

## **Território (s) do YouTube: a desinformação nos discursos sobre as queimadas na Amazônia em 2019.**<sup>1</sup>

Thamara Machado Pinto  
Mestranda do curso de Pós-Graduação  
em Comunicação e Territorialidades  
Universidade Federal do Espírito Santo - Ufes  
E-mail: thamara.machado29@gmail.com

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Daniela Zanetti  
Universidade Federal do Espírito Santo – Ufes  
E-mail: daniela.zanetti@gmail.com

### **RESUMO**

O propósito deste paper é apresentar e discutir os resultados de uma primeira extração de dados acerca dos discursos de desinformação na plataforma de vídeos YouTube sobre as queimadas na Amazônia. Para tanto, utilizamos o software *YouTube Data Tools* em uma busca personalizada pelas palavras-chave: Amazônia; queimadas; incêndio e chamadas afim de obtermos um panorama temático do que foi dito por atores sociais diversos no site durante os meses de agosto e outubro de 2019. Entendendo o YouTube como um território múltiplo permeado por territorialidades exprimidas nas vivências particulares de seus habitantes, sejam eles *youtubers* ou público em geral, nossas reflexões iniciais apontaram que as informações falsas sobre o ocorrido se basearam em argumentos que enfatizavam temas como: soberania, militarismo, teorias da conspiração e hiperpartidarismo. A partir desse levantamento preliminar concluímos que as estratégias de desinformação evocam sentimentos de pertencimento e nacionalismo já presentes no imaginário popular em relação ao território amazônico. Supomos que é por esse motivo, aliás, que as narrativas ganham tamanha aderência e visibilidade no site. No entanto, ressaltamos que essa hipótese merece uma verificação minuciosa sobre os indivíduos por detrás dos discursos, bem como uma análise audiovisual, já que tratamos de uma plataforma cujo produto primordial são vídeos.

**Palavras-chave:** YouTube; discurso; desinformação; Amazônia; território.

---

<sup>1</sup> O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

## Introdução

Para o geógrafo brasileiro Rogério Haesbaert (2006) territórios estão incessantemente em disputa, seja no sentido político e ou conceitual do termo. Quando se trata da floresta amazônica a afirmação de Haesbaert (2006) fica ainda mais perceptível, visto que historicamente a região é palco de conflitos socioambientais em busca de sua dominação. No entanto, a partir do ano 2019 os debates sobre a Amazônia se acirraram devido ao aumento de cerca de 145% dos incêndios florestais em relação ao ano anterior (ALENCAR; RODRIGUES; CASTRO, 2020).

A disputa que até então se concentrava nas discussões em torno do espaço físico, geográfico, se transfigurou também em uma batalha pelos sentidos dos fatos nas redes sociais digitais. As informações falsas acerca das queimadas na Amazônia vêm na esteira do fenômeno sociopolítico da pós-verdade<sup>2</sup> e encontram na internet um ambiente propício para sua produção e proliferação.

Tendo isso em vista, este paper tem por objetivo apresentar e analisar os resultados de uma primeira coleta de dados referentes aos discursos de desinformação sobre as queimadas na Amazônia na plataforma de vídeos YouTube no ano de 2019. Nossa intenção é expor quais são os eixos temáticos abordados pelos produtores de conteúdo do site ao narrarem os fatos sob uma ótica falsa e ou enganosa. Para tanto, iremos iniciar nossas reflexões compreendendo o diálogo entre comunicação, território e territorialidades e em seguida o entendimento do YouTube enquanto um território apropriado e dominado por diferentes agentes, isto é: *youtubers*, usuários e plataforma.

Vale ressaltar que este trabalho é um dos fragmentos da pesquisa de mestrado em andamento no Programa de Pós Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes) iniciada em 2020 cujo objetivo maior é investigar quais são as estratégias, tanto discursivas quanto de linguagem audiovisual, utilizadas por produtores de conteúdo no YouTube de modo a credibilizar narrativas contendo desinformação sobre as queimadas na Amazônia nos anos de 2019 e 2020.

---

<sup>2</sup> Segundo Mathew D'ancona (2018) são “[...] circunstâncias em que os fatos objetivos são menos influentes em formar a opinião pública do que apelos à emoção e à crença pessoal” (2018, p.20).

## **Comunicação, território e territorialidades**

O próprio vocábulo “território” carrega em sua etimologia uma concepção de materialidade, o que as vezes torna difícil pensa-lo em uma idealização, no campo epistemológico. Nesse sentido, Haesbaert (2011) propõe uma leitura integradora de território abrangendo sua dimensão simbólica e ou cultural, bem como seu aspecto material de natureza econômica e política. Por fim, chegamos ao entendimento de território enquanto um conjunto de relações de apropriação (em sua base idealista) e dominação (em sua materialidade) no/atraves do espaço.

De pronto Haesbaert (2006) deixa nítido que território implica em poder. Em sua concretude, o poder de dominação política e ou econômica, em sua vertente simbólica o poder de apropriação cultural e ou subjetiva, isto é, utilizamos territórios tanto para realizar funções quanto para construir significados e a partir disso manifestam-se relações de poder e controle. Claude Raffestin (1993) e Robert Sack (2013) também partem desse ponto de vista, de modo que para o entendimento de território é mais decisivo, segundo eles, considerar sua dimensão política dado o caráter político nas manifestações de poder, inclusive o simbólico.

Enquanto vivência em um dado território que, por sinal, não é dado e sim construído, as territorialidades implicam direta e indiretamente na conformação, construção e apoio aos processos de ordem comunicacional que tecem o cotidiano dos indivíduos. Seja para estabelecer hegemonias (numa perspectiva de poder) ou para atuar na representação das relações humanas e suas características comportamentais próprias (em sua idealidade), a comunicação não opera somente na produção de territórios e em sua articulação com as territorialidades, ela pode ainda ser pano de fundo, suporte e paisagem onde tais elementos se produzem (MARTINUZZO, 2016).

As modificações na organização e vivência de um território foram também atravessadas pelos aparatos e técnicas comunicacionais de uma época e povo específico. E esse, por sua vez, vê através dos veículos de comunicação seu território sendo representado, bem como sua experiência vivida nele, ou seja, sua territorialidade. Assim, os meios de comunicação podem ser vistos como capazes de estabelecer territorialidades a partir da maneira como as informações são produzidas e colocadas em circulação em um determinado espaço-tempo e em um contexto social (REIS e ZANETTI, 2018). Em suma, o que se trata aqui é a leitura da díade

comunicação e territorialidades a partir da compreensão dos modos de disposição da existência e da realidade que só são possíveis via intercâmbio de informações propiciados pela comunicação.

Em um contexto de ascensão e popularização da internet, discorrer apenas sobre o papel dos veículos tradicionais de comunicação (rádio, tv, jornal impresso) como vetores que propulsionam os processos de constituição de territórios e territorialidades nos parece insuficiente. Isso porque, de acordo com Suely Fragoso (2011) a

[...] ausência de materialidade desses territórios online não impede que os processos de apropriação social que ocorrem virtualmente se desdobrem em sentimentos de pertencimento e posse, conformando a ligação identitária que associa-se ao território (FRAGOSO, 2011, p.215).

A aparente falta de concretude das trocas comunicacionais na ambiência virtual, ou nos territórios digitais – aqui exemplificados por plataformas de redes sociais como o YouTube – não confere caráter imaterial a existência e ao território agora vivido, mas sim na possibilidade de a comunicação mediada pela internet alargar e conformar novos territórios e territorialidades. Além do mais, conforme a autora, a simplificação das interações sociais provocadas pela *web* potencializou a formação de “tribos” onde cada indivíduo experiencia sentimentos de pertencimento revelando assim múltiplas territorialidades. Em uma vivência comunitária online, portanto, se pode fazer parte simultaneamente de uma gama de territórios e a partir desse processo de apropriação instituir lugares virtuais que servem como base para vínculos territoriais (FRAGOSO, 2011).

O YouTube, lócus de nossa pesquisa em andamento, é então um território (HAESBAERT, RAFFESTIN, 2006, 1993) territorializado por meio das apropriações que fazem seus usuários de seus recursos e ferramentas, algo intrínseco ao fenômeno da cibercultura (LEVY, 2009) e da cultura participativa (JENKINS, 2006). É na vivência diversa desse território, ou seja, em suas territorialidades (HAESBAERT, SACK, 2006, 2013), onde podemos observar a criação de uma dimensão simbólica por parte dos sujeitos ali inseridos por meio do compartilhamento de conteúdos audiovisuais. Acrescentamos a essa discussão a possibilidade desses conteúdos, isto é, os vídeos, a partir de seus múltiplos formatos constituírem modos de representação das territorialidades em um determinado contexto e espaço por meio da linguagem audiovisual.

## Terrítório(s) do YouTube

O território digital do YouTube ganha contornos territoriais, de acordo com a pesquisadora Amanda Vasconcellos (2018), porque “[...] foi territorializado, apropriado por meio do trabalho e da produção de informação de seus usuários, que o moldaram de forma participativa” (VASCONCELLOS, 2018, p.121). Ademais, é na vivência diversa desse território, ou seja, em suas territorialidades, onde podemos observar a criação de uma dimensão simbólica por parte dos sujeitos ali inseridos por meio do compartilhamento de conteúdos audiovisuais.

Compreendemos o YouTube enquanto um território no qual a partir de sua homepage (acessível pelo endereço eletrônico [www.youtube.com](http://www.youtube.com)) o usuário adentra em espaços se reunindo em grupos e compartilhando experiências, conteúdos e interesses vivenciando múltiplos territórios e, por consequência disso, de territorialidades. Ao possibilitar o intercâmbio de comunidades de interesse, traduzidas, por exemplo, nas trocas comunicacionais de *youtubers* entre si através das *collabs*<sup>3</sup> e dos sujeitos participantes de fóruns de discussão inseridos nos canais ou em comentários singulares nos vídeos, o YouTube cria uma rede interconexão entre seus distintos territórios.

O caráter integrativo e múltiplo possibilita vivências em inúmeros territórios concomitantemente (sejam, canais, comentários e fóruns) que convergem para uma demarcação espacial em si, o YouTube, já que todos estão inseridos no mesmo endereço eletrônico. Dessa forma, preferimos tratar o YouTube como território uno e a partir dele, se formam outros territórios múltiplos e por sua vez diversas territorialidades, ou seja, distintas maneiras de vivenciar e experimentar o site. Isso quer dizer que não é apenas o fato de se formarem muitos territórios, mas também as características das integrações entre territórios que possibilita “ser” e “estar” simultaneamente em todos eles.). Os vídeos postados por usuários no YouTube, por exemplo, permitirem que os espectadores “habitem” diferentes lugares ao redor do mundo, inclusive em tempo real nas transmissões ao vivo, o que denota suas múltiplas formas de experiência territorial. Por isso, trataremos ao longo de nossa pesquisa em andamento o YouTube e seus territórios, com “s”, para demonstrar a variedade de usos e existências.

---

<sup>3</sup> Do inglês *collaborations*, isto é, colaborações. Quando criadores se reúnem (fisicamente ou por videoconferência) para gravar vídeos juntos para seus respectivos canais (VASCONCELLOS, 2018, p.82-83)

No que se refere ao território enquanto manifestação de poder simbólico e político-econômico (RAFFESTIN; SACK; HAESBAERT) o YouTube tem assinalado peculiar posição. Desde o seu surgimento como um repositório de vídeos online já se traçava uma disputa em torno de direitos autorais e na quebra do domínio de produção e circulação audiovisual restringido até então apenas ao cinema e a televisão. Na atualidade, no entanto, o que define a situação conflitiva é a lógica econômica das empresas chamadas de *Big Tech*<sup>4</sup> nesse caso específico o Google, de extração de dados pessoais revendidos a anunciantes. Nesse sentido, o YouTube é um território que ao mesmo tempo media conversações e interações entre usuários e é mediado através do agenciamento das plataformas na distribuição de seus conteúdos (VAN DIJCK, 2018).

A ferramenta de recomendações de vídeos é uma amostra do gerenciamento de conteúdo no site. Por meio do uso de algoritmos, a plataforma realiza uma espécie de curadoria dos vídeos que serão distribuídos em seus domínios e tendem, segundo Eli Parisier (2012), a posicionar os usuários em bolhas de filtros que privilegiam pontos de vista já estabelecidos e vieses de confirmação. Consideramos, aliás, que diferentemente da propaganda que fazem as plataformas, os algoritmos não são cálculos matemáticos objetivos que visam apenas otimizar o uso de sites como o YouTube. Estão embutidos neles as subjetividades de seus programadores, por sua vez carregada de uma miríade de preconceitos e opiniões (GILLSEPIE, PARISIÉ, 2014, 2012).

Ainda sob a ótica das relações de poder, o(s) território(s) do YouTube são marcados por disputas de ordem discursiva, muitas vezes ancoradas em desinformação e manifestações de ódio, algo que tem chamado a atenção de diversos pesquisadores na atualidade (ALBUQUERQUE, QUINAN, LEWIS, MACHADO et al., 2019, 2018, 2020). O tensionamento ocorre em torno dos habitantes do site, os *youtubers*, que ao usufruírem de visibilidade transformada em influência, credibilidade e fama (VASCONCELLOS, 2018) ao compartilharem suas opiniões nos vídeos. A respeito dos discursos de desinformação proferidos por esses *youtubers*, nos apoiamos nas asserções de Rebecca Lewis (2018) que nos leva ao entendimento de que é precisamente por possuírem notabilidade e relações de intimidade junto

---

<sup>4</sup> Segundo Van Dijck (2018) as “*Big Tech*”, também chamadas de “*Big Five*”, são as grandes empresas de tecnologia (Alphabet- Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft), cujos serviços de infraestrutura são centrais para o design geral do ecossistema e a distribuição dos fluxos de dados na internet (2018, p.4).

ao público que tanto essas figuras quanto seus discursos ganham aderência e legitimidade na plataforma. Além disso, deduzimos que os usos de estratégias discursivas, como a retórica e da linguagem audiovisual contribuem para a formação da imagem, fala e credibilização dos *youtubers* e suas narrativas baseadas em informações falsas, em nosso caso, especificamente sobre as queimadas na Amazônia.

No entanto, para esta ocasião, exporemos os resultados obtidos em uma primeira coleta de dados que demonstram, por ora, apenas o caráter discursivo da desinformação no YouTube acerca das queimadas na Amazônia. Nos atemos, nesse sentido, aos elementos temáticos que compõem as falas dos *youtubers* sobre esse caso.

## Resultados

Para nos auxiliar na extração, operacionalização e categorização dos vídeos utilizamos em consonância com a análise de conteúdo (BARDIN, 2011), o software *YouTube Data Tools*<sup>5</sup>. Isso se fez necessário devido a enormidade de conteúdos que condiziam com a temática estudada. Por meio da seção “*video list*” e separadamente “*video info and comments*” fizemos uma busca conjunta pelas palavras (*search query*): Amazônia; queimadas; fogo; incêndio e chamas compreendendo o período de 10 de agosto de 2019 à 10 de outubro de 2019. Vale ressaltar que o recorte temporal estabelecido levou em conta as primeiras denúncias de uma articulação de produtores rurais em incendiar de maneira criminosa pontos-chaves no território amazônico, o que ficou conhecido como “dia do fogo”<sup>6</sup> em agosto de 2019.

Como resultado inicial, obtivemos uma lista com mais de 3000 vídeos, no entanto, nem todos faziam referência às queimadas na Amazônia. Pensando nisso, fizemos uma filtragem manual que contemplasse apenas os vídeos que condiziam com o fato ocorrido. Nessa etapa chegamos a um total de 188 vídeos entre reportagens televisivas, entrevistas, vlogs, montagens, sátiras e paródias. Novamente em processo manual fizemos uma leitura flutuante desses vídeos aferindo uma categoria macro chamada: “conteúdo controverso”. Entendemos por “controverso” produções marcadas por um discurso negacionista, desinformativo, conspiratório

<sup>5</sup> Disponível em: <https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/>.

<sup>6</sup> “Dia do Fogo: produtores planejam data para queimada na região”. Jornal Folha do Progresso. Disponível em: <https://www.folhadoprogresso.com.br/dia-do-fogo-produtores-planejam-data-para-queimada-na-regiao/>. Acesso em 20/04/2021.

ou que trazem informações falsas e ou fora de contexto acerca das queimadas na Amazônia em 2019. Identificamos assim um total de 53 vídeos de conteúdo controverso.

Encontramos casos diversos que nos chamaram atenção nessa categoria, como por exemplo, uma miríade de vídeos de canais religiosos que ligavam a ocorrência das queimadas ao apocalipse bíblico. Também saltou aos olhos dois canais de garimpeiros: “Adriano Pedras Preciosas” e “Garimpeiro Solitário” que relacionavam as queimadas ao interesse internacional pelas riquezas da Amazônia, entre elas, ouro e pedras preciosas. Outro vídeo que despertou nossa curiosidade foi o da indígena Ysani Kalapalo que ao narrar os fatos sugere que a “culpa” pelas queimadas é do próprio povo indígena que usa a técnica do “roçado” para preparar a terra a ser cultivada. No vídeo, Ysani também parte em defesa do Governo Federal e desmente a afirmação de órgãos como INPE e IBAMA de que as queimadas foram causadas por práticas criminosas de grandes produtores rurais. Por fim, Kalapalo diz que a liderança indígena do cacique Raoni não representa a totalidade dos povos, inclusive o seu. Lembramos, porém, que Ysani acompanhou o Presidente da República, Jair Bolsonaro, na Assembleia Geral da ONU<sup>7</sup> em 2019 para dar seu “depoimento” sobre as queimadas.

A partir da categorização macro dos “conteúdos controversos” depreendemos unidades temáticas comuns aos vídeos, tais como: Soberania; Hiperpartidarismo; Aquecimento Global e Clima; Religiosidade; Indígenas e ONG’s; Negacionismo; Teorias da Conspiração; Militarismo. Para melhor compreensão das categorias, fizemos uma tabela (abaixo) para descrever o que se refere cada item.

<i><b>Categoria</b></i>	<i><b>Descrição</b></i>
Soberania	Vídeos que tem como foco narrativo a ideia “proteção” do território brasileiro de países estrangeiros. Exaltação da Amazônia por suas riquezas e recursos naturais; nacionalismo.
Hiperpartidarismo	Vídeos em defesa do Governo Federal, de ministros (Ricardo Salles), do Presidente da República e ou outras figuras do cenário político.
Aquecimento Global e Clima	Vídeos que correlacionam as queimadas a um evento “natural” e recorrente ao período de seca na Amazônia. Assim, negam que o aquecimento global exista e que as queimadas tendem a piora-lo.

<sup>7</sup> De acordo com reportagem do jornal EL PAÍS - “Ysani Kalapalo, a youtuber indígena que Bolsonaro exibiu na ONU” Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2019/09/24/politica/1569341524\\_455504.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2019/09/24/politica/1569341524_455504.html) .

Militarismo	Vídeos que apresentam militares em seu exercício mostrando táticas e estratégias para defender a Amazônia frente a um ataque estrangeiro.
Negacionismo, Teorias da Conspiração e Religiosidade.	Vídeos que negam os fatos em si ou possuem como “contranarrativa” teorias da conspiração diversas e o apelo à religião como maneira de justificar ou rejeitar os fatos.
Indígenas e ONG’s	Vídeos que culpabilizam povos indígenas e ONG’s pelas queimadas na Amazônia.

Chegamos a essas categorias assistindo aos primeiros minutos dos vídeos em que a marca discursiva de desinformação mostrava tendência a esses assuntos. Nesse sentido, a categoria que mais apareceu em nossos resultados foi a de “soberania”. Muitas das produções negavam e ou contestavam as queimadas com o argumento de que se tratava de uma narrativa “inventada” por países como França e Alemanha objetivando dominar e invadir o território brasileiro.

Mediante nossos resultados aferimos que os vídeos contendo informações falsas a respeito das queimadas na Amazônia em 2019 recorrem a uma trama argumentativa que exalta símbolos e sentimentos de nacionalismo, tais como a “proteção do território amazônico”, afim de legitimar um discurso de desinformação. Há, nesse sentido, uma apropriação do(s) território(s) do YouTube buscando não somente a defesa de uma determinada cosmovisão de quem o produz, mas ainda uma disputa por dominação e visibilidade na plataforma.

### **Considerações finais**

O território do YouTube, tal qual a acepção geográfica do termo, implica em um ambiente permeado por disputas que, em nosso caso, se dão em torno dos discursos de desinformação sobre as queimadas na Amazônia. Como destacamos anteriormente, o site se estabelece enquanto um território porque é apropriado (pelos usuários e *youtubers*) e dominado por relações de poder (o agenciamento das plataformas e a luta por visibilidade). Por tais características pode ser múltiplo e vivenciado de distintos modos, inclusive simultaneamente, e é por esse motivo que enxergamos a possibilidade de interpretá-lo no plural, com “s”.

A miríade de temas empregados para dar sustentação às argumentações falsas acerca das queimadas na Amazônia nos mostram como a experienciação desses territórios podem ainda trazer danos no que se refere a ao entendimento e mobilização pública sobre o caso. Ademais, pudemos deduzir a partir da análise prévia dos dados aqui apresentados que os

discursos tendem a recorrer a uma trama que evoca sentimentos de pertencimento e nacionalismo em relação ao território amazônico, já presentes no imaginário popular, afim de mobilizar o público em prol de uma cosmovisão particular de quem a produz, ou ainda em busca de relevância e visibilidade na plataforma.

Julgamos por fim que os resultados dessa primeira extração de dados nos oferecerão suporte para darmos prosseguimento a uma investigação mais ampla das narrativas de desinformação sobre as queimadas na Amazonia no YouTube. Isso, a partir de uma análise audiovisual dos vídeos postados durante os meses de agosto e outubro de 2019 e 2020, algo que já estamos elaborando em nossa pesquisa.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, Afonso; QUINAN, Rodrigo. **Crise epistemológica e teorias da conspiração: o discurso anti-ciência do canal “Professor Terra Plana”**. Revista Mídia e Cotidiano, v. 13, n. 3, p. 83-104, 2019.

ALENCAR, Ane; RODRIGUES, Lucas; CASTRO, Isabel. **Amazônia em chamas: o que Queima e onde**. Nota Técnica, IPAM, v. 5, p. 1-14, 2020. Disponível em: <<https://ipam.org.br/bibliotecas/amazonia-em-chamas-5-o-que-queima-e-onde/>>. Acesso em: 25jun. 2021.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011, 229p.

D’ANCONA, Matthew. **Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake News**. São Paulo: Faro Editorial, 2018.

FRAGOSO, Suely; REBS, Rebeca R.; BARTH, Daiani L. **Territorialidades virtuais. Identidade, posse e pertencimento em ambientes multiusuário online**. In: Revista Matrizes. Ano 5 – nº 1 jul./dez. 2011 - São Paulo – Brasil, p. 211-225

GILLESPIE, Tarleton. **The relevance of algorithms**. New media & society, v. 12, n. 3, p. 347 2014.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização, do “fim dos territórios” à multiterritorialização**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.

\_\_\_\_\_. **Dos múltiplos territórios à multiterritorialidade**. Porto Alegre, Setembro de 2004. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/petgea/Artigo/rh.pdf>

\_\_\_\_\_. **O mito da desterritorialização: Do fim dos territórios à multiterritorialidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011

JENKINS, Henry. **Cultura de Convergência**. Trad. Suzana Alexandria. – 2. ed. – São Paulo: Aleph, 2006.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2009

LEWIS, Rebecca. *Alternative influence: Broadcasting the reactionary right on YouTube*. Data & Society, v. 18, 2018.

MACHADO, Caio C. Vieira et al. **Ciência contaminada: analisando o contágio de desinformação sobre o coronavírus via YouTube**. Parte I da série Democracia Infectada. LAUT, INCTDD, CEPEDISA. 2020.

MARTINUZZO, José Antonio. **Territorialidade: o que é isso?** In: MARTINUZZO, José Antonio; TESSAROLO, Marcela (Orgs). *Comunicação e Territorialidades: as pesquisas inaugurais do primeiro Programa de Pós-Graduação em Comunicação do Espírito Santo* Vitória, ES: Universidade Federal do Espírito Santo, Departamento de Comunicação Social, 2016.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: O que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012

RAFESTIN, Claude. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993.

REIS Ruth; Daniela, ZANETTI. **Comunicação e territorialidades: poder e cultura, redes e mídias**. 1ª ed. Vitória: EDUFES, 2018.

SACK, Robert David. **O significado de territorialidade**. In: DIAS, Leila Christina; FERRARI, Maristela (Orgs.). *Territorialidades humanas e redes sociais*. Florianópolis: Editora Insular, 2013.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press, 2018

VASCONCELLOS, Amanda M. **Celebridade 2.0: o Youtube e a nova fábrica de famosos**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Territorialidades). 2018. 261 f. Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2018.