

# Youtubers políticos: um novo paradigma para a informação política mediada?

Maria do Socorro Sousa Braga, Jonas Arjona

## INTRODUÇÃO

Esta análise exploratória se insere no debate das Novas Mídias, precisamente o Youtube. O ponto de partida é a ascensão de figuras que se tornam intermediários, nessa plataforma, para a disseminação de informação, especialmente a política. Parte-se da noção prévia de que esse fenômeno já foi conceituado na Ciência Política por Paul Lazarsfeld *et al.* (1960) como “Comunicação em Dois Estágios”, e também na área da Comunicação (KARHAWI, 2016; 2017) nos “Influenciadores Digitais”. O questionamento é sobre como se dá exatamente essa intermediação da informação política no Youtube por meio daquilo que chamo de *youtubers* políticos. A bibliografia do fenômeno será utilizada a fim de termos contato como formas semelhantes avaliadas em outros momentos.

## JUSTIFICATIVA

Já em 1990 iniciou-se os debates acerca dos benefícios que a emergente internet traria à comunicação e o conhecimento humano. Contudo, o contexto atual, recheado de fake News e presença de presidentes nas redes sociais, mostra-se como uma situação inédita e incerta quanto aos efeitos. Ademais é possível observar, nos dados do IBGE, um aumento exponencial no uso declarado da internet no Brasil. Recentemente, um tweet de Jaie Messias Bolsonaro, sugeriu canais no Youtube como “ótimas fontes de informação”, se opondo aos meios midiáticos tradicionais

## OBJETIVO

Por meio da pesquisa bibliográfica seguida de uma coleta empírica, procuro identificar as características principais da influência exercida pelos *youtubers* políticos. A produção acadêmica servirá para posteriormente observar, através da Análise de Conteúdo, as formas de transmissão de informação associadas ao discurso produzido em vídeo.

## METODOLOGIA

Usando o *tweet* aqui citado mencionando os canais no Youtube, serão selecionados dois deles, Nando Moura e Diego Rox. Os mais recentes serão submetidos dita Análise de Conteúdo. Empreenderei na transcrição dos vídeos para possibilitar mais formas, manuais ou por meio de *softwares*, do esforço analítico proposto.

## REFERÊNCIAS

- IBGE. **Internet - Uso**. Rio de Janeiro, 2005.
- IBGE. **Utilização da Internet**. Rio de Janeiro, 2015.
- KARHAWI, Issaaf. **Influenciadores digitais: o Eu como mercadoria**. São Paulo, 2016.
- KARHAWI, Issaaf. **Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão**. São Paulo, 2017.
- LAZARSELD, Paul & BERELSON Bernard & GAUDET Hazel **The People's Choice**. New York 1960
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo, 1999.



Seguem algumas opções de excelentes canais de informação no youtube! 👍

- . EMBAIXADA DA RESISTÊNCIA
- . NANDO MOURA
- . DIEGO ROX OFICIAL
- . OLAVO DE CARVALHO
- . TRADUTORES DE DIREITA
- . BERNARDO P KÜSTER