isso desde os meus 12 anos), eu faço por amor mesmo por isso que eu parei de estudar. Hoje em dia a faculdade não é garantia de um futuro, o que importa é a dedicação (Trecho transcrito de vídeo publicado em 09/08/2018 complementado por entrevistado conduzida no dia 04/07/2018).

Atualmente, o canal rende para a YouTuber uma renda de em torno R\$10.000 por mês. Praticamente todo o orçamento mensal de Giovana é proveniente do que recebe do AdSense (ela relata que algumas vezes é convidada para eventos, mas os rendimentos não chegam perto daquilo que consegue com seus vídeos). Em sua perspectiva, uma pessoa consegue viver apenas do YT quando conquista uma marca entre 500.000 e 1.000.000 de inscritos no canal. Essa marca já foi conquistada e hoje em dia ela tem o sonho, que está muito próximo de ser alcançado, de atingir a marca de 2.000.000 de inscritos<sup>115</sup>.

Diferentemente de outros entrevistados, Giovana se assume enquanto YouTuber. O passado marcado pelos constrangimentos por ser uma pioneira na produção de vídeos em seu contexto social, de certa forma, fortaleceram sua identidade profissional. Hoje em dia ela não se sente satisfeita com a dimensão de seu canal e acredita que pode crescer muito mais. Relata amar o que faz e percebe sua rotina de trabalho como muito mais flexível do que se estivesse em um trabalho com um horário fixo. Entretanto, contraditoriamente, relata que seu trabalho envolve seu cotidiano em tempo integral, do momento que acorda até o momento de ir dormir. Olhar o celular é tanto a primeira como a última que faz durante seu dia, sempre atenta às mensagens de seguidores e comentários nos seus vídeos.

Giovana não se sente empregada do YT, ainda que admita que a plataforma possui certa responsabilidade em relação aos produtores de conteúdo. Quando perguntada se faria algo caso os rendimentos do seu canal fossem drasticamente alterados por uma mudança no cálculo da remuneração dos vídeos, responde que deve ser adequar às regras da plataforma. Para além de perceber essa postura como resignação, percebemos em Giovana um acentuado pragmatismo. Diferentemente de outros YouTubers, que acreditam na fórmula da plataforma e se veem produzindo vídeos em um futuro distante, ela traça estratégias de saída e não se vê fazendo esta mesma atividade por mais do que 5 anos. Ela já possui uma longa trajetória na produção de vídeos. Sabe as implicações disso. Experimentou tanto os constrangimentos frente a um contexto social que não a compreendia, como pode desfrutar dos benefícios da superexposição da sua imagem. Giovana teve fragmentos importantes da sua adolescência transmitidos *online*, trazendo

---

<sup>115</sup> No momento de revisão desta tese, em 04/03/2019, seu canal contava com 2.120.746 inscritos.

um retrato importante de uma geração que tem as mídias digitais, como salientaram pesquisadoras como José van Dijck (2016) e Sherry Turkle (2011), como condições para existir e interagir com o mundo.

### 8.3 EDUCAÇÃO E IMITAÇÃO

Uma das características mais interessantes no YT é a oportunidade que a plataforma proporciona na transmissão de saberes de formas diferenciadas. Se há alguns anos atrás quaisquer formas de ensino não tradicionais eram relegadas aos cursinhos pré-vestibulares, o lócus de disseminação de macetes e dicas, só disponíveis aos alunos que contratavam o serviço de professores extrovertidos que ensinam “brincando”, essa realidade foi transformada com a possibilidade de transmitir aulas pela Internet. Por um lado, muitos estudantes vêm procurando o site como uma forma de compreender conhecimentos que não foram bem sedimentados na educação formal. Por outro, são diversos trabalhadores que perceberam esse crescente interesse e os canais educacionais sobre as mais variadas temáticas possuem um grande número de visualizações e repercutem de maneira positiva entre os estudantes.

De maneira geral, todos os vídeos para a plataforma se baseiam em alguma forma de transmissão de conhecimento ou, pelo menos, de circulação de informação. Concordamos com o filósofo Byung Chul-Han (2016) quando este sugere que o mero aumento do fluxo comunicativo e interacional por si só não esclarece o mundo. Todavia, neste caso específico, de trabalhadores que passam a utilizar a plataforma na transmissão de saberes escolares, a importância do incremento no fluxo de informações é fundamental. A importância deste novo espaço pode ser percebida à luz de acontecimentos atuais, como nos revisionismos científicos e teorias conspiratórias que questionam o heliocentrismo e o formato do planeta Terra. É fundamental que alguns fluxos comunicativos e informativos se intensifiquem. Nesta seção descreveremos a trajetória de criadores de conteúdo que se utilizam da plataforma como um instrumento de disseminação de conhecimento que, ao que tudo indica, constituem formas de resistência na era da pós-verdade ou da “verdade móvel” (HARRINGTON, 1959).

### 8.3.1 PASSAR NO VESTIBULAR

Clara começou a produzir vídeos para o YouTube aos 15 anos de idade e seu primeiro vídeo traz um resumo de uma prova que faria na semana seguinte sobre a antiguidade greco-romana. Na época cursava o ensino médio em uma escola da rede privada em Salvador e seus vídeos circulavam entre colegas que viam neles uma linguagem mais próxima de suas realidades do que aquela professada pelos mais velhos na escola. O canal cresceu rapidamente e a desenvoltura de Clara para explicar matérias, especialmente na área de humanidades, foi um diferencial decisivo. Os vídeos iniciais, extremamente longos para a plataforma (mais de uma hora), vão paulatinamente sendo reduzidos e essa atitude impulsiona o número de engajamentos com o seu conteúdo, especialmente a partir de dezembro de 2015:

Quero apresentar uma série de vídeos que eu tô trazendo aqui pro canal que vai chamar "50 em 5". Não 55 igual ao número, mas 50 em 5, que é tipo uma brincadeira aí com a política de metas do JK. Vai ser uma série de vídeos onde eu vou resumir grandes conteúdos e fazer um super resumo em no máximo 5 minutos. Então, uma matéria grande que a gente leva 50 minutos para aprender, em 5. O primeiro vídeo da série será sobre a era Vargas e eu gostaria de saber a opinião de vocês a respeito disso... comentem o que vocês acharam, é muito importante pra mim saber a opinião de vocês sobre isso ] (Trecho transcrito de vídeo publicado em 15/12/2015).

Além de adotar uma fórmula bastante conhecida na plataforma, a da produção de vídeos curtos (5 a 10 minutos), a história da YouTuber bahiana é relevante porque seu amadurecimento foi, de certa forma, transmitido pela Internet. Relata que aproximadamente dois anos depois de ter iniciado a criar conteúdo para a plataforma, começaram a surgir tímidos retornos econômicos. Nessa época, Clara já havia sido aprovada para o curso de História na Universidade Federal da Bahia, momento de alegria em que compartilha com seus espectadores através de um vídeo, em que avalia seu desempenho e revela quanto foi sua nota no exame de seleção. Também compartilha em um vídeo atual a mudança da casa de seus pais, uma conquista possível pela combinação dos rendimentos que possui hoje em dia: remuneração através do seu canal no YT, venda de um curso *online* e de apostilas para estudantes que se preparam para o Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) e consultorias esporádicas nas quais prepara materiais didáticos específicos (recentemente, relata que realizou um trabalho de consultoria para o Ministério da Educação).

Filha de uma dentista e de um consultor empresarial, sua mudança foi motivada, para além de questões pessoais como maior independência e autonomia, pela necessidade de ter cenários “legais e bonitos” para gravar seus vídeos, como relata:

Eu morava com a minha família, com minha mãe, pai e duas irmãs. Morávamos em 5, aqui em Salvador, e nós tínhamos uma relação muito boa, uma família muito tranquila [...]. Eu sempre fui muito conectada com a minha família, mas eu me considero uma pessoa solitária. Gosto muito de ter meu espaço, de ter as minhas coisas... Eu vivia na casa dos meus pais e eu ficava o tempo inteiro no meu quarto. Ele era muito pequenininho e lá eu fazia tudo: eu dormia, estudava, trabalhava, gravava meus vídeos. Como era muito pequeno, eu não tinha espaço pras minhas coisas. [...]. Depois de um tempo juntando dinheiro, eu pedi ajuda para meus pais para me mudar e eles me ajudaram com tudo: olharam apartamentos, me ajudaram na mudança e meu pai é o fiador] (Trecho transcrito de vídeo publicado em 11/11/2018 complementado por entrevistado conduzida no dia 10/12/2018).

Uma rede de suporte familiar é fundamental em seu caso, o que desafia a ideia de que “qualquer um pode ser um YouTuber”. Para além dos elementos de socialização primária e secundária, um histórico de investimento em educação formal e um ambiente de convivência familiar positivo (como é típico entre classes privilegiadas), é necessário que os vídeos sejam gravados a partir de uma infraestrutura mínima. Ainda que um vídeo possa ser gravado com uma câmera de baixa qualidade, sem aporte de outros instrumentos e com escassas técnicas de edição, este não é o tipo de conteúdo que circula intensamente na plataforma. O “sucesso” depende de elementos que o permitem e estimulem, especialmente capitais incorporados desde a infância e que refletem uma rede de saberes articulada nos vídeos.

Para o professor de biologia Olavo, para além desta infraestrutura básica é necessário que os profissionais incorporem um espírito empreendedor. O gaúcho de 38 anos, formado em Ciências Biológicas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, começou a produzir vídeos para o YT depois de ter sido demitido de um curso pré-vestibular, onde trabalhava na cidade de Porto Alegre. Desde o início, a ideia era criar conteúdo acessível aos estudantes e que servisse como uma forma de divulgação do seu trabalho:

O segredo do sucesso dos meus vídeos é, primeiramente, o fato de eu usar uma linguagem que se aproxima mais da linguagem do aluno, do jovem. Principalmente porque esses meninos e meninas não estão acostumados com o vocabulário científico, as palavras complicadas da biologia. Eu sempre tento transformar isso em algo menos abstrato, trazendo exemplos do cotidiano, pra que aquilo possa fazer mais sentido pro aluno. Mesmo quando eu entrei na universidade para estudar biologia, paralelo a isso eu sempre consumi literatura empreendedora. Grandes empresários, CEOs, biografias desses caras, revistas do

ramo, eu sempre consumi e ainda consumo muito esse tipo de leitura. Eu fui me tornando cada vez mais confiante para poder empreender (Trecho transcrito de vídeo publicado em 19/12/2018).

O empreendimento deu retornos, e hoje em dia, através da exposição que obteve através da plataforma, conseguiu impulsionar a venda de cursos *online* dedicados à preparação de estudantes nas matérias de Biologia, Química e Física, especialmente para prestar provas de vestibular e do ENEM. Os vídeos no YT funcionam como “*teasers*”<sup>116</sup>, como relata, para que os usuários/alunos se sintam motivados a aprofundar seus conhecimentos através de videoaulas pagas.

Na visão de Olavo, o YT é uma plataforma que possibilita que empreendedores, como ele, consigam prosperar, em um período histórico marcado pela grande competitividade no mercado de trabalho. Na sua visão, seu diferencial como trabalhador foi ter tido a iniciativa de empreender em um campo pouco explorado. Hoje em dia, diferentemente de outros YouTubers, Olavo percebe que essa modalidade tem os dias contados. Para ele, o YT possivelmente passará por transformações que talvez sejam empecilhos para a continuidade do seu canal como uma forma de geração de renda. Quando questionado sobre quais seriam estas formas, nos responde que não sabe ao certo, mas tem plena confiança de poder se reformular frente a elas. Sua relação com a literatura empreendedora lhe dá confiança e confere um espírito pragmático para enfrentar os desafios que se apresentarão no curso de sua carreira. Em um vídeo traz o argumento desta perspectiva, compreendendo a educação em seu processo evolutivo, análoga à biologia, sintetizada a partir desta concepção:

Se a educação existe para transformar pessoas, porque ela própria também não pode ser transformada? E quem melhor que os professores, pra fazer isso?

Eu sou professor de biologia há quase 20 anos. E já dei aula de tudo que é jeito. Se eu fosse comparar a educação com um ser vivo, eu poderia dizer que ela está sofrendo uma mutação, mas uma mutação extremamente acelerada. O DNA da educação agora é digital. E não é simplesmente gravar uma aula com quadro e giz e jogar na Internet. Nós precisamos entregar um ensino digital para o estudante digital e essa é a essência do meu canal.

Se hoje eu tenho ferramentas para levar o mundo até você, então porque não gravar aulas de ecologia na savana africana ao lado de animais selvagens? E eu fiz isso. Em um simples mergulho eu posso pegar um peixe elétrico e relacionar a biologia com a química e a física.

---

<sup>116</sup> Essa é uma técnica bastante utilizada no *marketing* para chamar atenção para uma campanha publicitária, ou um conteúdo como no caso de Olavo. Os vídeos produzidos para o YT mostram apenas uma parcela do conteúdo total exposto nos vídeos que vende através de seu site.

O meu canal ensina o máximo no menor tempo possível pra utilizar o seu aprendizado. Para que você possa estudar a qualquer hora e em qualquer lugar. Eu sei o quanto é difícil se preparar e estudar para uma prova e, para nós, é uma responsabilidade gigantesca lidar com sonhos. Você não pode entregar qualquer coisa, tem que ser o melhor (Trecho transcrito de vídeo publicado em 10/08/2018).

Como ocorre em muitos canais educacionais, há uma intensa sazonalidade relacionada com o calendário dos vestibulares e do ENEM. Nos meses anteriores às provas, geralmente no final do ano, há um grande interesse nos vídeos que podem auxiliar os alunos a prestar os exames. Nas outras épocas do ano há uma diminuição expressiva na busca por tais conteúdos no YT, o que faz com que as receitas destes canais diminuam significativamente. Nesse contexto, os trabalhadores que se dedicam a criar vídeos educacionais precisam combinar as fontes de renda do AdSense com outras fontes, através da venda de pacotes de aulas e apostilas em sites com conteúdo exclusivo como no caso de Olavo e Clara. Ainda que a divulgação de conteúdo *online* auxilie em suas carreiras e permita uma renda extra a partir dos ganhos com publicidade, a instabilidade econômica ainda é uma marca das carreiras dos professores do YT, o que evidencia uma proximidade com as condições laborais do magistério *offline*.

### 8.3.2 FAÇA VOCÊ MESMO

Parece que eu tenho um compromisso de passar pra vocês algumas informações, algumas dicas... Isso se tornou muito importante pra mim hoje, não é simplesmente porque o YT paga uma porcentagem em cima do CPM - que é o custo por mil visualizações - porque não dá nada. Vou te ser bem sincero: não dá muita coisa, não dá nada praticamente, principalmente pra um canal da área de construção. O que compensa pra mim é o seguinte: é o comentário de vocês, dando uma crítica, dando uma sugestão, fazendo uma observação, isso que é importante. É aquele relacionamento que a gente tá tendo, através do YT. Isso pra mim vale muito mais que o custo que o YT paga pra mim por visualização. Primeiro porque o meu canal não tem muito inscrito ainda, eu to chegando a mil inscritos, hoje eu tenho aproximadamente 800 e pouco. Quando chegar a mil, eu vou fazer uma festa! (Trecho transcrito de vídeo publicado em 11/12/2015).

O canal de Josué possui hoje mais de meio milhão de inscritos, uma marca inimaginável há 3 anos atrás, quando mencionou neste vídeo que comemoraria os seus primeiros mil inscritos. Pedreiro desde os 12 anos de idade, quando acompanhava o pai nas obras, hoje possui uma carreira de sucesso no YT trazendo informações e dicas sobre aquela que pensa ser a profissão que “é o carro chefe do Brasil”. Seus vídeos são na grande



maioria gravados nos locais das construções que trabalha, em uma cidade no interior do estado de São Paulo a aproximadamente 500km da capital, e as técnicas que vem aprimorando durante sua carreira são transmitidas para aqueles que chama seus “companheiros de profissão”.

Hoje com 38 anos, Josué finalmente atingiu a marca que pensava ser fundamental para realmente “ganhar dinheiro” no YT, como nos relata durante a entrevista realizada em julho de 2018. Foi justamente neste mês que seu canal obtivera um crescimento expressivo, atingindo quase 6 milhões de visualizações em apenas um mês. Ao ser perguntado sobre seus rendimentos no YT, nos menciona que ganha em torno de U\$1.000,00 mensais através da plataforma, o que constitui entre 25 e 50% de sua renda mensal. A menção em dólares norte-americanos sublinha um ponto importante sobre a forma com que os YouTubers brasileiros são remunerados. Para além da variação recorrente, dependendo do número de visualizações (bem como da aderência aos vídeos), há uma variação nos rendimentos que depende do câmbio. A incerteza da flutuação, nesse contexto, leva a Josué torcer pela desvalorização do real frente à moeda estrangeira.

Casado há 17 anos, possui uma trajetória típica dos “batalhadores brasileiros” (SOUZA, 2010), nomenclatura que é aceita de bom grado por Josué quando mencionamos. Vivendo de pequenos trabalhos na construção civil durante toda sua carreira, é com orgulho que relata o cotidiano agora dividido entre seu trabalho na construção civil, a criação de vídeos para o YT e a finalização da faculdade de arquitetura, um sonho de longa data que pôde finalmente ser continuado.

O aprendizado constante é uma das formas que acredita explicar o sucesso do seu canal. Boa parte das técnicas que aprendeu durante a vida, além daquelas que foram passadas de pai para filho, foram alcançadas com esforço na faculdade de arquitetura e urbanismo. O curso, para além de ser um signo de distinção entre seus pares, é uma forma que encontrou de agregar valor ao seu trabalho. Entretanto, confessa que muito do que fora passado na teoria ele já possuía ampla experiência na prática. Sua atitude nos revela o pragmatismo de um trabalhador que já obteve retornos financeiros muito menores do que poderia caso tivesse um diploma para comprovar os seus conhecimentos.

Diferentemente de outros criadores de conteúdo, Josué não abriu uma empresa e não pensa o canal como tal. Os vídeos que produz são a documentação de sua experiência como pedreiro levadas para outros públicos. A veiculação de sua imagem e exposição de suas técnicas não são planejadas por roteiros de gravação, ainda que reflita

constantemente sobre o sentido da sua produção de vídeos, o que deseja transmitir para seu público alvo, além de estratégias para a manutenção na plataforma (como a aquisição de novos equipamentos, como câmera, tripé, computador e adesão a um plano de banda larga mais robusto e que atende suas necessidades).

Josué relata que não tira férias do canal, assim como nunca tira férias de sua profissão de pedreiro. Entretanto, através dos rendimentos extra provenientes do canal pode realizar seu sonho e de sua esposa, o que recentemente veiculou em um vídeo trazendo um breve relato de sua viagem à Paris. Ele acredita que o YT pode transformar sua vida laboral e que, num futuro próximo, pode compor sua renda cada vez mais com a monetização do canal. Ao ser questionado sobre o futuro de sua atividade na plataforma, acredita que certamente continuará fazendo vídeos por mais de uma década.

Quando questionamos sobre o algoritmo que define seu pagamento, Josué afirma que é de extrema importância compreender a forma com que o YT o remunera. Nos explica o que são os CPM (custo por mil visualizações), ainda que não tenha conhecimento mais aprofundado sobre o que pode alterar o valor do mesmo. Ele acredita, ainda, que o YT não é muito justo quanto às formas de remuneração. Caso haja alguma alteração em relação ao seu CPM, é categórico ao afirmar que protestaria em seu canal, porém, com certa resignação, não cogitaria entrar com uma ação judicial ou migrar para uma outra plataforma. Ademais, discorda que seja um empregado do YT, que é apenas uma plataforma para divulgação de seu trabalho.

Sobre a sua jornada de trabalho para o YT, afirma ser um trabalho como qualquer outro e a suposta flexibilidade não é sentida por ele. A disciplina e rigor com que conduz sua carreira é transposta para a plataforma, numa fusão indissociável de suas formas de agir no mundo *online* e no *offline*, uma característica comportamental percebida por outros autores como um “contínuo *on-offline*” nas relações mediadas por tecnologias digitais (MISKOLCI, 2016).

O canal de Josué, como muitos outros no YT, está relacionado à expansão de um método de construção, reparação e modificação nas premissas do “faça você mesmo” (uma tradução da sigla DIY, *Do it yourself*). Essa expressão vem sendo associada com consumidores desde o início do século passado, mas só ganha popularidade a partir da década de 1950, sendo tanto motivada por questões de mercado (benefícios econômicos, necessidade de customização ou falta de trabalhadores disponíveis) como por questões

relativas à construção da identidade (habilidades pessoais, empoderamento etc.) (WOLF; MCQUITTY, 2011).

No contexto do YT, há uma série de vídeos que se enquadram nesta modalidade, seja no ramo da construção, artesanato, mecânica automotiva, funilaria e marcenaria. Em termos gerais, muitos criadores, que não se alinham diretamente ao “faça você mesmo”, tangenciam estas práticas, como por exemplo os canais de moda e beleza que ensinam técnicas de maquiagem e personalizações de peças de vestimenta. Aqui vale ressaltar que as categorias não são fixas e há uma circulação dos YouTubers em diversos segmentos, podendo variar ao longo do tempo em que um criador de conteúdo se dedica à plataforma (como veremos em um caso de um YouTuber *gamer* que passa a construir histórias e deixa de trabalhar com jogos). Os vídeos de DIY podem ser encontrados, portanto, nas mais variadas categorias que a plataforma disponibiliza no momento do cadastro (Josué, por exemplo, está na categoria “Pessoas”, que engloba desde seus vídeos ensinando a instalar um sifão no tanque de lavar roupa aos vídeos de uma vlogueira de política que comenta os resultados da última eleição presidencial).

Para além da categorização sugerida pela plataforma, percebemos que o “faça você mesmo” engloba uma série de vídeos que aparecem quando os usuários buscam na plataforma “como fazer” algo. Os vídeos neste contexto trazem uma série de ensinamentos e técnicas que indicam o passo a passo necessário para conclusão de uma tarefa. Se o usuário digitar, por exemplo, “como fazer um carrinho de rolimã”, ele poderá encontrar o vídeo produzido por Roberto, marceneiro capixaba de 41 anos, vidreiro e artesão, que produz vídeos para o YouTube desde 2010.

O caso de Roberto é interessante pois mesmo que seu canal não seja um dos maiores do segmento, ele já vem trabalhando na plataforma há bastante tempo, aliando a produção dos seus mais de 600 vídeos publicados à sua atividade profissional. Ao longo destes anos as transformações no canal são visíveis. No início, com uma câmera na mão ou apoiada em um tripé, Roberto filma suas mãos operando ferramentas, sempre explicando o que está fazendo e comentando os limites dos instrumentos que utiliza e elementos de segurança na execução do trabalho. Os vídeos, esporádicos em 2010 e 2011, começam a ser mais frequentes a partir de 2012 e 2013, imagem e som são aperfeiçoados e os enquadramentos vão se alterando. Seu rosto começa a aparecer mais nos vídeos e, nos termos de Horton e Wohl (1956), Roberto cria uma persona que estimula em seus espectadores um sentimento de intimidade (que se expressa em uma maior participação

nas caixas de comentários e maior interatividade com o público sentida por Roberto neste momento).

Diferentemente de outros YouTubers, Roberto é extremamente reservado quanto à sua intimidade. Sua filha de 3 anos aparece muito brevemente em poucos vídeos e Roberto prefere focar sua produção de conteúdo nas técnicas aprendidas na sua carreira ao longo de mais de duas décadas. Essa escolha desafia a ideologia da pós-privacidade aventada pelo filósofo Byung-Chul Han, já que os momentos a ser compartilhados *online* são selecionados pelo criador de conteúdo. Entretanto, em um vídeo específico de junho de 2016, o marceneiro se expõe ao relatar um acontecimento dramático em sua oficina:

Infelizmente esse vídeo é para contar uma coisa muito triste. Na noite de ontem, a minha cidade foi acometida de uma chuva de granizo, certa de 20 minutos, granizo do tamanho de limões para laranjas, os menores eram do tamanho de cubos de gelo e como vocês podem ver ali [filma o telhado da oficina] o telhado da minha oficina, do meu escritório, que fica na parte de cima da minha casa foi atingido. Estava improvisado e eu iria construir e reformar tudo aqui e ontem nós sofremos isso... Espero que as empresas possam olhar esse momento e eu que sempre falo delas eu espero que elas possam falar de mim ou pelo menos me dar alguma força nesse momento. Não é implorar ajuda, o que eu preciso é de trabalho. O que eu quero realmente é trabalho, não to pedindo ajuda, quero trabalho. Preciso de contrato de trabalho (Trecho transcrito de vídeo publicado em 11/06/2016 complementado por entrevistado conduzida no dia 09/09/2018).

Nesse momento percebemos a comoção gerada pelo vídeo no ecossistema de criadores de conteúdo que de alguma forma se relacionam ao trabalho de Roberto. O vídeo suscitou mais de 1000 comentários, dentre eles muitos marceneiros e YouTubers do DIY que se sensibilizaram com seu apelo. Todavia, para além de ser uma amostra da relação que os trabalhadores mantêm e que indicaria o potencial de uma solidariedade de classe, o que é significativo neste momento é que, tanto na fala de Roberto como nos comentários não há qualquer menção ao YT. Em momento algum se cogitou a hipótese de alguma responsabilidade da plataforma em auxiliar um dos seus “parceiros”, o que demonstra completa dissociação de uma possível relação empregador-empregado. Recentemente conversamos com Roberto e questionamos sobre essa condição, em que a plataforma que ele “colabora” não tem qualquer compromisso com as pessoas que a sustentam diariamente. Ao invés de questionar essa condição de dissociação, sua fala foi emblemática: “o YT não tem qualquer comprometimento comigo, eu jamais cogitei essa possibilidade [de solicitar auxílio à plataforma]”.

Roberto produz seus vídeos de maneira independente, ainda que contrate serviços de edição de vídeo eventualmente, quando sua rotina de trabalho impossibilita a

realização da tarefa. Para facilitar a contratação deste tipo de serviço, tornou-se microempresário individual. Ele acredita que para garantir seu sustento apenas com o YouTube, precisa chegar, ao menos, na marca de 500.000 inscritos. Hoje em dia, com quase 300.000 inscritos, ainda se diz insatisfeito com esses números, mas acredita que dentro de alguns meses as coisas melhorarão.

O artesão e marceneiro não se identifica enquanto um YouTuber. Ele diz possuir múltiplas identificações profissionais, que acredita ser um dos elementos que impulsiona o seu canal. Não percebe o YT como um empregador e, em relação a sua jornada de trabalho, não vê grandes diferenças com outros tipos de trabalhos com jornada fixa. A rotina de trabalho no canal, de segunda à sábado, nos turnos da manhã e tarde, é muito próxima daquela que possuía antes de começar a criação de vídeos para a plataforma. Como nos relata, leva uma vida bastante tranquila em uma pequena cidade do interior e prefere passar mais tempo com sua família, limitando a jornada de trabalho em torno de 40 horas semanais.

Roberto ainda depende das suas atividades profissionais fora do YT. Apenas 25% do total da sua renda vem dos ganhos com o AdSense e isso faz com que pondere a possibilidade de manter-se produzindo vídeos por muitos anos. Nos relata que não se imagina produzindo vídeos daqui 10 anos. Talvez quatro ou cinco anos. Não sabe ao certo. Ele acredita que a forma de pagamento que o YT realiza não é justa, já que apenas uma parcela do que é arrecadado é repassada aos YouTubers. Por esse motivo e ciente das possíveis transformações na plataforma que podem prejudicá-lo, desde seu primeiro pagamento proveniente dos vídeos contratou um plano de previdência privada, que pretende complementar com a contribuição ao INSS que já vinha fazendo há mais de uma década.

Ainda que tenha inseguranças em relação ao YT, Roberto não tem medo do futuro em relação à sua carreira profissional. Tendo completado o ensino médio, avalia que nenhuma faculdade poderia lhe dar a experiência que adquiriu na prática, ao longo de sua carreira. Essas habilidades e competências dão a segurança para que aproveite o que a plataforma tem a oferecer hoje, seja através dos pagamentos com a publicidade ou com o impulsionamento de sua carreira.

### 8.3.3 PRATIQUE ESPORTES

Você quer motivação meu irmão? Entra aqui cumpadi, entra aqui. Acordou de manhã, enquanto você faz seu *whey*<sup>117</sup>, enquanto você cozinha, 'pum':pega teu celular dá *play* no vídeo aqui e vê, entendeu?

[...] as vezes a gente precisar ver, ver pra crer. Então a gente tem que ficar vendo o que tá acontecendo. Então você vê eu falando, você fala: "caralho, agora eu entendi", "ontem eu vi esse vídeo do Rodolfo e não tinha entendido isso que ele tá falando agora".

Então, vê. Vem pra cá. Vem pra cá vê. Vem pra cá se instruir. Vamo ver as fotos. Entra no meu Instagram aí e vê as foto lá sem camisa. Porra, "*shaypado*". Não tô falando de sacanagem não, porque eu mesmo entro no Instagram dos cara que eu admiro, pra eu ficar vendo as fotos dos cara pra eu poder me sentir inspirado também, entendeu?

Então é isso irmão. Você já tem o melhor, que é saúde. Segundo melhor na sua vida, Deus. Se concentra, bota sua mente em oração pra você se fortalecer espiritualmente. Terceira coisa maior na sua vida, se inspire e esteja com pessoas que te botam pra cima meu irmão. E eu to aqui pra te botar pra cima. Então vamo lá. Eu quero ver você grande. Você agora que é membro vip, posta uma foto aqui, atual sua, e eu quero uma foto daqui a um mês. Eu vou te falar o que você tem que fazer daqui a um mês (Trecho transcrito de vídeo publicado em 29/04/2018).

A fala é de Rodolfo, carioca de 26 anos, em um vídeo veiculado logo após sua saída de um *reality show* realizado por uma emissora de TV nacional. Ele pretende continuar prosperando com seu canal solo, o que já vem fazendo desde junho de 2016, quando parou de criar conteúdo para um antigo canal em que trabalhava. Era um projeto coletivo, ainda que Rodolfo fosse a "cara" do canal. Depois de brigar com os antigos sócios, volta ao seu projeto individual e carrega milhões de seguidores. O pico do seu antigo canal fora atingido justamente entre os meses de maio e junho de 2016, quando tivera mais de 15 milhões de visualizações. Passados mais de dois anos, o canal pessoal de Rodolfo prospera, enquanto o antigo projeto coletivo que levava seu rosto como marca registrada amarga menos de um sétimo de visualizações mensais que ele próprio consegue sozinho. Nos vídeos recentes deste canal, que ainda continua produzindo conteúdo sem a presença de Rodolfo, os comentários dos usuários sentenciam: "o canal morreu", "Rodolfo era alma do negócio".

A expansão de seu público se deu ligada à sua performance diante das câmeras. Com o visual típico de amantes do halterofilismo, a persona *online* construída por Rodolfo tem como característica principal uma postura exaltada e que não mede palavras para

---

<sup>117</sup> Proteína do soro do leite utilizada como complemento alimentar.

falar com seu público. Em uma série de vídeos (bastante recorrente em boa parte dos canais do YT), ele responde perguntas de seus seguidores. Os usuários perguntam questões relativas ao treino, alimentação e o estilo de vida de quem pratica musculação como atividade física ou que se dedica ao *bodybuilding*, um esporte que vem crescendo no Brasil. “Seus putos”, “boiolas”, são as formas com que Rodolfo se dirige ao público, em um mundo dividido entre os “monstros” e os “frangos”. Os primeiros, são aqueles que possuem um corpo definido e músculos hipertrofiados, que conseguem fazer séries de levantamento de altas cargas de peso na academia. Os “frangos”, são aqueles que passam vergonha na academia e que não tiram fotos de seus corpos “shaypados” com vergonha de sua estética corporal.

A motivação para o treinamento constante e o atendimento de uma rígida disciplina que envolve dietas restritas é um dos principais apelos trazidos nos vídeos de Rodolfo. Como em diversos canais que se dedicam a tratar das temáticas relativas ao esporte, ele traz dicas de alimentação em seu canal sempre com uma postura ao mesmo tempo descontraída e debochada. Os alimentos dos “monstros” devem ser preparados “sem frescura” e as dicas trazidas carregam um tom sarcástico com outros canais dedicados à culinária usual e que não trazem consigo o objetivo de otimizar as calorias digeridas para o atendimento de um padrão de saúde considerado por ele aceitável.

O apelo repetitivo de Rodolfo em sua fala, explicitando que seus seguidores devem acompanhá-lo, é um mecanismo recorrente em diversos canais. Ela indica a necessidade dos YouTubers manterem um fluxo constante de pessoas interessadas em seu conteúdo. Recentemente o YT criou a modalidade de “membros vip”, como Rodolfo se refere. É uma forma de patrocínio direto do canal, em que os usuários podem contribuir com pequenas somas financeiras para estimularem a manutenção da produção de vídeos<sup>118</sup>. Esses membros podem assistir conteúdos específicos em primeira mão, que são lançados posteriormente na plataforma aberta. Além disso, há uma maior interatividade com os criadores de conteúdo, como explicitado na proposta de Rodolfo em falar um mês depois para aqueles que enviassem uma foto o que deveriam fazer nos próximos meses para atingir a forma “perfeita”.

---

<sup>118</sup> Existem outras formas de financiamento coletivo de canais de YT, como o <https://apoia.se>, utilizado por alguns canais brasileiros e o <https://www.patreon.com/>, mais difundido entre YouTubers norte-americanos.

Rodolfo incita seus espectadores a verem suas fotos no Instagram, o que revela formas de promoção de seu corpo/trabalho em outras plataformas *online*. Ainda, revela que ele também conforma o público de outros homens que segue e admira pela forma física, o que seria uma fonte de inspiração para melhorar sua vida. Em reação às constantes críticas que recebe, seja por sua postura agressiva ou por sua suposta superficialidade, Rodolfo quer estar próximo de pessoas que o “colocam para cima”, assim como espera fazer com seus espectadores. Isso se dá não apenas pelas dicas que traz em seu canal sobre alimentação e a busca por hábitos disciplinados que levariam uma pessoa a tornar-se “grande”. Em diversos vídeos demonstra como fazer os exercícios para aumentar o tríceps, bíceps, ombros e quadríceps.

A adesão de seu público se dá através do carisma e pela transmissão de saberes de práticas corporais e condutas alimentares a ser imitadas por seus seguidores. O movimento adequado nos aparelhos de musculação, a angulação correta para não prejudicar a coluna e os melhores “treinos sem frescura”. Para além de um nicho particular, de um grupo de pessoas interessadas no culto ao corpo, o canal de Rodolfo conforma uma avenida de oportunidades para estimular a imitação de um espírito sobre o outro como sugeria Gabriel Tarde. Tenha saúde, ore a Deus e fica ao lado daqueles que te inspiram, são os ensinamentos que o halterofilista carioca pretende fazer circular nas mentes do público aderente ao conteúdo que produz.

Rodolfo é certamente uma exceção entre os YouTubers. A grande maioria dos criadores de conteúdo da plataforma não possui contratos publicitários com grandes empresas nem participa de *reality shows* em rede nacional na TV aberta. Esse é o caso do também praticamente de musculação e halterofilismo Diego, 22 anos, residente na região metropolitana de Belo Horizonte. Seu canal ganhou maior visibilidade e adeptos a partir de um vídeo publicado em setembro de 2017, quando o estudante de educação física mineiro resolve fazer um vídeo em que consome 20.000 calorias em um período de 24 horas. Ao iniciar o vídeo, Diego faz algumas advertências:

E aí galera ligada aqui no canal, se você não me conhece meu nome é Diego e o vídeo de hoje vai ser épico cara. Hoje eu resolvi fazer o desafio das 20.000 calorias, então no meu dia hoje eu vou tentar consumir 20.000 calorias. Lembrando algumas coisas pra vocês antes: se você acha que eu vou conseguir cumprir esse desafio assiste o vídeo até o final, já deixa o seu *like* aqui embaixo e não esquece, não está inscrito no canal, já clica aí pra você se inscrever também e rumo aos 200.000 inscritos hein?

Ah, e antes de começar o desafio, de ir no mercado comprar as coisas, eu queria lembrar algo pra vocês. Eu sou uma pessoa que pratica musculação e exercícios



aeróbicos todos os dias de segunda a segunda. Também estou exatamente há 48 dias em dieta restrita, então hoje vai ser o dia que eu vou poder ficar mais feliz (Trecho transcrito de vídeo publicado em 24/09/2017).

Sua tática deu resultados. Depois do vídeo, Diego passa a contar com uma marca de mais de 60 mil novos adeptos mensais. Desde então seu canal vem em crescimento constante e, entre os meses de novembro e dezembro de 2018, obteve uma marca de visualizações próxima a de Rodolfo, sem qualquer tipo de inserção na grande mídia. O grande ano da virada para a carreira de Diego foi 2017, quando vê seu canal impulsionado e decide tornar-se um atleta de fisiculturismo e transmitir suas práticas pelos vídeos.

O trabalho para o YT é aliado à sua principal fonte de renda, uma loja que vende suplementos alimentares, inaugurada em 2015. Desde o início de sua carreira há um entrelaçamento entre sua atividade principal e a divulgação através de vídeos, maneira que Diego encontrou para explicar aos seus consumidores as propriedades dos produtos que vende, para que servem, quais são seus benefícios e como aliar o uso de suplementos com uma rotina de exercícios físicos diários.

Ainda que não seja patrocinado por grandes empresas, Diego recentemente havia firmado um contrato com uma farmácia de manipulação que comercializa produtos que visam o emagrecimento, aumento de massa muscular e complexos vitamínicos em geral. Seu relato nos demonstra o quanto há uma nova economia relacionada à imagem dos influenciadores nas mídias sociais digitais e como alguns problemas emergem deste novo tipo de contrato laboral:

A FÁRMACOS se você não conhece era a farmácia de manipulação que cuidava de todos os meus manipulados. Ou seja, suplementos como vitamina C, Gaba, 5htp, iombina, multivitamínico, cafeína... Na verdade eu fiz um post precipitado dizendo que tinha vergonha de ter feito parte da FÁRMACOS etc, mas na verdade eu tava com tanta raiva porque eu tinha orgulho de ser parte daquele time.

Se você não sabe, a FÁRMACOS foi meu primeiro patrocinador, quando eu tinha 60mil inscritos, nem isso, o João que era um dos sócios me chamou pra fazer parte do time e eu fiquei muito feliz. [...] quando o João saiu da empresa a coisa começou a ficar bagunçada. Todos os produtos que eu indicava pra vocês aqui é porque realmente funcionam. Eu nunca na minha vida vou divulgar alguma coisa que eu acredito que não funciona [...].

Como em toda empresa quando você é um funcionário dela, no meu caso eu sou um patrocinado, mas é como se eu fosse um funcionário da empresa. Você tem um contrato... e eu tô com meu contrato aqui e selecionei algumas partes importantes pra mostrar pra vocês [...] eu como patrocinado, contratado, tenho algumas obrigações e uma delas é a seguinte: 'divulgar nas mídias eletrônicas até 8 posts mensais na rede social instagram. Considerando 50% na *timeline* e 50% *stories*. Postar um vídeo por mês junto à mídia eletrônica YT, cujo teor deve abordar exclusivamente a sua imagem ao uso dos produtos fabricados, manipulados e comercializados pela FÁRMACOS'.

Qual foi o problema? No mês de novembro eu fiz 10 *posts* na minha linha do tempo, eu fiz um vídeo exclusivo na *black friday* e além disso eu mandei três vídeos exclusivos de receitas e eles não me pagaram nada a mais pra fazer eles. [...] eu gastei R\$100 para fazer as receitas além do tempo que gastei gravando os vídeos e quem editou os vídeos foi a minha namorada. O que aconteceu? Eu recebi a informação no grupo de whatsapp que eu estava com pendências em postagens e que o pagamento foi suspenso até que os vídeos e postagens estivessem em dia. [...] lembrando que eu ganhava da FÁrmacos alguns valores em manipulados e ganhava também uma quantia em dinheiro que não representava nem 5% da minha renda total mensal [...] então eu não tava muito ligando pro dinheiro. O problema foi que eu deveria postar vídeos sobre produtos específicos que eles queriam que eu divulgasse. Esse foi o problema. Eles queriam que eu falasse sobre produtos que eu não acredito. Cara, esquece, eu não vou fazer isso com meus inscritos, divulgar algo que eu não acredito que realmente funcione (Trecho transcrito de vídeo publicado em 11/05/2018 complementado por entrevistado conduzida no dia 07/09/2018).

Diego se ampara em padrões éticos que seriam a base do conteúdo veiculado em seu canal. Aos seus espectadores deve sempre uma explicação daquilo que faz durante os vídeos, algo cuja importância foi realçada quando publicou novamente um vídeo sobre um consumo excessivo de calorias em um mesmo dia. Um ano depois de seu grande sucesso, Diego publica novamente um desafio, agora de consumir 25.000 calorias. Entretanto, no final do vídeo, ele desiste do desafio e doa os alimentos que seriam consumidos:

[...] ao invés de comer tudo isso eu vou doar para pessoas que realmente necessitam. Eu acredito que isso é uma boa ação e principalmente porque a gente tá fazendo esse vídeo na época de natal. Esse espírito natalino a gente tem que ter, de ajudar o próximo, de realmente se colocar no lugar da outra pessoa (Trecho transcrito de vídeo publicado em 01/03/2018).

Seja pelo enaltecimento da vida saudável, e das orações a Deus sugeridas por Rodolfo, seja na incitação de um espírito natalino por Diego, para além das performances veiculadas nos vídeos, os YouTubers trazem consigo uma narrativa prescritiva sobre como ser e se portar no mundo. Há uma série de aconselhamentos que acompanham os vídeos, com uma alta carga moral e valorativa sobre o que seria o “bem viver” e a “boa vida”. As “avaliações fortes”, um procedimento subjetivo aventado por Charles Taylor, como forma de análise crítica da própria trajetória de vida, são performadas para um público que possui interesse em conhecer mais os sujeitos que expõem uma significativa parcela de suas vidas nas plataformas *online*.

Para além do universo da hipertrofia muscular, outros canais relacionados à temática esportiva são expressivos no YT. Seria impossível investigar todas as modalidades desportivas nesta tese, mas percebemos, durante a pesquisa, que há três

grandes grupos de expressão neste contexto. Primeiro, canais relacionados ao futebol, em geral, e à paixão clubística em particular. São canais que discutem o mundo da bola, repercutem notícias e tratam com humor o esporte que é paixão nacional. Em segundo lugar estão os canais dedicados à musculação e às práticas de exercícios físicos típicos das academias, como nos casos analisados de Diego e Rodolfo. O terceiro esporte que gera bastante interesse e que possui uma série de criadores de conteúdo que se dedicam para tal é o ciclismo. Como no Brasil o futebol abre uma dimensão particular, os canais que tratam da temática não serão abordados aqui, já que sua análise merece um estudo à parte (assim como podem ser fonte de estudo diversas das categorias aqui apresentadas). Assim como os canais relacionados à musculação e ao *bodybuilding*, aqueles dedicados ao ciclismo tratam de uma cultura em expansão no Brasil e que possui um histórico de profissionalização incomparável com aquele que encontramos no futebol.

O canal de Márcio é uma das experiências de sucesso nesse contexto, focado no público *biker* como ele mesmo denomina os mais de 700 mil inscritos que o seguem<sup>119</sup>. Diferentemente de outros YouTubers, ele confia que “ninguém aqui é YouTuber”, que para ele seriam aqueles produtores de conteúdo que não teriam o cuidado que ele e seus parceiros de canal tem para com a produção de vídeos. Na sua avaliação o canal deve ser encarado como uma empresa, com planos de negócios, metas, obedecendo prazos e burocracias assim como uma “empresa normal”.

O canal “Pedalar” é fruto de uma parceria de Márcio, 39 anos, pós-graduado na área de publicidade, com seu cunhado Cléber, 53, um experiente ciclista (também graduado em publicidade) que é o principal rosto do canal, e seu sobrinho Vitor, 22, que trabalha na edição dos vídeos e auxilia na elaboração de matérias para a página da Internet que alimentam periodicamente. A ideia de fazer o canal surgiu quando os três decidiram terminar as atividades da agência de publicidade que vinha funcionando no mesmo local na cidade de São Paulo (na casa de Márcio e sua esposa) há mais de 10 anos. Depois de “encher o saco” da rotina de atender as necessidades dos clientes, decidiram que precisavam redirecionar suas carreiras: “vamos trabalhar com o que a gente ama, o que a gente gosta, que é vídeo e bicicleta”.

---

<sup>119</sup> Quando a entrevista foi realizada, no início de 2018, o canal possuía pouco mais de 350 mil inscritos. O crescimento do público é marcante durante os meses subsequentes até o momento da redação final desta tese.

Um dos elementos mais marcantes durante a entrevista com Márcio foi sua total desconexão sobre os tipos formais de trabalho que dariam algum tipo de segurança ao trabalhador. Publicitário de formação, se orgulha ao dizer que trabalha desde 1995, e conta que sua carreira como publicitário, até a abertura da própria agência, era a mesma que muitos outros colegas de profissão: trabalhos temporários e *freelas*. A carteira de trabalho é um documento que me confidencia estar guardada em alguma caixa, cuja finalidade é até então desconhecida. Quando perguntamos se não sente falta de um regime de trabalho que lhe proporcione mais segurança, recebendo pagamento por férias, 13º salário e outras garantias da inserção formal no mercado de trabalho, responde que não poderia sentir falta de algo que jamais experimentou. O YT, para ele, não poderia ter vindo em melhor hora. Mais que isso, jamais se sentira tão seguro em outra posição que tivera no mercado de trabalho.

A história de Márcio reverbera em diversos relatos de outros YouTubers, através das quais evidenciamos que, para uma significativa parcela dos trabalhadores, as seguranças prometidas por um regime salarial são abstratas, distantes e não fazem qualquer sentido. Certamente houve um momento de grande incerteza, logo no início da produção dos vídeos em que nos conta que todos garantiam que “largar tudo” para fazer vídeos para o YT seria uma loucura. Aqui há um momento fundamental para todos os produtores de conteúdo. Algumas semanas, meses ou até anos em que o trabalho é realizado sem remuneração. Relata que no início do canal começaram a “vender tudo” para conseguir se manter e deduz que isso é um movimento natural já que “todo negócio tem que ter um investidor, tem que investir”. Esse momento crítico para o canal durou cerca de dois anos. A partir do terceiro ano as “coisas começaram a andar” e os patrocinadores começaram a “tocar a campainha”. Para ele, isso é completamente normal, já que os anunciantes precisam ter a segurança de colocar seus anúncios em canais que já possuam um público formado que aceite, goste e compartilhe os vídeos produzidos.

Atualmente a situação melhorou bastante, já que se soma à publicidade do YT aquela dos patrocinadores externos, que firmaram parcerias e vem auxiliando na sua estabilização financeira. Entretanto, relata que o dinheiro recebido “mal dá para pagar as contas”, ainda que essa necessidade permanente de expansão seja ambigualmente uma fonte de estímulos para projetos futuros e alimente seus sonhos de crescimento na plataforma.

O canal Pedalar é resultado pragmático de uma articulação por seus criadores desde o início, por um projeto direcionado a dar resultados. Márcio relata que antes de qualquer inserção na plataforma *online*, os participantes do canal, que funciona como uma empresa familiar, decidiram coletivamente quais seriam os moldes da marca, seu público alvo e uma série de elementos técnicos que conformariam seus padrões. Iluminação, técnicas de filmagem, edição de vídeos. Uma série de pontos que para eles são adotados como “pilares a seguir” e seus vídeos devem seguir rigorosamente padrões aceitáveis segundo seus julgamentos. Em sua avaliação esse é um processo de constante aprendizado, já que em termos técnicos “nunca tá bom”, sempre havendo necessidade de constantes melhoras para entregar um produto de qualidade para um público crescente.

Estas características são de importante destaque. Primeiro, em relação à técnica, muitos canais são percebidos como projetos amadores que acabam por tornar-se projetos um pouco mais profissionais ao longo do tempo. Há, certamente, divisões internas que expõem contradições inerentes às diferenças encontradas em outros espaços de trabalho e que dizem respeito às condições sociais de reprodução dos sujeitos no capitalismo. Porém, percebemos que a crítica à técnica serve como instrumento de legitimação dos meios tradicionais “profissionais”, na medida em que desqualificam seus concorrentes recém-chegados nos meios virtuais. Em segundo lugar, uma característica importante aqui é a constante necessidade de reformulação legitimada em seu discurso, já que o trabalho, e em alguma medida o trabalhador, nunca serão bons o suficiente, imprimindo um regime de melhorias sucessivas e infinitas como lógica última do trabalho.

O cotidiano da produção de vídeos para o canal é intenso. Durante estes cinco anos em que vêm produzindo conteúdo (o primeiro vídeo do canal, intitulado “O que é o Pedalar?”, foi postado em 06 de fevereiro de 2014), optaram por dois dias da semana para postar conteúdo, quartas e sábados. Isso implica gravar por quatro dias da semana, o que, a grosso modo, faz com que tenham uma jornada de trabalho similar a um trabalhador no regime de 40 horas semanais. Em ocasiões mais raras, relata que “tudo dá certo” e em poucas horas de gravação e edição o vídeo já está pronto para ser enviado. Entretanto, na maior parte dos casos há esforços que muitas vezes os fazem adentrar madrugadas trabalhando para cumprir os prazos. Além destes dois envios semanais, o canal passou a fazer *lives* que também são gravadas semanalmente, o que percebemos como uma “hora extra” dos YouTubers.

A projeção de metas em médio e longo prazos é elemento central para os trabalhadores do canal. Márcio e os outros participantes do “Pedalar” já haviam delimitado na época da entrevista 122 pautas que figurariam nos vídeos posteriores. A prospecção de futuro se apresenta como única alternativa viável para contornar adversidades. No YT, elas podem ser muitas: a queda de engajamento dos usuários em um período do ano, a mudança do algoritmo que pode prejudicar a monetização dos vídeos e fatores externos que os produtores não podem controlar como a flutuação nas taxas de câmbio. Por ser uma plataforma estrangeira, os pagamentos são realizados em dólares estado-unidenses e posteriormente convertidos em reais, quando transferidos para a conta no Brasil. Diferentemente do que poderíamos suspeitar, isso não é motivo de maiores preocupações para Márcio. Sua lógica é que produtores de “bons conteúdos serão recompensados”, pois o YT vem aprimorando cada vez mais suas políticas de publicidade no interior dos vídeos.

O canal “Pedalar” foi beneficiado, na análise de Márcio, com as constantes transformações pela qual a plataforma vem passando desde sua criação. No momento da entrevista, eles haviam acabado de firmar um contrato com o YT que situava seu canal em uma rede de conteúdos “produzidos para a família” (*family friendly content*). Quando perguntamos o que seria isso, nos responde que é o tipo de conteúdo em que “você pode dar *play* em qualquer vídeo com seus filhos assistindo”, já que não usarão palavrões e todo o formato é conduzido de maneira a estar alinhado aos padrões esperados pelos patrocinadores.

Fernando avalia positivamente essa medida, benéfica aos produtores de melhores conteúdos. Em sua perspectiva, a boa produção não deve possuir apenas caráter técnicos e formais, mas essencialmente uma característica educativa. Quando perguntamos sobre a inserção de pautas polêmicas (como no caso o lugar do ciclismo na mobilidade urbana), é categórico: “a gente não gera polêmica”. Se um assunto já é polêmico, não haveriam motivos para “gerar mais polêmica” e sua contribuição seria estritamente educativa. Sobre as ciclovias, por exemplo, seu papel não seria analisar se determinado trajeto foi bem ou mal executado pelos políticos locais. Preferem ensinar como andar com segurança no trânsito, dar dicas sobre as leis e explicar aos ciclistas as melhores maneiras de se portar em situações adversas.

Aqui, o caráter disruptivo de uma plataforma supostamente sem parametrização é colocado em xeque, na medida em que sobrevivem nesse espaço de trabalho aqueles

que de alguma forma estão alinhados às condicionantes impostas pelos padrões estabelecidos por grandes empresas que colocam a economia do YT em movimento. Canais que criticam a mobilidade urbana em São Paulo, por exemplo, podem estar no ar, logicamente. Mas sua viabilidade econômica no interior da plataforma só é possível na medida em que seus conteúdos sejam apazíveis aos consumidores e tenham a chancela dos patrocinadores.

Esse benefício de fazer parte de um grupo aceito pelos patrocinadores não é uma conquista fácil. Assim como ocorre em outros canais, é necessário um tempo significativo de trabalho não remunerado até que o projeto de produção de vídeos seja viabilizado. A aventada “propagação pela persuasão” como resgatamos da teoria tardeana, possui um tempo específico nas mídias sociais digitais, já que não apenas a persuasão deve ser eficaz como um a propagação deve ser rápida como um vírus. Entretanto, até mesmo a viralização pode não implicar um efetivo crescimento dos canais enquanto produtores de valor no espaço digital. Fernando explica que o que importa é a “aderência do público”, ou seja, “o tempo de exibição que cada vídeo possui”.

As características singulares mobilizadas por Márcio, e por outros YouTubers, dizem respeito a um conjunto de técnicas adquiridas e valores incorporados que orientam suas ações. Estas se relacionam a um contexto em que é demandado dos trabalhadores um alinhamento a padrões subjetivos que serão dignos de valoração no sistema produtivo. O imperativo da flexibilização torna-se uma estrutura vinculante a outros caracteres que devem ser mobilizados para garantir as condições materiais de existência. Ainda que sejam novidade nos meios digitais, já que a geração de valor nesses moldes possui menos de uma década de história, algumas das exigências em relação à constante remodelação frente ao trabalho possuem alguns séculos de história.

## 8.4 POLÍTICA E PARASOCIALIDADE

[...] não há o tipo de controle tradicional que existia na mídia antiga. Você não tem editores dizendo: "não, você não pode publicar manifestos de supremacistas brancos em nosso jornal". Então você tem distribuição em massa, qualquer um pode acessar, é muito fácil. Pessoas que, tradicionalmente, não tiveram a possibilidade de ter seus pontos de vista transmitidos, finalmente descobriram que são capazes de fazê-lo. Às vezes isso é ótimo. Algumas das produções anti-criacionistas que tínhamos eram de ateus em suas cidades pequenas que estavam de saco cheio em ver a religião constantemente invocada na política e eles meio que se juntavam no "espaço artificial" que é a Internet. Eu acho que você vê a mesma coisa acontecendo agora. Tenho notado, por exemplo, os YouTubers transgênero, no contexto em que muitas pessoas trans. tem sido meio isoladas, geograficamente falando, porque simplesmente não há muitos de nós. O YT nos possibilita formar uma comunidade e ter mais poder como resultado de podermos agir coletivamente e como uma comunidade. Isso é ótimo para nós, mas também permitiu a todos que estavam "de bobeira" nas últimas décadas, você sabe, tendo pensamentos racistas. Agora eles estão abrindo suas cabeças juntos, agindo como uma frente política unificada e que, infelizmente, é parte da situação política em que estamos agora, onde essas ideias, consideradas totalmente malucas quinze anos atrás, coisas marginais, são disseminadas. (YouTuber Natalie Wynn do canal CONTRAPOINTS em entrevista ao canal "Chapo Trap House", publicada em 19/11/2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hXVifPBCUfo>, acessado em 15/02/2018, tradução nossa).

O crescimento de canais que veiculam conteúdo extremista e da chamada “nova direita” é uma temática que vem sendo explorada por jornalistas<sup>120</sup> e acadêmicos (LEWIS, 2018) e vem estimulando debates sobre a liberdade de expressão. Tais movimentos políticos que trazem suas ideias veiculadas por criadores de conteúdo na plataforma, atores cada vez mais presentes na paisagem política nacional em sentido mais amplo, proclamam uma combinação entre o liberalismo no campo econômico com o conservadorismo no campo dos costumes. Duas expressões nos auxiliam a compreender esse movimento: paleoconservadorismo e agitadores profissionais.

A Internet e os *smartphones* ainda não existiam quando o texano, professor da Universidade de Duke, Rick Roderick, gravava em uma série vídeos de um curso chamado "Nietzsche e a condição pós-moderna", em 1991. O curso de oito aulas trazia a marca indelével do renomado professor, sua maneira envolvente de ensinar que alçou seus vídeos ao patamar dos mais vendidos na história da academia. Roderick antecipava, como em muitos outros aspectos de sua acurada leitura dos aspectos filosóficos da existência,

---

<sup>120</sup> Ver a reportagem de Yasodara Córdova, “Como o YouTube se tornou um celeiro da nova direita radical”. Disponível em: <https://theintercept.com/2019/01/09/youtube-direita/>. Acesso em 10/01/2019.



uma potente forma de transmissão de conhecimentos através dos recursos audiovisuais. Alguns anos atrás suas aulas foram disponibilizadas no YT e as mesmas foram transcritas e organizadas por entusiastas do seu pensamento em um site<sup>121</sup>.

Na primeira da série de oito aulas sobre Nietzsche e a condição pós-moderna, Roderick se lamenta que nos dez anos precedentes (década de 1980) a vida política fora marcada pelas tentativas de matar o desejo de interpretar. Amparado nas ideias do escritor prussiano do século XIX, Roderick reafirma a noção de que seria impossível encontrar o que muitas pessoas pensam que encontrariam quando interpretam um fenômeno: a interpretação correta. Um dos principais alvos de Nietzsche era a noção de que existiria tal interpretação e sua perspectiva teórica se fundamenta nessa desconfiança, o que lhe rendeu o título de “o mestre da desconfiança” (RICŒUR, 2008, p. 33).

A ruptura nietzschiana que busca a relativização das interpretações sobre o mundo gerou um debate profundo nas universidades, que animaram as reflexões do professor texano. O debate girava em torno de uma suposta perda dos padrões e da objetividade do conhecimento produzido no interior das universidades, que colocavam Nietzsche como uma figura perigosa para conservadores como Allan Bloom (1989) e William Buckley (2012). Aqui encontramos, nos comentários de Roderick a esses acontecimentos, sua genialidade em inverter o conceito. O professor se recusa a utilizar o termo *neo* para nomear estes novos atores do conservadorismo. Para ele, a maioria destes pesquisadores ficava cada vez mais velha e, à medida que envelheciam, eles passavam a ser chamados, contraditoriamente, de neoconservadores. Para Roderick, a melhor concepção vem do termo grego *palaios*. Eles não são novos, já que professam ideias antigas e, por vezes, antiquadas e retrógradas. Eles são, para Roderick, paleoconservadores.

Na perspectiva dos paleoconservadores a ascensão e circulação das ideias de pensadores como Nietzsche eram tomadas com extrema preocupação. O efeito gerado por seus escritos, que traziam a noção de que as interpretações são múltiplas, contestáveis e que poderiam, ao fim e ao cabo, ser julgadas por diferentes leitores, levam Roderick a constatar que esse medo generalizado estava incrustado na maneira com a qual a força interpretativa das ideias advinha das relações de poder. Para que uma interpretação fosse julgada mais interessante, seu mérito não era somente racional, ou dependente apenas da

---

<sup>121</sup> Ver <http://rickroderick.org/>. Acesso em 18/06/2018.

argumentação. Elas eram realçadas por seu amplo apoio de atores poderosos no campo científico.

A noção de paleoconservadorismo é fundamental para que reflitamos sobre a ascensão da nova direita no YT. Como veremos, os paleoconservadores são muitas vezes jovens e se utilizam de técnicas controversas para ganhar visibilidade na plataforma. Uma dessas técnicas é a transmissão de embates com oponentes políticos em momentos tensos, gerando interesse em um público cada vez mais sedento pelos desdobramentos de confrontos no contexto da política polarizada. A profissionalização desta atitude pode ser compreendida à luz da expressão “agitadores profissionais”.

Os agitadores profissionais<sup>122</sup> são pessoas encarregadas de pregar ao povo a revolução. Essa expressão é derivada do termo AgitProp, um acrônimo derivado das palavras agitação e propaganda. Para além retrair suas origens (que remontam à propaganda comunista na União Soviética), cumpre destacar que tais formas de agitação popular são uma constante a partir da disseminação dos meios de comunicação. Para Gabriel Tarde, o verdadeiro advento do jornalismo data da Revolução Francesa, trazendo um aspecto transformador que traria à tona discursos de incitação dos públicos por textos de jornais que eram o fermento das sublevações:

O que caracteriza 1789, o que o passado jamais havia visto, é esse pulular de jornais, avidamente devorados, que eclodem na época. Se muitos deles abortaram, alguns oferecem o espetáculo de uma difusão inusitada. Cada um destes grandes e odiosos publicistas - Marat, Desmoulins, Duchesne - tinha seu público, e podemos considerar as multidões incendiárias, saqueadoras, assassinas, canibais, que assolaram então a França de norte a sul, de leste a oeste, como excrescências, erupções malignas desses públicos, nas quais seus malévolos escanções - levados em triunfo ao Panteão após sua morte - instilavam diariamente o álcool venenoso das palavras vazias e violentas (TARDE, 2005, p. 12).

A paisagem política no YT também nos oferece um “espetáculo de difusão inusitada”, a partir da instilação diária do mesmo veneno captado pelo texto tardeano. O casamento entre os paleoconservadores com os agitadores profissionais proporcionou a profissionalização de práticas específicas (como a confrontação pública e o “escracho”),

---

<sup>122</sup> Em documentário sobre Pierre Bourdieu, “A sociologia é um esporte de combate”, o autor francês fala sobre o termo através de um exemplo de um conflito no qual estava envolvido: “Alguém disse maldosamente contra mim, acerca do papel que tive num conflito recente na France Culture [...] que eu tinha lançado um certo tipo de agitprop nessa rádio. Para quem não sabe, agitprop quer dizer “agitador profissional”. Pessoas que eram encarregadas de ir no povo para pregar a revolução. Então, se fiz um pouco de agitprop, o que, modéstia a parte, era minha intenção, se isso teve um pouco de êxito, ficarei contente.” Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=41W3RapeK5Q>.

legitimadas por ideologias presentes na sociedade em relação à vida política. Os agitadores profissionais constroem suas carreiras tomando uma fração da atenção dada na mídia aqueles que eles provocam, enquanto que os paleoconservadores veiculam ideias arcaicas sob o véu de uma suposta novidade.

#### 8.4.1 O CRESCIMENTO DA NOVA DIREITA

Se você pegar o YT até 2012, não existia direita no YT até 2012. Eram só canais de esquerda, ideias de esquerda e fazendo esquerdices... Depois de 2014, quando a Dilma ganhou a eleição, de novo, aí a polarização arrebentou mesmo e o YT começou a trazer mais pessoas [de direita] (Trecho transcrito de vídeo publicado em 10/02/2019).

Os atores políticos da nova direita brasileira foram perspicazes em saber utilizar vídeos do YouTube para agitar debates em seu favor nos últimos anos. Valério integra este grupo e agora surfa nas oportunidades que emergiram a partir da visibilidade conquistada. Vem criando conteúdo há quase quatro anos e adota uma fórmula de sucesso para agradar seu público.

Esta formula consiste em criar vídeos tanto no modelo “confessionário”, falando diretamente à câmera, como na performance corpo a corpo em encontros politicamente carregados, como manifestações, atos e debates públicos. Valério se aproxima portando uma câmera e diz querer entender se as pessoas nestes locais compreendem do que se trata o evento, seja um protesto por direitos trabalhistas ou em um ato em apoio ao deputado Jean Willys.

Outra tática de sucesso é questionar seus oponentes políticos, os “esquerdistas”. Por crença ingênua ou cinismo visceral, filma com ares de denúncia “a brutalidade e falta de espírito democrático e de diálogo encontrada em tais eventos”. Oscila entre questionamentos como “por que não me deixam entrar?” e súplicas de resposta para perguntas que anseiam encontrar uma reação violenta. A perda de controle das pessoas lhe beneficia e levar um tapa é uma vitória, material excelente para insuflar seus mais de dois milhões de inscritos.

Valério é formado em engenharia civil e trabalha na empresa do pai desde os 16 anos de idade. A experiência lhe permitiu ver na prática e se inteirar de questões trabalhistas, emergentes do relacionamento do pai com os empregados. Ficava indignado

com as burocracias e coisas “sem sentido”, como a existência do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS). Para ele, o Estado não tem o direito de tirar essa quantia do trabalhador e o maior absurdo é fazer isso deixando o dinheiro rendendo 3% ao ano. Valério ataca os valores, cita índices, se irrita com a ineficácia do regimento burocrático de sua vida e de outros brasileiros com quem diz se preocupar. Ele acha que essas coisas têm solução, é só fazer os ajustes necessários, tirar a esquerda do caminho e fazer logo as reformas para transformar o Brasil no país que, supostamente, todos queríamos.

Como Frederich Hayek (2010), acredita que humanos são muito limitados e falhos para planejar uma economia moderna complexa. A luta de Valério é, também, contra as experiências de sistemas baseados no planejamento econômico centralizado. A diferença entre Valério e Hayek é que este entendia que os mercados não emergiam naturalmente. Se para Valério os mercados são a solução para todos os problemas, para Hayek eles são construídos e tem tendências monopolistas, entre outras práticas de negócios, que precisam da mediação estatal para não se perpetuarem e abortarem a própria possibilidade da vida em sociedade.

Em 2015, aos 28 anos, começa a dar vazão às suas ideias nos vídeos para o YT, inspirado pela necessidade compartilhar tudo aquilo que andava “engasgado em sua garganta”. Atravessado por um espírito empreendedor, vê nas manifestações políticas do país uma oportunidade de negócios, podendo unir seus desabafos e visões de mundo periódicos a uma nova forma de encarar a realidade:

Em 2015 eu tive uma ideia, acho que poucas pessoas tiveram essa ideia no Brasil, de pegar uma câmera e falar pra câmera tudo que você tá indignado e abrir um canal no YT. Aí fui lá e fiz e ninguém me ouvia. Quem é que ia ouvir um anônimo falando sobre como o FGTS é ruim, como os direitos trabalhistas atrapalham o trabalhador... Aí eu resolvi mudar a narrativa, pensei que eu precisava fazer alguma coisa pras pessoas me ouvirem. Daí resolvi ir pra rua (Trecho transcrito de vídeo publicado em 01/02/2018).

Enquanto que na maioria dos seus 613 vídeos utiliza as possibilidades das interações parasociais ao máximo, trazendo uma fala pausada e didática para refletir questões muitas vezes polêmicas, por outro lado, em uma minoria de vídeos, esta metodologia é deixada de lado. Menores em quantidade, mas muito mais visíveis, as produções que catapultaram Valério a uma posição de destaque na paisagem política contemporânea nacional foram, em primeiro lugar, aquelas que se dedicaram a cobrir as manifestações de 2016 pelo impedimento da presidência de Dilma Roussef e, posteriormente, no confronto com “esquerdistas” em seus territórios. Em setembro de

2016, depois da grande exposição de sua imagem e da circulação de suas ideias pela Internet, Valério faz um apelo para que seus espectadores se engajem no conteúdo produzido desde o ano anterior, quando iniciara seu canal:

Você provavelmente me conheceu pelos vídeos nas manifestações, certo? Então agora que você tá chegando no canal você tá vendo que eu tenho mais vídeos conversando com a câmera, falando sozinho aqui, passando algumas informações e algumas opiniões que eu tenho sobre questões políticas e não políticas também (Trecho transcrito de vídeo publicado em 04/09/2016).

Valério se diz um liberal clássico. Para ele o Estado não deve “se meter” na vida das pessoas e a ação estatal deve ser restrita apenas à saúde, segurança e educação. Em seu canal ele propõe “questionar tudo” e admite que seu vídeo mais importante foi filmado nas ruas, quando “testa a militância petista” (publicado em 21/03/2016). Assumidamente toma um lado nessa disputa polarizada, sugerindo que os grandes males do Brasil foram causados pelos governos de esquerda:

Não só a esquerda, não só o brasileiro, mas o ser humano tem uma tendência de bater no peito e levantar bandeiras que elas não sabem realmente o que significam. Como eu tenho lado, não sou um cara imparcial. Eu tenho lado, meu lado é da direita. Eu vou mostrar que as pessoas de esquerda estão militando por uma coisa que elas não sabem que está atrapalhando o Brasil. [...] O que ferra nosso país são as medidas de esquerda em 99% dos casos (Trecho transcrito de vídeo publicado em 01/02/2018).

Atualmente o canal de Valério possui mais de 2 milhões de inscritos e no mês de janeiro de 2019 seus vídeos obtiveram mais de 14 milhões de visualizações. Isso fez com que obtivesse rendimentos de, no mínimo, R\$13.500,00<sup>123</sup> com a monetização através do AdSense. Entretanto, Valério diz não viver do canal, já que os custos com a gravação de vídeos, envolvendo viagens para realizar a cobertura de manifestações em outras cidades, somam-se aos custos com advogados de defesa nas dezenas de processos judiciais nos quais é réu (por incitar o ódio, caluniar e difamar oponentes).

Os vídeos veiculados no YT fizeram com que a figura de Valério ficasse conhecida e isso o motivou a fazer as transformações políticas que tanto deseja para o país. Nas últimas eleições regionais decidiu se candidatar e, com isso, dá uma amostra da conversão de capitais possibilitada pelo YT. Foi um dos candidatos a deputado estadual que mais

---

<sup>123</sup> Conforme o Social Blade, o canal teve rendimentos entre U\$3.500,00 e U\$56.300,00. Cumpre destacar que vídeos políticos podem ser maiores alvos de *strikes* e desmonetizações. Pesquisas futuras são necessárias para compreender a relação entre monetização e conteúdo veiculado. Para ver mais sobre a questão dos rendimentos calculados a partir do Social Blade ver “A emergência de um novo espaço de trabalho” no capítulo 4.

recebeu votos no país e pretende estender na vida política o compromisso de “questionar tudo”, assim como vem fazendo em seu canal. Valério é um YouTuber que tornou-se político, ou um político que nasceu através do YT, como queiram.

Sua perspectiva não é apenas trazer uma transformação “de dentro” da política, ação que acredita ser uma das únicas formas de mudar o curso da história. Valério parece acreditar genuinamente na capacidade dos mercados em resolverem os problemas da sociedade e percebe a necessidade dos atores da nova direita se unirem na construção de uma coalizão capaz de demolir a perspectiva da esquerda. Isso envolve uma disputa de narrativas que estaria relacionada a como nos perceberíamos enquanto país:

A gente aprende na escola coisas que são antipatriotas. A gente aprende, por exemplo, que o índio tava aqui, tava tudo ótimo e chegou um monte de malvadão lá da Europa e começou a explorar as pessoas. Não é bem assim. As pessoas que colonizaram o Brasil foram precursores da nossa revolução científica. A península Ibérica foi o berço da revolução científica dos últimos 500 anos. A gente é fruto direto disso. Os caras fizeram as grandes navegações e chegaram aqui. A gente precisa ressuscitar esse orgulho. Peraí meu, a gente tem uma história bacana, nossa história é feita de heróis (Trecho transcrito de vídeo publicado em 01/02/2018).

Com um otimismo só mesmo comparável ao de Steven Pinker, Valério acredita que uma nova historiografia é possível, e que os supostos colonizadores foram semeadores do espírito elevado aos pobres indígenas, que ansiavam a chegada de alguém por lhes salvar da vida perdida e sem sentido. Temos hoje a Internet, cidades complexas, *shopping centers*, alta definição em HD, o que mais alguém poderia querer?

Durante os últimos anos, nos quais seus vídeos ganharam grande repercussão na plataforma, Valério foi cada vez mais se aproximando do Grupo pelos Mercados Democráticos (GPMERD), uma série de atores unidos contra a corrupção dos governos esquerdistas e em prol do livre mercado. Foi através do GPMERD que Valério conheceu Junior, um ativista de 23 anos que se tornou um dos grandes nomes da nova direita brasileira.

Junior tomou o caminho inverso de Valério. Através da notoriedade angariada durante os movimentos de protesto ocorridos nos últimos anos, Junior se elegeu nas últimas eleições como um dos deputados federais mais votados do país. Depois de ter ganho as eleições, cria um canal de YT, para mostrar os bastidores da câmara dos deputados e seu cotidiano como parlamentar. Através dos vídeos, pretende fazer da política um *reality show*, pautado na ideia da transparência e respeito aos seus eleitores e demais espectadores:

Teve uma reclamação do último vídeo, "ah, já tá se vendendo aí pelo lobby da Coca-Cola". Gente, pelo amor de deus, eles me deram um livro de fotos. Vocês realmente acham que eu vou vender uma medida provisória porque a Coca-Cola me deu um negocinho de foto? Eu acho que o lobby tem que ser transparente, tem que ser legal, tem que existir, tem que ser regulamentado, é legítimo que venha aqui qualquer um. Eu já fui em sindicato A e em sindicato B, ouvi empresa A ouvi empresa B. O que eu acho que é bom eu acato, o que eu acho ruim eu falo "sinto muito, acho ruim por causa disso e disso...".[...] Podem pegar meu histórico, todas minhas votações são de acordo com o que falo aqui no vídeo, todo dia eu presto conta pra vocês de tudo que eu voto. Se um dia eu votar em algo antiliberal, é lógico que vai ter alguma coisa esquisita aí (Trecho transcrito de vídeo publicado em 20/02/2019).

Junior pretende inaugurar uma nova forma de fazer política, completamente transparente e com prestações de contas diárias de seu mandato. O YT se torna uma plataforma que permitiria, a quem estiver interessado, um maior controle das decisões políticas do deputado, assim como serviria para dar um senso de proximidade do candidato eleito com seus eleitores. Junior inaugura, assim, a parasocialidade parlamentar.

O primeiro vídeo postado pelo canal do atual deputado federal foi no "vitorioso" 28/10/2018, data do segundo turno das eleições brasileiras. Entre os meses de janeiro e fevereiro, quando começa a fazer suas transmissões, alcança uma marca de quase dez milhões de visualizações, demonstrando o potencial de sua nova forma de comunicação através da plataforma. Em seus vídeos, relata sua rotina como deputado, fala sobre votações específicas, abre correspondências e mostra curiosidades da câmara dos deputados (em vídeo "inovador" mostra o banheiro de seu gabinete e em outro filma as goteiras de sua sala em um dia de chuva). Para ele, a câmara dos deputados precisa se conectar com o povo e a falta de conexão até agora gerou uma crise de representatividade:

O congresso ele ficou muito preso nas discussões internas e esqueceu de levar pra população. A articulação tradicional sempre foi muito dentro de gabinete e com pouca participação da opinião pública. Hoje, com a Internet, todo mundo participa do debate político. É bem menos elitista, bem menos elitizado do que era antigamente. Todo mundo participando, todo mundo tem que ter acesso à informação. A partir do momento que os representantes não se esforçam pra transmitir essa informação, você tem essa desconexão, você tem essa crítica à representatividade. Então eu acho que cada vez mais, a Câmara vai ter de prestar contas pra sociedade e explicar o que está sendo votado, da maneira mais simples possível, pra que as pessoas tenham opinião e se posicionem favoravelmente quando entendam que aquilo é bom pro país (Trecho transcrito de vídeo publicado em 26/11/2018).

Ainda que parta da voz de um sujeito assumidamente de direita, esta fala, contraditoriamente, poderia seduzir pessoas dos mais variados espectros políticos. Ela sugere a ideia, já combatida nesta tese, de que o simples aumento do fluxo comunicacional

traz melhorias às relações sociais e à sociedade. Como sugere Byung-Chul Han, a política é uma ação estratégica e, por isso, é próprio dela uma esfera secreta. "A transparência total a paralisa" (HAN, 2016, p. 20). A suposta transmissão do cotidiano da vida política como um *reality show*, implica no aplainamento de realidades complexas, como se a tomada de decisões políticas não implicasse uma dialética entre outras esferas. Como se as próprias decisões do deputado não fossem tomadas longe do *streaming*. Como se os jogos da política não o afetassem e partes substantivas do processo decisório não fossem encobertas, já que seria impossível – ou intragável -, assistir todos os momentos da vida de qualquer pessoa.

Não sabemos ao certo se esta é uma atitude deliberada do atual deputado em paralisar a política. Se formos céticos em relação à sua performance, diríamos que seus movimentos de transmissão do cotidiano se orientam à desmoralização da política como conduzida por operadores no interior do Estado, em prol da divinização do Mercado como reino das virtudes. Por outro lado, ele pode realmente acreditar que isso seja uma forma de diminuir as distâncias com seus eleitores e como uma estratégia de dirimir os problemas apontados em relação à representatividade.

Se o YouTuber Valério continuará a criação de vídeos depois de ter sido eleito deputado, ou se o deputado Junior continuará a ser YouTuber, isso não sabemos ao certo. O que podemos afirmar é que seus canais são exemplos das intersecções existentes entre a circulação de ideias políticas, novas tecnologias digitais e as relações de trabalho. O YT emerge como uma plataforma não apenas de circulação de informações, mas como um espaço de formação de sujeitos políticos.

#### 8.4.2 A ESCUTA DO POVO

Davi, mineiro de 27 anos, criou seu canal no meio do ano de 2018 depois de ter voltado de uma temporada de estudos em Israel. Formado em cinema por uma faculdade particular de Minas Gerais, passou alguns meses em Tel Aviv fazendo cursos de especialização na área de empreendedorismo. Quando voltou para o Brasil, sentiu que era a hora de colocar na prática uma ideia que já tinha há bastante tempo, de criar um canal para o YT. Diferentemente dos canais mais comuns na plataforma, Davi não queria dar sua opinião sobre assuntos políticos e defender suas ideias frente às câmeras. Seu desejo era



criar um canal para ouvir as pessoas sobre assuntos variados, um modelo que já havia visto em canais do exterior, como na produção de YouTubers japoneses e norte-americanos, mas que ainda não existia no Brasil.

O modelo adotado em seu canal desafia os elementos da interação parasocial *online*. Ao invés de uma persona construída por uma performance, abre-se um espaço para a interação entre os pares, sendo este um objetivo declarado de Davi. Espera, com seu canal, “colocar as pessoas em contato”, fazer com que elas possam ter acesso às ideias diferentes das suas. Relata a grande satisfação ao ver os usuários interagindo nos comentários dos vídeos, lhe dando certeza de que fez um bom trabalho. A emulação da interação face a face ganha novos contornos a partir da introdução de uma variada gama de atores apresentados como “pessoas comuns”. O nível de proximidade conquistado, no caso típico da persona construída por interlocutores como Valério ou Junior, se dá pela inversão do contato constante com apenas um personagem. Os vídeos de Davi trazem “o povo” como uma entidade, ao mesmo tempo “diluindo” os personagens e amplificando as possibilidades de projeção de seus espectadores na figura de seus entrevistados.

Sua trajetória de trabalho não tem sido linear até então. Já teve diversas funções, de garçom à repórter contratado para eventos. Davi conta que trabalhou com carteira assinada por brevíssimos momentos, como em um trabalho que auxiliou na cobertura de um evento de *Rock n’ Roll* na cidade do Rio de Janeiro e quando esteve envolvido na cobertura dos Jogos Olímpicos de 2016. O trabalho para o YT surge entre os diversos *freelas* que vêm fazendo e a monetização de seus vídeos iniciou exatamente no dia em que realizamos a entrevista (dezembro de 2018).

Ainda que Davi não dependa do YT para seu sustento, já que é a partir da monetização que ele pode começar a almejar algum retorno financeiro com sua produção, sua história é significativa por dois aspectos. O primeiro, é pela inserção no debate político brasileiro dos vídeos de seu canal. Em um momento de intensa polarização dos espectros políticos, sua ideia é “trazer um local onde as pessoas possam debater”. Na sua visão, “o canal serve para isso, tirar as pessoas das suas zonas de conforto, das bolhas dos seus respectivos espectros políticos e ideológicos”. Sua concepção de canal está alinhada aos objetivos do YT, ao passo que a plataforma assume para si a missão de trazer uma pluralidade de vozes aos debates em curso na sociedade. Davi concorda com esta ideia da necessidade de ampliação do fluxo comunicacional, especialmente na esfera política, tendo em vista o cenário de concentração das narrativas através das mídias tradicionais

e de comentaristas profissionais de política. A idealização do seu canal, como um espaço plural e de livre circulação de ideias, é fruto dos conhecimentos adquiridos no curso de empreendedorismo, aliada a necessidade de inovar no campo da comunicação.

O segundo aspecto que torna seu exemplo relevante é a dimensão multifacetada de sua trajetória laboral, uma característica marcante dos trabalhadores que se dedicam a produzir vídeos para o YT. O trabalho para a plataforma surge como uma aposta como diversas outras que foram sendo realizadas ao longo de sua trajetória e o futuro é extremamente incerto. Nos relata que vive um dia após o outro, pois é muito difícil traçar algum plano de futuro nesse cenário de incertezas. Não sabe ao certo se o canal prosperará, mas se sente bastante contente por ter obtido um crescimento expressivo no último ano. Diferentemente de outros criadores de conteúdo, relata que não faz algo para agradar as pessoas. Recentemente, exemplifica, fez um vídeo perguntando para as pessoas sua opinião sobre o verão e o inverno. Ainda que o vídeo não tenha sido um sucesso em seu canal, obtendo menos da metade da média de visualizações em vídeos sobre temas polêmicos e centrados no debate político, relata que no dia da gravação não “estava afim” de falar sobre política e queria tratar de amenidades. Seu canal traz, então, tanto um espaço de criação de conteúdo para um público específico como veicula algumas temáticas alinhadas ao desejo de Davi em produzir conteúdos inusitados e despretensiosos.

Outro elemento significativo em sua trajetória é o auxílio da família para que ele possa realizar um trabalho do qual vem se orgulhando. Ao voltar para o Brasil, Davi e sua mãe se mudam para São Paulo para viver em um amplo apartamento em uma zona de classe média alta da capital paulista. O dinheiro que recebe com seus *freelas*, e o eventual retorno financeiro conquistado com o YT, fica guardado em uma poupança que utiliza quando sente a necessidade de comprar melhores equipamentos ou fazer cursos de aperfeiçoamento. O suporte familiar é fundamental para que consiga dedicar tempo ao à criação de vídeos sem um retorno financeiro imediato. Para cada vídeo, relata, são necessárias mais de três horas entrevistando pessoas nas ruas. Depois, de quatro a seis horas de edição. Soma-se a isso algumas horas por semana respondendo comentários, *e-mails* e interagindo com seu público. Atualmente, publicada um vídeo por semana, mas acredita que esse número pode aumentar gradualmente.

Em 2018 o canal foi impulsionado pelo clima de discussão política que envolveu as eleições. Conta que, a partir de setembro, as visualizações e os números de inscritos

dispararam, movimento que se tornou possível por uma série de entrevistas que realizou com a população sobre os candidatos à presidência. Nesse momento um cinegrafista, seu amigo de longa data, começa a se envolver mais ativamente com o canal. Desde o momento em que criou o canal, conta com essa parceria, ainda que o amigo tenha um trabalho fixo em uma emissora internacional que atua no Brasil e possua uma agenda bastante limitada. Caso o canal comece a render mais frutos, o acordo já está estabelecido: 60% para Davi e 40% para seu amigo.

O processo de monetização de seu canal ainda está em fase inicial e Davi precisa lidar com a imprevisibilidade quanto ao crescimento de sua audiência. No mês de janeiro de 2019 seus vídeos alcançaram pouco mais de 90mil visualizações, uma fração das quase 2 milhões durante o mês anterior às eleições de 2018. Sobre isso, avalia a necessidade constante de remodelação frente às adversidades e relata estar desenhando algumas estratégias para o futuro. Por não depender economicamente do trabalho na plataforma, Davi pode usá-la como uma porta de acesso para outras oportunidades, enquanto os vídeos para o YT, segundo ele, “no mínimo ampliam o portfólio”.

Seu caso é exemplar sobre a necessidade de um longo tempo necessário para a viabilização econômica dos canais. Diferentemente de outros trabalhos no regime flexível, a criação de vídeos para o YT demanda um tempo inicial sem qualquer retorno financeiro, um verdadeiro sistema de apostas pelo qual o trabalhador investe suas energias, tempo e recursos sem quaisquer garantias. As apostas só podem ser feitas por pessoas necessariamente posicionadas em estratos populacionais nos quais há uma rede de suporte a atividades sem qualquer recompensa financeira por longos períodos de tempo. A possibilidade de reprodução dos trabalhadores neste novo espaço de trabalho está invariavelmente ligada a aderência de públicos engajados em seus conteúdos, uma variável incontrolável, resultando na completa imprevisibilidade quanto aos possíveis ganhos com o trabalho. Para Davi, algo “normal”, uma vez que “não existe almoço grátis”.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A criação de conteúdo para o YT Brasil emerge na esteira das reconfigurações no mundo do trabalho e se apoia nas profundas transformações tecnológicas pelas quais a sociedade brasileira vem passando nas últimas décadas. Por um lado, um número cada vez maior de pessoas tem acesso à Internet, possibilitando o surgimento de novas atividades laborais que compõem o cenário de uma nova onda do capitalismo, atrelada ao desenvolvimento das TICs. Por outro, o surgimento destas novas atividades só se torna possível a partir do momento em que os trabalhadores passam a buscar alternativas de inserção no mercado de trabalho, frente às inseguranças constantes existentes no escopo de regimes flexíveis, nos quais a noção de segurança ontológica proveniente do trabalho se fragmenta e dilui o horizonte de alternativas.

As características subjetivas e as formas de condução das práticas laborais, no contexto do capitalismo das plataformas digitais, revelam elementos que passam a compor a gramática do mundo do trabalho para além do universo empírico analisado. Em uma sociedade que se apresenta, cada vez mais, como uma sociedade movida pela livre iniciativa, pelo individualismo e pela promessa meritocrática, a criação de conteúdo para o YT traz um exemplo significativo sobre como estas dimensões se entrelaçam e dão a tônica dos novos vetores orientadores no mundo do trabalho.

No exemplo trazido nesta tese, os trabalhadores só existem enquanto tais na medida em que se expõem. A abertura da intimidade se torna um elemento vinculante da produção de valor e, ainda que não possamos afirmar se tais características se disseminarão para outras práticas laborais, é fundamental que documentemos este processo. Em termos gerais, propomos nesta tese a documentação de um processo multifacetado, o qual abordamos sob diferentes ângulos de observação.

O acesso à Internet ganha uma importância central no Brasil contemporâneo e os dados provenientes deste processo, analisados na investigação, nos auxiliam na composição de um ponto de vista sobre os sentidos deste fenômeno social. Bastaria comparar as estatísticas de acesso apresentadas àquelas que dizem respeito ao acesso da população ao saneamento básico<sup>124</sup>. Atualmente, no nosso país, mais pessoas tem acesso

---

<sup>124</sup> Em comparação com os dados apresentados no Capítulo 3, ver "Pesquisa Nacional de Saneamento Básico - PNSB", disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/multidominio/meio-ambiente/9073-pesquisa-nacional-de-saneamento-basico.html?=&t=o-que-e>. Acesso em 02/04/2019.

à Internet que à coleta de esgoto. Isso é profundamente significativo e nos orienta a perceber tanto a importância atribuída ao acesso à informação pelas pessoas, como a movimentação dos mercados e das corporações em direção a um negócio extremamente lucrativo.

Percebemos essa expansão tecnológica à luz do conceito de “irreversibilidade”. Contudo, cumpre destacar uma diferença importante entre processos “irreversíveis” de processos “naturais”. A onda do capitalismo digital é construída socialmente e beneficia, amplamente, as corporações envolvidas. A necessidade de acessar informações através da Internet percebida enquanto “natural”, como um desejo profundo das pessoas, legitima uma narrativa prescritiva sobre os comportamentos “normais” na nossa sociedade. Se o desejo de se comunicar e transmitir conteúdos audiovisuais, que contam histórias através do fluxo dos bits, são desejos humanos, isso não exclui o fato de que esse processo ocorre à luz de questões relativas à propriedade privada, distribuição de recursos, lutas sociais, disputas por poder, controle de recursos, exploração e dominação.

A “democratização” dos meios de comunicação, neste contexto, é limitada pelas relações de força encontradas em outros âmbitos da vida social. Entretanto, isso não implica que práticas insurgentes eclodam neste contexto, dada a adaptabilidade dos seres humanos em contextos de adversidade.

Diferentemente da ideia de que “qualquer pessoa pode se tornar um YouTuber”, os dados apresentados nos levam a considerar significativas diferenças entre um público que acessa a Internet de um público que faz uso dela em prol da obtenção de ganhos financeiros. Os dados indicam que os criadores de conteúdo para o YT possuem experiências digitais motivadas e interessadas. Há familiaridade, tranquilidade e fortes atrativos para o uso das TICs em benefício próprio. Também estão presentes, e são condicionantes, os elementos materiais, como disponibilidade de computadores e conexões à Internet de qualidade, além da familiaridade no uso de outros equipamentos como câmeras digitais, microfones e *softwares* de edição de vídeo.

Existem, assim, pré-condições para o uso engajado e financeiramente orientado das TICs, que dizem respeito a experiências mentais, condições materiais, habilidades específicas e usos pragmáticos. O uso das tecnologias, portanto, com a intenção do aumento das capacidades pessoais e aquisição de outras novas, induz um relacionamento simbiótico entre humanos e artefatos tecnológicos, o que nos levou a considerar uma série de conceitos biológicos como pertinentes à compreensão desse processo de mediação.

Uma rede de agenciamentos é posta em movimento naqueles que denominamos ecossistemas virtuais. Para além das questões acima expostas, nos ecossistemas virtuais do YT verificamos o encontro das pessoas com as tecnologias digitais, que nos levam a considerar condições objetivas destes encontros, através das regulações e normativas de uma plataforma que controla o conteúdo através de sofisticados sistemas de inteligência artificial e instrumentos normativo-jurídicos.

Os algoritmos entram em cena e alteram os mecanismos de controle sobre o trabalho. O poder da figura do empregador é transferido da atuação nos corpos, pelo controle disciplinar, para um regime de autocontrole da mente, pelo qual os próprios sujeitos passam a ser seus maiores vigilantes sob a sombra das demandas algorítmicas. No contexto do capitalismo das plataformas digitais, a administração dos corpos, entendida pelo conceito de biopolítica, é reorientada à dimensão mental, e o autocontrole psicológico dos próprios trabalhadores perante sua performance laboral se consolida como imperativo central.

Somam-se aos agenciamentos algorítmicos transformações nas relações espaço-tempo, implicando novos saberes internalizados e culturalmente mediados pelos novos espaços de produção de valor. Os conteúdos enviados ao YT se tornam híbridos temporais, desafiando as lógicas de simultaneidade e permanência.

A permanência do conteúdo (sendo o YT, antes de tudo, uma gigantesca biblioteca de conteúdo audiovisual) é uma das formas que sustenta a plataforma como um espaço de estabelecimento de relações de trabalho, porque os criadores confiam nela e também na duração de suas criações para que novos usuários possam acessá-las. A consolidação de uma biblioteca digital viabiliza a geração de valor ao remunerar tantos acionistas como "parceiros". As questões relativas ao espaço dizem respeito aos locais de desenvolvimento e manutenção da plataforma, seja territórios de produção ou acesso. Estes locais estão intimamente relacionados a uma rede de infraestrutura necessária, como rede elétrica adequada, estrutura de banda larga, além da posse de artefatos tecnológicos como computadores e *smartphones*.

A criação de conteúdo para o YT desafia fronteiras entre profissionalismo e amadorismo. Nos primórdios da expansão das TICs e a partir do momento em que as novas tecnologias passam a ser utilizadas com possibilidades de retornos financeiros, se constroem narrativas provenientes das mídias tradicionais que tratam de deslegitimar as produções audiovisuais tidas como "amadoras". Atualmente não podemos mais perceber

as produções nestes termos. Seria até mesmo o caso de questionarmos se as produções audiovisuais das mídias tradicionais, supostamente profissionais, teriam grande repercussão, caso fossem veiculadas exclusivamente no YT. Como desafia Matthias Wandel, um YouTuber canadense, boa parte do conteúdo produzido pela TV não possui qualidade suficiente para se manter na plataforma.

No momento da redação destas considerações finais, um dos maiores YouTubers brasileiros enviou um vídeo à plataforma e, em apenas uma hora, o vídeo intitulado “6 vezes que PESSOAS RICAS foram LONGE DEMAIS!” já obteve mais de 431 mil visualizações. O grande impacto e possibilidade de disseminação através da Internet se dá a partir de parâmetros jamais vistos e, em muitos casos, os trabalhadores não tem a real dimensão da repercussão gerada por seu trabalho.

As TICs proporcionam que um vasto número de pessoas, distantes geograficamente, formem grupos de opinião com interesses em comum. Esse movimento só foi possível através da dimensão valorativa atribuída à vida cotidiana que, atualmente, não apenas vale a pena ser vivida como transmitida por *streaming*. Um grande público está cada vez mais interessado naquilo que os influenciadores digitais têm a dizer e isso implica que sua força de mobilização não deve ser subestimada.

Para além de conteúdos sobre questões triviais e curiosidades do dia a dia, o YT emerge como uma plataforma de disseminação de saberes e essa circulação diz respeito aos interesses culturais em um determinado contexto histórico. Assim como os “banhos de Nutella” chamam grande atenção, conteúdos sofisticados e meticulosamente elaborados também ganham espaço e podem servir como fonte de articulação de práticas insurgentes orientadas à transformação da vida em sociedade.

A possibilidade de transformação é dificultada, entretanto, quando os trabalhadores têm à frente de si uma gigantesca corporação multinacional com interesses monopolistas. Conquanto ela apareça como um espaço de democratização da informação e proliferação de ideias e “vozes” múltiplas, sua orientação à concentração de recursos escassos a transforma em uma perigosa força de mobilização e articulação dos interesses de seus donos.

Existe na sociedade atual um certo conformismo liberal de que as coisas podem “dar certo” sob as premissas do capitalismo digital das plataformas, e que todos podem ganhar uma “fatia” do que é produzido nas economias de plataformas, revivendo a premissa arcaica de “fazer o bolo crescer, para depois dividi-lo”. Todavia, só poderemos

falar em termos de democratização e real divisão, a partir do momento em que os trabalhadores e usuários recebam os retornos financeiros devidos, atualmente distribuídos desigualmente entre executivos e diretores detentores de grandes parcelas de ações.

Enquanto os dados dos usuários são vendidos e estes valores não retornam às pessoas que os produziram, qualquer noção de “democracia digital” é, apenas, uma propaganda enganosa. Sob as premissas do capitalismo monopolista, estamos mais próximos de uma ditadura do *Big Data* do que propriamente da emancipação dos trabalhadores, que se daria, suspostamente sob a noção liberal, pela circulação de “vozes múltiplas”.

A premissa de que ideias possuem donos legitima uma rede de imobilização do horizonte de alternativas, ao realçar a importância de figuras individuais como Sergey Brin ou Steve Jobs, sujeitos mitificados e percebidos como “gênios” da era moderna. A política brasileira atual nos dá um dos melhores exemplos empíricos sobre onde iremos parar com a modalidade narrativa de enaltecimento dos “mitos”. Não há mitos, seres providos de forças metafísicas ou orientados por ordens superiores. O que há, de fato, são construções sociais que enaltecem a individualização das conquistas por um lado e, por outro, desqualificam os atores coletivos que as tornaram possíveis.

A motivação dos trabalhadores neste contexto é, geralmente, orientada à produção de conteúdos relevantes, combinada com a possibilidade de reconhecimento social proveniente da mobilização de milhares de espectadores. Qualquer um dos criadores de conteúdo, cujas histórias trouxemos até aqui, terá suas ideias difundidas para um público imensamente maior que, por exemplo, dos leitores desta própria tese. Devemos considerar que a importância desta atividade vai além das potencialidades de garantir retornos financeiros a milhares de pessoas e atinge o núcleo duro do propósito das tecnologias de comunicação e informação. Essa responsabilidade é sentida pelos trabalhadores, que se sentem cada vez mais pressionados frente à responsabilidade, gerando uma ansiedade difusa na subjetividade daqueles que precisam estar constantemente agradando centenas de milhares e até milhões de pessoas.

Na introdução desta investigação, sugerimos que um dos elementos mais perversos, envolvendo a criação de conteúdo para o YT, é o ocultamento da percepção de que estão sendo criados “postos de trabalho”, no contexto da economia das plataformas. Além de lidarem com uma remuneração volátil e incerta, os YouTubers ainda devem



pleitear sua própria condição enquanto trabalhadores. Os estereótipos formados a respeito da profissão não poderiam estar mais equivocados e percebemos que há uma intensa rede de saberes e práticas postos em movimentos para que a criação de vídeos se torne possível.

São incertos os futuros destas formas de trabalho, porque dependem diretamente das vontades e desejos de um punhado de pessoas com poder decisório e que se sentem confortáveis em fazer qualquer mudança na plataforma sem que os próprios trabalhadores sejam consultados. O que podemos afirmar, é que este é um dos contextos mais promissores para que compreendamos os novos relacionamentos emergentes no mundo do trabalho, com características vinculantes às estruturas do sistema produtivo, induzindo a normalização de comportamentos e performances individuais, bem como sinalizam as condições de possibilidade da geração de valor na era da informação.

Uma série de perguntas que emergiram durante a pesquisa ainda ficaram por ser adereçadas em pesquisas futuras. Pretendemos com a nossa pesquisa evidenciar a potencialidade da abertura de uma agenda de pesquisas dedicadas a compreender o que acontece quando humanos encontram as máquinas digitais e como estas, por sua vez, modificam as maneiras com as quais nos relacionamos uns com os outros e com o mundo de maneira mais geral.

Estudos sobre “como” a população utiliza a Internet e o YT precisam ser adensados. Investigações sobre os laços estabelecidos entre criadores de conteúdo e seus públicos, podem nos conduzir ao maior entendimento sobre relações mediadas por tecnologias digitais. A agência dos algoritmos e como eles alteram a percepção dos trabalhadores sobre suas atividades também merecem maior atenção. Ademais, a existência de assimetrias em relação à remuneração dos YouTubers, nos noventa e sete países nos quais há o “programa de parcerias”, apresentam oportunidades para a compreensão de como o sistema hierárquico entre países afeta a remuneração pelo mesmo tipo de trabalho em diferentes contextos.

Se pudéssemos escolher um sentido dado ao nosso estudo, para além da apresentação de um retrato acabado de uma realidade social particular, escolheríamos sua potencialidade em convidar pessoas. Atrair pesquisadores na tentativa de compreensão de um universo de pesquisa enigmático e sedutor, cujas potencialidades são exibidas por largas avenidas de oportunidades ao desenvolvimento da imaginação sociológica.

## REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor. *The authoritarian personality*. New York: Harper, 1950.
- ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, v. 31, n. 2, p. 211–236, 2017.
- AMORIM, Henrique. O trabalho em André Gorz: três reflexões, uma problemática. *Caderno CRH*, v. 30, n. 81, p. 435–452, dez. 2017.
- ANTUNES, Ricardo; BRAGA, Ruy; NOGUEIRA, Arnaldo (Org.). *Infoproletários: degradação real do trabalho virtual*. São Paulo, SP: Boitempo Editorial, 2009.
- APPIAH, Kwame Anthony. There is no such thing as western civilisation. *The Guardian*, 9 nov. 2016. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/world/2016/nov/09/western-civilisation-appiah-reith-lecture>>. Acesso em: 19 fev. 2019.
- ARAUJO, Theo; NEIJENS, Peter; VLIEGENTHART, Rens. Getting the word out on Twitter: the role of influentials, information brokers and strong ties in building word-of-mouth for brands. *International Journal of Advertising*, v. 36, n. 3, p. 496–513, 2017.
- ARTUSO, Alysso Ramos. Subjetivação e a educação através da internet. *Educar em Revista*, n. 26, p. 115–129, 2005.
- ATHIQUE, Adrian. *Digital media and society: an introduction*. Cambridge: Polity Press, 2013.
- ATKINSON, Rowland; FLINT, John. Accessing hidden and hard-to-reach populations: Snowball research strategies. *Social research update*, v. 33, n. 1, p. 1–4, 2001.
- BACHELARD, Gaston. *A formação do espírito científico*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.
- BARBOSA, Maria Lígia. Renascimento do profissionalismo: teoria, profecia e política. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 14, n. 39, p. 186–190, 1999.
- BAUER, Martin W; AARTS, Bas. A construção do corpus: um princípio para a coleta de dados qualitativos. In: BAUER, MARTIN W; GASKELL, GEORGE (Org.). *Pesquisa qualitativa com texto, imagen e som: um manual práctico*. Petropolis: Vozes, 2002. p. 39–63.
- BECKER, Howard. *Segredos e truques da pesquisa*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BENJAMIN, Walter. *O capitalismo como religião*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2015.
- BERARDI, Franco. *After the future*. London: AK press, 2011.
- BLOOM, Allan. *O Declínio da cultura ocidental da crise da universidade a crise da sociedade*. São Paulo: Best Seller, 1989.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Eve. The New Spirit of Capitalism. *International Journal of Politics, Culture, and Society*, v. 18, n. 3–4, p. 161–188, 2005.

BONELLI, Maria da Glória; DONATONI, Silvana. Os estudos sobre profissões nas ciências sociais brasileiras. *Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais*, v. 4, n. 1, p. 109–142, 1996.

BOURDIEU, Pierre. *A Distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre: Zouk, 2007.

BOURDIEU, Pierre. *Algeria 1960*. Cambridge: Cambridge University Press, 1979.

BOURDIEU, Pierre. *Meditações pascalianas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

BOURDIEU, Pierre. O campo político. *Revista Brasileira de Ciência Política*, n. 5, p. 193–216, 2011.

BOURDIEU, Pierre; CHAMBOREDON, J. C; PASSERON, Jean-Claude. *A Profissão de sociólogo: preliminares epistemológicas*. Petropolis: Vozes, 1999.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil. Proposta de Emenda à Constituição nº 6, altera o art. 6.º da Constituição Federal para introduzir, no rol dos direitos sociais, o direito ao acesso à Rede Mundial de Computadores (Internet)*. Brasília, DF: [s.n.], 2011. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/consti/1988/constituicao-1988-5-outubro-1988-322142-publicacaooriginal-1-pl.html>>. Acesso em: 26 abr. 2018.

BRASIL (Org.). *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Coordenação de Trabalho e Rendimento. Acesso à Internet e posse de telefone móvel celular para uso pessoal, 2005: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios*. Rio de Janeiro: IBGE, 2007.

BRASIL. *Lei Nº 12.965, de 23 de Abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil*. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/consti/1988/constituicao-1988-5-outubro-1988-322142-publicacaooriginal-1-pl.html>>. Acesso em: 26 abr. 2018.

BRAUDEL, Fernand. *A dinâmica do capitalismo*. Rio de Janeiro: Rocco, 1987.

BRAUDEL, Fernand. *The structures of everyday life: the limits of the possible*. New York: Harper & Row, 1985.

BUCHER, Taina. The algorithmic imaginary: exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. *Information, Communication & Society*, v. 20, n. 1, p. 30–44, 2017.

BUCKLEY, William F. *God And Man At Yale: the Superstitions Of “Academic Freedom”*. Washington, D.C.: Regnery Publishing, 2012. Disponível em: <<http://rbdigital.oneclickdigital.com>>. Acesso em: 20 fev. 2019.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. *YouTube: online video and participatory culture*. Cambridge ; Malden, MA: Polity, 2009. (Digital media and society series).

CARDOSO, Adalberto Moreira. *A construção da sociedade do trabalho no Brasil: uma investigação sobre a persistência secular das desigualdades*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

CASTEL, Robert. *As metamorfoses da questão social uma crônica do salário*. Petrópolis: Vozes, 1998.

CASTEL, Robert. *From manual workers to wage laborers: transformation of the social question*. New Brunswick, N.J: Transaction Publishers, 2003.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2008. v. 1.

COHEN, Nicole S. The valorization of surveillance: Towards a political economy of Facebook. *Democratic Communiqué*, v. 22, n. 1, p. 5–22, 2008.

COLLINS, Randall. *Quatro tradições sociológicas*. Petrópolis: Vozes, 2009.

CORRÊA, Diogo Silva. Do problema do social ao social como problema: elementos para uma leitura da sociologia pragmática francesa. *Revista Política & Trabalho*, v. 1, n. 40, p. 35–62, 2014.

COTANDA, Fernando *et al.* Processos de pesquisa nas Ciências Sociais: uma introdução. In: PINTO, CÉLI REGINA JARDIM; GUAZZELLI, CESAR AUGUSTO BARCELOS (Org.). *Ciências Humanas: pesquisa e método*. Porto Alegre: UFRGS, 2008. p. 63–84.

DAVIDSON, James *et al.* The YouTube video recommendation system. In: THE FOURTH ACM CONFERENCE, 2010, Barcelona, Spain. *Anais...* Barcelona, Spain: ACM Press, 2010. p. 293. Disponível em: <<http://portal.acm.org/citation.cfm?doid=1864708.1864770>>. Acesso em: 16 fev. 2019.

DELEUZE, Gilles. *Negotiations, 1972-1990*. New York: Columbia University Press, 1995.

DELEUZE, Gilles. Post-scriptum sobre as sociedades de controle. *Conversações: 1972-1990*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992. p. 219–226.

DIJCK, José Van; POELL, Thomas; WAAL, Martijn De. *The platform society*. New York: Oxford University Press, 2018.

DOUGLAS, Mary. *Pureza e perigo*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1976.

DURKHEIM, Émile. *As formas elementares da vida religiosa: o sistema totêmico na Austrália*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

DURKHEIM, Émile. *As regras do método sociológico*. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

DURKHEIM, Émile. *Montesquieu: quid secundatus politicae scientiae instituendae contulerit*. Oxford: Durkheim Press, 1997.

DURKHEIM, Émile. *O suicídio: estudo de sociologia*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

EHRENBERG, Alain. *La fatigue d'être soi: dépression et société*. Paris: Odile Jacob, 2000.

ELIAS, Norbert. *Introdução à Sociologia*. Lisboa: Edições 70, 2008.

ELIAS, Norbert. *Os alemães: a luta pelo poder e a evolução do habitus nos séculos XIX e XX*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

EMMER, MARTIN. "Digital Citizenship" Revisited: The Impact of ICTs on Citizens' Political Communication Beyond the Western State. p. 21, 2018.

FISHER, Mark. *Capitalist realism: Is there no alternative?* UK: John Hunt Publishing, 2009.

FOLHA DE S. PAULO. *Após post considerado racista sobre jogador, YouTuber Júlio Cocielo perde patrocinadores*. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/07/apos-post-considerado-racista-sobre-jogador-frances-youtuber-julio-cocielo-perde-patrocinadores.shtml>>. Acesso em: 31 jul. 2018.

FORRESTER, Jay W. Counterintuitive behavior of social systems. *Technological Forecasting and Social Change*, v. 3, p. 1–22, 1971.

FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro (RJ): Forense Universitaria, 1987.

FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade I: A vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

FOUCAULT, Michel. *Nascimento da biopolítica*. Lisboa: Edições 70, 2010.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. Petropolis: Vozes, 2004.

FREUD, Sigmund. Inibições, sintomas e ansiedade. *Um estudo autobiográfico*. Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud. Rio de Janeiro: Imago, 1976. p. 95–201.

FROMM, Erich. *Análise do Homem*. Rio de Janeiro: Zahar, 1983.

FROMM, Erich. Pós-fácio (1961). In: ORWELL, GEORGE. 1984. São Paulo (SP): Companhia das Letras, 2009. p. 365–379.

FUCHS, Christian. An Alternative View of Privacy on Facebook. *Information*, v. 2, n. 1, p. 140–165, 2011.

FUCHS, Christian. *Digital labour and Karl Marx*. New York, NY: Routledge, Taylor & Francis Group, 2014.

FUCHS, Christian. Information and Communication Technologies and Society: A Contribution to the Critique of the Political Economy of the Internet. *European Journal of Communication*, v. 24, n. 1, p. 69–87, 2009.

FUCHS, Christian; FISHER, Eran (Org.). *Reconsidering value and labour in the digital age*. UK: Palgrave Macmillan, 2015.

FUKUYAMA, Francis. *The end of history and the last man*. New York: Free Press, 1992.

G1. *Vídeo do youtuber Everson Zoio com relato de suposto estupro é investigado por delegacia em Belo Horizonte*. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mg/minas-gerais/noticia/2018/07/28/video-do-youtuber-everson-zoio-com-relato-de-suposto-estupro-e-investigado-por-delegacia-em-belo-horizonte.ghtml>>. Acesso em: 31 jul. 2018.

GANS, Herbert J. Best-Sellers by Sociologists: An Exploratory Study. *Contemporary Sociology*, v. 26, n. 2, p. 131, 1997.

GIDDENS, Anthony. *A constituição da sociedade*. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

GIDDENS, Anthony. *Política, sociologia e teoria social: encontros com o pensamento social clássico e contemporâneo*. São Paulo: UNESP, 1998.

GOBO, Giampietro. O projeto de pesquisa nas investigações qualitativas. In: MELUCCI, ALBERTO (Org.). *Por uma sociologia reflexiva: pesquisa qualitativa e cultura*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005. p. 91–116.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HAN, Byung-Chul. *En el enjambre*. Barcelona: Herder, 2014.

HAN, Byung-Chul. *La sociedad de la transparencia*. Barcelona: Herder, 2016.

HAN, Byung-Chul. *Psicopolítica: neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Barcelona: Herder, 2015.

HARAWAY, Donna Jeanne. Manifesto ciborgue: Ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. In: HARAWAY, DONNA JEANNE; KUNZRU, HARI; SILVA, TOMAZ TADEU DA (Org.). *Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano*. Belo Horizonte: Autêntica, 2013. p. 33–118.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. *Empire*. Cambridge: Harvard University Press, 2000.

HARRINGTON, Alan. *Life in the crystal palace*. New York: Alfred A. Knopf Inc., 1959.

HARVEY, David. *Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Ed. Loyola, 1998.

HAYEK, Friedrich August. *O caminho da servidão*. São Paulo: Instituto Ludwig von Mises Brasil, 2010.

HERMAN, Edward S.; CHOMSKY, Noam. *Manufacturing consent: the political economy of the mass media*. New York: Pantheon Books, 1988.

HERTZOG, Lucas; WEISS, Raquel Andrade. A finalidade moral do fazer sociológico: sobre os sentidos do conceito de normal em Émile Durkheim. *Mediações - Revista de Ciências Sociais*, v. 20, n. 2, p. 312, 2015.

HONNETH, Axel. *Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais*. São Paulo: Ed. 34, 2003.

HOOKS, Bell *et al.* *Otras inapropiables: feminismos desde las fronteras*. Madrid: Traficantes de Sueños, 2004.

HORTON, Donald; RICHARD WOHL, R. Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry*, v. 19, n. 3, p. 215–229, 1956.

HORTON, Donald; STRAUSS, Anselm. Interaction in Audience-Participation Shows. *American Journal of Sociology*, v. 62, n. 6, p. 579–587, 1957.

HOVDEN, Robert. Bibliometrics for Internet media: Applying the h-index to YouTube. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, v. 64, n. 11, p. 2326–2331, 2013.

HUGHES, E.C. Dilemmas and contradictions of status. *American Journal of Sociology*, p. 353–359, 1945.

HUWS, Ursula. *Labor in the global digital economy: the cybertariat comes of age*. New York: Monthly Review Press, 2014.

JOHNS, Kimberly. The Benefits of Society Online: Economic Opportunity. In: MOSSBERGER, KAREN; TOLBERT, CAROLINE J.; MCNEAL, RAMONA S. *Digital citizenship: the internet, society, and participation*. Cambridge, Mass: MIT Press, 2008. p. 21–46.

KLAEHN, Jeffery *et al.* Media Theory, Public Relevance and the Propaganda Model Today. *Media Theory*, v. 2, n. 2, p. 164–191, 2018.

KOZINETS, Robert V. *Netnography: ethnographic research in the age of the internet*. 1st ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Ltd, 2010.

KRAUS, Jürgen. On self-reproducing computer programs: Master Thesis in Computer Science University of Dortmund. *Journal in Computer Virology*, v. 5, n. 1, p. 9–87, 2009.

- KUHN, Thomas S. *A estrutura das revoluções científicas*. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- LAHIRE, Bernard. *Retratos sociológicos: disposições e variações individuais*. Porto Alegre: Artmed editora, 2004.
- LAKATOS, Imre. Popper on demarcation and induction. In: WORRALL, JOHN; CURRIE, GREGORY (Org.). *The methodology of scientific research programmes: Philosophical Papers*. Cambridge: Cambridge University Press, 1978. p. 139–167. . Acesso em: 15 jan. 2019.
- LANGE, Patricia G. *Kids on youtube: technical identities and digital literacies*. Walnut Creek,CA: Left Coast Press, 2014.
- LASH, Scott. *Critique of information*. London ; Thousand Oaks, Calif: SAGE, 2002. (Theory, culture & society).
- LATOUR, Bruno. From realpolitik to dingpolitik. *Making things public*, v. 1444, 2005.
- LAZZARATO, Maurizio. Immaterial labor. *Radical thought in Italy: A potential politics*, v. 1996, p. 133–47, 1996.
- LAZZARATO, Maurizio; NEGRI, Antonio. *Trabalho imaterial: formas de vida e produção de subjetividade*. Rio de Janeiro: DP & A, 2001.
- LEMONS, André. *A comunicação das coisas: teoria ator-rede e cibercultura*. São Paulo: Annablume, 2013.
- LEVINE, DONALD N. The Organism Metaphor in Sociology. *Social Research*, v. 62, n. 2, p. 239–265, 1995.
- LEVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 2010.
- LEWIS, Rebecca. *Alternative Influence: Broadcasting the Reactionary Right on YouTube*. . [S.l.]: Data & Society Research Institute. , 2018
- LIMA, Jacob Carlos. Ética da pesquisa e ética profissional em sociologia: um começo de conversa. *Revista Brasileira de Sociologia - RBS*, v. 3, n. 5, p. 215, 2015.
- LIMA, Jacob Carlos; OLIVEIRA, Daniela Ribeiro De. Trabalhadores digitais: as novas ocupações no trabalho informacional. *Sociedade e Estado*, v. 32, n. 1, p. 115–143, 2017.
- LISTER, Martin *et al.* (Org.). *New media: a critical introduction*. New York: Routledge, 2009.
- LODISH, Harvey *et al.* Viruses: Structure, Function, and Uses. *Molecular Cell Biology*. 4th edition, 2000. Acesso em: 19 jul. 2018.
- LUPTON, Deborah. Panic computing: The viral metaphor and computer technology. *Cultural Studies*, v. 8, n. 3, p. 556–568, 1994.



MANTOUX, Paul. *The Industrial Revolution in the Eighteen Century: An Outline of the Beginnings of the Modern Factory System in England*. New York: Harper, 1962.

MARGLIN, Stephen. Origens e funções do parcelamento das tarefas. *Revista de Administração de Empresas*, v. 18, n. 4, p. 07–23, 1978.

MARTEL, Frédéric. *Smart: the digital century*. India: HarperCollins, 2018. . Acesso em: 15 jan. 2019.

MARX, Karl. *O capital: crítica da economia política*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2013.

MCLAUGHLIN, Neil. Critical theory meets America: Riesman, Fromm, and the lonely crowd. *The American Sociologist*, v. 32, n. 1, p. 5–26, 2001.

MCQUIRE, Scott. *The media city: media, architecture and urban space*. Los Angeles: Sage, 2008. (Theory, culture & society).

MEAD, George Herbert. *Mind, self & society from the standpoint of a social behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press, 1962.

MELUCCI, Alberto. Busca de qualidade, ação social e cultura: por uma sociologia reflexiva. In: MELUCCI, ALBERTO (Org.). *Por uma sociologia reflexiva: pesquisa qualitativa e cultura*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005. p. 25–42.

MILLS, C. Wright. *A imaginação sociológica*. 6. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

MISKOLCI, Richard. Sociologia Digital: notas sobre pesquisa na era da conectividade. *Contemporânea*, v. 6, n. 2, p. 275–297, 2016.

MOSSBERGER, Karen; TOLBERT, Caroline J.; MCNEAL, Ramona S. *Digital citizenship: the internet, society, and participation*. Cambridge, Mass: MIT Press, 2008.

MPE SP. *Inquérito civil nº 37/17 a partir de representação ofertada pelo “Instituto Alana – Projeto Criança e Consumo”, noticiando possível publicidade abusiva feita e promovida pela empresa “Mattel do Brasil Ltda.” ao público infantil*. . [S.l: s.n.], , 19 dez. 2018

NASCIMENTO, Leonardo Fernandes. A Sociologia Digital: um desafio para o século XXI. *Sociologias*, v. 18, n. 41, p. 216–241, 2016.

NEFF, Gina; NAGY, Peter. Agency in the Digital Age: Using Symbiotic Agency to Explain Human–Technology Interaction. In: PAPACHARISSI, ZIZI (Org.). *A networked self and human augmentics, artificial intelligence, sentience*. A networked self. New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2018. p. 97–107.

NEGROPONTE, Nicholas. *El mundo digital: un futuro que ya ha llegado*. Barcelona: Ediciones B, 1997.

NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. Revoluções tecnológicas e transformações subjetivas. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, v. 18, n. 2, p. 193–202, 2002.

ODUM, Eugene P. *Fundamentals of ecology*. Philadelphia: WB Saunders company, 1959.

OFFE, Claus. *Contradictions of the welfare state*. 1st MIT Press ed ed. Cambridge, Mass: MIT Press, 1984. (Studies in contemporary German social thought).

O'NEIL, Cathy. *Weapons of math destruction: how big data increases inequality and threatens democracy*. First edition ed. New York: Crown, 2016.

ONU. Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression, Frank La Rue. *General Assembly*, v. Human Rights Council, n. Seventeenth session, 2011. Disponível em: <[https://www2.ohchr.org/english/bodies/hrcouncil/docs/17session/A.HRC.17.27\\_en.pdf](https://www2.ohchr.org/english/bodies/hrcouncil/docs/17session/A.HRC.17.27_en.pdf)>. Acesso em: 25 jun. 2017.

PAPACHARISSI, Zizi. *A private sphere: democracy in a digital age*. Cambridge, UK: Polity, 2010.

PARSONS, Talcott. *The structure of social action*. New York: The Free Press, 1966.

PERRON, Michelle. *Os excluídos da história: operários, mulheres e prisioneiros*. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1988.

PIKETTY, Thomas. *O capital no século XXI*. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2014.

PIRES, Álvaro. Amostragem e pesquisa qualitativa: ensaio teórico e metodológico. In: POUPART, JEAN *et al.* (Org.). *A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos*. Rio de Janeiro: Vozes, 2008. p. 154–211.

POPPER, Karl R. *A lógica da pesquisa científica*. São Paulo: Cultrix, 2004.

POVIÑA, Alfredo. Introducción. In: TARDE, GABRIEL. *Estudios sociológicos: las leyes sociales, la sociología*. Córdoba: Editorial Alessandri, 1961. .

REYNIÉ, Dominique. Introdução: Gabriel Tarde, teórico da opinião. In: TARDE, GABRIEL. *A opinião e as massas*. São Paulo: Martins Fontes, 2005. p. VII–XXXIV.

RICŒUR, Paul. *Freud and philosophy: an essay on interpretation*. 1. Indian Ed ed. Delhi: Motilal Banarsidass, 2008. (The Terry lectures given at Yale University in the autumn of 1961).

RIESMAN, David; GLAZER, Nathan; DENNEY, Reuel. *A multidão solitária: um estudo da mudança do caráter americano*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1971.

RIESMAN, David; GLAZER, Nathan; DENNEY, Reuel. *The lonely crowd: a study of the changing American character*. Abridged ed. with a 1969 preface ed. New Haven: Yale Univ. Press, 1989.

ROBERTT, Pedro. *Reestruturação produtiva e social em uma empresa globalizada: o caso da Conaprole no Uruguai*. 2006. 415 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2006.

ROBERTT, Pedro; LISDERO, Pedro. Epistemología y metodología de la investigación sociológica: reflexiones críticas de nuestras prácticas de investigación. *Sociologias*, v. 18, n. 41, p. 54–83, 2016.

RODRIGUES, Léo Peixoto; NEVES, Fabrício; ANJOS, José Carlos Dos. De coadjuvante a protagonista? A reflexão epistemológica das Ciências Sociais para Século XXI. *Sociologias*, v. 18, n. 41, p. 14–23, abr. 2016a.

RODRIGUES, Léo Peixoto; NEVES, Fabrício Monteiro; ANJOS, José Carlos Dos. A contribuição da Sociologia à compreensão de uma epistemologia complexa da Ciência contemporânea. *Sociologias*, v. 18, n. 41, p. 24–53, abr. 2016b.

ROOSSINCK, Marilyn J. Move Over, Bacteria! Viruses Make Their Mark as Mutualistic Microbial Symbionts. *Journal of Virology*, v. 89, n. 13, p. 6532–6535, 2015.

ROSENFELD, Cinara L. Trabalho decente e precarização. *Tempo Social*, v. 23, n. 1, p. 247–268, 2011.

SCHOLZ, Trebor. *Uberworked and underpaid: how workers are disrupting the digital economy*. Cambridge, UK ; Malden, MA: Polity Press, 2017.

SIBILIA, Paula. *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2013.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu Da. Ciberativismo, cultura hacker e o individualismo colaborativo. *Revista USP*, v. 0, n. 86, p. 28, 2010.

SIMMEL, Georg. A metrópole e a vida mental. *O fenômeno urbano*. Rio de Janeiro: Zahar, 1973. .

SMYTHE, Dallas W. On the Audience Commodity and its Work. In: DURHAM, MEENAKSHI GIGI; KELLNER, DOUGLAS M. (Org.). . *Media and cultural studies: Keywords*. Malden, MA: Blackwell Publishing, 2006. p. 230–256.

SOLAGNA, Fabricio. *A formulação da agenda e o ativismo em torno do Marco Civil da Internet*. 2015. 201 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2015.

SOUZA, Jessé. *A construção social da subcidadania: para uma sociologia política da modernidade periférica*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012a.

SOUZA, Jessé. A dimensão simbólica do capitalismo moderno: Para uma teoria crítica da modernização. *Revista Estudos Políticos*, v. 1, n. 5, p. 41–59, 2012b.

SOUZA, Jessé. *A modernização seletiva: uma reinterpretação do dilema brasileiro*. Brasília, DF: Editora UnB, 2000.

SOUZA, Jessé. *A ralé brasileira: quem é e como vive*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009. (Humanitas).

SOUZA, Jessé. *Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?* Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

SPYER, Juliano. *Social Media in Emergent Brazil*. UK: UCL Press, 2017. . Acesso em: 17 ago. 2018.

SRNICEK, Nick. *Platform capitalism*. Cambridge Malden, MA: Polity, 2017.

TANSLEY, A. G. The Use and Abuse of Vegetational Concepts and Terms. *Ecology*, v. 16, n. 3, p. 284–307, 1935.

TARDE, Gabriel. *A opinião e as massas*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

TARDE, Gabriel. *As leis da imitação*. Porto: Rés Editora, 2000.

TARDE, Gabriel. *Monadologia e sociologia e outros ensaios*. São Paulo: Cosacnaify, 2007.

TAYLOR, Charles. *As fontes do self: a construção da identidade moderna*. São Paulo: Loyola, 1997.

TAYLOR, Charles. *The ethics of authenticity*. Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1992.

TEIXEIRA, Alex; BECKER, Fernando. Novas possibilidades da pesquisa qualitativa via sistemas CAQDAS. *Sociologias*, v. 3, n. 5, 2001.

TEIXEIRA, Alex Niche. *A produção televisiva do crime violento na modernidade tardia*. 2009. 242 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, RS, 2009.

THOMPSON, E. P. *Costumes em comum*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

TOPPS, David; HELMER, Joyce; ELLAWAY, Rachel. YouTube as a Platform for Publishing Clinical Skills Training Videos: *Academic Medicine*, v. 88, n. 2, p. 192–197, 2013.

TOURAINE, Alain. *Igualdade e diversidade: o sujeito democrático*. Bauru: EDUSC, 1998.

TURKLE, Sherry. *Alone together: why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books, 2011.

VAN DIJCK, José. Flickr and the culture of connectivity: Sharing views, experiences, memories. *Memory Studies*, v. 4, n. 4, p. 401–415, 2011.

VAN DIJCK, José. *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2016.

VAN DIJK, Jan; HACKER, Kenneth. The Digital Divide as a Complex and Dynamic Phenomenon. *The Information Society*, v. 19, n. 4, p. 315–326, 2003.

VARGAS, Eduardo. Gabriel Tarde e a diferença infinitesimal. In: TARDE, GABRIEL. *Monadologia e sociologia e outros ensaios*. São Paulo: Cosacnaify, 2007. p. 7–50.

VARGAS, Eduardo Viana *et al.* O debate entre tarde e durkheim. *Revista Teoria & Sociedade*, p. 28–61, 2014.

VIRILIO, Paul. *A Bomba informática*. São Paulo: Estação Liberdade, 1999.

VIRILIO, Paul. *O espaço crítico*. Rio de Janeiro, Brazil: Editora 34, 1993.

VIVEIROS DE CASTRO, Eduardo. O nativo relativo. *Mana*, v. 8, n. 1, p. 113–148, 2002.

WATTS MILLER, William. *Durkheim, morals and modernity*. Montreal; Buffalo: McGill-Queens University Press, 1996.

WEBER, Max. *A ética protestante e o “espírito” do capitalismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

WEISS, Raquel Andrade. Efervescência, dinamogenia e a ontogênese social do sagrado. *Mana*, v. 19, n. 1, p. 157–179, 2013.

WIENER, Norbert. *Cybernetics or control and communication in the animal and the machine*. 2. ed., 10. print ed. Cambridge, Mass: MIT Press, 2000.

WILLIS, A. J. The ecosystem: an evolving concept viewed historically. *Functional Ecology*, v. 11, n. 2, p. 268–271, 1997.

WOLF, Marco; MCQUITTY, Shaun. Understanding the do-it-yourself consumer: DIY motivations and outcomes. *AMS Review*, v. 1, n. 3–4, p. 154–170, 2011.

## Sites Consultados

ALMEIDA, Catarina Pignato, Vitória Ostetti e Rodolfo. *Linhas móveis e o uso da internet via celular no Brasil*. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/grafico/2016/11/25/Linhas-m%C3%B3veis-e-o-uso-da-internet-via-celular-no-Brasil>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

ALMEIDA, Gabriel Zanlorenssi e Rodolfo. *Como os brasileiros acessam a internet*. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/grafico/2017/09/04/Como-os-brasileiros-acessam-a-internet>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

APARAT. Disponível em: <<https://www.aparat.com/>>. Acesso em: 3 out. 2017.

APPIAH, Kwame Anthony. There is no such thing as western civilisation. *The Guardian*, 9 nov. 2016. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/world/2016/nov/09/western-civilisation-appiah-reith-lecture>>. Acesso em: 19 fev. 2019.

BALLVE, Marcelo. *YouTube seems to be slipping, but it's actually well positioned to take on the rise of Facebook, Vine, and Snapchat*. Disponível em: <<https://www.businessinsider.com/youtube-and-the-future-of-online-video-2015-3>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

BECKETT, Lois. YouTube shooting suspect was angry site stopped paying her, father says. *The Guardian*, 4 abr. 2018. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/technology/2018/apr/04/nasim-najafi-aghdam-youtube-shooting-demonetisation-payments-father>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

BLIKRE, Jared. *Uber is just the tip of the iceberg: The gig economy is leveraging the human cloud*. Disponível em: <<https://finance.yahoo.com/news/uber-is-just-the-tip-of-the-iceberg-the-gig-economy-is-revolutionizing-work-190244919.html>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

BUIST, Erica. Unboxing – the YouTube phenomenon that lets you see what you're getting. *The Guardian*, 21 jul. 2014. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/technology/shortcuts/2014/jul/21/unboxing-youtube-phenomenon-videos-unpackaging-toys>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

CANTÓ, Pablo. *Youtuber mostra tudo o que você pode ter se pagar 21.000 dólares por um voo*. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2016/09/22/estilo/1474551609\\_640229.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2016/09/22/estilo/1474551609_640229.html)>. Acesso em: 17 fev. 2019.

CARLOS, Fresneda. *Christian Fuchs: "Tenemos que cambiar las redes para salvar la democracia"*. Disponível em: <<https://www.elmundo.es/television/2018/06/05/5b1589de22601d84308b45ec.html>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

CARVALHO, Joaquim De. *A youtuber Tatiana Feltrin caiu em desgraça depois de ser apontada como “bolsominion enrustida”*. *Diário do Centro do Mundo*. [S.l: s.n.]. Disponível em: <<https://www.diariodocentrodomundo.com.br/essencial/a-youtuber-tatiana-feltrin-caiu-em-desgraca-depois-de-ser-apontada-como-bolsominion-enrustida/>>.

Acesso em: 17 fev. 2019. , [S.d.]

CISCO. *Cisco Visual Networking Index: Forecast and Trends, 2017–2022*. Disponível em: <<https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/service-provider/visual-networking-index-vni/white-paper-c11-741490.html>>. Acesso em: 26 fev. 2019.

CRIADORES ID. *A história dos canais com mais inscritos do YouTube de 2006 a 2017*. *Criadores iD*. [S.l: s.n.]. Disponível em: <<http://criadoresid.com/canais-com-mais-inscritos/>>. Acesso em: 17 fev. 2019. , 16 mar. 2017

DEHGHAN, Saeed Kamali. From Digikala to Hamijoo: the Iranian startup revolution, phase two. *The Guardian*, 31 maio 2015. TechnologyDisponível em: <<https://www.theguardian.com/technology/2015/may/31/amazon-iranian-style-digikala-other-startups-apat-hamijoo-takhfifan>>. Acesso em: 3 fev. 2018.

DRAFT. *Verbete Draft: o que é Gig Economy*. Disponível em: <<https://projetodraft.com/verbete-draft-o-que-e-gig-economy/>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

DRAZOVIC, Zeljko. *Eye-Opening YouTube Stats for Marketers in 2017*. Disponível em: <<https://www.rivaliq.com/blog/youtube-stats-for-marketers/>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

DUARTE, Letícia. *Sob o império trilionário das gigantes tecnológicas*. *revista piauí*. [S.l: s.n.]. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/sob-o-imperio-trilionario-das-gigantes-tecnologicas/>>. Acesso em: 17 fev. 2019. , [S.d.]

ENG, James. *Child advocacy groups say YouTube Kids rife with “inappropriate” videos*. Disponível em: <<https://www.today.com/money/child-advocacy-groups-say-youtube-kids-rife-inappropriate-videos-t21936>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

ESCOLA DE JORNALISMO ÉNOIS; DATA\_LABE. *Conexão Quebrada*. Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/especial/2017/11/29/Conex%C3%A3o-Quebrada>>. Acesso em: 3 fev. 2019.

EZABELLA, Fernanda. *Atiradora fere ao menos três na sede do YouTube e se suicida, diz polícia*. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2018/04/policia-e-acionada-para-conter-atirador-na-sede-do-youtube-nos-eua.shtml>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

FOLHA DE S. PAULO. *Após post considerado racista sobre jogador, YouTuber Júlio Cocielo perde patrocinadores*. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/07/apos-post-considerado-racista-sobre-jogador-frances-youtuber-julio-cocielo-perde-patrocinadores.shtml>>. Acesso em: 31 jul. 2018.

FOLHA DE S. PAULO. *Folha Online - Informática - Saiba mais sobre o YouTube, 10º site mais visitado do mundo - 09/10/2006.* Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u20727.shtml>>. Acesso em: 10 fev. 2016.

FOLHA DE S. PAULO. *Google anuncia guerra contra visualizações falsas no YouTube.* Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2014/02/1408452-google-anuncia-guerra-contra-visualizacoes-falsas-no-youtube.shtml>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

G1. *Vídeo do youtuber Everson Zoio com relato de suposto estupro é investigado por delegacia em Belo Horizonte.* Disponível em: <<https://g1.globo.com/mg/minas-gerais/noticia/2018/07/28/video-do-youtuber-everson-zoio-com-relato-de-suposto-estupro-e-investigado-por-delegacia-em-belo-horizonte.ghtml>>. Acesso em: 31 jul. 2018.

G1. *Youtuber Ryan, de 7 anos, ganha US\$ 22 milhões e é o mais bem pago do mundo em 2018.* Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2018/12/04/youtuber-ryan-de-7-anos-ganha-us-22-milhoes-e-e-o-mais-bem-pago-do-mundo-em-2018.ghtml>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

GARCIA, Gabriel. *Kaká é o novo sócio de canal de humor do YouTube.* Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/kaka-e-o-novo-socio-de-canal-de-humor-do-youtube/>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

GAÚCHAZH. *Gaúcho ganha US\$ 2 mil por mês com vídeos educativos no YouTube.* Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/noticia/2015/07/gaicho-ganha-us-2-mil-por-mes-com-videos-educativos-no-youtube-4793017.html>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

GOOGLE. *Ad policy overview - YouTube Help.* Disponível em: <[https://support.google.com/youtube/answer/188570?hl=en&ref\\_topic=30084](https://support.google.com/youtube/answer/188570?hl=en&ref_topic=30084)>. Acesso em: 17 fev. 2019a.

GOOGLE. *Channels: list | YouTube Data API (v3).* Disponível em: <<https://developers.google.com/youtube/v3/docs/channels/list?hl=pt-br>>. Acesso em: 17 fev. 2019b.

GOOGLE. *De Play em Play.* Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/youtubeinsights/2017/de-play-em-play/>>. Acesso em: 26 ago. 2017.

GRAHAM, Jefferson. *Video websites pop up, invite postings.* USA TODAY, 21 nov. 2005. Disponível em: <[http://usatoday30.usatoday.com/tech/news/techinnovations/2005-11-21-video-websites\\_x.htm](http://usatoday30.usatoday.com/tech/news/techinnovations/2005-11-21-video-websites_x.htm)>. Acesso em: 20 dez. 2016.

GRATÃO, Paulo; LOPES, Débora. *Youtubers HIV positivos ampliam o debate sobre o vírus no Brasil.* Vice. [S.l.: s.n.]. Disponível em: <<https://www.vice.com/pt-br/article/43943m/youtubers-hiv-positivos-ampliam-o-debate-sobre-o-virus-no-brasil>>. Acesso em: 17 fev. 2019., 30 nov. 2018



HANCOCK, Jaime Rubio. *Nós somos o 'Big Brother': o que Byung-Chul Han escreve sobre as redes sociais.* Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/09/cultura/1518186464\\_156425.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/09/cultura/1518186464_156425.html)>. Acesso em: 3 fev. 2019.

HELFT, Miguel; RICHTEL, Matt. Venture Firm Shares a YouTube Jackpot. *The New York Times*, 10 out. 2006. TechnologyDisponível em: <<https://www.nytimes.com/2006/10/10/technology/10payday.html>>. Acesso em: 3 fev. 2019.

HERN, Alex. YouTube penalises Logan Paul for dead rat Taser video. *The Guardian*, 9 fev. 2018a. TechnologyDisponível em: <<https://www.theguardian.com/technology/2018/feb/09/youtube-logan-paul-dead-rat-taser-video-google>>. Acesso em: 3 fev. 2019.

HERN, Alex. YouTube penalises Logan Paul for dead rat Taser video. *The Guardian*, 9 fev. 2018b. TechnologyDisponível em: <<https://www.theguardian.com/technology/2018/feb/09/youtube-logan-paul-dead-rat-taser-video-google>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

HOOTSUITE. *How Does the YouTube Algorithm Work? A Guide to Getting More Views.* Disponível em: <<https://blog.hootsuite.com/how-the-youtube-algorithm-works/>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

HUNT, Margaret. *Virus Glossary.* Disponível em: <<http://www.microbiologybook.org/mhunt/glossary.htm>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

IBGE. *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.* Disponível em: <<https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/acesoainternet/default.shtm>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

IQIYI. *爱奇艺-在线视频网站-海量正版高清视频在线观看.* Disponível em: <<https://www.iqiyi.com/>>. Acesso em: 3 fev. 2019.

JOHNSTON, Stephen. *Largest companies 2008 vs. 2018, a lot has changed.* Disponível em: <<https://milfordasset.com/insights/largest-companies-2008-vs-2018-lot-changed>>. Acesso em: 26 fev. 2019.

LANG, Marina. *Justiça manda YouTube retirar do ar 16 vídeos com ofensas a Marielle.* Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/03/justica-manda-youtube-retirar-do-ar-16-videos-com-ofensas-a-marielle.shtml>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

LEVIN, Sam. YouTube's small creators pay price of policy changes after Logan Paul scandal. *The Guardian*, 18 jan. 2018. TechnologyDisponível em: <<https://www.theguardian.com/technology/2018/jan/18/youtube-creators-vloggers-ads-logan-paul>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

LIMA, Juliana Domingos De. *Quem são os 'instapoetas', que fazem sucesso publicando poemas no Instagram*. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/12/27/Quem-s%C3%A3o-os-%E2%80%98instapoetas%E2%80%99-que-fazem-sucesso-publicando-poemas-no-Instagram>>. Acesso em: 3 fev. 2019a.

LIMA, Juliana Domingos De. *Quem são os 'instapoetas', que fazem sucesso publicando poemas no Instagram*. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/12/27/Quem-s%C3%A3o-os-%E2%80%98instapoetas%E2%80%99-que-fazem-sucesso-publicando-poemas-no-Instagram>>. Acesso em: 17 fev. 2019b.

LODISH, Harvey *et al.* *Viruses: Structure, Function, and Uses. Molecular Cell Biology. 4th edition*, 2000. Disponível em: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK21523/>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

LOPES, Débora; RAMOS, Gislene. *Quem são os youtubers indígenas do Brasil. Vice*. [S.l: s.n.]. Disponível em: <[https://www.vice.com/pt\\_br/article/qvqjw7/quem-sao-os-youtubers-indigenas-do-brasil](https://www.vice.com/pt_br/article/qvqjw7/quem-sao-os-youtubers-indigenas-do-brasil)>. Acesso em: 30 nov. 2018.

MARIANI, Daniel. *Só 6 dos 20 artistas mais populares do Brasil declaram preferência na eleição*. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/10/so-6-dos-20-artistas-mais-populares-do-brasil-declaram-preferencia-na-eleicao.shtml>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

MARREIRO, Flávia. *“Classe C não usa Facebook para mobilização política, mas a rede motiva o jovem pobre a ler e escrever”*. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2017/11/20/politica/1511197107\\_444639.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/11/20/politica/1511197107_444639.html)>. Acesso em: 17 fev. 2019.

MARTÍN, María. *A geração que não assiste mais TV e corre atrás dos “youtubers”*. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2017/08/13/tecnologia/1502578288\\_835104.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/08/13/tecnologia/1502578288_835104.html)>. Acesso em: 17 fev. 2019a.

MARTÍN, María. *A meca dos ‘youtubers’ fica no Rio e tem vista para o mar*. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2017/08/07/tecnologia/1502141548\\_309521.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/08/07/tecnologia/1502141548_309521.html)>. Acesso em: 17 fev. 2019b.

MCCONNELL, Fred. *Let’s Play – the YouTube phenomenon that’s bigger than One Direction. The Guardian*, 2 jan. 2014. Technology Disponível em: <<https://www.theguardian.com/technology/2014/jan/02/lets-play-youtube-pewdiepie-one-direction>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

MENDONÇA, Heloísa. *“Agora é o ‘boom’ dos ‘youtubers”*. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2015/06/04/politica/1433444934\\_909992.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2015/06/04/politica/1433444934_909992.html)>. Acesso em: 17 fev. 2019a.

MENDONÇA, Heloísa. *“Pedi demissão quando vi que ganharia a vida jogando games”*. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2015/06/05/politica/1433520552\\_050678.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2015/06/05/politica/1433520552_050678.html)>. Acesso em: 17 fev. 2019b.

MENDONÇA, Heloísa. *Por que os jovens brasileiros querem se tornar ‘youtubers’?* Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2015/05/09/politica/1431125088\\_588323.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2015/05/09/politica/1431125088_588323.html)>. Acesso em: 17 fev. 2019c.

MICROSIERVOS, MANRIQUE C. SÁNCHEZ, Javier Pedreira ‘Wicho’. *O menino de 12 anos que gastou 100.000 euros no YouTube*. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2016/10/04/tecnologia/1475578401\\_460930.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2016/10/04/tecnologia/1475578401_460930.html)>. Acesso em: 17 fev. 2019.

MOLLA, Rani. *Google is sending more traffic than Facebook to publishers — again*. Disponível em: <<https://www.recode.net/2017/12/11/16748026/google-facebook-publisher-traffic-2017-increase>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

MOULIN, Robson. *Mapa do Brasil vetorizado. User Experience e Designer de Interface*. [S.l.: s.n.]. Disponível em: <<http://www.robsonmoulin.com.br/artigos/design/mapa-do-brasil-vetorizado/>>. Acesso em: 14 out. 2018.

NOVAES, Marina. *Nathalia Arcuri, a youtuber de finanças que dá dicas para ganhar dinheiro sem ganhar na loteria*. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2017/12/29/economia/1514561881\\_763851.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/12/29/economia/1514561881_763851.html)>. Acesso em: 3 fev. 2019a.

NOVAES, Marina. *Nathalia Arcuri, a youtuber de finanças que dá dicas para ganhar dinheiro sem ganhar na loteria*. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2017/12/29/economia/1514561881\\_763851.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/12/29/economia/1514561881_763851.html)>. Acesso em: 17 fev. 2019b.

NUÑEZ, Michael. *YouTube announces sweeping changes to the way it handles breaking news*. Disponível em: <<https://mashable.com/2018/07/09/youtube-announces-changes-breaking-news-video-search/#D3Q0UkLn7gq2>>. Acesso em: 1 fev. 2019.

OLIVEIRA. *Após post considerado racista sobre jogador, YouTuber Júlio Cocielo perde patrocinadores*. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/07/apos-post-considerado-racista-sobre-jogador-frances-youtuber-julio-cocielo-perde-patrocinadores.shtml>>. Acesso em: 17 fev. 2019a.

OLIVEIRA, Joana. *‘Influencers’ mirins: a vida de uma geração presa ao celular*. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2018/08/26/actualidad/1535295741\\_535641.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/08/26/actualidad/1535295741_535641.html)>. Acesso em: 17 fev. 2019b.

PACETE, Luiz. *Precisamos falar sobre os youtubers mirins – Meio & Mensagem*. Disponível em:

<<http://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2016/07/05/precisamos-falar-sobre-os-youtubers-mirins.html>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

PAÍS, El. *'Forbes' publica a primeira lista dos 'Youtubers' mais ricos do mundo*. Disponível em:

<[https://brasil.elpais.com/brasil/2015/10/15/economia/1444907882\\_482780.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2015/10/15/economia/1444907882_482780.html)>. Acesso em: 17 fev. 2019a.

PAÍS, El. *Sou gay e estou no YouTube*. Disponível em:

<[https://brasil.elpais.com/brasil/2015/07/01/videos/1435779473\\_482319.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2015/07/01/videos/1435779473_482319.html)>. Acesso em: 17 fev. 2019b.

PETRIGLIERI, Gianpiero; ASHFORD, Susan J.; WRZESNIEWSKI, Amy. *Thriving in the Gig Economy*. *Harvard Business Review*, n. March–April 2018, 1 mar. 2018. Disponível em:

<<https://hbr.org/2018/03/thriving-in-the-gig-economy>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

PIERCE, David. *YouTube Is the Sleeping Giant of Livestreaming*. *Wired*, 17 ago. 2015.

Disponível em: <<https://www.wired.com/2015/08/youtube-sleeping-giant-livestreaming/>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

PORTINARI, Natália. *Em resposta a boicote, YouTube dificulta a monetização de vídeos*.

Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2017/04/1874798-em-resposta-a-boicote-youtube-dificulta-a-monetizacao-de-videos.shtml>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

PRÊMIO INFLUENCIADORES DIGITAIS. *Homepage*. Disponível em:

<<http://premioinfluenciadores.com.br/>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

RAMOS, Gislene; LOPES, Débora. *Quem são os youtubers indígenas do Brasil*. *Vice*. [S.l.: s.n.].

Disponível em: <[https://www.vice.com/pt\\_br/article/qvqjw7/quem-sao-os-youtubers-indigenas-do-brasil](https://www.vice.com/pt_br/article/qvqjw7/quem-sao-os-youtubers-indigenas-do-brasil)>. Acesso em: 17 fev. 2019., 27 nov. 2018

RONSON, Jon. *How One Stupid Tweet Blew Up Justine Sacco's Life*. *The New York Times*, 19 jan. 2018. Magazine Disponível em:

<<https://www.nytimes.com/2015/02/15/magazine/how-one-stupid-tweet-ruined-justine-saccos-life.html>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

SANCHO, Xavi. *'Nanofama', a era dos instagrammers e youtubers: os famosos das redes sociais*. Disponível em:

<[https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/05/estilo/1491410049\\_489719.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/05/estilo/1491410049_489719.html)>. Acesso em: 17 fev. 2019.

SANTOS, Bárbara. *Apesar de expansão, acesso à internet no Brasil ainda é baixo*. Disponível em:

<<https://exame.abril.com.br/brasil/apesar-de-expansao-acesso-a-internet-no-brasil-ainda-e-baixo/>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

SHEN, LUCINDA. *Amazon and the Race to Be the First \$1 Trillion Company*. Disponível em: <<http://fortune.com/2017/03/31/amazon-stock-trillion-dollar-company-apple-tesla-google/>>. Acesso em: 3 maio 2017.

SUCKLEY, Matt; BASSIL, Ryan. *We Made American YouTubers Say Why They're So Into Reacting to Grime. Noisy*. [S.l.: s.n.]. Disponível em: <[https://noisy.vice.com/en\\_us/article/xwgnwz/american-youtube-grime-reaction-review-videos-interviews](https://noisy.vice.com/en_us/article/xwgnwz/american-youtube-grime-reaction-review-videos-interviews)>. Acesso em: 17 fev. 2019. , 22 set. 2017

SUL21. "Juízo Final": *Produção regional e independente estreia no YouTube*. Guia21. [S.l.: s.n.]. Disponível em: <<https://guia21.sul21.com.br/cinema/juizo-final-producao-regional-e-independente-estreia-no-youtube/>>. Acesso em: 17 fev. 2019. , 29 maio 2018

TALMADGE, Eric. North Korea announces blocks on Facebook, Twitter and YouTube. *The Guardian*, 1 abr. 2016. World newsDisponível em: <<https://www.theguardian.com/world/2016/apr/01/north-korea-announces-blocks-on-facebook-twitter-and-youtube>>. Acesso em: 3 fev. 2019.

THE AGE. *Google closes \$A2b YouTube deal*. Disponível em: <<https://www.theage.com.au/business/google-closes-a2b-youtube-deal-20061115-gdotv3.html>>. Acesso em: 3 fev. 2019.

VEGA, Miguel Ángel García. *Geração 'youtuber' ganha dinheiro*. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2014/09/19/economia/1411143896\\_418235.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2014/09/19/economia/1411143896_418235.html)>. Acesso em: 17 fev. 2019.

VERDÚ, David Alandete, Daniel. *Redes russas foram ativadas para ajudar a ultradireita na Itália*. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/01/internacional/1519910356\\_562686.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/01/internacional/1519910356_562686.html)>. Acesso em: 3 fev. 2019.

VOX POP. *Vox Pop - Maisons de retraite en faillite ? / Les enfants de Youtube*. Disponível em: <<https://www.arte.tv/fr/videos/078527-024-A/vox-pop/>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

WEPRIN, Alex. YouTube Growth Expected To Slow. *MediaPost*, 8 fev. 2018. Disponível em: <<https://www.mediapost.com/publications/article/314259/youtube-growth-expected-to-slow.html>>. Acesso em: 3 fev. 2019.

WHEATON, Ken. *Gente como a gente: como as pessoas comuns viraram os verdadeiros influenciadores*. Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/advertising-channels/v%C3%ADdeo/gente-como-gente-como-pessoas-comuns-iraram-os-verdadeiros-influenciadores/>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

WHITELAW, Ben. Almost all YouTube views come from just 30% of films. 20 abr. 2011. TechnologyDisponível em: <<https://www.telegraph.co.uk/technology/news/8464418/Almost-all-YouTube-views-come-from-just-30-of-films.html>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

WIKITUBIA. *The YouTube Wiki*. Disponível em: <[https://youtube.fandom.com/wiki/YouTube\\_Wiki](https://youtube.fandom.com/wiki/YouTube_Wiki)>. Acesso em: 3 fev. 2019.

WILLIAMS, Christopher. Google faces record-breaking fine for web search monopoly abuse. *The Telegraph*, 14 maio 2016. Disponível em: <<https://www.telegraph.co.uk/business/2016/05/14/google-faces-record-breaking-fine-for-web-search-monopoly-abuse/>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

YOUTUBE. *5 Year Anniversary press site*. Disponível em: <<https://sites.google.com/a/pressatgoogle.com/youtube5year/>>. Acesso em: 3 fev. 2016a.

YOUTUBE. *Being a YouTube Creator Just Got Even More Rewarding*. *YouTube Creator Blog*. [S.l.: s.n.]. Disponível em: <<https://youtube-creators.googleblog.com/2012/04/being-youtube-creator-just-got-even.html>>. Acesso em: 10 maio 2018b., [S.d.]

YOUTUBE. *Criadores de conteúdo do YouTube | Níveis de benefícios*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/intl/pt-BR/creators/benefits/>>. Acesso em: 17 fev. 2019c.

YOUTUBE. *Diretrizes da comunidade*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/yt/policyandsafety/pt-BR/communityguidelines.html>>. Acesso em: 5 set. 2017d.

YOUTUBE. *Lineups do Google Preferred | O que assistir | YouTube*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/intl/pt-BR/google-preferred/whats-on/>>. Acesso em: 3 fev. 2019e.

YOUTUBE. *Pesquisa e descoberta no YouTube*. Disponível em: <<https://creatoracademy.youtube.com/page/lesson/discovery?hl=pt-BR#strategies-zippy-link-8>>. Acesso em: 17 fev. 2019f.

YOUTUBE. *Políticas e segurança*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/policies/#community-guidelines>>. Acesso em: 17 fev. 2019.

YOUTUBE. *Search and discovery on YouTube*. Disponível em: <<https://creatoracademy.youtube.com/page/lesson/discovery?hl=en-GB#strategies-zippy-link-8>>. Acesso em: 17 fev. 2019g.

YOUTUBE. *Subscription manager - YouTube*. Disponível em: <[https://www.youtube.com/subscription\\_manager](https://www.youtube.com/subscription_manager)>. Acesso em: 17 fev. 2019h.

YOUTUBE. *Tornar-se um membro do canal no site e no app principais do YouTube*. Disponível em: <<https://support.google.com/youtube/answer/6304294>>. Acesso em: 17 fev. 2019i.

YOUTUBE. *YouTube search, now optimized for time watched*. *YouTube Creator Blog*. [S.l.: s.n.]. Disponível em: <<https://youtube-creators.googleblog.com/2012/10/youtube-search-now-optimized-for-time.html>>. Acesso em: 17 fev. 2019., 12 out. 2012

## APÊNDICE I - CÓDIGO FONTE<sup>125</sup>

Função principal (View)

```
import os
import time
import constantes as const
from controllers import ctrl_canal as cnl
from controllers import ctrl_exportar as excel
from controllers import ctrl_socialblade as sb
from controllers import ctrl_utilidade as util
from controllers import ctrl_xml as xml
from controllers import ctrl_youtube as yt

def start():
    """
        Função principal que chama as outras para coletar os
        dados.
    """
    util.limpa_tela()

    # Verifica se o arquivo existe para fazer a busca pelos
    canais
    if os.path.isfile(const.XML_CANAIS):

        print("Carregando dados do xml.")
        links_rss = xml.abre_xml()
        print("\nBuscando 1 de 9: links e títulos.")
        canais = xml.busca_titulo_id_url(links_rss)

        print("\n\nBuscando 2 de 9: inscritos, uploads,
        visualizações, tipo e data de criação do canal.")
        sb.busca_cabecalho(canais)
        print("\n\nBuscando 3 de 9: notas do Social Blade.")
        sb.busca_nota(canais)
        print("\n\nBuscando 4 de 9: estimativa de ganhos
        mensais e anuais.")
        sb.busca_estimativas(canais)

        print("\n\nBuscando 5 de 9: dados do vídeo mais
        antigo.")
        yt.busca_antigo(canais)
```

---

<sup>125</sup> O código aqui descrito e disponibilizado para livre acesso foi elaborado em colaboração com Augusto Hertzog, técnico em Tecnologia da Informação no Centro de Processamento de Dados da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (CPD-UFRGS), a quem agradecemos não apenas pela parceria como pelas diversas indicações de referências e videoaulas sobre a programação em Python.

```

        print("\n\nBuscando 6 de 9: dados do vídeo mais
novo.")
        yt.busca_novo(canais)
        print("\n\nBuscando 7 de 9: dados do vídeo mais
popular.")
        yt.busca_popular(canais)

        print("\n\nBuscando 8 de 9: calculando a média de
visualizações e vídeos por semana.")
        cnl.busca_medias(canais)

        print("\n\nBuscando 9 de 9: e-mail e telefone.")
        yt.busca_contatos(canais)

        print("Salvando tudo numa planilha do Excel.")
        # nome do arquivo de acordo com a data de execução
        nome = time.strftime("Dados Canais %d-%m-%Y %H.%M.%S")
        # cria o arquivo
        documento = excel.cria_arquivo(nome)
        # cria a planilha
        planilha_canais = excel.adiciona_planilha(documento,
'Canais')
        # salva os canais na planilha
        excel.exporta_canais(documento, planilha_canais,
canais)
        # salva e fecha o arquivo
        excel.fecha_arquivo(documento)

        print("TUDO PRONTO!")
        input("\n\n\tPressione Enter para fechar a
aplicação.")
        # se não existir, reinicia
        else:
            print("\n\t\t\t\t\tErro ao localizar o Arquivo")
            print("\n\nNão foi possível localizar o arquivo
{}".format(const.XML_CANAIS))
            print("Verifique se ele está na mesma pasta que este
arquivo executável e execute novamente.")
            input("\n\n\tPressione Enter para fechar a
aplicação.")

if __name__ == "__main__":
    """
        Inicializa o programa.
    """
    start()

# link para baixar um arquivo xml com todos os links de
inscrições

```



```
# https://www.youtube.com/subscription_manager

"""
Para cada canal:
OK 1. Número de inscritos
2. Vídeo mais visto (visualizações)
OK 3. Vídeo mais antigo (data de publicação, visualizações)
4. Vídeo mais novo (data de publicação, visualizações)
5. Número de Upload (quantidade de vídeos)
OK 6. Visualizações
7. Média de vídeos por semana (data mais antigo - data mais
novo / quantidade)
8. https://socialblade.com
9. Estimado mês e ano
10. channel type
11. data criação do usuário / canal
12. Nota no site socialblade (A, B, C, etc)
13. Média por views (visualizações / número de vídeos)
14. contato (about - e-mail, telefone)
"""

"""
LINKS
https://xlsxwriter.readthedocs.io/
"""
```

### Constantes

```
# link principal do Social Blade
# inserir a ID do canal no link abaixo
SOCIAL_BLADE = 'https://socialblade.com/youtube/channel/'

# link principal do YouTube para o usuário
# inserir no final do link a ID do canal
YOUTUBE = 'https://www.youtube.com/'
CHANNEL = 'channel/'

# informações do canal do YouTube, vem após a ID
ABOUT = '/about'

# links para buscas
MAIS_POPULAR = '/videos?view=0&sort=p&flow=grid'
MAIS_ANTIGO = '/videos?flow=grid&view=0&sort=da'
MAIS_NOVO = '/videos?flow=grid&view=0&sort=dd'
```

```
# variável que guarda o nome do arquivo a ser carregado
XML_CANAIS = 'subscription_manager.xml'
# XML_CANAIS = 'subscription_manager_curto.xml'
```

Modelos/classes dos canais (Model)

```
class Canal(object):
    """
        Classe responsável por guardar todos os
        dados de cada canal.

        titulo: (str) nome do canal\n
        id: (str) id do canal no YouTube\n
        url: (str) url completa do canal\n
        inscritos: (int) número de inscritos do canal\n
        uploads: (int) número de uploads do canal\n
        visualizacao: (int) número de visualizações do canal\n
        tipo: (str) tipo do canal (dado tirado de
socialblade)\n
        data_criacao: (datetime) data de criação do canal\n
        nota: (str) nota do canal em socialblade\n
        estim_mes_min: (str) estimativa mínima por mês\n
        estim_mes_max: (str) estimativa máxima por mês\n
        estim_ano_min: (str) estimativa mínima por ano\n
        estim_ano_max: (str) estimativa máxima por ano\n
        video_antigo: (Video) dados do vídeo mais antigo do
canal\n
        video_novo: (Video) dados do vídeo mais novo do
canal\n
        video_popular: (Video) dados do vídeo mais popular
(mais visto)\n
        media_views: (float) média de visualizações do canal
(visualizações / uploads)\n
        media_videos: (float) média de vídeos publicados no
canal (uploads / (data vídeo mais novo - data criação
canal))\n

        contato: (Contato) eventual dado do canal
    """
    def __init__(self):
        """
            Inicializa um objeto padrão para ser preenchido no
            decorrer do programa.
        """
        self.titulo = '' # OK
        self.id = '' # OK
```

```

self.url = '' # OK
self.inscritos = 0 # OK
self.uploads = 0 # OK
self.visualizacao = 0 # OK
self.tipo = '' # OK
self.data_criacao = '' # OK
self.nota = '' # OK
self.estim_mes_min = '' # OK
self.estim_mes_max = '' # OK
self.estim_ano_min = '' # OK
self.estim_ano_max = '' # OK
self.video_antigo = Video() # OK
self.video_novo = Video() # OK
self.video_popular = Video() # OK
self.media_views = 0 # OK
self.media_videos = 0 # OK

self.contato = Contato()

def __str__(self):
    pass

class Video(object):
    """
    Classe responsável por guardar os dados de um vídeo
    específico.

    titulo: (str) nome do vídeo\n
    data: (datetime) data de publicação do vídeo\n
    visualizacao: (int) número de visualizações do vídeo\n
    url: (str) url do vídeo
    """
    def __init__(self):
        self.titulo = ''
        self.data = ''
        self.visualizacao = 0
        self.url = ''

class Contato(object):
    """
    Classe que armazena os dados de contato do canal.

    email: (list) lista de e-mails de contato do canal\n
    facebook: (list) lista de Facebooks de contato do
    canal\n
    twitter: (list) lista de Twitters de contato do
    canal\n
    instagram: (list) lista de Instragrams de contato do
    canal\n

```

```

        google_plus: (string) string que armazena o link do
        Google+\n
        linkedin: (list) lista de LinkedIns de contato do
        canal\n
        site: (list) lista de sites de contato do canal\n
    """
    def __init__(self):
        self.emails = list()
        self.facebook = list()
        self.twitter = list()
        self.instagram = list()
        self.google_plus = ''
        self.linkedin = list()
        self.site = list()

```

Controladores gerais (Controller 1)

```

import datetime as dt
import os
import sys
from models import canal as cnl

def converte_data_original(string):
    """
        Converte para uma string para datetime.\n
        O formato de entrada será 'Jan 30 2001'.
    """
    return dt.datetime.strptime(string, '%b %d %Y')

def converte_data_brasil(string):
    """
        Converte para uma string para datetime.
        O formato de entrada será '30 01 2001'.
    """
    return dt.datetime.strptime(string, '%d %m %Y')

def converte_date_string(objeto):
    """
        Vai converter o objeto.\n
        Se o objeto for uma string, vai converter para
        datetime.\n
        Se o objeto for um datetime, vai converter para uma
        string.\n
        Se não for nenhum desses, vai pausar o programa.

        objeto: (datetime, string) variável a ser convertida\n

```

```

        return: datetime se string, string se datetime
    """
    # converte uma string no formato dd/mm/aaaa para datetime
    if isinstance(objeto, str):
        return dt.datetime.strptime(objeto, "%d/%m/%Y")
    # converte datetime para string no formato dd/mm/aaaa
    elif isinstance(objeto, dt.datetime):
        return objeto.strftime("%d/%m/%Y")
    # pausa o programa
    else:
        input("Erro ao converter. Outra coisa foi enviada.")

def salva(conteudo):
    """
    Vai salvar todaa página em disco.
    """
    with open("teste.txt", "w", encoding = "utf-8") as arq:
        arq.write("{}".format(conteudo))

def converte_lista_string(objeto):
    """
    Converterá o objeto.\n
    Se o objeto for uma lista, converterá para String.\n
    Se o objeto for uma String, converterá para lista.\n
    Se não for nenhum desses, pausará o programa.

    objeto: (list, string) variável a ser convertida\n
    return: list se string, string se list
    """
    # Converterá uma string para lista
    if isinstance(objeto, str):
        return list(map(int, objeto.split(" ")))
    # Converterá uma lista para string
    elif isinstance(objeto, list):
        return '; '.join(str(e) for e in objeto)
    # pausa o programa por erro
    else:
        pass

def converte_mes_numero(data):
    """
    Converte as abreviações do mês para números com um
    zero a esquerda.
    """
    data = data.replace('jan', '01')
    data = data.replace('fev', '02')
    data = data.replace('mar', '03')
    data = data.replace('abr', '04')
    data = data.replace('mai', '05')

```

```

data = data.replace('jun', '06')
data = data.replace('jul', '07')
data = data.replace('ago', '08')
data = data.replace('set', '09')
data = data.replace('out', '10')
data = data.replace('nov', '11')
data = data.replace('dez', '12')

return data

# FUNÇÕES DO SISTEMA
def limpa_tela():
    """
        Função responsável por limpar a tela, independente do
        sistema operacional.
    """
    os.system('cls' if os.name == 'nt' else 'clear')

def mostra_atual(canal):
    """
        Mostra o canal que está sendo avaliado para facilitar
        a verificação de erros.
    """
    sys.stdout.write("Canal: {} \r".format(canal.titulo))
    sys.stdout.flush()

def progresso(contador, tamanho):
    """
        Função para exibir o progresso de uma operação.
    """
    sys.stdout.write("Progresso: {0:.2f}%
\r".format(contador * 100 / tamanho))
    sys.stdout.flush()

# FUNÇÕES PARA LIDAR COM OS ERROS DE EXECUÇÃO
def salva_links_mortos(link):
    """
        Vai salvar os links que deram erro em um arquivo de
        texto.
    """
    with open("links_mortos.txt", "a+", encoding = "utf-8") as
    arq:
        arq.write("{}".format(link))
        arq.write("\n")

def salva_erro(variavel, nome_funcao, texto=''):
    """

```

```

        Vai salvar o tipo do erro, o texto baixado da Internet
        e a variável que deu o erro.
    """
    nome = 'log_erro.txt'
    with open(nome, "a+", encoding = "utf-8") as arq:
        arq.write("-----\n")
        ERRO NA EXECUÇÃO-----\n")
        if isinstance(variavel, cnl.Canal) or
isinstance(variavel, cnl.Video) or isinstance(variavel,
cnl.Contato):
            arq.write("Variável:
{}".format(variavel.__dict__))
        else:
            arq.write("Variável: {}".format(variavel))
            arq.write("\nLocal do erro: {}".format(nome_funcao))
            arq.write("\nTexto: {}".format(str(texto)))
            arq.write("\n\n\n")

```

Controlador dos canais (Controller 2)

```

import datetime
import sys
# from pprint import pprint
from controllers import ctrl_utilidade as util

def busca_medias(canais):
    """
        Calcula a média de views e a média de vídeos.
    """
    # para controle do progresso do sistema
    contador = 0
    # passa por todos os canais
    for canal in canais:
        try:
            # calcula a média de visualizações
            canal.media_views = canal.visualizacao /
canal.uploads

            # pega a quantidade de dias entre as datas
            dias = canal.video_novo.data - canal.data_criacao
            # pega o número de semanas
            semanas = dias.days/7.0
            # arredonda para 2 casas decimais
            semanas = round(semanas, 2)

            canal.media_videos = canal.uploads / semanas

```

```

        # arredonda para 2 casas decimais
        canal.media_videos = round(canal.media_videos, 2)
    except:
        util.salva_erro(canal, 'busca_medias')

    # calcula o progresso
    contador += 1
    util.progresso(contador, len(canais))

```

Controlador da lista de canais (Controller 3)

```

import re
import requests
import sys
import constantes as const
from controllers import ctrl_utilidade as util
from models import canal as cnl

def abre_xml():
    """
        Abre o arquivo xml.
    """
    resultado = ''
    # Abre o arquivo e busca o conteúdo do xml e armazena numa
    string
    with open(const.XML_CANAIS, encoding="utf8") as f:
        tudo = f.readlines()
        for item in tudo:
            resultado = resultado + item

    # Busca por todos os canais dentro do arquivo
    canais = re.findall(r'<outline .+? />', resultado)

    # Busca por todos os links
    links = list()
    for canal in canais:
        # Busca o link RSS de cada canal
        links.append(re.findall(r'https.+?" />', canal)[0])

    # Remove o que não serve para ficar apenas uma lista de
    links puros
    for i in range(0, len(links)):
        links[i] = links[i].replace('" />', '')

    # Retorna uma lista dos links encontrados
    return links

```



```

def busca_titulo_id_url(links_rss):
    """
        Busca o título, a url e a id de cada canal com base
        na url RSS buscado em abre_xml().
    """
    canais = list()
    # Para controle do progresso do sistema
    contador = 0
    # Passa por cada link para verificar se existe e extrair
    os dados
    for link_rss in links_rss:
        # cria o objeto para salvar os dados dentro
        canal = cnl.Canal()
        # busca os dados pelo link
        r = requests.get(link_rss)
        # transforma em texto para as buscas
        page = r.text

        try:
            # se existe, pega o título, a id e a url do canal
            if re.findall(r'<name>.+?</name>', page):
                # pega o título do canal
                canal.titulo =
re.findall(r'<name>.+?</name>', page)[0]
                canal.titulo = canal.titulo.replace('<name>',
''))
                canal.titulo = canal.titulo.replace('</name>',
''))

                # pega a ID do canal
                canal.id =
re.findall(r'channel/.+?</uri>', page)[0]
                canal.id = canal.id.replace('channel/', '')
                canal.id = canal.id.replace('</uri>', '')

                # pega a url do canal
                canal.url = const.YOUTUBE + const.CHANNEL +
canal.id

                # adiciona o canal a uma lista de canais
                canais.append(canal)
            # se não existir mais (canal deletado), salva o
            link em links_mortos.txt
        else:
            util.salva_links_mortos(link_rss)
    except:
        util.salva_erro(link_rss, 'busca_titulo_id_url',
page)

```

```

        # calcula o progresso
        contador += 1
        util.progresso(contador, len(links_rss))
    # retorna os canais encontrados
    return canais

```

Controlador do YouTube (Controller 4)

```

import datetime
import re
import requests
import sys
import constantes as const
from bs4 import BeautifulSoup as bs
from controllers import ctrl_utilidade as util
from models import canal as cnl

def busca_antigo(canais):
    """
        Busca os dados do vídeo mais antigo do canal. Título,
        data, visualizações.
    """
    # para controle do progresso do sistema
    contador = 0
    # passa por todos os canais
    for canal in canais:
        try:
            # cria a url para a lista de vídeos mais antigos
            url = const.YOUTUBE + const.CHANNEL + canal.id +
const.MAIS_ANTIGO
            r = requests.get(url)
            page = r.text
            soup = bs(page, 'html.parser')

            res = soup.find_all('h3', {'class': 'yt-lockup-
title'})

            link = str(res[0])
            link = re.findall(r'href="/watch.+?'
rel=',link)[0]
            link = link.replace('href="/', '')
            link = link.replace('" rel=', '')

            canal.video_antigo =
busca_dados_video(const.YOUTUBE + link)

```



```

        contato.facebook.append(link)
    elif 'plus.google.com' in item:
        link = re.findall(r'href=".+?" rel=',
item) [0]

        link = link.replace('href=', '')
        link = link.replace(' rel=', '')
        contato.google_plus = link
    elif 'twitter.com' in item:
        link = re.findall(r'href=".+?" rel=',
item) [0]

        link = link.replace('href=', '')
        link = link.replace(' rel=', '')
        contato.twitter.append(link)
    elif 'linkedin.com' in item:
        link = re.findall(r'href=".+?" rel=',
item) [0]

        link = link.replace('href=', '')
        link = link.replace(' rel=', '')
        contato.linkedin.append(link)
    elif '@' in item:
        link = re.findall(r'href=".+?" rel=',
item) [0]

        link = link.replace('href=', '')
        link = link.replace(' rel=', '')
        contato.emails.append(link)
        elif 'instagram.com' not in item and
'facebook.com' not in item and 'plus.google.com' not in item
and 'twitter.com' not in item and 'youtube' not in item and
'@' not in item:
        link = re.findall(r'href=".+?" rel=',
item) [0]

        link = link.replace('href=', '')
        link = link.replace(' rel=', '')
        contato.site.append(link)
    canal.contato = contato
except:
    util.salva_erro(canal, 'busca_antigo', page)

# calcula o progresso
contador += 1
util.progresso(contador, len(canais))

def busca_dados_video(link):
    """
    Recebe um link de um vídeo e busca os dados daquele
    vídeo.
    """
    video = cnl.Video()
    video.url = link

```

```

r = requests.get(video.url)
page = r.text
soup = bs(page, 'html.parser')

try:
    video.titulo = soup.find('title')
    video.titulo = str(video.titulo.get_text())
    video.titulo = video.titulo.replace(' - YouTube', '')
except:
    util.salva_erro(link, 'busca_dados_video - titulo',
page)

try:
    video.visualizacao =
soup.find_all('div', {'class': 'watch-view-count'})
    video.visualizacao =
str(video.visualizacao[0].get_text())
    video.visualizacao = video.visualizacao.replace('
visualizações', '')
    video.visualizacao =
int(video.visualizacao.replace('.', ''))
except:
    util.salva_erro(link, 'busca_dados_video -
visualizações', page)

try:
    video.data = soup.find_all('strong', {'class': 'watch-
time-text'})
    video.data = str(video.data[0].get_text())
    if 'Publicado em' in video.data:
        video.data = video.data.replace('Publicado em ',
'')
    elif 'Transmitido ao vivo em ' in video.data:
        video.data = video.data.replace('Transmitido ao
vivo em ', '')
        # vai filtrar quando a transmissão foi iniciada a
menos de 24 horas
    elif 'Transmitido ao vivo h' in video.data or
'Transmissão iniciada h' in video.data or 'Stream iniciado h'
in video.data:
        # busca o único inteiro que representa há quanto
tempo foi transmitido
        tempo = int(re.search(r'\d+', video.data).group())
        # verifica se foi transmitido há segundos, minutos
ou horas subtrai
        # o tempo para pegar a hora aproximada de início
da transmissão
        if 'segund' in video.data:

```

```

        video.data = datetime.datetime.now() -
datetime.timedelta(seconds=tempo)
        elif 'minut' in video.data:
            video.data = datetime.datetime.now() -
datetime.timedelta(minutes=tempo)
        elif 'hora' in video.data:
            video.data = datetime.datetime.now() -
datetime.timedelta(hours=tempo)
        video.data = video.data.replace('de ', '')
        # converte a abreviação do mês para número de 01 a 12
        video.data = util.converte_mes_numero(video.data)
        # converte a string para datetime
        video.data = util.converte_data_brasil(video.data)
    except:
        util.salva_erro(link, 'busca_dados_video - data de
publicação', page)
        """
        Pontos a considerar quando pegar os vídeos
        - Publicado em
        - Transmitido ao vivo em
        - Transmissão iniciada há
        - Transmitido ao vivo há (<span class="style-
scope ytd-badge-supported-renderer">AO VIVO AGORA</span>)
        - Stream iniciado há
        """
    return video

def busca_novo(canais):
    """
    Busca os dados do vídeo mais novo do canal. Título,
    data, visualizações.
    """
    # para controle do progresso do sistema
    contador = 0
    # passa por todos os canais
    for canal in canais:
        try:
            # cria a url para a lista de vídeos mais antigos
            url = const.YOUTUBE + const.CHANNEL + canal.id +
const.MAIS_NOVO
            r = requests.get(url)
            page = r.text
            soup = bs(page, 'html.parser')

            res = soup.find_all('h3', {'class': 'yt-lockup-
title'})

            link = str(res[0])

```

```

        link = re.findall(r'href="/watch.+?'
rel=',link)[0]
        link = link.replace('href="/', '')
        link = link.replace('" rel=', '')

        canal.video_novo = busca_dados_video(const.YOUTUBE
+ link)
    except:
        util.salva_erro(canal, 'busca_novo', page)

    # calcula o progresso
    contador += 1
    util.progresso(contador, len(canais))

def busca_popular(canais):
    """
        Busca os dados do vídeo mais popular do canal. Título,
        data, visualizações.
    """
    # para controle do progresso do sistema
    contador = 0
    # passa por todos os canais
    for canal in canais:
        try:
            # cria a url para a lista de vídeos mais antigos
            url = const.YOUTUBE + const.CHANNEL + canal.id +
const.MAIS_POPULAR
            r = requests.get(url)
            page = r.text
            soup = bs(page, 'html.parser')

            res = soup.find_all('h3', {'class': 'yt-lockup-
title'})

            link = str(res[0])
            link = re.findall(r'href="/watch.+?'
rel=',link)[0]
            link = link.replace('href="/', '')
            link = link.replace('" rel=', '')

            canal.video_popular =
busca_dados_video(const.YOUTUBE + link)
        except:
            util.salva_erro(canal, 'busca_popular', page)

    # calcula o progresso
    contador += 1
    util.progresso(contador, len(canais))

```

## Controlador do Social Blade (Controller 5)

```

import re
import requests
import sys
import constantes as const
from bs4 import BeautifulSoup as bs
# from pprint import pprint
from controllers import ctrl_utilidade as util

def busca_cabecalho(canais):
    """
        Busca o número de uploads, inscritos, visualizações,
        tipo e data de criação de cada canal de uma lista de
        canais.
    """
    # para controle do progresso do sistema
    contador = 0
    # passa por todos os canais
    for canal in canais:

        # busca pelo canal em SocialBlade
        url = const.SOCIAL_BLADE + canal.id
        r = requests.get(url)
        page = r.text
        soup = bs(page, 'html.parser')

        try:
            # busca inscritos
            res = soup.find('span', {'id': 'youtube-stats-
header-subscribers'})
            canal.inscritos = str(res.get_text())
            # converte para número inteiro
            canal.inscritos = int(canal.inscritos)
        except:
            util.salva_erro(canal, 'busca_cabecalho -
inscritos', page)

        try:
            # busca uploads
            res = soup.find('span', {'id': 'youtube-stats-
header-uploads'})
            canal.uploads = str(res.get_text())
            # converte para número inteiro
            canal.uploads = int(canal.uploads)
        except:

```



```

        util.salva_erro(canal, 'busca_cabecalho -
uploads', page)

    try:
        # busca visualizações
        res = soup.find('span',{'id':'youtube-stats-
header-views'})
        canal.visualizacao = str(res.get_text())
        # converte para número inteiro
        canal.visualizacao = int(canal.visualizacao)
    except:
        util.salva_erro(canal, 'busca_cabecalho -
visualizações', page)

    try:
        # busca tipo do canal
        res = soup.find('a',{'id':'youtube-user-page-
channeltype'})
        if res.get_text() == '':
            canal.tipo = 'Não Definido'
        else:
            canal.tipo = str(res.get_text())
    except:
        util.salva_erro(canal, 'busca_cabecalho - tipo',
page)

    try:
        # busca data de criação do canal
        div =
soup.find_all('div',{'class':'YouTubeUserTopInfo'})
        canal.data_criacao = str(div[5])
        canal.data_criacao =
re.findall(r'

```

```

        except:
            util.salva_erro(canal, 'busca_cabecalho - data de
criação', page)

        # calcula o progresso
        contador += 1
        util.progresso(contador, len(canais))

def busca_nota(canais):
    """
        Busca a nota do canal no Social Blade.
    """
    # para controle do progresso do sistema
    contador = 0
    # passa por todos os canais
    for canal in canais:
        try:
            url = const.SOCIAL_BLADE + canal.id
            r = requests.get(url)
            page = r.text
            soup = bs(page, 'html.parser')

            # busca nota do canal
            res = soup.find('span', {'id': 'afd-header-total-
grade'})
            canal.nota = str(res.get_text())
        except:
            util.salva_erro(canal, 'busca_nota', page)

        # calcula o progresso
        contador += 1
        util.progresso(contador, len(canais))

def busca_estimativas(canais):
    """
        Busca as estimativas mensais e anuais de cada canal.
    """
    # para controle do progresso do sistema
    contador = 0
    # passa por todos os canais
    for canal in canais:
        try:
            # busca pelo canal em SocialBlade
            url = const.SOCIAL_BLADE + canal.id
            r = requests.get(url)
            page = r.text
            soup = bs(page, 'html.parser')

            # busca por todos os parágrafos

```

```

        res = soup.find_all('p')
        temp = list()
        for item in res:
            if '- $' in str(item):
                temp.append(str(item))

        # pega a estimativa mensal mínima e máxima
        estim_mes = temp[0]
        estim_mes = estim_mes.replace('\n', '')
        estim_mes =
re.findall(r'x;">.+?</p>', estim_mes)[0]
        estim_mes = estim_mes.replace('x;">', '')
        estim_mes = estim_mes.replace(' </p>', '')
        estim_mes = estim_mes.split()
        canal.estim_mes_min =
converte_para_inteiro(estim_mes[0])
        canal.estim_mes_max =
converte_para_inteiro(estim_mes[2])

        # pega a estimativa anual mínima e máxima
        estim_ano = temp[2]
        estim_ano = estim_ano.replace('\n', '')
        estim_ano =
re.findall(r'x;">.+?</p>', estim_ano)[0]
        estim_ano = estim_ano.replace('x;">', '')
        estim_ano = estim_ano.replace(' </p>', '')
        estim_ano = estim_ano.split()
        canal.estim_ano_min =
converte_para_inteiro(estim_ano[0])
        canal.estim_ano_max =
converte_para_inteiro(estim_ano[2])
    except:
        util.salva_erro(canal, 'busca_estimativas', page)

    # calcula o progresso
    contador += 1
    util.progresso(contador, len(canais))

def converte_para_inteiro(valor):
    """
        Converte o valor $1.5K, por exemplo, para 1500.
    """
    # retira o $ do valor
    valor = valor.replace('$', '')

    # valor com ou sem ponto separando valores maiores do que
mil
    if 'K' in valor or 'M' in valor:
        # valor com ponto

```

```

if '.' in valor:
    # retorna o ponto
    valor = valor.replace('.', '')
    # multiplica o valor por 100
    if 'K' in valor:
        valor = valor.replace('K', '')
        valor = int(valor) * 100
    # multiplica o valor por cem mil
    elif 'M' in valor:
        valor = valor.replace('M', '')
        valor = int(valor) * 100000
# valor sem ponto
elif '.' not in valor:
    # multiplica o valor por mil
    if 'K' in valor:
        valor = valor.replace('K', '')
        valor = int(valor) * 1000
    # multiplica o valor por 1 milhão
    elif 'M' in valor:
        valor = valor.replace('M', '')
        valor = int(valor) * 1000000

# valor com ou sem ponto, mas sem K e M
elif 'K' not in valor and 'M' not in valor:
    # indica um valor menor do que 1 dólar
    if '.' in valor:
        valor = float(valor)
    elif '.' not in valor:
        valor = int(valor)

return valor

```

Controlador de exportação para o Excel (Controller 6)

```

import xlswriter as excel
from controllers import ctrl_utilidade as util

def cria_arquivo(nome='dados'):
    """
        Cria o arquivo onde os dados serão salvos.
    """
    # concatena a extensão do arquivo
    nome += '.xlsx'
    return excel.Workbook(nome)

def adiciona_planilha(arquivo, nome=None):

```

```

"""
    Adiciona uma planilha ao documento.
"""
if nome is None:
    return arquivo.add_worksheet()
else:
    return arquivo.add_worksheet(nome)

def exporta_canais(documento, planilha, canais):
    """
        Salva na planilha os dados dos concursos.
    """
    # variáveis para controlar a posição da linha e coluna
    coluna = 0
    linha = 0
    cabecalho = [
        'Título',
        'id',
        'url',
        'Incritos',
        'Uploads',
        'Visualizações',
        'Tipo',
        'Data de Criação',
        'Nota',
        'Estim Mês Min',
        'Estim Mês Max',
        'Estim Ano Min',
        'Estim Ano Max',
        'Video Antigo Título',
        'Video Antigo Data',
        'Video Antigo Visualizações',
        'Video Antigo url',
        'Video Novo Título',
        'Video Novo Data',
        'Video Novo Visualizações',
        'Video Novo url',
        'Video Popular Título',
        'Video Popular Data',
        'Video Popular Visualizações',
        'Video Popular url',
        'Média Visualizações',
        'Média Vídeos Semanais',
        'E-mails',
        'Facebook',
        'Twitter',
        'Instagram',
        'Google+',
        'Linkedin',
    ]

```

```

        'Site'
    ]
    # salva o cabeçalho
    for item in cabecalho:
        planilha.write(linha, coluna, item)
        coluna += 1
    formato_dinheiro = documento.add_format({'num_format':
'$#,##0.00'})
    # seta para a primeira coluna da segunda linha
    coluna = 0
    linha += 1
    for canal in canais:
        try:
            planilha.write(linha, coluna, canal.titulo)
            planilha.write(linha, coluna + 1, canal.id)
            planilha.write(linha, coluna + 2, canal.url)
            planilha.write(linha, coluna + 3, canal.inscritos)
            planilha.write(linha, coluna + 4, canal.uploads)
            planilha.write(linha, coluna + 5,
canal.visualizacao)
            planilha.write(linha, coluna + 6, canal.tipo)
            planilha.write(linha, coluna + 7,
util.converte_date_string(canal.data_criacao))
            planilha.write(linha, coluna + 8, canal.nota)
            planilha.write(linha, coluna + 9,
canal.estim_mes_min, formato_dinheiro)
            planilha.write(linha, coluna + 10,
canal.estim_mes_max, formato_dinheiro)
            planilha.write(linha, coluna + 11,
canal.estim_ano_min, formato_dinheiro)
            planilha.write(linha, coluna + 12,
canal.estim_ano_max, formato_dinheiro)
            planilha.write(linha, coluna + 13,
canal.video_antigo.titulo)
            planilha.write(linha, coluna + 14,
util.converte_date_string(canal.video_antigo.data))
            planilha.write(linha, coluna + 15,
canal.video_antigo.visualizacao)
            planilha.write(linha, coluna + 16,
canal.video_antigo.url)
            planilha.write(linha, coluna + 17,
canal.video_novo.titulo)
            planilha.write(linha, coluna + 18,
util.converte_date_string(canal.video_novo.data))
            planilha.write(linha, coluna + 19,
canal.video_novo.visualizacao)
            planilha.write(linha, coluna + 20,
canal.video_novo.url)

```

```

        planilha.write(linha, coluna + 21,
canal.video_popular.titulo)
        planilha.write(linha, coluna + 22,
util.converte_date_string(canal.video_popular.data))
        planilha.write(linha, coluna + 23,
canal.video_popular.visualizacao)
        planilha.write(linha, coluna + 24,
canal.video_popular.url)
        planilha.write(linha, coluna + 25,
canal.media_views)
        planilha.write(linha, coluna + 26,
canal.media_videos)
        planilha.write(linha, coluna + 27,
util.converte_lista_string(canal.contato.emails))
        planilha.write(linha, coluna + 28,
util.converte_lista_string(canal.contato.facebook))
        planilha.write(linha, coluna + 29,
util.converte_lista_string(canal.contato.twitter))
        planilha.write(linha, coluna + 30,
util.converte_lista_string(canal.contato.instagram))
        planilha.write(linha, coluna + 31,
canal.contato.google_plus)
        planilha.write(linha, coluna + 32,
util.converte_lista_string(canal.contato.linkedin))
        planilha.write(linha, coluna + 33,
util.converte_lista_string(canal.contato.site))

    except:
        util.salva_erro(canal, 'exporta_canais', '')
        linha += 1

def fecha_arquivo(arquivo):
    """
    Salva e fecha o arquivo.
    """
    arquivo.close()

```







Comedy	T3ddy	16/01/12	30/11/2018	2510	84	11.808.113	924.567.224	861.666	1073	2,99	12,8247012	B+	\$4.800,00	\$40.450	\$76.100,00
Comedy	Mateus Hwang	24/08/2014	01/12/2018	1560	52	3.072.105	70.861.325	104.824	676	3,02	13	C+	\$260,00	\$2.230	\$4.200,00
Comedy	Rato Borrachudo	19/03/08	01/12/2018	3909	130	2.439.039	470.556.016	231.118	2036	3,28	15,62547966	B	\$2.700,00	\$23.350	\$44.000,00
Comedy	Davy Jones	07/09/2016	01/12/2018	815	27	2.129.596	452.128.892	566.578	798	6,85	29,37423313	B	\$1.700,00	\$14.450	\$27.200,00
Comedy	EU FICO LOKO	08/10/2010		-40459	-1349		858.657.309		774		-0,573914333	B	\$1.900,00	\$16.400	\$30.900,00
Comedy	O Menino do Rio	09/06/2016		-42530	-1418		11.416.663		115		-0,08111921	B	\$678,00	\$5.789	\$10.900,00
Education	Carol Borges - Aulas da Carol	28/11/12	24/03/2016	1212	40	1.298.477	6.911.046	132.905	52	0,14	1,287128713	C+	\$36,00	\$305	\$573,00
Education	Encontre sua Própria Voz	15/04/15	10/04/2018	1091	36	1.198.787	1.955.597	63.084	31	0,2	0,852428964	C+	\$8,00	\$65	\$121,00
Education	Focofilmes	23/05/2010	30/10/2018	3082	103	212.583	2.643.953	19.021	139	0,24	1,353017521	C+	\$8,00	\$68	\$127,00
Education	natugood	30/11/13	18/08/2017	1357	45	959.817	4.845.042	105.327	46	0,24	1,016949153	C+	\$11,00	\$93	\$175,00
Education	Filosofia Total com Prof. Anderson	11/06/2014	12/09/2018	1554	52	344.968	6.991.188	81.293	86	0,29	1,66023166	C+	\$95,00	\$798	\$1.500,00
Education	Pedro Aquino FX - Tutoriais de After Effects em Português	06/03/2012	26/07/2018	2333	78	354.132	4.805.408	44.495	108	0,32	1,388769824	C+	\$10,00	\$86	\$162,00
Education	Mundo Designer	24/12/2014	25/11/2018	1432	48	419.306	1.961.617	29.278	67	0,33	1,403631285	C+	\$7,00	\$58	\$109,00
Education	Lord Music Academy	19/08/16	12/09/2018	754	25	339.484	2.723.996	64.857	42	0,39	1,671087533	C+	\$62,00	\$526	\$989,00
Education	Redação e Gramática Zica	14/06/2013	27/11/2018	1992	66	1.100.873	10.894.317	96.410	113	0,39	1,701807229	C+	\$134,00	\$1.117	\$2.100,00
Education	Biologia Total com Prof. Jubilit	04/11/2009	19/11/2018	3302	110	2.627.269	89.701.957	353.157	254	0,4	2,307692308	B	\$871,00	\$7.386	\$13.900,00
Education	Biologia com Samuel Cunha	13/08/2015	23/11/2018	1198	40	492.539	8.108.140	57.100	142	0,43	3,555926544	B-	\$182,00	\$1.541	\$2.900,00
Education	BrazilWelds - O Canal da Soldagem	17/11/09	26/11/2018	3296	110	2.768.628	16.756.865	80.176	209	0,44	1,902305825	C+	\$73,00	\$637	\$1.200,00
Education	Educação Ativa Idiomas English in Brazil by Carina	22/03/12	22/11/2018	2436	81	2.209.235	19.885.242	83.551	238	0,48	2,931034483	C+	\$0,00	\$0	\$0,00
Education	Fragozo	19/11/2013	29/11/2018	1836	61	960.825	29.537.078	114.930	257	0,5	4,199346405	B-	\$480,00	\$4.090	\$7.700,00
Education	PORTA ABERTA Ed Caldeira	09/11/2009	16/11/2018	3294	110	3.282.908	80.377.589	278.123	289	0,55	2,632058288	B-	\$215,00	\$1.808	\$3.400,00
Education	LCMAquino	24/09/2010	01/12/2018	2990	100	295.956	8.256.033	29.486	280	0,65	2,809364548	C+	\$15,00	\$129	\$242,00
Education	Arata Academy	02/11/10	24/11/2018	2944	98	3.660.258	48.615.183	147.767	329	0,66	3,352581522	B-	\$408,00	\$3.454	\$6.500,00
Education	Evandro Veras	15/12/10	29/11/2018	2906	97	1.075.162	22.250.073	78.070	285	0,69	2,942188575	B-	\$100,00	\$850	\$1.600,00
Education	Marcenaria Amadora	10/03/2014	29/11/2018	1725	58	641.719	10.437.543	59.986	174	0,7	3,026086957	C+	\$51,00	\$432	\$813,00
Education	Tatiana Gebrael	25/10/14	28/11/2018	1495	50	907.678	16.657.566	42.386	393	0,7	7,886287625	B-	\$144,00	\$1.222	\$2.300,00
Education	nerckie	15/08/2008	20/09/2018	3688	123	1.991.759	94.491.025	205.415	460	0,71	3,74186551	C+	\$62,00	\$530	\$998,00
Education	Marcenaria Faça Você Mesmo	03/03/11	29/11/2018	2828	94	639.994	12.417.412	25.978	478	0,74	5,070721358	C+	\$37,00	\$318	\$598,00
Education	Foto Dicas	27/01/2015	27/07/2018	1277	43	146.641	2.141.772	14.977	143	0,75	3,359436179	C+	\$11,00	\$90	\$169,00
Education	Ciência Em Ação - Prof. Paulo Valim	13/04/11	30/11/2018	2788	93	1.863.680	44.728.704	98.957	452	0,78	4,863701578	B-	\$288,00	\$2.444	\$4.600,00
Education	Zona da Fotografia	21/05/2012	26/11/2018	2380	79	1.860.021	14.139.720	53.157	266	0,78	3,352941176	C+	\$75,00	\$638	\$1.200,00
Education	Química do Sucesso com o Prof.Carlos André	04/10/2012	11/11/2018	2229	74	266.726	4.397.470	17.178	256	0,8	3,445491252	C+	\$20,00	\$168	\$316,00
Education	Viver de Blog	06/11/13	16/09/2018	1775	59	748.241	3.721.213	18.152	205	0,81	3,464788732	C+	\$44,00	\$373	\$702,00
Education	Mayara's life	22/03/16	26/11/2018	979	33	1.987.126	7.130.789	51.672	138	0,82	4,228804903	B-	\$106,00	\$903	\$1.700,00
Education	Dicas para Youtubers	23/05/14	13/05/2018	1451	48	1.862.314	7.901.166	45.150	175	0,84	3,618194349	C+	\$29,00	\$243	\$457,00
Education	Prof. Marx - Mundo da Química	22/02/2013	28/11/2018	2105	70	679.035	2.747.551	10.817	254	0,84	3,619952494	C+	\$20,00	\$171	\$321,00
Education	Donizette Silva	30/12/2009	28/04/2018	3041	101	1.671.977	13.227.113	34.808	380	0,87	3,748766853	C+	\$29,00	\$251	\$472,00
Education	Português Play	13/12/2017	30/11/2018	352	12	47.335	401.830	2.576	156	0,87	13,29545455	C+	\$11,00	\$93	\$174,00
Education	Profissão Marceneiro	11/07/15	14/11/2018	1222	41	1.077.149	4.970.268	30.681	162	0,93	3,977086743	C+	\$40,00	\$337	\$634,00
Education	Bruno Camargo	19/04/2013	29/11/2018	2050	68	462.791	10.937.123	39.484	277	0,95	4,053658537	C+	\$39,00	\$333	\$626,00
Education	Kennedy Ramos	01/07/2015	26/11/2018	1244	41	841.027	18.448.211	84.625	218	0,96	5,257234727	B-	\$316,00	\$2.708	\$5.100,00
Education	O Enem 2018	07/07/14	23/05/2017	1051	35	739.812	3.762.649	26.130	144	0,96	4,110371075	C+	\$4,00	\$33	\$62,00
Education	Alberto Dell'Isola	09/09/06	28/11/2018	4463	149	1.186.983	17.597.323	27.932	630	0,99	4,234819628	C+	\$28,00	\$239	\$450,00
Education	Inglês Winner	28/08/2008	22/11/2018	3738	125	7.563.079	58.236.554	108.448	537	1	4,309791332	C+	\$89,00	\$745	\$1.400,00
Education	Oficina de Casa	08/07/2011	30/11/2018	2702	90	2.668.049	50.767.253	131.863	385	1	4,274611399	B-	\$134,00	\$1.117	\$2.100,00
Education	Exatas Exatas	22/12/12	29/11/2018	2168	72	1.057.000	20.613.182	65.857	313	1,01	4,331180812	B-	\$724,00	\$6.162	\$11.600,00

Education	Photoshop para Iniciantes - Alisson Pawilak	07/08/2014	27/11/2018	1573	52	1.332.493	16.505.496	68.488	241	1,05	4,596312778	C+	\$109,00	\$955	\$1.800,00
Education	OZI AUDIOVISUAL	26/09/07	29/11/2018	4082	136	6.719.526	15.246.128	24.010	635	1,07	4,666829985	B-	\$165,00	\$1.383	\$2.600,00
Education	Pixel Tutoriais	08/10/2011	01/12/2018	2611	87	2.063.679	24.546.198	54.791	448	1,11	5,147453083	B-	\$150,00	\$1.275	\$2.400,00
Education	LegTransito Ronaldo Cardoso	03/10/2011	29/11/2018	2614	87	6.953.618	117.870.688	256.241	460	1,14	5,279265493	B	\$650,00	\$5.525	\$10.400,00
Education	Casa do Saber Matemática Show com Prof. Abraão	22/03/14	29/11/2018	1713	57	886.860	24.585.120	50.072	491	1,15	8,598949212	B-	\$150,00	\$1.275	\$2.400,00
Education	Abraão	17/10/2012	27/11/2018	2232	74	405.138	10.946.454	29.191	375	1,18	5,040322581	C+	\$39,00	\$329	\$618,00
Education	Engehall Elétrica	06/03/14	30/11/2018	1730	58	6.379.246	46.975.480	107.990	435	1,26	7,543352601	B	\$433,00	\$3.667	\$6.900,00
Education	lolly para meninas	04/06/16	25/11/2018	904	30	904.279	22.675.946	78.736	288	1,28	9,557522124	B-	\$164,00	\$1.382	\$2.600,00
Education	Professor Noslen	22/02/2016	26/11/2018	1008	34	2.361.370	68.786.481	332.302	207	1,28	6,160714286	B	\$1.400,00	\$11.700	\$22.000,00
Education	Cara Da Foto	21/02/2014	27/11/2018	1740	58	337.880	4.347.478	13.336	326	1,3	5,620689655	C+	\$60,00	\$507	\$954,00
Education	Casando O Verbo	23/03/2011	30/11/2018	2809	94	3.316.967	18.582.510	34.864	533	1,32	5,69241723	B-	\$328,00	\$2.814	\$5.300,00
Education	Rosa Chiclets	08/10/12	06/11/2018	2220	74	1.361.665	10.624.360	22.273	477	1,4	6,445945946	C+	\$29,00	\$250	\$471,00
Education	Quebra tudo no Enem!	01/10/11	23/04/2018	2396	80	1.371.956	26.895.034	55.340	486	1,42	6,085141903	C+	\$47,00	\$400	\$752,00
Education	Matematica Genial	22/03/2016	28/11/2018	981	33	579.247	5.047.460	24.502	206	1,46	6,29969419	C+	\$64,00	\$532	\$1.000,00
Education	SmallAdvantages Escola para Youtubers - Caique Pereira	10/01/2015	29/11/2018	1419	47	1.145.521	56.081.823	185.701	302	1,49	6,384778013	B-	\$319,00	\$2.710	\$5.100,00
Education	Caique Pereira	27/01/15	01/12/2018	1404	47	1.845.086	26.164.201	82.798	316	1,5	6,752136752	B-	\$238,00	\$2.019	\$3.800,00
Education	Pomar e Horta em Vasos	09/07/13	29/11/2018	1969	66	2.120.571	53.957.419	124.040	435	1,5	6,627729812	B-	\$271,00	\$2.286	\$4.300,00
Education	Mairo Vergara	28/05/2014	30/11/2018	1647	55	3.519.291	59.587.131	80.414	741	1,51	13,49726776	B	\$825,00	\$7.013	\$13.200,00
Education	Quero Bolsa	18/02/15	27/11/2018	1378	46	12.873.235	59.233.298	196.788	301	1,53	6,552975327	C+	\$3.000,00	\$25.150	\$47.300,00
Education	Tia Do Inglês	19/11/2014	29/11/2018	1471	49	873.509	16.198.381	31.824	509	1,72	10,38069341	C+	\$132,00	\$1.116	\$2.100,00
Education	MOMENTO DA CRIANÇA : CHILD'S MOMENT : MUSIC STORIES TOYS CARTOONS FOR KIDS	25/04/13	30/11/2018	2045	68	28.623.736	610.106.634	992.043	615	1,74	9,02200489	B+	\$5.600,00	\$47.550	\$89.500,00
Education	Zergui Pflieger Química em Foco - Prof. Guilherme Vargas	02/03/11	08/11/2018	2808	94	916.408	20.757.272	26.957	770	1,74	8,226495726	C+	\$34,00	\$288	\$541,00
Education	Guilherme Vargas	26/08/2015	28/11/2018	1190	40	1.497.214	5.612.017	18.896	297	1,75	7,487394958	C+	\$211,00	\$1.806	\$3.400,00
Education	Toda a Matemática	08/05/2014	18/06/2018	1502	50	132.883	3.626.055	6.230	582	1,77	11,62450067	C+	\$29,00	\$244	\$459,00
Education	Ler Antes de Morrer	04/05/14	30/11/2018	1671	56	324.840	9.800.915	23.115	424	1,78	7,612208259	B-	\$119,00	\$1.010	\$1.900,00
Education	Se Liga Nessa História	10/11/2014	26/11/2018	1477	49	938.030	33.380.797	87.844	380	1,79	7,718348003	C+	\$373,00	\$3.187	\$6.000,00
Education	Ferretto Matemática	02/04/2014	09/11/2018	1682	56	3.338.643	117.468.174	265.165	443	1,83	7,901307967	B	\$850,00	\$7.225	\$13.600,00
Education	FISICATOTAL	15/02/2013	14/11/2018	2098	70	1.349.111	12.718.543	23.251	547	1,83	7,821734986	C+	\$72,00	\$586	\$1.100,00
Education	TV Poliedro	15/01/2009	28/11/2018	3604	120	875.370	24.485.577	23.476	1043	2	8,682019978	C+	\$79,00	\$690	\$1.300,00
Education	Cintya Sabino Brainstorm Tutoriais - Edição de Vídeo	14/09/14	29/11/2018	1537	51	1.444.721	34.707.999	54.744	634	2,12	12,37475602	B-	\$229,00	\$1.965	\$3.700,00
Education	de Vídeo	23/06/2012	28/11/2018	2349	78	1.443.970	41.231.389	56.949	724	2,16	9,246487867	B-	\$223,00	\$1.912	\$3.600,00
Education	Física Fábris Universo da Elétrica e Prof Jadson Caetano	05/05/2009	29/11/2018	3495	117	737.522	20.120.606	18.291	1100	2,2	9,442060086	C+	\$44,00	\$377	\$710,00
Education	Jadson Caetano	08/01/2014	01/12/2018	1788	60	479.459	9.499.461	15.297	621	2,25	10,41946309	C+	\$56,00	\$476	\$895,00
Education	KAKÁ PEDREIRO	09/08/2016	30/11/2018	843	28	1.068.541	6.438.401	17.934	359	2,27	12,77580071	C+	\$64,00	\$532	\$1.000,00
Education	Tim Explica	08/08/2016	27/11/2018	841	28	2.183.592	28.064.946	101.317	277	2,29	9,881093936	B-	\$282,00	\$2.391	\$4.500,00
Education	EconoMirna	08/04/16	30/11/2018	966	32	937.478	21.207.938	66.902	317	2,3	9,844720497	B-	\$317,00	\$2.709	\$5.100,00
Education	Luz da Serra	05/11/12	30/11/2018	2216	74	1.590.952	69.392.891	69.672	996	2,31	13,48375451	B-	\$387,00	\$3.294	\$6.200,00
Education	Chef Léo Oliveira	21/04/15	30/11/2018	1319	44	13.661.001	81.850.342	173.780	471	2,35	10,71266111	B	\$778,00	\$6.589	\$12.400,00
Education	Dr. Uronal Zancan	10/12/15	29/11/2018	1085	36	1.063.888	15.024.567	39.126	384	2,46	10,61751152	B-	\$207,00	\$1.754	\$3.300,00
Education	Alex Amorim	18/10/10	30/11/2018	2965	99	2.683.933	60.287.210	48.580	1241	2,86	12,55649241	B-	\$342,00	\$2.921	\$5.500,00
Education	Mundo da Elétrica	16/05/14	29/11/2018	1658	55	1.901.722	59.540.265	84.335	706	2,98	12,77442702	B	\$464,00	\$3.932	\$7.400,00
Education	Erico Rocha	05/10/12	01/12/2018	2248	75	785.117	33.152.203	29.495	1124	3,01	15	B-	\$234,00	\$1.967	\$3.700,00
Education	Treino em FOCO Marcelão da Química Vest, Enem, Militar	05/01/13	26/11/2018	2151	72	795.382	24.959.216	26.609	938	3,05	13,08228731	C+	\$82,00	\$691	\$1.300,00
Education	Enem, Militar	26/02/2013	19/11/2018	2092	70	385.785	10.926.900	6.265	1744	3,16	25,00956023	C+	\$0,00	\$0	\$0,00

















Howto	janamakeup	23/03/2011		-40625	-1354		67.250.656		532		-0,392861538	C+	\$119,00	\$1.010	\$1.900,00
Howto	Jonatas Verly	20/01/15		-42024	-1401		15.259.734		258		-0,184180468	C+	\$93,00	\$797	\$1.500,00
Music	Canção e Louvor	02/04/14	08/05/2018	1497	50	3.417.207	5.770.716	1.154.143	5	0,02	0,100200401	C+	\$3,00	\$28	\$52,00
Music	Claudia Cancao	25/04/16	15/12/2017	599	20	798.528	3.069.973	306.997	10	0,03	0,500834725	C+	\$8,00	\$69	\$129,00
Music	Deise Jacinto	17/05/12	24/07/2018	2259	75	729.317	1.434.454	95.630	15	0,04	0,199203187	C+	\$6,00	\$47	\$88,00
Music	BandaHewie	15/08/12	11/09/2016	1488	50	955.283	4.171.997	219.579	19	0,08	0,383064516	C+	\$7,00	\$60	\$112,00
Music	KondZillaVEVO	17/03/14	29/10/2014	226	8	12.882.798	17.418.225	5.806.075	3	0,09	0,398230088	C+	\$30,00	\$255	\$479,00
Music	Daniela Araújo	06/12/11	15/11/2018	2536	85	7.336.384	63.860.033	912.286	70	0,18	0,82807571	B-	\$601,00	\$5.101	\$9.600,00
Music	duplacancaoelouvor	01/05/12	06/11/2018	2380	79	12.938.922	81.182.311	1.097.058	74	0,2	0,932773109	B	\$863,00	\$7.332	\$13.800,00
Music	Isis Vasconcellos	03/12/10	10/05/2018	2715	91	6.228.268	53.052.457	558.447	95	0,24	1,049723757	C+	\$96,00	\$798	\$1.500,00
Music	Ana Vilela	19/03/16	21/09/2018	916	31	95.675.417	139.168.647	3.662.333	38	0,25	1,244541485	B	\$1.300,00	\$11.300	\$21.300,00
Music	Felícia Rock	05/08/15	19/11/2018	1202	40	1.567.383	15.408.033	144.000	107	0,26	2,670549085	B-	\$375,00	\$3.188	\$6.000,00
Music	Sirléia e Sulamita	10/01/16	08/11/2018	1033	34	1.253.845	2.720.130	71.582	38	0,26	1,103581801	C+	\$5,00	\$47	\$88,00
Music	Luiza Possi	24/08/07	25/09/2018	4050	135	2.928.187	16.780.066	99.290	169	0,28	1,251851852	C+	\$21,00	\$178	\$334,00
Music	Gaab Oficial	08/09/16	19/11/2018	802	27	25.264.772	91.124.871	2.024.997	45	0,39	1,683291771	B	\$1.100,00	\$9.350	\$17.600,00
Music	GabrielDinizVEVO	24/11/17	21/09/2018	301	10	59.383.583	122.393.032	6.441.739	19	0,42	1,893687708	B+	\$4.700,00	\$39.600	\$74.500,00
Music	Mariana Nolasco	20/12/11	23/11/2018	2530	84	16.068.915	361.278.230	2.202.916	164	0,45	1,944664032	B	\$894,00	\$7.597	\$14.300,00
Music	JulianaVieiraOficial	14/10/08	08/11/2018	3677	123	12.382.549	51.931.624	206.078	252	0,48	2,056023933	C+	\$38,00	\$324	\$609,00
Music	Marie Martins	21/01/10	30/09/2016	2444	81	2.329.398	21.426.343	128.301	167	0,48	2,049918167	C+	\$14,00	\$120	\$226,00
Music	Wesley Safadão	05/01/11	21/11/2018	2877	96	306.982.029	3.817.638.246	15.331.881	249	0,51	2,59645464	A	\$26.400,00	\$224.650	\$422.900,00
Music	ANDREZZA DO VALLE	07/08/14	01/12/2018	1577	53	1.519.619	11.176.808	94.719	118	0,52	2,244768548	D-	\$141,00	\$1.221	\$2.300,00
Music	Projeto Remake CLEILTON OLIVEIRA	01/06/12	22/11/2018	2365	79	3.117.431	29.615.107	141.699	209	0,62	2,651162791	B-	\$244,00	\$2.072	\$3.900,00
Music	ORIGINAL	15/05/12	24/11/2018	2384	79	15.839.905	22.427.046	98.798	227	0,63	2,856543624	C+	\$26,00	\$220	\$413,00
Music	Tauz	27/02/2014	15/11/2018	1722	57	50.944.352	1.663.660.732	10.397.880	160	0,64	2,787456446	B+	\$6.000,00	\$51.100	\$96.200,00
Music	Metaleiro	29/03/11	08/11/2018	2781	93	1.365.141	30.448.266	109.922	277	0,69	2,988133765	C+	\$36,00	\$310	\$583,00
Music	Mussoumano	09/08/2011	19/11/2018	2659	89	68.021.818	868.951.504	2.849.021	305	0,72	3,441143287	B	\$1.700,00	\$14.800	\$27.900,00
Music	7 Minutoz	19/01/13	30/11/2018	2141	71	22.816.153	871.279.094	2.570.145	339	1	4,750116768	B+	\$6.800,00	\$57.800	\$108.800,00
Music	Kaka Craft	21/03/12	01/12/2018	2446	82	6.942.686	86.488.149	235.663	367	1,05	4,501226492	C+	\$142,00	\$1.221	\$2.300,00
Music	Fabio Lima	25/03/10	27/11/2018	3169	106	2.127.419	106.747.540	153.373	696	1,2	6,588829284	B	\$948,00	\$8.074	\$15.200,00
Music	Kazagastão	17/01/2015	30/11/2018	1413	47	189.976	10.720.465	28.741	373	1,39	7,919320594	C+	\$104,00	\$902	\$1.700,00
Music	NØVA MUSIC	06/09/16	24/11/2018	809	27	4.826.047	22.122.328	81.632	271	1,54	10,04944376	B	\$337,00	\$2.869	\$5.400,00
Music	O Reino das Crianças	21/11/14	01/12/2018	1471	49	170.804.225	1.926.914.446	4.853.689	397	1,78	8,096532971	A	\$22.800,00	\$193.450	\$364.100,00
Music	The Kira Justice	22/05/08	01/12/2018	3845	128	7.103.494	100.463.441	93.979	1069	1,84	8,340702211	B	\$344,00	\$2.922	\$5.500,00
Music	Canal KondZilla	24/09/12	30/11/2018	2258	75	1.095.445.310	21.323.518.124	23.535.892	906	2,59	12,03720106	A++	\$166.200,00	\$1.433.100	\$2.700.000,00
Music	TV Cifras	07/11/08	24/11/2018	3669	122	2.004.379	215.876.856	116.125	1859	3,38	15,20032706	B	\$484,00	\$4.142	\$7.800,00
Music	Alta Fidelidade	20/04/2015	01/12/2018	1321	44	142.057	8.314.696	8.104	1026	5,33	23,3005299	C+	\$79,00	\$690	\$1.300,00
Music	MK MUSIC GUILHERME LK	18/01/10	01/12/2018	3239	108	190.101.069	2.478.183.244	827.164	2996	6,47	27,74930534	A	\$23.500,00	\$199.650	\$375.800,00
Music	FONTEDOFUNK	17/08/13	01/12/2018	1932	64	10.960.221	179.964.996	31.195	5769	20,86	89,58074534	B	\$793,00	\$6.747	\$12.700,00
Music	Ayu Brazil	18/07/13		-41473	-1382		162.035.968		144		-0,104164155	B	\$405,00	\$3.453	\$6.500,00
Music	CANAL DO FUNK (OFICIAL)	30/01/14		-41669	-1389		257.844.147		20477		-14,74261441	B	\$1.000,00	\$8.850	\$16.700,00
Music	Dan Lellis	19/11/2016		-42693	-1423		194.158.754		19		-0,013351135	B+	\$2.500,00	\$21.300	\$40.100,00
Music	Dennis DJ	01/01/12		-40909	-1364		534.080.786		262		-0,19213376	B+	\$3.800,00	\$32.450	\$61.100,00
Music	EyshilaOficial	02/10/10		-40453	-1348		3.792.966		253		-0,187625145	C+	\$24,00	\$201	\$377,00
Music	Gabi Luthai	26/09/09		-40082	-1336		205.544.070		316		-0,236515144	B	\$881,00	\$7.491	\$14.100,00
Music	Heitor Castro	06/11/06		-39027	-1301		64.615.040		752		-0,578061342	B	\$345,00	\$2.923	\$5.500,00
Music	Sabrina Lopes	10/04/15		-42104	-1403		49.157.426		86		-0,061276838	B-	\$275,00	\$2.338	\$4.400,00
Não Definido	Luana Aguiar	31/10/17	23/09/2018	327	11	246.383	889.419	111.177	8	0,02	0,733944954	C+	\$13,00	\$112	\$210,00
Não Definido	Contente Faz Me Rir	09/02/18	29/06/2018	140	5	33.695	192.830	24.104	8	0,09	1,714285714	C	\$0,65	\$5	\$10,00
Não Definido	Player Tauz	27/01/17	20/11/2018	662	22	16.918.658	128.918.478	4.028.702	32	0,13	1,450151057	B	\$1.800,00	\$15.100	\$28.400,00
Não Definido	Thais Ribeiro	11/09/17	18/07/2018	310	10	518.736	2.164.072	144.271	15	0,16	1,451612903	C+	\$17,00	\$142	\$267,00



News	Daniel Fraga	09/02/2010	04/03/2017	2580	86	528.525	16.316.733	23.014	709	1,67	8,244186047	C+	\$31,00	\$261	\$490,00
News	Luiz Felipe Pondé	16/11/15	29/11/2018	1109	37	1.098.400	33.207.094	114.114	291	1,69	7,871956718	B	\$415,00	\$3.508	\$6.600,00
<b>News</b>	<b>Terça Livre TV</b>	<b>18/11/2014</b>		<b>-41961</b>	<b>-1399</b>		<b>66.548.448</b>		<b>3047</b>		<b>-2,178451419</b>	<b>B</b>	<b>\$930,00</b>	<b>\$7.915</b>	<b>\$14.900,00</b>
People	O Paulo	12/07/2015	13/05/2018	1036	35	176.023	422.819	105.705	4	0,03	0,115830116	C	\$2,00	\$19	\$36,00
People	Diana Zambrozuski	23/11/17	09/09/2018	290	10	5.408.374	10.916.104	1.091.610	10	0,05	1,034482759	C+	\$84,00	\$692	\$1.300,00
People	Drakun	13/03/18	01/12/2018	263	9	274.795	437.473	39.770	11	0,05	1,254752852	D-	\$0,00	\$0	\$0,00
People	Casal Babaca	07/01/13	02/11/2017	1760	59	452.950	2.811.238	175.702	16	0,06	0,272727273	C	\$1,00	\$10	\$19,00
People	Casal Maloka Da Leste	05/01/18	07/08/2018	214	7	406.750	796.570	88.508	9	0,07	1,261682243	C+	\$15,00	\$129	\$243,00
People	Felipe Castanhari	29/05/2015	08/08/2018	1167	39	3.287.028	29.389.654	1.469.483	20	0,08	0,514138817	C+	\$30,00	\$253	\$476,00
People	Geração de Valor	16/02/11	14/02/2018	2555	85	1.352.433	12.511.679	379.142	33	0,09	0,387475538	C+	\$26,00	\$218	\$409,00
People	Stefanie Sterci	25/07/16	12/04/2017	261	9	222.912	493.303	41.109	12	0,09	1,379310345	C	\$0,50	\$4	\$8,00
People	yaakutsu	21/07/15	24/11/2018	1222	41	1.044.618	10.636.251	241.733	44	0,09	1,080196399	B-	\$128,00	\$1.114	\$2.100,00
People	Carolina Oliva	13/06/2016	23/08/2018	801	27	2.404.122	3.832.464	98.268	39	0,1	1,460674157	C+	\$7,00	\$61	\$114,00
People	Casal Sem Vergonha	09/08/10	30/08/2017	2578	86	276.759	2.760.329	76.676	36	0,1	0,418929403	C	\$2,00	\$20	\$37,00
People	Alexandre Chollet	03/12/17	15/11/2018	347	12	665.380	2.458.223	84.766	29	0,12	2,507204611	C+	\$60,00	\$512	\$963,00
People	Danee Suave	26/09/16	23/11/2018	788	26	690.355	10.614.094	136.078	78	0,12	2,969543147	C+	\$37,00	\$317	\$596,00
People	Luciana D'Aulizio	06/07/2012	31/08/2017	1882	63	339.179	2.456.716	39.624	62	0,13	0,988310308	C	\$1,00	\$12	\$23,00
People	Jefferson Bastos	22/08/15	03/10/2018	1138	38	461.989	2.505.533	29.134	86	0,16	2,267135325	C+	\$5,00	\$45	\$84,00
People	Brazilian Purple	13/06/16	03/04/2018	659	22	485.379	2.452.941	106.650	23	0,19	1,047040971	C+	\$13,00	\$110	\$206,00
People	Rodrigo Teaser	09/11/10	21/11/2018	2934	98	346.687	4.490.772	46.297	97	0,19	0,991820041	B-	\$71,00	\$586	\$1.100,00
People	Casal de Anões	28/05/14	23/06/2015	391	13	567.559	3.728.545	310.712	12	0,21	0,920716113	C	\$1,00	\$11	\$20,00
People	Kat Torres	13/05/16	30/11/2018	931	31	2.417.978	4.048.926	134.964	30	0,23	0,96670247	C+	\$45,00	\$384	\$722,00
People	Daniel Godri	03/06/09	29/11/2018	3466	116	751.393	7.539.751	63.896	118	0,24	1,02135026	C+	\$14,00	\$121	\$228,00
People	flaviasworld	27/07/11	18/07/2018	2548	85	668.337	4.013.673	44.596	90	0,24	1,059654631	C	\$2,00	\$16	\$29,00
People	Leandro Mendes	10/01/15	15/11/2018	1405	47	465.374	3.946.918	58.043	68	0,24	1,451957295	C+	\$32,00	\$269	\$505,00
People	Nanny Ribeiro	06/10/15	17/11/2018	1138	38	18.630.572	31.709.945	360.340	88	0,24	2,319859402	B	\$392,00	\$3.346	\$6.300,00
People	Dr Love	22/02/16	20/09/2018	941	31	349.276	2.216.727	56.839	39	0,28	1,24335813	C+	\$10,00	\$87	\$163,00
People	Melim	25/01/16	29/10/2018	1008	34	22.374.401	147.373.673	3.594.480	41	0,28	1,220238095	B+	\$4.200,00	\$35.950	\$67.700,00
People	Ruan Andrade	14/06/16	26/11/2018	895	30	1.673.163	12.025.214	169.369	71	0,28	2,379888268	C+	\$53,00	\$448	\$843,00
People	Rafinha Sanchez TV	21/12/14	30/11/2018	1440	48	7.515.235	41.188.262	528.055	78	0,36	1,625	B-	\$179,00	\$1.540	\$2.900,00
People	Culinária de Mãe	23/11/14	20/08/2017	1001	33	467.975	3.042.755	57.410	53	0,37	1,588411588	C+	\$8,00	\$72	\$136,00
People	Jéssica e Bárbara	07/05/14	24/03/2018	1417	47	6.246.063	12.806.041	142.289	90	0,39	1,905434016	B-	\$53,00	\$453	\$853,00
People	Thayane Lima	12/01/2017	16/11/2018	673	22	6.588.205	27.418.219	685.455	40	0,4	1,783060921	C+	\$127,00	\$1.064	\$2.000,00
People	gabiluthaivlog	17/10/15	24/04/2018	920	31	1.224.621	7.105.255	131.579	54	0,41	1,760869565	C+	\$4,00	\$36	\$68,00
People	kazinharosa	27/11/2011	16/10/2017	2150	72	535.315	3.363.389	22.128	152	0,41	2,120930233	C	\$2,00	\$15	\$27,00
People	Nakada	24/03/15	15/10/2018	1301	43	1.226.120	10.300.434	135.532	76	0,41	1,752498078	C+	\$21,00	\$175	\$328,00
People	Rafael Supernok	17/06/2015	17/10/2018	1218	41	1.869.939	9.997.811	46.938	213	0,41	5,246305419	C+	\$17,00	\$143	\$269,00
People	canal da rippi	06/07/17	29/11/2018	511	17	1.597.275	43.899.073	315.821	139	0,42	8,160469667	B	\$0,00	\$0	\$0,00
People	Carlão Strong	31/07/2015	18/11/2018	1206	40	4.445.005	19.648.145	146.628	134	0,43	3,333333333	B-	\$200,00	\$1.700	\$3.200,00
People	Key e Oda	29/09/17	11/09/2018	347	12	1.174.972	7.415.207	145.396	51	0,44	4,409221902	C+	\$100,00	\$850	\$1.600,00
People	Fernanda Concon	15/07/15	29/11/2018	1233	41	2.911.040	24.509.489	310.247	79	0,45	1,922141119	C+	\$23,00	\$194	\$365,00
People	O Primo Rico	11/01/16	27/11/2018	1051	35	2.411.483	47.960.639	162.578	295	0,45	8,420551855	B	\$874,00	\$7.437	\$14.000,00
People	Vlog de Tudo	19/05/15	06/04/2018	1053	35	3.704.592	53.618.252	777.076	69	0,46	1,965811966	C+	\$44,00	\$377	\$709,00
People	Pedruço	09/05/2015	29/11/2018	1300	43	264.110	8.888.118	68.900	129	0,48	2,976923077	B-	\$0,00	\$0	\$0,00
People	Blog do Casamento	03/06/2014	30/11/2018	1641	55	789.096	2.822.302	24.122	117	0,49	2,138939671	C+	\$22,00	\$185	\$347,00
People	Pega e Faz	29/01/2015	15/11/2018	1386	46	7.141.724	33.100.416	236.432	140	0,49	3,03030303	B-	\$288,00	\$2.444	\$4.600,00
People	World Klik	17/01/13	25/11/2018	2138	71	3.932.791	30.577.927	168.011	182	0,49	2,553788587	B-	\$183,00	\$1.542	\$2.900,00
People	Horta e Pomar em Vaso	07/12/14	21/11/2018	1445	48	1.611.682	11.634.109	97.766	119	0,51	2,470588235	C+	\$60,00	\$511	\$961,00
People	Ateliê Waldênia Caracas /														
People	Tudo De Paletes	27/05/2016	01/12/2018	918	31	1.071.206	5.129.909	28.659	179	0,52	5,849673203	C+	\$71,00	\$586	\$1.100,00
People	QG Curioso	08/05/16	29/11/2018	935	31	6.125.604	42.615.173	600.214	71	0,53	2,278074866	C+	\$48,00	\$405	\$761,00
People	grosteinandrade	26/01/17	16/11/2018	659	22	280.592	1.926.838	28.336	68	0,56	3,095599393	C+	\$15,00	\$130	\$245,00
People	Milla ASMR	23/11/16	29/11/2018	736	25	749.862	8.904.824	53.969	165	0,58	6,725543478	B-	\$99,00	\$850	\$1.600,00











People	Cura Verde	20/12/2016	01/12/2018	711	24	6.276.015	163.049.160	142.525	1144	5,69	48,27004219	B	\$2.500,00	\$21.400	\$40.300,00
People	Vosso Canal	29/07/16	01/12/2018	855	29	4.388.159	532.700.354	489.614	1088	7	38,1754386	B+	\$11.200,00	\$95.050	\$178.900,00
People	Dieta Detox Fácil	21/06/2016	30/11/2018	892	30	11.715.824	140.690.245	155.976	902	7,05	30,33632287	B	\$1.300,00	\$10.900	\$20.500,00
People	Emagrecer e Saude	01/10/2016	01/12/2018	791	26	5.967.596	117.225.957	135.678	864	7,65	32,76864728	B	\$0,00	\$0	\$0,00
People	Peter Toys e Reborns	19/06/13	01/12/2018	1991	66	3.430.985	170.701.140	73.578	2320	8,16	34,95730789	B	\$783,00	\$6.642	\$12.500,00
People	Cura Natural OFICIAL	10/11/2017	01/12/2018	386	13	4.772.055	11.494.113	5.555	2069	9,27	160,8031088	B-	\$159,00	\$1.330	\$2.500,00
People	GR6 Fluxos	04/10/16	30/11/2018	787	26	4.933.213	78.760.549	74.513	1057	9,4	40,29224905	B	\$4.200,00	\$35.900	\$67.600,00
	Diário de Bordo de um														
People	Caminhoneiro	23/09/12	01/12/2018	2260	75	4.410.460	109.970.142	28.894	3806	10,11	50,52212389	B	\$743,00	\$6.322	\$11.900,00
People	Canal Clarear	01/08/16	30/11/2018	851	28	6.726.406	126.056.845	85.928	1467	12,07	51,71562867	B	\$1.000,00	\$8.600	\$16.200,00
People	Alphalife	21/08/14		-41872	-1396		42.266.286		262		-0,187714941	B-	\$249,00	\$2.125	\$4.000,00
People	asmr adlipe	11/06/16		-42532	-1418		26.387.675		371		-0,261685319	B	\$429,00	\$3.665	\$6.900,00
People	Carol Domingos	16/12/14		-41989	-1400		21.977.888		204		-0,145752459	B	\$822,00	\$7.011	\$13.200,00
People	DICAS NATURAIS Sandra Amr	19/02/2015		-42054	-1402		148.645.597		830		-0,592095877	B	\$1.300,00	\$10.850	\$20.400,00
People	doedu	03/02/2015		-42038	-1401		4.034.111		184		-0,131309767	C+	\$42,00	\$359	\$675,00
People	Dra. Roberta Rocco	14/07/15		-42199	-1407		5.036.272		345		-0,245266476	C+	\$71,00	\$586	\$1.100,00
People	Duda María FC			0	0		0		275		#DIV/0!	C+	\$35,00	\$300	\$564,00
People	Dupla Exposição	02/11/2015		-42310	-1410		5.529.766		266		-0,188607894	C+	\$21,00	\$179	\$337,00
	FALA DANTAS : AUTOESTIMA, BELEZA E														
People	MODA	23/05/12		-41052	-1368		28.983.176		715		-0,522508039	B-	\$196,00	\$1.648	\$3.100,00
People	Izabelle Coe	20/08/15		-42236	-1408		10.393.719		51		-0,036225021	C+	\$46,00	\$395	\$744,00
People	LARISSA FLOR	05/01/15	28/11/2018	1423	47		30.307.685		322		6,788475053	B	\$1.600,00	\$13.400	\$25.200,00
People	Macetes Da Construção	17/04/2015		-42111	-1404		47.877.417		546		-0,388972003	B	\$378,00	\$3.189	\$6.000,00
	Maria Mendonca Economia														
People	Doméstica	21/04/2015		-42115	-1404		9.961.372		385		-0,27424908	C+	\$115,00	\$958	\$1.800,00
People	NiinaVlog	03/12/2011		-40880	-1363		120.408.147		557		-0,408757339	C+	\$51,00	\$430	\$808,00
	O PULO DO GATO NA														
People	CONSTRUÇÃO	16/02/2014		-41686	-1390		98.176.481		1444		-1,039197812	B	\$447,00	\$3.824	\$7.200,00
People	Sensualise Moi	07/05/14		-41766	-1392		67.091.596		406		-0,291624767	B	\$414,00	\$3.507	\$6.600,00
People	Silas Malafaia Oficial	01/04/14		-41730	-1391		48.928.251		747		-0,537023724	B	\$441,00	\$3.721	\$7.000,00
People	Tá Querida	14/08/15		-42230	-1408		26.779.941		245		-0,174046886	C+	\$10,00	\$82	\$153,00
People	Thata	02/09/15		-42249	-1408		53.502.107		158		-0,112192005	B	\$415,00	\$3.508	\$6.600,00
People	Thays Rx	08/01/2016		-42377	-1413		13.963.110		388		-0,274677301	C+	\$154,00	\$1.327	\$2.500,00
Sports	Danilo Snider	17/12/13	06/11/2018	1785	60	2.929.146	71.232.201	328.259	217	0,66	3,647058824	C+	\$36,00	\$309	\$582,00
Sports	Smart Fit	13/01/11	29/11/2018	2877	96	3.805.551	9.592.457	31.246	307	0,74	3,201251303	C+	\$31,00	\$261	\$490,00
Sports	Onde Pedalar	01/11/2007	11/10/2018	3997	133	610.933	20.971.405	46.811	448	0,78	3,362521891	C+	\$68,00	\$584	\$1.100,00
Sports	Canidia Alemão	03/07/2010	30/11/2018	3072	102	610.143	25.644.412	58.283	440	0,84	4,296875	B-	\$408,00	\$3.454	\$6.500,00
Sports	MILGRAU	17/08/2015	29/11/2018	1200	40	5.365.909	80.104.920	455.142	176	0,85	4,4	D-	\$0,00	\$0	\$0,00
Sports	Kanhanga SportRap	10/02/16	26/11/2018	1020	34	5.905.581	47.714.127	329.063	145	0,99	4,264705882	B	\$351,00	\$2.976	\$5.600,00
Sports	Garagem de Unicórnio	28/05/14	28/11/2018	1645	55	505.627	28.653.915	100.540	285	1,21	5,197568389	C+	\$66,00	\$583	\$1.100,00
Sports	Vinícius Possebon	16/03/13	26/11/2018	2081	69	8.975.738	65.680.818	127.288	516	1,4	7,438731379	B-	\$252,00	\$2.126	\$4.000,00
Sports	Victor Leles	01/01/2013	29/11/2018	2158	72	4.811.435	75.544.104	162.460	465	1,51	6,464318814	B	\$884,00	\$7.492	\$14.100,00
Sports	F4L	30/01/14	29/11/2018	1764	59	637.583	6.145.794	14.990	410	1,62	6,972789116	C+	\$25,00	\$216	\$406,00
Sports	Fábrica de Monstros	14/04/2014	24/11/2018	1685	56	7.630.882	206.437.315	462.864	446	1,82	7,940652819	B-	\$237,00	\$2.019	\$3.800,00
Sports	Futirinhas	04/12/2012	01/12/2018	2188	73	2.875.042	139.352.530	186.051	749	2,4	10,26965265	B	\$1.200,00	\$10.250	\$19.300,00
Sports	Puxou, Cortou e Raspou	03/08/2016	30/11/2018	849	28	3.480.898	69.876.853	135.947	514	2,83	18,16254417	B	\$797,00	\$6.799	\$12.800,00
Sports	Botafogo TV	10/04/10	29/11/2018	3155	105	963.943	12.971.958	7.786	1666	3,7	15,84152139	C+	\$88,00	\$744	\$1.400,00
Sports	Ser Eletricista	03/06/2016	30/11/2018	910	30	1.376.483	22.500.736	26.851	838	6,45	27,62637363	B	\$266,00	\$2.283	\$4.300,00
Sports	Afinco	13/09/2013		-41530	-1384		42.774.597		1230		-0,888514327	B-	\$91,00	\$796	\$1.500,00
Sports	Carol Borba	21/02/16		-42421	-1414		39.329.868		295		-0,208623088	B	\$1.200,00	\$10.050	\$18.900,00
Sports	Tupi Esportes	11/09/09		-40067	-1336		37.666.360		1564		-1,17103851	B-	\$266,00	\$2.283	\$4.300,00
Tech	marcos piangers	01/07/15	12/10/2018	1199	40	832.233	6.578.066	121.816	54	0,08	1,351125938	B-	\$83,00	\$692	\$1.300,00
Tech	maikon antonio	28/03/15	06/04/2018	1105	37	2.525.115	8.334.417	208.360	40	0,16	1,085972851	C+	\$54,00	\$457	\$860,00

Tech	Ciência Todo Dia	23/07/2013	29/11/2018	1955	65	968.021	14.782.157	135.616	109	0,35	1,672634271	B	\$205,00	\$1.753	\$3.300,00
Tech	Redelease	30/04/2010	30/11/2018	3136	105	1.161.152	7.134.440	28.424	251	0,56	2,401147959	C+	\$98,00	\$849	\$1.600,00
Tech	CANAL DA ELETRICIDADE	14/07/10	25/11/2018	3056	102	1.053.820	18.723.445	65.238	287	0,65	2,817408377	C+	\$102,00	\$851	\$1.600,00
Tech	Vida Engenharia	03/08/2015	23/11/2018	1208	40	1.243.628	11.452.063	96.236	119	0,65	2,955298013	C+	\$123,00	\$1.062	\$2.000,00
Tech	NaveA19Android	08/05/12	01/10/2018	2337	78	1.121.910	16.658.123	69.121	241	0,69	3,093709884	C+	\$9,00	\$77	\$144,00
Tech	Ezec Tech	12/04/14	21/11/2018	1684	56	750.583	8.438.984	39.435	214	0,83	3,812351544	C+	\$61,00	\$518	\$974,00
Tech	LM Tech	17/06/16	30/11/2018	896	30	1.258.675	5.843.491	28.645	204	0,89	6,830357143	C+	\$74,00	\$637	\$1.200,00
Tech	Manual Da Sabrina	13/04/14	30/11/2018	1692	56	493.104	7.214.178	29.688	243	1	4,308510638	C+	\$138,00	\$1.169	\$2.200,00
Tech	TecnoAnálise	16/10/11	23/11/2018	2595	87	1.646.653	67.340.669	103.761	649	1,16	7,502890173	B-	\$146,00	\$1.223	\$2.300,00
Tech	Casal Tech	06/08/14	29/10/2018	1545	52	2.549.372	28.531.389	108.484	263	1,19	5,106796117	C+	\$62,00	\$526	\$990,00
Tech	Jefferson Meneses	27/12/2013	29/11/2018	1798	60	4.453.592	107.664.764	152.500	706	1,33	11,77975528	B	\$999,00	\$8.500	\$16.000,00
Tech	RSSV	28/09/06	29/11/2018	4445	148	855.708	25.103.230	28.559	879	1,33	5,932508436	C+	\$88,00	\$744	\$1.400,00
Tech	Wellington Tutoriais	19/07/2011	17/11/2018	2678	89	817.036	8.702.335	15.880	548	1,43	6,138909634	C+	\$89,00	\$745	\$1.400,00
Tech	Top Ideas	27/07/16	19/11/2018	845	28	5.345.504	71.104.753	397.233	179	1,48	6,355029586	B	\$398,00	\$3.399	\$6.400,00
Tech	Jersu	23/07/13	25/11/2018	1951	65	854.904	21.166.948	45.229	468	1,54	7,196309585	B-	\$281,00	\$2.391	\$4.500,00
Tech	Gesiel Taveira	29/05/12	30/11/2018	2376	79	5.246.229	77.827.147	144.392	539	1,55	6,805555556	B-	\$367,00	\$3.134	\$5.900,00
Tech	DroidWhey	21/06/13	28/11/2018	1986	66	1.241.284	20.917.088	44.129	474	1,66	7,160120846	C+	\$78,00	\$689	\$1.300,00
Tech	DETUDOUMPOUCO AZ	19/07/15	03/10/2018	1172	39	871.090	6.112.957	20.513	298	1,76	7,627986348	C+	\$65,00	\$533	\$1.000,00
Tech	Rodrigostoledo	23/06/09	30/11/2018	3447	115	601.300	17.435.382	19.373	900	1,8	7,832898172	B-	\$185,00	\$1.593	\$3.000,00
Tech	Droid Mobile	11/07/15	26/11/2018	1234	41	137.395	5.865.324	16.384	358	1,92	8,703403566	C+	\$43,00	\$368	\$693,00
Tech	Matheus Kise	02/03/12	28/11/2018	2462	82	1.471.685	44.655.324	56.958	784	2,23	9,553208773	B-	\$244,00	\$2.072	\$3.900,00
Tech	EuTestei	06/12/10	27/11/2018	2913	97	1.992.538	83.787.140	85.497	980	2,34	10,09268795	C+	\$114,00	\$957	\$1.800,00
Tech	Tech Nerd	27/07/16	30/11/2018	856	29	361.329	10.791.148	21.118	511	2,34	17,9088785	B-	\$164,00	\$1.382	\$2.600,00
Tech	Dudu Rocha	28/11/13	28/11/2018	1826	61	2.031.296	112.139.111	167.873	668	2,42	10,97480832	B	\$487,00	\$4.144	\$7.800,00
Tech	EscolhaSegura	20/08/15	01/12/2018	1199	40	881.107	68.453.891	126.299	542	3,17	13,56130108	B	\$1.700,00	\$14.200	\$26.700,00
Tech	Be!Tech	25/09/13	01/12/2018	1893	63	2.847.405	83.993.958	94.481	889	3,28	14,08874802	B		\$0	
Tech	Loop Infinito	12/08/13	30/11/2018	1936	65	1.194.889	83.023.998	79.070	1050	3,64	16,27066116	B	\$473,00	\$4.037	\$7.600,00
Tech	Geek Antenado	01/02/13	30/11/2018	2128	71	1.236.495	58.736.845	47.676	1232	3,7	17,36842105	B-	\$234,00	\$1.967	\$3.700,00
Tech	BPV	11/01/13	30/11/2018	2149	72	1.453.390	41.433.579	26.158	1584	5,13	22,11261052	B	\$426,00	\$3.613	\$6.800,00
Tech	Teteu Tutors	26/10/11	30/11/2018	2592	86	2.328.883	189.063.778	66.925	2825	6,96	32,69675926	B	\$1.300,00	\$11.100	\$20.900,00
Tech	TecMundo	06/11/09	30/11/2018	3311	110	3.148.684	575.554.908	99.577	5780	9,15	52,37088493	B	\$1.400,00	\$12.250	\$23.100,00
Tech	Canaltech	10/07/2012	30/11/2018	2334	78	2.456.857	279.678.484	85.976	3253	9,67	41,81233933	B	\$1.800,00	\$15.000	\$28.200,00
Tech	Linuxbrs	12/12/09	01/12/2018	3276	109	1.469.908	141.192.048	15.337	9206	19,61	84,3040293	B	\$910,00	\$7.755	\$14.600,00
Tech	TukEmperial	14/11/12		-41227	-1374	84.257.603		645		-0,469352609	B	\$400,00	\$3.400	\$6.400,00	
Tech	Victor Sorrentino	12/08/11		-40767	-1359	5.453.678		137		-0,100816837	C+	\$51,00	\$432	\$813,00	
Travel	Vitor Liberato	12/01/2014	22/11/2018	1775	59	550.693	19.562.036	78.562	249	0,92	4,208450704	C+	\$62,00	\$524	\$986,00
Travel	Gui Toledo	15/02/2012	29/11/2018	2479	83	2.926.573	59.966.310	168.919	355	1	4,296087132	C+	\$107,00	\$904	\$1.700,00
Travel	Mi Alves	17/02/14	27/11/2018	1744	58	607.954	14.135.379	28.789	491	1,61	8,446100917	B-	\$112,00	\$956	\$1.800,00
Travel	Martha Sachser	05/03/13	28/11/2018	2094	70	233.346	3.116.520	5.346	583	1,93	8,35243553	C+	\$26,00	\$220	\$414,00
Travel	KIKO BONESI	20/04/10	27/11/2018	3143	105	3.431.928	27.189.427	29.267	929	2,07	8,867324213	B-	\$200,00	\$1.700	\$3.200,00
Travel	Vlog18rodas	30/05/11	30/11/2018	2741	91	948.833	42.828.413	17.002	2519	6,43	27,57022984	C+	\$129,00	\$1.115	\$2.100,00
Travel	Carioca NoMundo	15/06/11		-40709	-1357	20.315.312		216		-0,15917856	B-	\$185,00	\$1.593	\$3.000,00	

Fonte: Elaboração do autor a partir de dados extraídos do YT e Social Blade.