

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
ESCOLA DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

PRISCILA OLIVEIRA DA MATA

**OS SPAMS E A POLIFONIA INFORMACIONAL: PRÁTICAS DE INDEXAÇÃO
SOCIAL E O COMPORTAMENTO LINGUAGEIRO DOS SPAMMERS EM
SITES DE COMPARTILHAMENTO DE VÍDEOS**

Belo Horizonte

2016

PRISCILA OLIVEIRA DA MATA

OS SPAMS E A POLIFONIA INFORMACIONAL: PRÁTICAS DE INDEXAÇÃO SOCIAL E O COMPORTAMENTO LINGUAGEIRO DOS SPAMMERS EM SITES DE COMPARTILHAMENTO DE VÍDEOS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais para obtenção do grau de Mestre em Ciência da Informação.

Linha de Pesquisa: Organização e uso da Informação.

Orientadora: Dr^a Maria Aparecida Moura

BELO HORIZONTE
2016

Mata, Priscila Oliveira da.

M425s

Os spams e a polifonia informacional: práticas de indexação social e o comportamento linguageiro dos spammers em sites de compartilhamento de vídeos [manuscrito] / Priscila Oliveira da Mata. – 2016.

209 f., enc. : il.

Orientadora: Maria Aparecida Moura.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Ciência da Informação.

Referências: f. 108-119.

Anexos: f. 120-209.

1. Ciência da informação – Teses. 2. Organização da informação – Teses. 3. Web 2.0 – Teses. 4. YouTube (Recurso eletrônico) – Teses. I. Título. II. Moura, Maria Aparecida. III. Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Ciência da Informação.

CDU: 316.472.4



Universidade Federal de Minas Gerais

Escola de Ciência da Informação

Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação

Dissertação intitulada "OS SPAMS E A POLIFONIA INFORMACIONAL: PRÁTICAS DE INDEXAÇÃO SOCIAL E O COMPORTAMENTO LINGUAGEIRO DOS SPAMMERS EM SITES DE COMPARTILHAMENTO DE VÍDEOS", de autoria de Priscila Oliveira da Mata, aprovada pela banca examinadora constituída pelos seguintes professores:

Prof. Dr. Carlos Frederico de Brito D'Andrea
Universidade Federal de Minas Gerais

Prof.^a Dr.^a Silvana Drumond Monteiro
Universidade Estadual de Londrina

Prof.^a Dr.^a Graziela Andrade
Universidade Federal de Minas Gerais

Prof.^a Dr.^a Beatriz Valadares Cendón

Coordenador(a) do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação - PPGCI ECI/UFMG

Data de aprovação: Belo Horizonte, de de Abril 2016

Av. Antônio Carlos, 6627 - Belo Horizonte, MG - 31270-901 - Brasil - Tel.: (31) 3409-5112 - Fax: (31) 3409-5490

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à vida, energia pulsante e inexplicável. Amor.

AGRADECIMENTOS

À Deus, força superior que ilumina e guia meu caminho.

À Cida Moura, mais que professora e orientadora, uma amiga, companheira, conselheira, compreensiva e sensível aos obstáculos que enfrentei durante essa longa caminhada. Pela orientação precisa, firme e cuidadosa e pela força. Agradeço imensamente por ter acreditado em mim quando nem eu mais acreditava. A você, minha grande inspiração acadêmica, toda a minha gratidão.

Aos meus queridos pais, Norman e Danilo, que sempre se doaram inteiros e renunciaram aos seus sonhos, para que, muitas vezes, pudessem realizar os meus. Pelo amor incondicional, pelo incentivo e estímulo e por terem me mostrado desde sempre a importância do estudo em minha vida. A vocês todo o meu amor.

A todos os meus queridos amigos que compreenderam o tempo em que estive “fora de órbita” em meus momentos de imersão.

Aos colegas de trabalho da Biblioteca da Faculdade de Letras, pelo apoio e incentivo constantes.

Aos amigos do mestrado, em especial ao Henrique, com quem pude dividir as minhas aflições e contar sempre com sua atenção e conselhos.

À minha família, irmão, primos e primas, tios e tias, por sempre me apoiarem e me ajudarem com palavras de incentivo nesta minha caminhada acadêmica.

Aos meus queridos sobrinhos Amanda, Mateus e Pedro pela alegria, fofura, leveza e luz que trazem à minha vida.

Ao professor Eduardo, por ter me orientado na Especialização e ter me incentivado a dar prosseguimento aos nossos achados de pesquisa.

Aos professores Carlos D'Ándrea, Joana Ziller e Geane Alzamora por me mostrarem o instigante universo de possibilidades da Comunicação.

À professora Geane Alzamora, pela leitura cuidadosa e pelas considerações precisas durante o meu processo de Qualificação.

À Universidade Federal de Minas Gerais pelo incentivo.

À quem escolheu caminhar junto e estar comigo nesse momento tão importante da minha vida. "As coisas lindas são mais lindas, quando você está..."

“A dúvida é um estado de insatisfação e inquietude do qual lutamos para nos desvencilhar e passar para um estado de crença, ao passo que este é um estado calmo e satisfatório que não desejamos evitar ou transformar numa crença em outra coisa. Pelo contrário, nós agarramo-nos tenazmente não só ao acreditar, mas a acreditar precisamente naquilo que acreditamos. Tanto a dúvida como a crença têm efeitos positivos sobre nós, ainda que bem distintos. A crença não nos faz agir prontamente, mas predispõe-nos a agir de uma certa maneira quando surge a ocasião. A dúvida é desprovida desse efeito ativo, mas estimula-nos a investigar até que ela própria seja aniquilada (...) A irritação da dúvida provoca uma luta para alcançar um estado de crença.”

Charles Sanders Peirce

RESUMO

No contexto da web colaborativa e seus agenciamentos sociotécnicos, verifica-se a intensificação dos fluxos informacionais e amplia-se a possibilidade de engajamentos de novas práticas relacionadas à organização da informação em ambientes colaborativos digitais. Os *spammers* são sujeitos e ou procedimentos automáticos que engajam práticas de atribuição de metadados e comportamento linguageiro disseminando *spams* acoplados aos conteúdos de maior popularidade, com o propósito de ampliar a visibilidade de seus conteúdos. A pesquisa teve como objetivo identificar, sistematizar e analisar, pelo viés da Semiótica Peirceana, o comportamento informacional dos *spammers* em ambientes colaborativos digitais de compartilhamento de vídeos que utilizam a linguagem natural como forma de gerenciamento da informação. Buscou-se o aprofundamento da discussão sobre a prática *spammer* considerando três movimentos: infraestrutura técnica (descrição do *spammer* como uma questão computacional e como uma questão informacional); representação e descrição (*spammer* como uma prática alternativa para representação da informação); sua apropriação sociocultural (ação de apropriação da rede em virtude dessa prática). Para a realização do estudo adotou-se a Semiótica Peirceana como marco teórico e a triangulação de métodos. Adotaram-se a Netnografia para o monitoramento, a observação, a identificação, a descrição dos registros de atividades e a Análise de Conteúdo para a descrição, interpretação, realização de inferências e categorização das práticas *spammers*. Tomou-se como referência empírica o site de compartilhamento de vídeos YouTube. Como resultados obtiveram-se uma descrição e uma tipologia da prática *spammer* e a análise da sua repercussão na organização e recuperação da informação em ambientes colaborativos digitais de compartilhamento de vídeos.

Palavras-chave: Organização da Informação em Ambientes Colaborativos. Indexação Social. Web Colaborativa. Prática *spammer*. Spam Social. Semiose.

ABSTRACT

In the context of collaborative web and social-technical mediation, the intensification of information flows and the increasing on the possibility of engagement of new practices related to the organization of information can be verified in digital collaborative environments. Spammers are subject and or automatic procedures that engage assignment practices meta-data and linguistic behavior, that spread spam coupled to the greater popularity of content, in order to increase the visibility of it. This research aimed to identify, systematize and analyze, based on the perspective of Peircean Semiotics, the information behavior of video sharing spammers in digital collaborative environments using natural language as a way of managing information. Besides, it was an opportunity to deepen the discussion on the spammer practice considering three movements : technical infrastructure (spammer description as a computational issue and as an informational issue); representation and description (spammer as a practical alternative to the information representation); and social-cultural appropriation (network appropriation of action because of this practice). For the study it was adopted Peircean Semiotics as theoretical framework and triangulation methods. Netnography was adopted for monitoring, observation, identification, description of activity logs and content analysis for the description, interpretation, making inferences and categorization of spammers practices. It was taken as empirical reference the YouTube video sharing website. A description and type of spammer practice and the analysis of the impact on the organization and information retrieval in video sharing digital collaborative environments were the results obtained from this study.

Keywords: Information Organization in Collaborative Environments. Social Index. Collaborative Web. Spammer practice. Social spam. Semiosis

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1- Vimeo - página inicial	50
FIGURA 2- Vimeo - página de upload.....	52
FIGURA 3 – Vimeo - pesquisa básica.....	53
FIGURA 4 - Vimeo - pesquisa avançada	53
FIGURA 5 – Vimeo - grupos	54
FIGURA 6 - YouTube - editor de vídeos	56
FIGURA 7 – YouTube - Interface de descrição de vídeos. Informações básicas. Atribuição de metadados.....	57
FIGURA 8 – YouTube - Interface de descrição de vídeos. Configurações avançadas.	57
FIGURA 9 – YouTube - Ferramenta Analytics. Visualizações.....	58
FIGURA 10 – YouTube - Ferramenta Analytics. Relatório de visualizações. Origens de tráfego.....	59
FIGURA 11 – YouTube - Analytics. Relatórios de visualizações. Retenção de público.	60
FIGURA 12 – YouTube - Analytics. Relatórios de envolvimento. Gostam e não gostam.....	61
FIGURA 13 – Youtube - prática spammer.....	66
FIGURA 14 – Youtube - spammer descrição	68
FIGURA 15 – Youtube - video spammer "Luciana Mello, Jair Oliveira, Jair Rodrigues / Para nossa alegria	70
FIGURA 16 – Youtube - video spam - tags	71
FIGURA 17 – Youtube - video hit - tags.....	71
FIGURA 18 – Youtube - spammer conteúdo - miniatura	73
FIGURA 19 – Youtube - spammer conteúdo - anotações	73
FIGURA 20 – Youtube - prática spammer conteúdo - relegendas	74
FIGURA 21 – YouTube - video hit: Gangnam Style	90
FIGURA 22 – YouTube: busca Psy - Gangnam Style	91
FIGURA 23 – YouTube - spammer Gangnam Style.....	93
FIGURA 24 – YouTube - spammer Psy - Gangnam Style.....	94
FIGURA 25 – YouTube - spammer Psy Transformers	94
FIGURA 26 – YouTube - ObamaStyle - Gangnam Style	96
FIGURA 27 – YouTube - video spam Pronunciamento Obama	97
FIGURA 28 – YouTube - video hit Pronunciamento Obama	97
FIGURA 29 – YouTube - video spammer Pronunciamento Obama Remix	98
FIGURA 30 – YouTube - spammer Hitler é informado sobre a morte de Osama	99
FIGURA 31 – YouTube - spammer Dilma canta Show das Poderosas	100
FIGURA 32 – YouTube - video hit Show das Poderosas	101

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - Recursos <i>YouTube</i> e <i>Vimeo</i>	62
QUADRO 2 - Tipos de prática spammer	76
QUADRO 3 - Unidades de análise.....	83
QUADRO 4 - Categorização do corpus	83
QUADRO 5 - Frequência prática spammer.....	84
QUADRO 6 - Ocorrências totais da prática spammer	84

LISTA DE ABREVIATURAS

AACR	–	ANGLO AMERICAN CATALOGUING RULES
CDD	–	CLASSIFICAÇÃO DECIMAL DE DEWEY
CDU	–	CLASSIFICAÇÃO DECIMAL UNIVERSAL
CTSS	–	COMPATIBLE TIME SHARING SYSTEM
ISB	–	INTERNATIONAL STANDART BIBLIOGRAPHIC DESCRPTION
MARC 21	–	MACHINE READABLE CATALOGUING
OC	–	ORGANIZAÇÃO DO CONHECIMENTO
OI	–	ORGANIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO
RC	–	REPRESENTAÇÃO DO CONHECIMENTO
RDA	–	RESORCE DESCRIPTION AND ACCESS
RDF	–	RESOURCE DESCRIPTION FRAMEWORK
RI	–	REPRESENTAÇÃO DA INFORMAÇÃO
SEO	–	SEARCH ENGINE OPTIMIZATION
TIC	–	TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
1.1 Novos fluxos informacionais na web colaborativa.....	12
1.2 Estrutura da dissertação.....	20
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	23
2.1 Semiótica	23
2.2 Web colaborativa.....	27
2.3 O fenômeno da cultura participativa: YouTube.....	30
2.4 Representação da informação.....	33
2.4.1 Indexação social e linguagem natural.....	38
2.4.1.1 <i>A emergência da prática spammer</i>	40
2.4.1.2 <i>Spam: origem e tipologia</i>	41
2.4.1.3 <i>Uma nova forma de apropriação da prática spammer: o spam social</i>	43
2.4.1.4 <i>Sites de compartilhamento de vídeos</i>	49
2.4.2 A prática spammer no YouTube	63
2.4.2.1 <i>Spammer campo “Título”</i>	65
2.4.2.2 <i>Spammer campo “Descrição”</i>	67
2.4.2.3 <i>Spammer campo “Tags”</i>	69
2.4.2.4 <i>Spammer campo “Conteúdo”</i>	72
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	78
4. ANÁLISE	88
4.1 Processos de semiose envolvidos na prática spammer.....	88
4.2 Novos hábitos e uma nova possibilidade de representação?	102
5. CONSIDERAÇÕES	105
ANEXO.....	120
HIT 1: Anitta – Show das poderosas	120
HIT 2: Lucas Lucco - Mozão.....	131
Hit 3: Valesca Popuzuda – Beijinho no ombro.....	142
Hit 5: Der Untergang – As últimas horas de Hitler (cena original).....	151
Hit 5: Michel Teló – Ai se eu te pego.....	158
Hit 6: Meus óculos – Juliana.....	168
Hit 7: Psy – Gangnam Style	174
Hit 8: President Obama on death of Osama Bin Laden	184
Hit 9: Para nossa alegria	191
Hit 10: Katy Parry – Roar.....	201

1. INTRODUÇÃO

Com o intuito de contextualizar a pesquisa, será apresentado um panorama sobre os novos fluxos informacionais na web colaborativa e os conceitos relacionados a esse novo ambiente sociocomunicacional da internet. Conceitos como colaboração, participação e agenciamentos irão nortear o desenvolvimento do capítulo em que serão descritos os processos de mediação social na web atual, *produsage* e fluxos informacionais. Serão apresentados também o problema, a justificativa e os objetivos da pesquisa e a estrutura da dissertação.

1.1 Novos fluxos informacionais na web colaborativa

Com a implementação dos processos colaborativos na *web*, em virtude do emprego cada vez mais constante das tecnologias informacionais, o usuário passou a assumir o papel de *producer*, termo cunhado por Bruns (2008) para definir esse usuário da *web* que, ao mesmo tempo, assume as tarefas de produção, publicação, seleção e mediação. O atual ambiente sociocomunicacional da internet é caracterizado pelas configurações midiáticas e seus infinitos desdobramentos, tendo em vista principalmente as possibilidades de participação e colaboração. Nesse sentido, surge uma nova lógica comunicacional em que qualquer indivíduo é capaz de produzir, selecionar e disseminar conteúdo, possibilitando maior intercâmbio de informações bem como o surgimento de formas de mediações sígnicas cada vez mais complexas.

A diversificação dos processos de mediação social é uma característica marcante da contemporaneidade e sugere um olhar cuidadoso para os processos colaborativos característicos da rede. Segundo Alzamora (2006), tais processos diferenciados e complementares se traduzem em mediações sociais diversificadas, sígnicas e potencialmente dialógicas, revelando assim operações semióticas variadas. A participação e a colaboração que perpassam os agenciamentos ocasionados pela revolução digital (ZILLER; MOURA, 2010) são, portanto, características da *web* atual em que usuários comuns são responsáveis concomitantemente pela produção, organização e difusão das informações que circulam na rede. Essas características são evidenciadas principalmente nas redes sociais, onde os usuários trocam informações a todo instante, fazendo a *web* um ambiente mais dinâmico, atualizado e potencialmente favorável ao estreitamento das relações sociais.

O crescimento exponencial da web e a crescente disponibilidade de ferramentas e serviços colaborativos na Internet têm facilitado a criação de infraestrutura, ampliando a variabilidade de espaços e temporalidades, favorecendo assim a disseminação de informação e conhecimento. Nesse cenário, o virtual e o real se interpenetram, dando sentido à virtualização, inventando uma nova “arte da hospitalidade”: e que “a mais alta moral dos nômades deve tornar-se, neste momento de grande desterritorialização, uma nova dimensão estética, o próprio traço da criação”. (LEVY, 1996, p.50). Dessa maneira, tem-se o atual contexto, com aplicação da convergência da informação em diversas mídias propostas por Jenkins (2008), contribuindo para a desterritorialização e virtualização da informação conforme Levy (1996).

Aprofundando ainda mais a ideia de desterritorialização ocasionada pelas novas experiências humanas frente às novas tecnologias, recorre-se a Deleuze e Guattari (1995) para explicar a trama da Internet, com sua característica rizomática e suas incontáveis conexões que seguem tecendo uma verdadeira teia de inúmeras multiplicidades. À medida que a acessibilidade se intensifica com os dispositivos móveis, a ideia de desterritorialização torna-se mais evidente com a hibridez ocasionada por essas tecnologias (Deleuze; Guattari, 1995). Dessa forma, as conexões sociais favorecem a intensificação dos fluxos informacionais, tendo em vista a dinâmica da cultura ligada em rede, que torna necessário o movimento no sentido de fazer ressoar o que é publicado, exigindo engajamento e participação da audiência.

Além do processo de desterritorialização, os desdobramentos ocasionados pelo desenvolvimento dos ambientes colaborativos digitais podem ser observados à luz dos princípios da conexão, heterogeneidade, multiplicidade e ruptura presentes na metáfora do rizoma, proposto por Deleuze e Guattari (1995). De acordo com os dois autores, na estrutura descentralizada do rizoma todos os pontos estão rizomaticamente conectados entre si. Além disso, cadeias semióticas de todos os tipos estão conectadas nessa estrutura, resultando em encontros e agenciamentos de múltiplas intensidades. Neste sentido, essas conexões supõem conteúdos e expressões que podem ser traduzidos no que os autores chamaram de agenciamentos maquínicos e agenciamentos coletivos de enunciação, respectivamente, comportando componentes heterogêneos, tanto de ordem biológica, quanto social e maquínica, um agenciamento “é precisamente este crescimento das dimensões numa multiplicidade que muda necessariamente de natureza à medida que aumenta suas conexões.” (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p.24).

Nos ambientes colaborativos digitais são evidenciados tanto os agenciamentos maquínicos através da relação com o outro e com a tecnologia e os agenciamentos coletivos de enunciação que estão presentes nos fluxos dialógicos existentes nesses

espaços. Esses conceitos, como lembram Monteiro e Abreu (2009), são balizadores nos estudos de organização do conhecimento em ambientes virtuais pois reforçam o “plano de imanência e o acontecimento advindos do amálgama dos signos (*sistemas semióticos ou expressão*) com os homens/ferramentas (*sistemas físicos ou corpos*) (grifo dos autores)” (MONTEIRO; ABREU, 2009, p.2)

A instantaneidade dos processos comunicativos e informacionais que se instauram nos ambientes colaborativos digitais resultam em agenciamentos que trabalham ao mesmo tempo sobre fluxos semióticos, fluxos materiais e fluxos sociais. Desta maneira, recorrendo novamente a Deleuze e Guattari, (1995) o que está em jogo não são apenas regimes de signos diferentes, mas também estatutos de estados de coisas, todos conectados e constituintes de uma cadeia semiótica ou, indo um pouco mais além, uma cadeia semiósica. Nesse sentido, o híbrido resultante dessa relação também está intrinsecamente ligado à perspectiva peirceana de semiose, que será discutida mais adiante.

É importante destacar que a noção de agenciamento nos espaços virtuais semânticos está intrinsecamente relacionada às noções de participação e colaboração. A intensificação dos fluxos materiais, semióticos e sociais, inerentes às multiplicidades características do agenciamento, só é possível com a existência de uma estrutura que fomenta a produção colaborativa de conteúdos e o engajamento em torno de uma cultura participativa. Os sujeitos conectados hoje são vistos como atores colaborativos que não somente consomem informações, mas produzem, compartilham, publicam. Os conteúdos são apropriados por esses sujeitos, modificados, ressignificados e republicados, um comportamento denominado por Ziller (2012) de “antropofágico”, analogia ao Movimento Antropofágico proposto, em 1928, por Oswald de Andrade, no Movimento Modernista Brasileiro. Essa relação entre o comportamento dos sujeitos nos ambientes colaborativos e a antropofagia sustenta-se uma vez que, como lembra a autora

o Movimento Antropofágico busca sua denominação na antropofagia indígena, na prática Tupi de devorar os inimigos mais admirados ‘deixar-se afetar por esses outros desejados a ponto de absorve-los no corpo para que as partículas de sua virtude se integrassem à química da alma e promovessem seu refinamento’ é possível estabelecer um paralelo com as possibilidades a todos os que acessam a Internet de se apropriar do que é de outros modificar e republicar, devolvendo ao mundo. (ZILLER, 2012, p.267-277)

A dinâmica da participação e da colaboração nos espaços virtuais emerge com a liberação do polo de emissão proposto por Lemos (2008), presente nas novas formas de relacionamento social e base do processo cultural atual da cibercultura, onde evidencia-se uma multiplicidade de vozes emissoras, alterando os processos de comunicação, produção

e circulação de conteúdo. Essa emergência de vozes e discursos pode ser observada em inúmeras plataformas sociais presentes hoje na *web*, como *wikis*, *blogs*, e o maior fenômeno da cultura participativa, o *YouTube*, que será objeto de análise mais adiante.

Dessa forma as plataformas colaborativas constituem espaços de publicização que estimulam exercício do ver e a experiência da visibilidade. O que predomina nesses ambientes é o compartilhamento informal e instantâneo e as práticas populares de audiência. Além disso, as interações sociais favorecem a intensificação dos fluxos informacionais reforçando a ideia da lógica da propagabilidade, que se refere, de acordo com Jenkins, Green e Ford (2014)

aos recursos técnicos que tornam mais fácil a circulação de algum tipo de conteúdo em comparação com outros, às estruturas econômicas que sustentam ou restringem a circulação, aos atributos de um texto de mídia que podem despertar a motivação de uma comunidade para compartilhar material e às redes sociais que ligam as pessoas por meio da troca de bytes significativos. (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p.26)

Neste cenário de produção, compartilhamento e disseminação de conteúdo, verifica-se fundamentalmente o uso da linguagem natural nos processos de descrição e recuperação a informação. Desse modo, a etiquetagem social é usada como uma alternativa para o gerenciamento da informação realizada por distintos sujeitos informacionais. Trata-se de uma indexação livre em linguagem natural na qual não há o controle ostensivo de vocabulário e nem políticas de indexação pactuadas. (CATARINO; BATISTA, 2009, p.46).

Lancaster (2004) já chamava atenção para a necessidade de uma indexação mais democrática, na qual os usuários acrescentariam termos da sua própria escolha para facilitar a organização e a recuperação da informação de certos registros como imagens ou obras de ficção. Nesse sentido, os sistemas que utilizam a etiquetagem social em linguagem natural surgem como um novo modelo para o gerenciamento da informação em ambientes colaborativos, em que métodos tradicionais de organização da informação, como a taxonomia, tornam-se inviáveis devido à grande quantidade de conteúdo que é gerado.

A interação evidenciada na *web* atual pode ser percebida principalmente nas redes sociais, onde os usuários trocam informações a todo instante, fazendo do ciberespaço um ambiente mais dinâmico, atualizado e potencialmente favorável ao estreitamento das relações sociais. Dessa forma, tendo em vista as diversas possibilidades de comunicação e interatividade, algumas ferramentas ganharam grande destaque em meio aos mais variados públicos (RUFINO; TABOSA; SOUZA, 2009). Entre essas ferramentas podemos destacar as

redes sociais de compartilhamento de fotos e imagens como *Flickr*¹, de informação textual como o *Twitter*² e de vídeos como o *MySpace*³, o *Vimeo*⁴ e o *YouTube*⁵, maior site de hospedagem de vídeos da *Internet*.

Atualmente, a *web* vem se transformando em um importante canal para a distribuição de conteúdo, seja ele texto, som ou imagem. Esse fato deve-se principalmente à mudança na perspectiva do usuário que deixou de ser apenas consumidor e passou a ser também produtor dos conteúdos na *web* (GILL et al., 2007). Dessa forma o usuário passou a assumir o papel de cocriador de conteúdo, engajado como colaborador visto que faz *upload*, *tag*, organiza e classifica conteúdo no *YouTube*, no *Flickr* e em uma miríade de outros *sites* (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p.79). Além disso, muitos desses sites permitem aos usuários formarem redes em torno de interesses comuns.

A maioria destas redes, como, por exemplo, o *YouTube*, *Vimeo*, *MySpace*, permite aos usuários associarem palavras-chave (*tags*) ao conteúdo postado, contribuindo assim para a organização e recuperação das informações na comunidade.

A atribuição de *tags* pelos usuários para descrever conteúdo na *web* está sendo chamada de etiquetagem social ou “*social tagging*” que

[...] surge como uma alternativa de gerenciamento de informação no momento em que permite a qualquer usuário da *Web* representar e recuperar informações através de etiquetas criadas livremente e com base nos significados dos dados etiquetados. (AMARAL; AQUINO, 2008, p.2)

Hoje, vários *sites* estão utilizando a etiquetagem social como forma de gerenciamento da informação. Dentre eles podemos citar o *YouTube*, um dos mais conhecidos sites de compartilhamento de vídeos na *internet*. A organização e representação do conteúdo dos vídeos no *site* são feitas com base nos metadados gerados pelos próprios usuários. Na página dos vídeos, as etiquetas usadas para descrever o conteúdo são *links* que levam a outros vídeos que receberam a mesma etiqueta, formando assim o que Aquino (2007) chamou de hipertexto 2.0, o novo hipertexto surgido pelos *links* formados pelas *tags* atribuídas pelos usuários na *web*.

Em *sites* de compartilhamento de vídeos, o uso da linguagem natural é uma realidade na qual se acrescenta a complexidade do objeto e a dificuldade de representar o seu conteúdo. No entanto, a relativa ausência de controle de vocabulário permitiu aos

¹ Disponível em: <www.flickr.com>. Acesso em: 1 maio 2014.

² Disponível em: <www.twitter.com>. Acesso em: 1 maio 2014.

³ Disponível em: <www.myspace.com>. Acesso em: 1 maio 2014.

⁴ Disponível em: <www.vimeo.com>. Acesso em: 1 maio 2014.

⁵ Disponível em: <www.youtube.com>. Acesso em: 1 maio 2014.

spammers engajarem práticas de indexação e comportamentos languageiros⁶ que oportunizam a disseminação eficiente de *spams*, ensejando uma nova forma de indexar conteúdos em redes digitais de compartilhamento de vídeos.

No contexto da web colaborativa, os *spammers* são sujeitos que se beneficiam dos sistemas interativos e relativamente abertos que utilizam a linguagem natural como forma de gerenciamento da informação para disseminarem *spams* acoplados aos conteúdos de maior popularidade, como nos sites de compartilhamento de vídeos. Se, por um lado, eles comprometem a qualidade na recuperação da informação nesses sistemas, por outro, engajam práticas de indexação e comportamento languageiro que efetivam a recuperação de *spams*, legitimando uma nova maneira de comunicar determinada mensagem, aliada à possibilidade de conectar grandes audiências.

O que se observa com as leituras é que as recentes discussões acerca das necessidades e desafios dos estudos voltados para o conteúdo multimídia no contexto da web colaborativa apontam para o fato de que a compreensão do comportamento dos usuários é de grande relevância para identificar os *spammers* e entender como eles atuam.

A análise preliminar dos vídeos populares e dos “vídeos *spammers*” a eles relacionados revelou um padrão de comportamento languageiro e de indexação social na atividade de compartilhamento que enseja a recuperação simultânea de documentos pertinentes à busca e *spams* em um grau de relevância que acentua a polifonia informacional. Essa polifonia informacional pode ser compreendida como um novo conteúdo cultural que tende não somente a fortalecer a importância do conteúdo principal, mas principalmente a dar visibilidade a esse novo conteúdo.

Tendo em vista a complexidade que permeia a questão da significação em interfaces digitais multimodais⁷, somada à crescente utilização da linguagem natural para representar as informações nos sites de compartilhamento de vídeos e ainda a necessidade de compreender a prática *spammer*, a natureza da indexação social realizada e a proliferação de *spams* nestes sites, torna-se oportuno um estudo mais aprofundado que analise o comportamento e as interações que os sujeitos estabelecem nas redes de compartilhamento de vídeos.

Assim, os esforços da pesquisa caminham no sentido de compreender a prática *spammer*, identificando suas características e potencialidades em relação às práticas

⁶ Na Teoria Semiolinguística desenvolvida por Patrick Charaudeau, languageiro é o material de linguagem utilizado na interlocução discursiva. No discurso, os sujeitos podem definir novos rumos semânticos de acordo com suas intenções, princípios, ideologias e valores. Para Charaudeau, de acordo com os princípios que alicerçam o ato de linguagem, todo sujeito falante discursa com a intenção de manipular crenças, valores e emoções.

⁷ A multimodalidade pode ser entendida como sendo a linguagem além da linguagem. A comunicação multimodal é a utilização simultânea de vários meios de comunicação. Disponível em: <www.let.unb.br>. Acesso em: 25 maio 2015.

tradicionais de indexação. Nesse sentido, busca-se repertoriar essa prática tendo em vista ampliar e compreendê-la no contexto da indexação em ambientes colaborativos digitais.

Partimos do pressuposto, inerente a toda prática informacional, de que existe um caráter sógnico no comportamento linguageiro dos *spammers* acentuando a polifonia, ideologias e diversos propósitos que legitimam a ação desses sujeitos nos espaços que apresentam novas dinâmicas de colaboração, que têm a visibilidade e a audiência como elementos essenciais nessa nova configuração.

Em virtude da grande complexidade de se entender os processos de trocas informacionais, interação, criação, existentes hoje nos ambientes colaborativos digitais, esta pesquisa tem o propósito de identificar, sistematizar e analisar pelo viés da semiótica peirceana o comportamento linguageiro dos *spammers* em *sites* de compartilhamento de vídeos que utilizam a linguagem natural como forma de representação da informação.

Tendo em vista o caráter formal e abstrato da semiótica de Peirce e o seu uso cada vez mais frequente em estudos teóricos da Ciência da Informação, uma vez que auxilia na compreensão dos fenômenos desta área, optou-se pelos conceitos semióticos de objeto, signo, interpretante, semiose e hábito para nortear o trabalho. Nesse sentido, pretende-se encontrar subsídios nessa teoria para responder a algumas questões que tangenciam a presente pesquisa, sendo fundamental a escolha dessa teoria devido à dificuldade de se estudar o objeto em questão.

Acredita-se que a teoria semiótica de Peirce poderá apoiar a reflexão sobre determinadas questões e permitirá entender melhor os fenômenos existentes na interação entre os usuários em ambientes colaborativos bem como compreender o comportamento linguageiro dos *spammers* na linguagem natural utilizada nestes sistemas, contribuindo assim para se alcançar os objetivos propostos com a pesquisa.

Diante do exposto, o problema da pesquisa gira em torno da implementação dos processos colaborativos na *web* atual, na qual verifica-se o aumento considerável da utilização da linguagem natural e da indexação social para a descrição e representação da informação. Em *sites* de compartilhamento de vídeos, o uso da linguagem natural torna-se ainda mais necessário, tendo em vista a complexidade do objeto e a dificuldade de representar o conteúdo dos vídeos. No entanto, o uso da linguagem natural para descrição de conteúdos trouxe consigo uma nova forma para os *spammers* disseminarem *spams* causando certas repercussões que, se por um lado comprometem a qualidade dos sistemas colaborativos digitais, por outro lado legitimam novas práticas informacionais.

Nesse sentido, este estudo teve como objetivo geral identificar, sistematizar e analisar, pelo viés da semiótica peirceana, o comportamento dos *spammers* e suas práticas linguageiras em redes sociais de compartilhamento de vídeos que utilizam a linguagem

natural como forma de descrição e representação da informação.

Visando alcançar o objetivo geral da pesquisa, buscou-se, como objetivos específicos, identificar os perfis e sistematizar as interações estabelecidas por usuários mantenedores de canais e ou vídeos em redes sociais de compartilhamento de vídeos; investigar e caracterizar as práticas informacionais de descrição e representação da informação adotadas pelos sujeitos que participam de sites de compartilhamento de vídeos na *web*; compreender os processos de significação empreendidos pelos sujeitos que utilizam a linguagem natural para representar o conteúdo dos vídeos hospedados nos perfis analisados; identificar e analisar as práticas de indexação engendradas pelos spammers em ambientes colaborativos; investigar, sob uma perspectiva semiótica, as repercussões causadas pela ação dos *spammers* em sistemas de compartilhamento de vídeos. Finalmente, a partir da compreensão da prática *spammer*, repertoriar as práticas de indexação nela latentes, tendo em vista compreender sua repercussão em ambientes colaborativos digitais.

A relevância e a necessidade da presente pesquisa se justificam pela escassez de estudos, no âmbito da Ciência da Informação, voltados para a questão da prática *spammer* em redes sociais. As evidências dessas novas práticas informacionais em espaços sociais semânticos exigem um olhar atento para as suas características e potencialidades. Dessa forma, torna-se imprescindível a sua análise e compreensão com vistas a identificar as práticas de indexação nelas latentes com o intuito de incorporá-las ao repertório da Ciência da Informação.

A motivação e o interesse para o desenvolvimento do estudo remontam ao trabalho de conclusão do Curso de Especialização em Arquitetura e Organização da Informação, em que a pesquisadora desenvolveu um estudo sobre o comportamento da *folksonomia* no *Twitter*. Nesse estudo, a autora percebeu indícios da prática *spammer* no momento em que os usuários da rede social indexavam seus *tweets*. Para ganhar visibilidade dentro do site, a pesquisadora observou que os usuários atribuíam aos seus *tweets tags* que se encontravam nos *trending topics* do site, muitas vezes com o intuito de divulgar alguma marca ou produto. A percepção de uma prática *spammer* na rede social *Twitter* fez com que a autora deixasse, como um dos apontamentos da pesquisa para estudos futuros, uma análise mais aprofundada sobre essa nova prática informacional evidenciada em espaços colaborativos digitais.

Outro fato que chamou atenção é que a maioria das pesquisas recuperadas pela autora sobre os *spammers* em redes sociais geralmente tratam o fenômeno sob o ponto de vista da Ciência da Computação, entendendo esses sujeitos como maliciosos e que poluem o sistema com suas ações. Nestes estudos leva-se em conta apenas a necessidade de

criar mecanismos capazes de detectarem e combaterem essa prática, visando à manutenção da qualidade dos sistemas. No entanto, mesmo com as propostas dessas pesquisas de combater os *spammers*, a recorrência dessa prática em redes colaborativas digitais aponta para a necessidade de se analisar melhor esse novo fenômeno e também compreender o comportamento dos sujeitos que engajam tais práticas.

Na maioria das redes sociais de compartilhamento de vídeos, como o *YouTube*, é factível ao usuário descrever os seus vídeos através da atribuição de metadados, com vistas à sua posterior recuperação. Em uma análise preliminar, verificou-se a existência de uma prática de indexação social em que os usuários da rede utilizam metadados de vídeos que estão em evidência no site com o intuito de tornar o seu conteúdo mais visível. Esse novo comportamento deliberado dos usuários para descrever seus conteúdos surge como uma alternativa às formas convencionais de indexação social tendo em vista umas das principais características das redes sociais na internet que é necessidade de se ter visibilidade e reputação dentro do sistema. Desta maneira, a prática *spammer* instaura uma nova forma de descrição de conteúdo em ambientes colaborativos digitais.

As evidências do surgimento de uma nova forma de indexação social em redes de compartilhamento de vídeos, com a emergência da prática *spammer* no contexto colaborativo digital, evidenciam a importância desse fenômeno para o campo da Ciência da Informação.

Nesse sentido, torna-se imprescindível um olhar atento da área para especificidades e repercussões que esta prática tem trazido. Além disso, faz-se necessário um estudo em que seja possível fazer o cotejamento entre as práticas convencionais de indexação social e a prática *spammer* a fim de compreender suas potencialidades.

Portanto, a pesquisa busca repertoriar essa nova prática informacional com vistas a ampliar repertório de indexação em ambientes digitais, possibilitando assim a sua indicação no âmbito do ensino e da pesquisa que tenha como referência os ambientes colaborativos digitais.

1.2 Estrutura da dissertação

Após o capítulo introdutório em que são descritos o contexto da pesquisa, o problema, os objetivos e a justificativa, no Capítulo 2, “Fundamentação teórica”, são apresentadas as escolhas teóricas que nortearam as discussões propostas na pesquisa. Tendo em vista o caráter sógnico inerente a toda prática informacional, a semiótica de Peirce foi utilizada como arcabouço teórico, no sentido de auxiliar a compreensão da prática

spammer, buscando assim identificar as suas características e potencialidades em relação às práticas tradicionais de indexação. Os conceitos semióticos de objeto, signo, interpretante, semiose e hábito foram fundamentais para ajudar a responder a determinadas questões que permitiram compreender o comportamento dos *spammers* em ambientes colaborativos digitais de compartilhamento de vídeos.

Entendendo a prática *spammer* como uma forma alternativa de representar conteúdos digitais para sua futura recuperação em ambientes colaborativos digitais, e para contextualizar essa prática no campo da Ciência da Informação, foram utilizados também conceitos relacionados à Representação da informação, dando ênfase à linguagem natural e indexação social. Os *spammers* engajam práticas de indexação social, bem como um comportamento linguageiro que legitimam uma nova maneira de gerenciar conteúdos digitais e de comunicar determinada mensagem, aliada à possibilidade de conectarem grandes audiências por meio dessa prática.

O aprofundamento na discussão sobre a prática *spammer* considerou três movimentos: infraestrutura técnica (descrição do *spammer* como uma questão computacional e como uma questão informacional); representação e descrição (*spammer* como uma prática alternativa para representação da informação); sua apropriação social e cultural, mostrando a ação de apropriação da rede em virtude dessa prática. Foram analisadas ferramentas de compartilhamento de vídeos na internet como *Vimeo* e *YouTube*, comparando suas funcionalidades, as possibilidades de descrição dos conteúdos pelos usuários, com o intuito de compreender em que medida a prática *spammer* vem adquirindo cada vez mais espaço nessas plataformas.

Na última seção do capítulo dissertou-se sobre o *YouTube*, fazendo um apanhado sobre sua história e sua importância como um fenômeno da cultura participativa na contemporaneidade.

O percurso metodológico escolhido para o desenvolvimento da pesquisa está descrito no Capítulo 3 intitulado “Procedimentos metodológicos”. Nele foram descritos os métodos utilizados para analisar os fenômenos envolvidos na prática *spammer*. A pesquisa de caráter qualitativo contou com a triangulação de métodos, tendo em vista a necessidade de combinar diferentes abordagens, teorias e métodos em virtude da especificidade dos universos estudados. Nesse sentido, foram utilizados métodos netnográficos, além da Análise de Conteúdo. A Netnografia foi utilizada para apoiar o monitoramento, a observação e a descrição do comportamento dos usuários dos sites de compartilhamentos de vídeos. Através desse método também foi possível compreender as inúmeras funcionalidades das ferramentas de compartilhamento de vídeos e verificar como elas estão fomentando o

desenvolvimento da prática *spammer* em suas plataformas. Como aporte teórico para análise, foram utilizadas as categorias semióticas de Peirce: objeto, signo, interpretante, semiose e hábito.

O capítulo 4, “Análise”, foi subdividido em duas seções. Na primeira, “Processos de semiose envolvidos na prática *spammer*”, descreveu-se a análise da prática *spammer*, bem como os processos informacionais envolvidos nesse fenômeno. Os conceitos semióticos de objeto, signo, interpretante, semiose e hábito foram fundamentais para nortear essa análise, tendo em vista o caráter sígnico da prática. Dissertou-se acerca do comportamento linguageiro dos sujeitos que desenvolvem os processos de representação e descrição da informação envolvidos na prática *spammer*. Partiu-se do pressuposto que esse comportamento enseja um fenômeno semiótico onde são produzidos diversos interpretantes no momento em que se atribuem palavras-chave para descrever o vídeo, muitas vezes sem relação com o seu conteúdo. Na segunda seção, “Novos hábitos e uma nova possibilidade de representação”, dissertou-se sobre o novo contexto produzido pelo vídeo *spam*, tendo em vista principalmente o crescimento do número de visualizações sugerindo uma mudança de hábito por parte dos usuários em relação à forma como eles descrevem seus vídeos.

Por fim, os desdobramentos da prática *spammer* no campo da Ciência da Informação, bem como sugestões para estudos futuros foram reunidas no Capítulo 5, denominado “Considerações”.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A seguir, serão apresentadas as escolhas teóricas que irão nortear as discussões propostas na pesquisa.

2.1 Semiótica

O mundo está repleto de significações. Toda e qualquer produção, realização e expressão humana pode ser considerada uma questão semiótica (SANTAELLA, 1985). Assim, as ideias e até mesmo o homem são fenômenos semióticos cercados de signos (BARROS; CAFÉ, 2012). Os fenômenos estão presentes em todo lugar e em todo momento e podem ser entendidos como qualquer coisa que esteja de algum modo e em qualquer sentido presente à mente, correspondendo a algo real ou não (SANTAELLA, 1985).

Logo, se observarmos bem ao nosso redor, veremos que o mundo está cercado de signos. As palavras transcritas nesta folha em branco são signos que intentam transmitir determinada ideia. A própria folha em branco também pode ser considerada um signo que tem a capacidade de criar na mente de alguém um signo equivalente ou um signo mais desenvolvido, bem como um vídeo a que assistimos no *YouTube* é um signo ou um conjunto de signos que têm a capacidade de produzir efeitos interpretativos na mente. Todos os fenômenos que se apresentam à experiência funcionam como signos. Dessa forma, as cognições, as ideias e até o homem são entidades semióticas (NÖTH, 2003).

Nos últimos tempos, a semiótica tem sido muito utilizada como alternativa metodológica para os estudos que buscam compreender os fenômenos existentes nas interações entre os sujeitos e no entendimento das diferentes naturezas que as mensagens possam ter, nas mais variadas formas de linguagem e sua significação. Como lembra Santaella (1985),

a Semiótica é a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno como fenômeno de produção de significado e de sentido. (SANTAELLA, 1985, p.15).

A semiótica surgiu quase simultaneamente nos Estados Unidos, na União Soviética e na Europa Ocidental, apresentando, assim, correntes diferentes de pensamento sobre os fenômenos da linguagem. A corrente de pensamento do norte-americano Peirce influenciou de forma considerável a formulação dos princípios da Semiótica Contemporânea.

O cientista-lógico-filosófico Charles Sanders Peirce dedicou grande parte de sua vida aos estudos da Semiótica, considerada ser, antes de tudo, uma filosofia científica da linguagem (SANTAELLA, 2005). Peirce, a partir da análise dos fenômenos mentais, da forma como eles se apresentam à mente, criou as três categorias fundamentais encontradas no pensamento, denominadas *Firstness* (Primeiridade), *Secondness* (Secundidade) e *Thirdness* (Terceiridade). Anos mais tarde foi comprovada pelo próprio autor, a universalidade de aplicação destas categorias. Assim, as categorias de Peirce conseguiriam explicar qualquer fenômeno que aparecesse à consciência, constituindo-se nas modalidades universais e mais gerais através das quais se opera a apreensão-tradução dos fenômenos (SANTAELLA, 1985).

Em linhas gerais, Primeiridade diz respeito à abstração pura, à qualidade, sensação ou sentimento experimentado de maneira não elaborada. Secundidade pode ser considerada aquilo que se manifesta, o fato, ou seja, é a categoria da ocorrência, ao contrário da Primeiridade que é a categoria do ser. E, finalmente, a Terceiridade pode ser entendida como a relação entre a qualidade e o fato, entre o primeiro e o segundo (PINTO, 1995). Ela é triádica. É a representação, a mediação, o hábito, a memória, a comunicação, a semiose. É a categoria dos signos.

Quando nos referimos a signo, automaticamente estamos nos referindo a objeto e interpretante. De acordo com Peirce, signo ou *representamen* é tudo aquilo que, de alguma forma, representa alguma coisa, criando na mente de alguém um signo equivalente, ou um interpretante. Dessa forma, ele é um primeiro que representa algo para alguém que se coloca numa relação triádica genuína tal com um segundo denominado seu objeto, que é capaz de determinar um terceiro denominado seu interpretante que assuma a mesma relação triádica com seu objeto, na qual ele próprio está em relação ao mesmo objeto. Importante lembrar que interpretante aqui não é sinônimo de intérprete e nem de interpretação, bem como o poder de significar do signo independe da existência do intérprete.

Portanto, o signo é a união inseparável das três entidades: objeto, signo e interpretante (ALMEIDA; GUIMARÃES, 2007). O signo produz na mente interpretante um efeito que em algum aspecto está relacionado ao efeito que seria produzido pelo objeto original. Logo, o signo não é o objeto, mas, para funcionar como signo, ele precisa, de alguma maneira, passar adiante ao interpretante algum aspecto do objeto que ele representa.

Em seus estudos, Peirce trabalhou com a noção de tricotomias e verificou as relações que são criadas a partir do signo consigo mesmo, do signo com o seu objeto dinâmico e a relação do signo com o seu interpretante. Na relação com o objeto, o signo pode ser um ícone (o signo tem semelhança com o objeto representado, nos faz lembrar de

algo; pode ser um índice (quando o signo tem uma relação direta com o objeto, mostra algo que aconteceu ou vai acontecer); pode ser ainda um símbolo (o signo possui uma relação arbitrária com o objeto).

Quando relacionamos o signo consigo mesmo, temos qualissigno (qualidade, determinante); sin-signo (todo signo existente no acontecimento real. Por exemplo, o verde é a soma do qualissigno de verde que é uma cor); e legi-signo (é o signo que é uma lei. O verde, por exemplo, existe como sin-signo antes de ser uma lei de trânsito).

Já na relação do signo com seu interpretante, temos a rema (possibilidades), dicente (corresponde a um enunciado) e argumento (justificativa). Interpretante é o efeito que o signo está apto a produzir (interpretante imediato) ou que efetivamente produz (interpretante dinâmico) numa mente interpretadora. O interpretante final é terceiridade, uma regra ou padrão para o entendimento do signo. Porém, como lembra Santaella (2000), não pode-se confundir o termo final com um significado empírico, estático e definitivo do signo. O interpretante é o pensamento ou a representação mental que serve de mediação entre o signo e objeto. O objeto pode ser considerado a coisa representada.

O próprio contexto semiótico em que a ação do signo apresenta um crescimento contínuo induz a um entendimento no sentido de limite ideal, aproximável mas inatingível, para o qual os interpretantes tendem. Portanto, o efeito do interpretante vai ter sempre a natureza de um signo em constante evolução.

Buscando o desenvolvimento da sua teoria dos signos, Peirce fez um estudo cuidadosamente detalhado sobre os interpretantes. Seus estudos resultaram em uma nova tricotomia em que os interpretantes são subdivididos em emocional, energético e lógico. No entanto, Peirce não mencionou relação entre essa nova tricotomia e a divisão anteriormente proposta dos interpretantes em imediato, dinâmico e final (SANTAELLA, 2004), o que gerou várias discussões e controvérsias sobre as possíveis relações entre as duas tricotomias.

Os interpretantes emocional, energético e lógico dizem respeito àquilo que o signo produz ao encontrar uma mente interpretadora. Em um primeiro nível, temos o interpretante emocional, que está relacionado a uma simples qualidade de sentimento indefinível e vaga (SANTAELLA, 1992). Em um segundo nível, temos o interpretante energético, que resulta em um esforço combativo em virtude de um embate perceptível no ato interpretativo. Em um terceiro nível, temos o interpretante lógico que pode ser considerado uma regra de interpretação automatizada e que está intrinsecamente relacionado ao hábito.

Hábito, de acordo com Peirce, é uma regra ou princípio geral, conjunto de tendências adquiridas a serem usadas em situações similares futuras. É a habilidade de

seguir de uma nova maneira, de agir de uma maneira habitual e ao mesmo tempo inovadora (COLAPIETRO, 2004). Seguindo essa mesma linha de raciocínio, Queiroz (2004) aponta para uma tendência geral que os fenômenos apresentam para formar padrões que seguem um princípio geral. Dessa maneira, a continuidade das ações assegura a possibilidade de inovação. Importante lembrar que o hábito aqui não se restringe apenas ao homem, mas diz respeito também à natureza e a todas as coisas. Neste ponto, Santaella (1992) lembra que

“Onde quer que haja tendência para aprender, processos autocorretivos, mudanças de hábito, onde quer que haja ação guiada por um propósito, aí haverá inteligência, esteja ela onde estiver, no pólen que fertiliza o óvulo de uma planta, no voo de um pássaro, no sistema imunológico, na perversidade do inconsciente ou na razão humana.” (SANTAELLA, 1992, p.79)

Portanto, os hábitos são ações que tendem a se repetir de acordo com uma certa regularidade e situações específicas. Deste modo, explica-se

“o caráter geral, social da língua e, ao mesmo tempo, particular, individual do seu uso. As convenções linguísticas só operam porque os indivíduos de uma comunidade inteira internalizaram hábitos de interpretação. São esses hábitos ou regras que Peirce chamou de interpretantes lógicos.” (QUEIROZ et al., 2007, p.135)

Tendo em vista que todo sistema de signos tem a capacidade de adquirir novos hábitos, Peirce, ao tentar caracterizar um interpretante lógico último (SANTAELLA, 2004), chegou à conclusão de que o único efeito mental produzido não é um signo mas uma aplicação geral é a mudança de hábito. Nesse sentido, o interpretante lógico final, entendido como uma mudança de hábito, entra em sintonia com a tendencialidade característica do caráter evolutivo do interpretante final.

Todo esse processo evolutivo e contínuo do signo culmina no que Peirce definiu de semiose. A semiose pode ser entendida como a ação do signo, um processo em que há uma produção constante de signos a serem interpretados. De acordo com Eco (1991), é o processo no qual o signo leva outra coisa (seu interpretante) a referir-se a um objeto a que ele próprio se refere e da mesma forma o interpretante torna-se por sua vez um signo, caracterizando um processo de semiose infinita. Desta maneira, a semiose é um processo infinito em que o signo está em um movimento constante e dinâmico.

Na trama semiótica (SANTAELLA,1992), o signo é um primeiro, o objeto um segundo e o interpretante um terceiro. Importante lembrar que o interpretante tem sempre a característica de um signo e se relaciona com o objeto através da mediação do signo. Neste

sentido, no processo infinito da semiose

“a ação do signo só se consuma no momento em que ele determina um interpretante, isto é, no momento em que ele gera um outro signo. Este novo signo-interpretante terá como objeto tanto o signo do qual ele se gerou, quanto o objeto original, passando ambos a compor um objeto complexo.” (SANTAELLA, 1992, p.190)

Portanto, diante do que foi exposto, observa-se que a semiose é um processo infinito que envolve a produção e a interpretação de signos. Assim, no complexo universo semiótico, observam-se infinitas possibilidades de interpretantes que oscilam entre a conservação e a inovação, corroborando assim com a ideia de hábito e mudança de hábito anteriormente discutidas. Além disso, o processo de semiose também está intrinsecamente ligado aos conceitos de terceiridade, *continuum*, relação triádica e lei.

2.2 Web colaborativa

O advento da *internet* trouxe mudanças consideráveis nos processos de tratamento e recuperação da informação, devido à grande quantidade de informações que circulam na rede. Segundo Feitosa (2006), novas formas de organizar e compartilhar os conteúdos disponíveis na *internet* surgem em virtude deste novo cenário caracterizado pelo uso cada vez maior das tecnologias de informação e comunicação.

Novas formas de sociabilidade são evidenciadas em virtude da sinergia entre a tecnologia e o social. O desenvolvimento tecnológico ocasionou uma verdadeira revolução digital levando ao surgimento de novos espaços de interação e fluxos informacionais, onde os sujeitos estão conectados através de redes de computadores que possibilitam uma comunicação planetária e uma interatividade nunca antes vista.

Este novo cenário digital trouxe significativas mudanças, dentre elas, nas noções de espaço e tempo. Os artefatos tecnológicos digitais proporcionaram uma forma de tempo e espaço diferenciados para os sujeitos que estão inseridos nesta nova realidade. Neste contexto digital, esses dois conceitos não mais vistos como entidades absolutas, mas como entidades móveis, líquidas, maleáveis e mutantes. Os processos são instantâneos e efêmeros e, ao mesmo tempo, os sujeitos estão dispersos geograficamente. Dessa forma, no que tange à noção de tempo nos espaços digitais ou ciberespaços, fica evidente o seu caráter transitório e frenético. Por outro lado, ao nos referirmos a espaço, verificamos uma relação intrínseca com as noções de “desmaterialização das formas simbólicas” e “desterritorialização dos signos”. (MONTEIRO, 2004, p.)

A *web* muitas vezes está sendo comparada à Alexandria⁸ do século 21, pois considera-se que nela se encontra o mais rico repositório de informações na história humana. Como lembra Feitosa (2006), fica evidente que a otimização de ferramentas para armazenamento, busca e recuperação de informações na *web* deve ser uma preocupação constante dos pesquisadores.

Levy (2007) avalia a importância do desenvolvimento desse ciberespaço afirmando que:

[...] um mundo virtual pode ser igualmente portador de cultura, de beleza, de espírito e de saber como um templo grego, uma catedral gótica, um palácio florentino, a Encyclopédie de Diderot e d'Alembert ou a Constituição dos Estados Unidos. Pode desvendar inéditas galáxias de linguagem, fazer vir à tona temporalidades sociais desconhecidas, reinventar o laço social, aperfeiçoar a democracia, abrir entre os homens trilhas do saber desconhecidas. (LEVY, 2007, p.103)

O ciberespaço vem inaugurar uma nova lógica das conexões que privilegia processos descentralizados de comunicação bem como prioriza aspectos colaborativos da informação. Nessa perspectiva surge a *web* colaborativa que proporciona novas formas de interação ampliando as condições de agenciamentos coletivos digitais que, de acordo com Deleuze e Guattari (1995), incidem sobre uma pluralidade de fluxos, sejam eles fluxos semióticos, fluxos materiais e fluxos sociais.

As tecnologias de informação e comunicação (TIC) ocasionaram uma verdadeira revolução tecnológica e vêm impactando consideravelmente nosso padrão de sociabilidade, transformando a nossa forma de pensar e agir. Estas novas formas de sociabilidade são evidenciadas principalmente nos ambientes digitais ou ciberespaços, onde novas ferramentas e novas formas de interação são criadas, proporcionando uma nova relação entre técnica e vida social, o que Lemos (2008) e Levy (1999) denominam de cibercultura.

A cibercultura surge no contexto da *web* colaborativa, sendo caracterizada por um ambiente interativo e colaborativo, onde usuários comuns são responsáveis ao mesmo tempo pela produção, organização e difusão das informações que circulam na rede. A interação proporcionada por essa segunda geração de serviços da *internet* é evidenciada principalmente nas redes sociais onde os usuários trocam informações a todo instante, fazendo do ciberespaço um ambiente mais dinâmico, atualizado e potencialmente favorável ao estreitamento das relações sociais.

Este novo contexto de interação, em que a *web* colaborativa está inserida, possibilita novas formas de agregação e configura uma nova estética social (LEMOS, 2008).

⁸ Entre os anos de 280 a.C. a 416, a biblioteca de Alexandria reuniu o maior acervo de cultura e ciência que existiu na antiguidade.

A *web* colaborativa tem como uma de suas características o uso cada vez mais comum dos *blogs* e das redes sociais virtuais. O fenômeno das redes sociais teve início em 1997 com a criação do site *Sixdegrees*⁹ e hoje conecta cerca de 1,28 bilhões de pessoas no mundo todo. Esse número vem crescendo a cada dia, principalmente em virtude da popularização do acesso à *internet* no mundo e, também, em função do acesso à rede através da telefonia móvel cada vez mais comum nos dias de hoje.

Alguns autores preferem o termo *web 2.0*, referindo-se à segunda geração de aplicativos *web*. No entanto, é difícil precisar quando termina a *web 1.0* e quando começa a *web 2.0*, tendo em vista que são analisados padrões de comportamento na rede e esses padrões estão mudando numa velocidade muito grande. Mais que uma nova interface de usuário em um aplicativo antigo, a *web* representa uma “reorganização das relações entre produtores e seus públicos em um mercado de internet em fase de maturação.” (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p.79). Há uma evolução natural promovida pela maior participação dos usuários, que buscam cada vez mais influenciar a cultura e expressar suas ideias.

A principal característica da *web* atual é a colaboração, pois nesta nova proposta de *web* as ações são realizadas pelos próprios usuários, de maneira coletiva, de acordo com suas necessidades, ou seja, cada usuário colabora com a criação dos conteúdos disponíveis na *internet*.

No que tange ao caráter colaborativo e interativo da *web*, Moura (2009) afirma que:

“O aprofundamento da discussão do caráter interativo da WEB e da efetiva presença dos usuários de informação no ambiente digital criou os elementos para o surgimento da Web 2.0. O termo foi proposto entre 2003 e 2004 e designa a segunda geração de produtos e serviços desenvolvidos no contexto da Internet. Pensada inicialmente como uma estratégia de marketing segmentado, a Web 2.0 privilegiou a efetiva colaboração do usuário no processo de organização e personalização da informação e proporcionou, desse modo, a alteração das lógicas de organização e disseminação da informação, agora não mais centralizadas no papel do mediador da informação.” (MOURA, 2009, p.32)

Segundo Silva e Blattmann (2007, p.198), a *web* colaborativa “pode ser considerada uma nova concepção, que passa agora a ser descentralizada, e na qual o sujeito torna-se um ser ativo e participante sobre a criação, seleção e troca de conteúdo postado em um determinado site por meio de plataformas abertas”.

A *web* colaborativa apresenta um ambiente totalmente interativo com inúmeras possibilidades, através das diversas ferramentas e recursos que favorecem o estabelecimento de comunicação e interatividade entre os usuários. Tendo em vista essas

⁹ The Web's Hottest New Social Network. Disponível em : <<http://www.sixdegrees.com/>>

diversas possibilidades de comunicação, algumas ferramentas ganharam um grande destaque em meio aos mais variados públicos. (RUFINO et al., 2009).

A revolução digital ocasionada pelo uso cada vez maior das tecnologias informacionais trouxe mudanças consideráveis no processo de circulação da informação na *web*. Segundo Baeza–Yates e Ribeiro Neto (1999), a *web* é altamente interativa porque não é passiva perante o tempo e o espaço, possibilitando a criação de informações por diversos membros em um ambiente colaborativo.

Dessa forma, a *web* colaborativa pode ser considerada sinônimo de interação. Ela trouxe a possibilidade de o usuário interagir com as informações disponíveis na *internet*, por meio de *e-mails*, *blogs*, *wikis*, *podcastings*, redes sociais e muitas outras ferramentas.

A *web* atual é caracterizada por um espaço colaborativo e dinâmico, com inúmeras possibilidades de interação entre os usuários em que

[...] os agenciamentos ocasionados pela revolução digital e seus desdobramentos no processo de circulação da informação tornaram complexo o papel do usuário da informação, anteriormente compreendido em semioses auto-contidas e fortemente reguladas pelos sistemas informacionais. (ZILLER; MOURA, 2010, p.333)

Dessa forma, a complexidade dos processos gerada pela grande interatividade existente nos ambientes digitais colaborativos, onde usuários comuns são responsáveis ao mesmo tempo pela produção, organização e difusão das informações que circulam na rede, trouxe para o debate atual a questão dos fluxos interacionais existentes nestes sistemas, a produção de sentido, bem como a questão da significação envolvida nas formas de representação da informação nestes ambientes.

2.3 O fenômeno da cultura participativa: YouTube

Em um contexto caracterizado pela *web* colaborativa e pela cultura da convergência, o *YouTube* surge como uma ferramenta que veio modificar a relação das pessoas com a propriedade intelectual, o entretenimento e com o audiovisual. Embora não seja o único site de compartilhamento de vídeos na internet, o *YouTube* foi o que mais se popularizou entre os internautas em virtude da sua grande variedade de conteúdo, interface simples e possibilidade de participação ativa dos usuários (BURGESS; GREEN, 2009).

Lançado oficialmente em junho de 2005, por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim¹⁰, tornou-se rapidamente um grande sucesso da *internet*, tendo em vista a sua

¹⁰ Hurley estudou Design na Indiana University of Pennsylvania e Chen e Karim estudaram Ciência da Computação na University of Illinois. Antes de fundarem o *You Tube*, eram funcionários da *PayPal*, serviço de

interface amigável e integrada que possibilitava aos usuários carregarem, publicarem e compartilharem vídeos sem a necessidade de ter um conhecimento técnico. Neste sentido, de acordo com Burgess e Green (2009), além de publicar, compartilhar e assistir vídeos, qualquer pessoa comum poderia também conectar-se a outros usuários, como amigos, possibilitando o compartilhamento de conteúdo através das URLs geradas pelo próprio site.

Com funcionalidades que são inerentes às redes sociais, como compartilhamento, comentários, recomendações de vídeos através da lista de vídeos relacionados e participação dos usuários na publicação e disseminação de conteúdo, o *YouTube* tornou-se uma plataforma onde os usuários têm a possibilidade de se expressarem através de vídeos que podem ser compartilhados em outros *sites*. Por essas e outras razões, não demorou para o *YouTube* se tornar um grande sucesso na *internet*, vindo a se transformar em objeto de pesquisas de várias áreas.

Desde a sua criação, o *site* passou por importantes transformações que possibilitaram a sua afirmação como ferramenta que torna possível aos usuários expressarem suas ideias através dos vídeos postados e compartilhados por eles. Neste sentido, longe de ser apenas um local de armazenamento de conteúdo audiovisual, a lógica do *YouTube* gira em torno da

[...] disponibilização de uma plataforma conveniente e funcional para o compartilhamento de vídeos online: os usuários (alguns deles parceiros de conteúdo premium) fornecem o conteúdo que por sua vez, atraem novos participantes e novas audiências. (BURGESS; GREEN, 2009)

Além de ser uma importante plataforma para o compartilhamento de vídeos na *internet*, o *YouTube* é um ambiente em que observa-se um dos fenômenos mais característicos do modelo colaborativo da *web* atual: a *produsage*. Criado por Bruns (2008), este termo designa os processos atuais de produção de conteúdo em que mesclam-se as instâncias de consumo e produção, potencializando assim a publicação de conteúdos por sujeitos comuns que até então eram considerados apenas consumidores. É comum verificarmos no *YouTube* a prática da apropriação, recriação, *remixagem* e republicação de vídeos (ZILLER, 2012), reforçando assim a ideia de descentralização e de autonomia dos sujeitos no que diz respeito ao uso, à publicação e à republicação de conteúdo.

A popularidade de determinados vídeos criados pelos usuários, bem como a adoção do *YouTube* pelas empresas como meio de distribuição de conteúdo fez com que a

ferramenta ganhasse cada vez mais importância e notoriedade. Desta forma, devido a todo esse sucesso, em 2006 o *site* foi adquirido pela Google por quase dois bilhões de dólares.

Atualmente, o *YouTube* hospeda uma grande quantidade de conteúdo dos mais variados tipos, como filmes, documentários, debates políticos, cenas de guerra, de manifestações, videoclipes musicais, vídeos caseiros além de transmissão ao vivo de eventos. Alguns vídeos caseiros ganham enorme popularidade, levando pessoas desconhecidas a se tornarem famosas, sendo consideradas “celebridades instantâneas”.

Como forma de gerenciamento da informação, a plataforma possibilita que seus usuários possam descrever seus vídeos através do uso de metadados, facilitando assim a sua recuperação em seu sistema de buscas. Desta forma, o uso de *tags* na descrição dos vídeos torna-se um importante recurso a partir do momento em que o metadado permite que o dado a ele relacionado seja incorporado a um conjunto similar que também foi descrito com a mesma *tag*. Nesse sentido, acredita-se que o uso de metadados, além de ter o papel de descrever, também tem o de organizar e produzir comportamento em relação a determinado dado.

Nos últimos tempos, um comportamento que tem chamado atenção no *YouTube*, em virtude da atribuição de metadados por parte dos usuários que disponibilizam seus vídeos, é a atribuição de *tags* sem relação alguma com o conteúdo que está sendo descrito. Denominada aqui de prática *spammer*, esta ação tem transformado, distorcido e modificado os processos comunicacionais dentro do *site*, a partir do momento em que o usuário passa a descrever seus vídeos com metadados que serviram para descrever vídeos que estão em evidência no *YouTube*. Mais adiante discutiremos com mais detalhes essa prática.

Em uma cultura caracterizada pela convergência, característica do ecossistema midiático contemporâneo, o *YouTube* tem-se tornado importante ferramenta de mobilização política da sociedade. A plataforma vem impulsionando a cultura participativa, uma vez que naquele ambiente coabitam a mídia de massa e a mídia caseira, possibilitando assim a apropriação, a reconfiguração, bem como a disseminação de todo tipo de informação.

Recentemente, por meio do *YouTube*, o mundo pôde ter acesso, em primeira mão, a movimentos populares importantes e conhecer a outra dimensão dessas manifestações, fortalecendo assim a relevância da plataforma como importante meio de disseminação da informação. Eventos como a Primavera Árabe, no Oriente Médio e as Jornadas de Junho, no Brasil, foram intensamente divulgados, muitas vezes em tempo real, em canais na internet. Por meio de redes sociais, como o *Facebook*, *Twitter* e o *YouTube*, a juventude se organizou e espalhou informações sobre os protestos. O *YouTube* serviu muitas vezes como espelho para a grande mídia, uma vez que revelava, através dos vídeos postados pelos usuários, vários detalhes dos acontecimentos que alimentavam diariamente

a mídia de massa.

2.4 Representação da informação

As novas configurações da *web* atual, que emergiram principalmente com a mudança da perspectiva dos sujeitos que deixaram de ser meros consumidores e passaram a produzir de forma colaborativa conteúdos, intensificaram os fluxos informacionais trazendo novas possibilidades e a necessidade de se reinventar as práticas de representação e organização da informação no contexto digital. A convergência dos meios digitais e os agenciamentos sociotécnicos estão modificando as condições de experiência dos sujeitos e produzindo novas formas de subjetividade e uma efervescência informacional nunca antes vista.

Os sujeitos informacionais imersos nesse mundo virtual e conectados por um emaranhado de redes sociotécnicas consomem, produzem, reproduzem e ressignificam conteúdos que são compartilhados a todo instante na *web*. Desta maneira, uma verdadeira revolução na forma de produzir conteúdo se apresenta, tornando-se cada vez mais complexos esses ambientes colaborativos digitais no que tange principalmente à organização, representação e recuperação da informação.

A cultura participativa refletida em plataformas colaborativas como *Facebook*, *Twitter*, *Flickr*, *YouTube*, evidencia as dinâmicas de *produsage* (BRUNS, 2008) em que o usuário antropofágico (ZILLER, 2011) é responsável pela reconfiguração dos fluxos informacionais. Desse modo, as diversas ferramentas colaborativas existentes hoje na *web* possibilitam um modo de criação de conteúdo colaborativo, envolvendo usuários que também são produtores, atuando como um híbrido usuário/produtor ou *producer* praticamente em todo o processo. Aquilo que é produzido, consumido absorvido neste contexto não se esgota, mas apropria-se, gera recombinações, novos conteúdos modificados e estendidos, elaborados com base no que foi consumido e republicado para novo consumo (BRUNS, 2008). Dessa forma, o conteúdo digital é fácil e rapidamente compartilhável e pode ser alterado, ampliado, re combinado (BRUNS, 2008), fazendo desses ambientes sociais semânticos propícios a novos arranjos para organização da informação onde o uso da linguagem natural torna-se cada vez mais necessário.

A necessidade de utilizar elementos simbólicos para representar uma realidade pode ser observada desde os princípios das civilizações humanas. Ao serem utilizados símbolos nas pinturas rupestres, por exemplo, são representados detalhes da cultura e do cotidiano das pessoas que viveram naquela época (LIMA; ALVARES, 2012). No contexto da

Ciência da Informação, a representação está relacionada com as formas de simbolizar a informação e o conhecimento.

Na sociedade contemporânea, qualificada como sociedade da informação, representar um determinado conteúdo tem-se tornando uma ação desafiadora, diante da variedade de suportes e tipologias documentais do universo digital. Nesse contexto, a característica marcante não é apenas a apropriação e disseminação da informação e do conhecimento pela sociedade, mas as formas e possibilidade de representá-los. É nesse sentido que entendemos a necessidade de compreensão da representação da informação no contexto da Ciência da Informação.

A efervescência da *web* colaborativa vem afetando significativamente os processos de organização e representação da informação no contexto digital. Com a autonomia dada, o usuário deve produzir, compartilhar e organizar seu próprio conteúdo, novas possibilidades de gerenciamento da informação surgem como alternativas para organizar os diversos tipos de conteúdo em espaços colaborativos digitais.

Importante destacar que não cabe a este estudo trazer um aprofundamento acerca das inúmeras discussões relacionadas às especificidades-teórico conceituais que envolvem a Organização da Informação (OI), Organização do Conhecimento (OC), Representação da Informação (RI) e Representação do Conhecimento (RC) no âmbito da Ciência da Informação.

Além disso, muito tem-se discutido sobre os termos informação e conhecimento, porém também não será objetivo desta pesquisa contrapor as ideias dos diversos estudiosos sobre o tema. Assume-se neste trabalho que a informação é um elemento inserido em dimensões sociais e culturais que é convertida em conhecimento no momento em que produz uma modificação na estrutura do conhecimento dos sujeitos que a acessam (FERNADEZ-MOLINA, 1994, p.328)

Mesmo sem a intenção de ser exaustiva, no contexto de análise da pesquisa foi necessário, ainda que brevemente, apresentar algumas considerações sobre tais conceitos com o intuito compreender melhor a dinâmica e os processos envolvidos na RI. Os estudos de Bräscher e Café (2008) foram balizadores, evidenciando as nuances existentes entre esses diferentes conceitos.

A OC, de acordo com Bräscher e Café (2008), está relacionada ao plano das ideias e volta-se às unidades de pensamento (conceitos). Nessa mesma linha, a RC reflete um modelo de abstração de mundo real, construído para determinada finalidade (BRÄSCHER; CAFÉ, 2008, p.5). De acordo com Alvarenga (2003) a RC pode ser dividida em dois níveis: a representação primária, aquela que é feita pelos autores, sendo o produto de seus pensamentos e, a representação secundária, quando os objetos (documentos)

tornam -se parte de um acervo documental de uma biblioteca ou repositório sendo novamente representados para sua futura recuperação e acesso. Em ambos os casos a representação compreende um processo cognitivo, significando “o ato de colocar algo no lugar de”. (ALVARENGA, 2003, p.20)

A OI é entendida como um processo que tem como objetivo o acesso ao conhecimento contido na informação. Esse processo envolve a descrição física e de conteúdo dos objetos informacionais (BRÄSCHER; CAFÉ, 2008, p.5). Como produto desse processo descritivo tem-se a RI.

O processo de captar, representar e interpretar a informação, como lembra Toutain (2007), é simultâneo, permanente, contínuo. Além disso, pressupõe um sistema de significação, em que são usados códigos carregados de significação e passíveis de interpretação. Desta forma, a representação compreende um processo cognitivo, complexo e construído na mente do indivíduo.

Além disso, como lembra Souza (2007), a RI

parte de um processo que constitui um sistema específico, cujo principal intuito é permitir o acesso e possibilitar a recuperação da informação. No entanto, esse sistema, como lembra a autora, não é fechado em si, mas tem forte relação com o sistema maior, o sistema social, no qual se constituem os significados e suas relações conforme a interação das pessoas. (SOUZA, 2007, p.113)

De acordo com Novellino (1996), A RI envolve dois passos principais: a análise de assunto de um documento com a colocação dessa análise numa expressão linguística e a atribuição de conceitos ao documento analisado. Neste sentido, como lembra Meadow (2007), a informação deve ser representada por símbolos. Esses símbolos podem ser criados a partir da linguagem natural, linguagem artificial, códigos ou descritores. A RI pode ser compreendida como o conjunto de atributos que representa determinado objeto informacional e que é obtido pelos processos de descrição física e de conteúdo, também denominados representação descritiva e representação temática.

A representação descritiva e a temática são importantes processos usados para a recuperação da informação. De acordo com Mey (1987), a representação descritiva tem a função de identificar os itens. A representação temática consiste em descrever conteúdo dos documentos.

De acordo com Costa e Moura (2013), é possível estabelecer uma relação semiótica entre o conteúdo temático (representação temática) dos documentos e os termos e expressões adotados para representá-los (representação descritiva) nos sistemas de recuperação da informação.

A representação descritiva permite a individualização do documento e também define e padroniza os pontos de acesso (autor, título, remissivas etc.), responsáveis pela busca e recuperação da informação, bem como pela reunião de documentos semelhantes. (MAIOMONE; SILVEIRA; TALAMO, 2011, p.28). No contexto da organização dos recursos na *web*, a representação descritiva pode auxiliar na inserção dos dados bibliográficos na *web* semântica, através de modelos para descrição de recurso como o RDF - *Resource Description Framework*, modelo de representação de metadados sobre recursos *web*. (CATARINO; SOUZA, 2012, p.85).

A *web* semântica aqui é entendida como uma nova geração da *web*, na qual a informação é dada com um significado bem definido, permitindo maior interação entre computadores e pessoas. É um projeto do W3C¹¹ que tem o propósito de desenvolver tecnologias, linguagens, padrões e recomendações que tornem a informação legíveis pelas máquinas (CATARINO; SOUZA, 2012, p.79). Os códigos, padrões e modelos (ISBD - *International Standard Bibliographic Description*, AACR - *Anglo-American Cataloguing Rules*, RDA - *Resource Description and Access* etc.) que norteiam o processo de representação descritiva podem contribuir para o desenvolvimento da *web* semântica, a partir do momento em que são transformados em dados linkados, lidos por máquinas, disponíveis e acessados por meio de mecanismos de buscas.

A *International Standard Bibliographical Description* (ISBD) tem, como objetivo principal, oferecer as diretrizes que permitam uma catalogação descritiva compatível à escala mundial, de forma a facilitar a troca internacional de referências bibliográficas entre agências bibliográficas nacionais e entre a comunidade internacional das bibliotecas e da documentação. As ISBDs definem os elementos necessários numa descrição bibliográfica, prescrevendo a sua ordem de apresentação e a pontuação que os delimitam. Dessa forma elas visam: tornar intercomunicáveis as referências bibliográficas produzidas por diferentes fontes, de forma que as referências produzidas em determinado país possam ser facilmente integradas nos catálogos ou na bibliografia de qualquer outro país; ajudar a compreensão das referências apesar das barreiras linguísticas, de forma que as referências produzidas para os utilizadores de uma língua, possam ser entendidas pelos utilizadores de outras línguas; e facilitar a conversão das referências bibliográficas em formato legível por máquina (CORREA, 2008, p. 27)

O *Anglo-American Cataloging Rules* (AACR) estabelece a base comum para as regras de catalogação descritiva de todos os tipos de documentos. Sua aplicação habilita o catalogador a resolver, dentro do espírito e da intenção das regras, os problemas

¹¹ Consorcio World Wide Web (W3C) é uma comunidade internacional que desenvolve padrões com o objetivo de garantir o crescimento da *web*. Apresenta como missão conduzir a *web* ao seu potencial máximo. Disponível em: < <http://www.w3c.br/Home/WebHome>>. Acesso em: 23 jun. 2013

catalográficos que não foram especificamente tratados no código. Atualmente, utilizado em conjunto com o formato MARC,¹² possibilita o intercâmbio de dados bibliográficos e catalográficos em nível internacional.

As TICs, como lembram Catarino e Souza (2012), provocaram mudanças significativas nos modelos convencionais de representação descritiva. Os tradicionais códigos de catalogação estão sendo formatados dentro dos padrões propostos pela web semântica. O RDA ou *Resource Description and Access*, por exemplo, é o código de catalogação publicado como sucessor do AACR, em base RDF - *Resource Description Framework*. Ele visa oferecer um conjunto de diretrizes e instruções na descrição de recurso e acesso cobrindo todo tipo de conteúdo, podendo assim ser aplicável a qualquer ambiente informacional, seja ele digital ou convencional.

A representação temática volta-se para a representação de assuntos, com o intuito de aproximá-los, tornando mais fácil a recuperação de documentos semelhantes. O tratamento temático visa estabelecer uma representação do conteúdo dos documentos, extraindo seus conceitos representativos em forma de pontos de acesso (descritores ou palavras-chave), visando a sua recuperação. (MAIOMONE; SILVEIRA; TALAMO, 2011, p.28). Como produto da representação temática, têm-se os termos de indexação.

A indexação pode ser compreendida como “um conjunto de procedimentos com o objetivo de expressar/representar o conteúdo temático dos documentos através de linguagens documentárias visando a sua futura recuperação” (GUEDES; DIAS, 2010, p.42). É um processo intelectual e subjetivo pois envolve, dentre outros fatores, o contexto em que se desenvolve e as experiências de mundo dos sujeitos que o executam. Segundo Lancaster (2004), a indexação divide-se em duas etapas: i) análise conceitual, onde são identificados e selecionados os termos (descritores, cabeçalhos de assunto, termos chave) que têm por função representarem o conteúdo do documento e a ii) tradução, que compreende a transposição dos termos para a linguagem de indexação utilizada.

As linguagens de indexação são instrumentos que possibilitam a representação mais coerente do item informacional e visam “proceder a mediação entre o usuário e sua necessidade de informação”. (MOURA; SILVA; AMORIM, 2002, p.4). Existem dois tipos de linguagens de indexação: as linguagens controladas e as linguagens naturais.

As linguagens controladas ou vocabulários controlados (LANCASTER, 2004, p.19) são um conjunto fechado de termos autorizados para uso na indexação de assuntos (GUEDES; DIAS, 2010, p.44). São consideradas mais eficientes pois não possuem ambiguidade em virtude do grande controle de sinônimos. São limitadas, no

¹² Machine Readable Cataloging tem como objetivo servir como formato padrão para o intercâmbio de registros bibliográficos e catalográficos e servir de base para a definição de formatos de entrada entre as instituições que o utilizam. Fonte: Wikipedia.

sentido de relacionarem conceitos apenas em um contexto específico, sendo, portanto, construídas para determinado assunto. (ASSIS, 2010, p.20.) As listas de cabeçalhos de assuntos, esquemas de classificação bibliográficas (CDU - Classificação Decimal Universal e CDD - Classificação Decimal de Dewey) são exemplos desses tipos de linguagens.

As linguagens naturais são aquelas do discurso comum utilizadas pelos próprios usuários, não havendo nenhum controle terminológico. Os termos são extraídos diretamente dos documentos que constituem a base de dados. São linguagens livres, flexíveis e muito utilizadas em sistemas de recuperação da informação automatizados. (LOPES, 2002, p.42). Em ambientes colaborativos digitais, como *YouTube*, verifica-se o uso dessas linguagens como forma de gerenciamento da informação.

Ferramentas tradicionais de organização da informação, como as linguagens controladas, já não dão conta da dinamicidade e do intenso fluxo informacional característico dos ambientes digitais. Como argumenta Mai (2011), as tradicionais estruturas classificatórias representam uma visão de mundo ultrapassada, em grande parte, devido ao entendimento de que não há mais um propósito único, objetivo no sentido de unificar o universo do conhecimento. Pelo contrário, a organização e representação da informação nos ambientes virtuais semânticos têm sido realizadas de forma horizontal e colaborativa, caracterizada pelo movimento *bottom-up*, ou seja, uma organização que segue um fluxo da periferia para o centro. (GUEDES; DIAS, 2010, p.46), criando um ambiente favorável para o desenvolvimento de técnicas mais flexíveis e colaborativas para o gerenciamento da informação, como o uso da linguagem natural nos processos de organização e representação de conteúdo.

2.4.1 Indexação social e linguagem natural

A dinamicidade do ciberespaço, juntamente com a potencialidade das ferramentas sociais na web propiciam um movimento ideal para que haja uma descentralização do processo de organização da informação. Desta forma, os sistemas que utilizam a etiquetagem social em linguagem natural surgem como um novo modelo para o gerenciamento da informação em ambientes colaborativos, onde métodos tradicionais de organização da informação, como a taxonomia, tornam-se inviáveis devido à grande quantidade de conteúdo que é gerado.

Trata-se de uma indexação livre em linguagem natural onde não há o controle de vocabulários e nem políticas de indexação (CATARINO, 2009). Permite aos usuários associarem palavras-chave (*tags*) ao conteúdo postado, contribuindo assim para a organização e recuperação das informações na comunidade.

A atribuição de *tags* pelos usuários para descrever conteúdos na *web* está sendo chamada de etiquetagem social ou *social tagging*, que

[...] surge como uma alternativa de gerenciamento de informação no momento em que permite a qualquer usuário da *Web* representar e recuperar informações através de etiquetas criadas livremente e com base nos significados dos dados etiquetados. (AMARAL; AQUINO, 2008)

A marcação é feita em um ambiente social (compartilhado e aberto a outros). A atividade de codificação é feita pela pessoa que consome as informações. (WAL, 2007, p.39). Nesse sentido, tem-se, na livre codificação de informação e conteúdo, um processo visando à recuperação da informação.

Formas tradicionais de representação da informação, como as taxonomias, mostram-se cada vez menos viáveis à organização da informação. Organizar e recuperar a grande quantidade de informação em ambientes colaborativos tornou-se uma tarefa extremamente complexa. Portanto, o uso de sistemas baseados em taxonomias e vocabulários controlados torna-se muito limitado e mostra-se cada vez menos apropriado para a realização de tal tarefa. Como lembra Moura (2009), novas possibilidades de uso da linguagem natural são necessárias para fins de representação e recuperação da informação em ambientes virtuais colaborativos. A etiquetagem surge, então, como um novo conceito e como uma alternativa para a organização do conhecimento na *web*.

A etiquetagem, também denominada indexação social, é uma indexação livre em linguagem natural e pode ser desenvolvida por qualquer usuário e em qualquer sistema que utilize a *folksonomia*, termo cunhado em 2006 por Wal (2007) para definir o processo livre de etiquetagem de arquivos on-line para organizar o seu conteúdo. Segundo Voss (2007), o princípio básico da etiquetagem é que os próprios usuários finais realizem coletivamente a indexação de assuntos dos seus recursos na *web*, sem a necessidade de um especialista. Os usuários etiquetam as informações com as *tags* que depois servirão para a recuperação do recurso etiquetado.

Os sistemas de indexação social, como lembra Liu et al. (2009), permitem aos usuários compartilhar recursos através da marcação dos mesmos com as *tags* descritivas, formando as *folksonomias*. Cria-se uma estrutura para a anotação semântica e para o compartilhamento das informações, permitindo assim uma melhor recuperação de informações e a formação de comunidades entre os usuários com interesses semelhantes.

Embora apresente inúmeras vantagens, como a sua característica colaborativa e social ou mesmo a possibilidade de formar comunidades em torno de assuntos de interesse comum, a etiquetagem social traz diversos problemas que são inerentes ao uso de

vocabulários não controlados. Como lembra Mathes (2004), a existência de termos ambíguos pode fazer com que usuários utilizem uma mesma *tag* para descrever assuntos diferentes. Da mesma forma, a falta de controle dos sinônimos pode levar ao uso de *tags* diferentes para representar um mesmo conceito.

Além das desvantagens citadas acima, o sucesso dos sistemas de indexação social tem atraído a atenção dos *spammers*, que estão utilizando estes sistemas para proliferar *spams* numa tentativa de se promover ou divulgar uma marca ou produto. Mas como os *spammers* estão atuando nesses sistemas de etiquetagem social? É o que discutiremos a seguir.

2.4.1.1 A emergência da prática *spammer*

O estado da arte em que se encontram as pesquisas acerca da prática *spammer* no contexto colaborativo digital traz, em grande parte, abordagens advindas da área da Ciência da Computação com foco nos estudos que se voltam principalmente para a criação de mecanismos para o combate às várias formas de disseminação dos *spams* na *web*. Geralmente esses estudos buscam a criação de estratégias para a detecção e caracterização dos diferentes tipos de *spams*, visando a sua eliminação para garantir a existência de um “sistema ideal”.

Dentre as diversas abordagens existentes, destacam-se aquelas relacionadas à detecção das formas mais tradicionais de *spam* como a dos autores Casas et al. (2011), em que se propõe um método para a detecção de *spammers* através de métricas capazes de evitar o envio de *spam* de *email* em sua origem e aquelas mais contemporâneas, no contexto da *web* colaborativa, como a que propuseram Benevenuto et al. (2008), visando detectar “usuários maliciosos” em interações via vídeo em redes sociais como *YouTube*. Ainda nessa linha de desenvolvimento das pesquisas sobre *spam* tem-se a proposta de Heymann, Koutrika e Garcia-Molina (2007), no artigo “*Fighting spam on social web sites*”, em que analisam soluções para o combate ao *spam* em redes sociais que utilizam a etiquetagem e os estudos de Lima (2013) para identificar, por meio de métricas, diferentes tipos de *spam* em rede social baseada em localização. Esses são somente alguns exemplos dos diversos estudos existentes sobre o *spam* tendo como viés o ponto de vista tecnológico e computacional do fenômeno.

Na perspectiva dos autores da área que estudam a evolução dessa prática, os *spammers* são usuários maliciosos que enviam mensagens não solicitadas através de *emails* e que nos últimos tempos têm-se beneficiado das inúmeras possibilidades das ferramentas colaborativas digitais para disseminar *spams* dentro das redes sociais. Desta

forma, os diversos esforços das pesquisas nesse campo apontam para métodos e técnicas para combater as diversas formas de disseminação de *spams*, não levando em consideração os aspectos sociais e culturais inerentes ao comportamento linguageiro dos *spammers* que se apropriam e criam novos desdobramentos para essa prática nos ambientes colaborativos digitais.

Nesse sentido, as novas configurações que a prática *spammer* vem adquirindo nos últimos tempos fizeram com que ela se tornasse um campo fecundo para a Ciência da Informação, possibilitando um novo olhar, uma vez que deixa de ser apenas um fenômeno tecnológico e passa a contar com novos contornos e traz à tona a questão informacional e cultural presente nessa prática.

No entanto, embora o interesse da pesquisa perpassasse a análise da prática *spammer* a partir de uma perspectiva sócio-cultural do fenômeno no ambiente da *web* colaborativa, em que são abordados aspectos relacionados ao seu caráter informacional, é imprescindível entendermos a infraestrutura técnica e a questão computacional envolvida nessa prática.

A prática *spammer* não é um fenômeno novo, ainda que tenha adquirido novos formatos com o advento dos ambientes colaborativos digitais e as práticas informacionais inerentes a esses espaços. Neste sentido, faz-se necessário compreender as origens do termo bem como as suas peculiaridades no que tange à arquitetura, modos de disseminação e a forma como as pessoas estão lidando com esse fenômeno nos últimos tempos.

2.4.1.2 Spam: origem e tipologia

Existem várias definições para o termo spam. A mais utilizada, do ponto de vista tecnológico e computacional para conceituar este fenômeno que surgiu simultaneamente ao desenvolvimento e popularização da internet, é aquela que se refere à mensagem de email enviada para vários destinatários diferentes que não tenham solicitado o conteúdo (Fazzion et al., 2014). Essa mensagem é disseminada em larga escala na rede e as motivações para os que realizam essa prática, os *spammers*, são diversas e vão desde a venda de produtos à disseminação de malware e ataques de phishing (Crocker, 2006). Além disso, eles também podem ter motivações políticas, religiosas ou mesmo criminosas. Importante destacar que esta definição diz respeito a uma perspectiva tecnológica, não levando em consideração as apropriações sociais e culturais e as novas configurações que a prática *spammer* tem adquirido nos ambientes colaborativos digitais.

Com relação à origem do termo *spam*, a hipótese mais aceita remonta à década

de 1970. Durante um quadro de um programa de televisão, o grupo de comediantes britânicos *Monty Python*¹³ apresentou uma cena em um restaurante que possuía SPAM em todos os pratos que eram servidos. A sigla faz referência à marca de presunto picante enlatado "*Spiced Ham*", produzido desde 1937 pela *Hormel Foods*, tradicional empresa norte-americana de alimentos. Na cena, a garçonete descrevia para um casal de clientes os pratos repetindo a palavra "*spam*" para sinalizar a quantidade de presunto que era servida em cada prato. Enquanto ela repetia "*spam*" várias vezes, um grupo que estava em outra mesa começava a cantarolar "*Spam, spam, spam, spam, spam, spam, spam, spam, lovely spam! Wonderful spam!*", impossibilitando qualquer conversa. O quadro foi criado como ironia ao racionamento de comida ocorrido na Inglaterra durante e após a Segunda Guerra Mundial. O *Spiced Ham* foi um dos poucos alimentos excluídos desse racionamento, o que eventualmente levou às pessoas a enjoarem da marca.

Após o sucesso do episódio alguns usuários da *internet* começaram a associar o incômodo hábito de enviar mensagens em massa sem a autorização dos destinatários aos irritantes *jingles* do presunto SPAM e ao deboche do grupo inglês à marca. A partir de então, o termo consolidou-se mundialmente na *web*.

Desde os primeiros registros de mensagem eletrônica não solicitada enviada em massa, como o que ocorreu em 1971, no *Compatible Time-Sharing System (CTSS-Mail)* do Massachusetts Institute of Technology¹⁴ e em 1978 através do correio eletrônico da ARPANet¹⁵ até os dias atuais, muita coisa mudou em relação aos tipos e às motivações que levam os *spammers* a disseminarem *spams* na rede.

Entre os diferentes tipos de *spams* disseminados através de *e-mails*, podemos destacar os anúncios de produtos, as mensagens que escondem por trás de links golpes financeiros e estelionato, correntes (*chain letters*), boatos (*hoaxes*) e mensagens de cunho racista ou religioso (TAVEIRA, 2006). As mensagens comerciais geralmente trazem anúncios de venda de medicamentos sem prescrição médica, tratamentos estéticos, oportunidades de enriquecimento rápido e sites de conteúdo pornográfico. Os boatos e as correntes têm o objetivo de divulgar para um grande número de destinatários, em um curto

¹³ Monty Python ou The Pythons é um grupo de comédia britânico, que foram os criadores e interpretes da série *Monty Python's Flying Circus*, programa de televisão britânico que foi ao ar pela primeira vez em 1969. Fonte: <http://wikipedia.org>

¹⁴ O CTSS foi desenvolvido pelo MIT Computation Centre e é considerado um dos primeiros sistemas operacionais de tempo compartilhado.

¹⁵ Em 1978 após a criação ARPANet, rede de computadores precursora da internet e do sistema de correio eletrônico, ocorreu o primeiro registro de uma mensagem comercial não solicitada enviada através do correio eletrônico. Fonte: <http://wikipedia.org>

período de tempo, alguma história falsa ou promessa de algum tipo de benefício como dinheiro e saúde.

O surgimento e intensificação da participação dos usuários nos novos ambientes virtuais semânticos que caracterizam a web colaborativa tornaram-se propícios para a disseminação de um novo tipo de *spam* denominado de *spam* social. De acordo com Heymann, Koutrika e Garcia-Molina (2007), plataformas sociais como *Twitter*, *Delicious*, *Flickr* e *YouTube*, *Vimeo* contam com conteúdos gerados pelo próprio usuário, o que torna esses *sites* alvos potencialmente dinâmicos e atrativos para os *spammers*. Além disso, a possibilidade de alcance dessas redes sociais, tendo em vista o grande número de usuários que compartilham informações a todo instante nesses espaços, tornou-se um dos motivos que levaram os *spammers* a enxergarem nesses ambientes um espaço favorável ao desenvolvimento da prática, como veremos a seguir.

2.4.1.3 Uma nova forma de apropriação da prática *spammer*: o *spam* social

De acordo com estudo realizado pela *Nexgate*¹⁶, durante primeiro o semestre de 2013 houve um crescimento de 355% dos *spams* em redes sociais. Segundo relatório da pesquisa, os *spammers* estão migrando para as plataformas sociais, numa tentativa de driblar a infraestrutura de segurança criada para detectar *spams* tradicionais de *email* e, ao mesmo tempo, aproveitando-se das facilidades oferecidas pelas redes sociais.

O motivo desse crescimento ocorre em virtude do fato de que o *spam* social é disseminado para centenas, milhares e até milhões de pessoas com um único *post*. Já o *spam* disseminado por *email* consegue atingir apenas uma pessoa por vez, exigindo mais esforço dos *spammers*.

Ainda de acordo com a pesquisa, o *Facebook* e o *YouTube* são os recordistas em quantidade de *spams*. Essas plataformas oferecem aos usuários recursos como a possibilidade de edição e compartilhamento de conteúdo que de certa forma fomentam a prática *spammer* nesses ambientes.

Em diversas redes sociais, podem ser encontrados vários tipos de *spams* e diferentes motivações para sua disseminação. É muito comum os usuários se depararem com o chamado "*link spam*", que, quase sempre ao ser clicado pode instalar um *malware* ou mesmo direcionar o usuário para um site que pode conter anúncios publicitários ou mesmo conteúdos impróprios. Outro tipo é o "*text spam*", aquele em que o *spammer* dissemina seu *spam* através de um texto envolvente, solicitando ao usuário que o compartilhe para o maior

¹⁶ Nexgate é uma empresa americana especializada em segurança de mídias sociais. Disponível em: www.nexgate.com

número de seguidores possíveis com a intenção de disseminar determinada mensagem na rede.

A criação de diversos aplicativos em redes sociais tornou propício o surgimento de um outro tipo de *spam* conhecido como “*spammy apps*”. Com a promessa de tarefas especiais que uma plataforma típica de mídia social não é capaz de fazer, como determinar o número de visualizações de perfil por outros usuários ou mudar a cor do tema do perfil em determinada rede social, o aplicativo, uma vez instalado, pode acessar dados pessoais do usuário. O “*like-jacking*” é um outro tipo de *spam* que consiste em fazer com que o usuário clique em algo diferente daquilo que está visível para ele. Desta forma, o “*like-jacking*”, com um *script* embutido e que pode ser executado sem o consentimento do usuário, faz com que ele seja levado para um site hospedado por um *spammer* onde estará divulgando algum tipo de informação.

Portanto o *spam* social pode ser considerado uma evolução do *spam* baseado em texto e *link*, disseminados através de *emails*. Nesse sentido, as inúmeras possibilidades trazidas pelas redes sociais, como a existência de ferramentas para criação de aplicativos, a atribuição de metadados aos conteúdos pelos próprios usuários e facilidade de criação de perfis fizeram com que os *spams* crescessem significativamente nas redes sociais.

A maioria das redes sociais possibilita aos usuários gerenciarem suas informações através da atribuição de metadados que são usados para descreverem os conteúdos disponibilizados. Assim, é possível a recuperação posterior de tudo o que é compartilhado nesses ambientes por qualquer usuário através de uma busca por determinado termo.

As novas estratégias de gerenciamento da informação no contexto colaborativo digital evidenciam práticas mais flexíveis de organização e descrição dos recursos informacionais como a livre atribuição de metadados pelos próprios usuários. Essa atribuição de metadados

“trata-se de uma indexação livre em linguagem natural, em que não são adotadas regras e/ou políticas de indexação e nem o controle de vocabulários, ou seja, não há efetivamente a tradução dos termos para uma linguagem artificial. Os conteúdos são indexados livremente pelos usuários do recurso, podendo representar assuntos ou quaisquer outros elementos de metadados como tipo ou formato.” (CATARINO; BAPTISTA, 2009)

Metadados são um conjunto de dados “estruturados e padronizados que representam um recurso informacional digital ou convencional, com o objetivo de facilitar a sua identificação para a posterior localização e recuperação.” (ALVES, 2005, p.114). Eles

forneem a representação necessária para os recursos informacionais e são essenciais nos estabelecimentos dos requisitos de uma boa representação. (MOURA, 2009). Além disso, eles descrevem os atributos de um documento original, substituindo-o e caracterizando-o para que seja possível ao usuário entender seu conteúdo, sua finalidade, fonte, e as condições de utilização. (MILSTEAD; FELDMAN, 1999)

Embora possa parecer que este conceito tenha surgido no escopo da Web semântica, a utilização de metadados para representar recursos informacionais não é uma novidade para os profissionais da informação. Elementos como o autor, o título, o assunto são exemplos de metadados que podem ser utilizados para descrever tanto um livro em um catálogo de uma biblioteca quanto para descrever uma página na web, uma base de dados ou outro recurso eletrônico qualquer para o ambiente *web* (SOUZA et al., 2009).

Nos processos de catalogação e indexação, por exemplo, é feita a atribuição de metadados ao recurso informacional. No contexto das bibliotecas tradicionais e digitais, para que seja possível o intercâmbio dessas informações,  necessário o uso de formatos e padrões de metadados como o AACR e MARC 21. O Código de Catalogação Anglo-Americano - CCAA (a partir da sigla em inglês AACR)  um conjunto de regras para a criação de descrições bibliográficas e para a escolha, a construção e a atribuição de pontos de cabeçalhos representando pessoas, localizações geográficas e entidades coletivas, além de títulos uniformes representando obras e expressões. Já o MARC 21 é um padrão internacional para descrição de recursos bibliográficos, desenvolvido pela *Library of Congress* e *British Library*. Inclui normalmente campos como título, nomes, assuntos, notas e descrição física.

O catálogo de uma biblioteca “tradicional” pode ser exemplificado como um tipo de metadados. Esses catálogos empregam, basicamente, regras de catalogação e um formato de intercâmbio de registros bibliográficos por meio das “remissivas”. Neste tipo de relacionamento com o catálogo bibliográfico, pode-se entender que cada registro bibliográfico é um documento impresso, proporcionando informação básica sobre um autor, suas obras do mesmo autor ou assuntos similares. Em suma, o que se denominava descrição bibliográfica ou registro bibliográfico no ambiente convencional das bibliotecas, no ambiente digital passa a ser denominado formato de metadados, com a finalidade de descrever recursos digitais, armazenados ou depositados na Internet. (MORATO; MORAES, 2010)

O crescimento exponencial dos tipos de recursos informacionais em virtude da intensificação do fluxo informacional no ambiente *web* ocasionou o uso de metadados bem como padrões visando que a interoperabilidade dos dados se tornasse imprescindível para o tratamento da informação digital.

Em ambientes virtuais de compartilhamento de vídeos, como *YouTube* e *Vimeo*, o gerenciamento dos conteúdos por parte dos próprios usuários é estimulado à medida que simplificam, através de interfaces amigáveis e intuitivas, as atividades de representação da informação. Nesses ambientes fica a cargo do próprio usuário a tarefa de descrever seu recurso por meio de metadados visando a sua organização e futura recuperação na rede.

Muitos desses ambientes colaborativos digitais possibilitam que os usuários atribuam metadados ou *tags* aos seus recursos de forma a facilitar a organização e recuperação da informação na plataforma. Os sistemas de etiquetagem social tornam-se também ambientes propícios para configuração da prática *spammer*. A medida que, como lembra Markines, Cattuto e Menczer (2009), o *spammer* utiliza *tags* populares para a marcação, muitas vezes sem relação semântica alguma com o conteúdo postado, confunde os motores de busca e conseqüentemente aumenta o tráfego para o seu perfil. Dessa maneira, a prática *spammer* impulsiona a atenção criada pelo conteúdo gerado pelo usuário que está frequentemente interessado em ganhar reconhecimento, influenciar a cultura, expandir sua audiência e reputação dentro da comunidade e expressar suas ideias.

De acordo com Chandra e Suaib (2014), há uma linha tênue entre a ação deliberada dos *spammers* para impulsionar o *ranking* de determinada página na *web* e as técnicas de *Search Engine Optimization* - SEO, estratégias utilizadas por várias empresas para potencializar e melhorar o posicionamento dos seus sites nas páginas de resultados dos mecanismos de busca. Devido à ampla disseminação de conteúdo gerado pelo usuário na *web* colaborativa, a tendência é que a quantidade de *spam* aumente de forma considerável impondo aos motores de busca novos desafios.

São várias as abordagens sobre a detecção de *spam* em sistemas que utilizam a etiquetagem social. Chen et al. (2009) recorrem à sabedoria das multidões para descobrirem o que deve ser etiquetagem de alta qualidade para os recursos e, assim, propõem um método para a detecção de *tag spam*. Nessa mesma direção, Zhichen et al. (2006) apresentam um conjunto de critérios para garantir um bom sistema de etiquetagem social. Alguns desses critérios, que incluem a cobertura de múltiplas facetas para garantir a qualidade da *tag* são propostos, bem como um algoritmo para detectar as *tags* de boa qualidade. A dinâmica da etiquetagem no sistema de *bookmarking* social *Delicious*¹⁷ é analisada pelos autores Yang e Lee (2011). Em seu estudo, os autores observaram a frequência das *tags* populares apontando para existência de *tags spam*. Discussões sobre as motivações do *spam* social são apresentadas no trabalho de Markines, Cattuto e Menczer (2009). Nele, os autores identificaram algumas características

¹⁷ Disponível em: <<https://delicious.com/>>. Acesso em: 14 maio 2014

relacionadas aos *spammers*, capazes de distingui-los dos não-*spammers*. Essas características são então utilizadas em vários algoritmos de aprendizagem automática para a detecção dos *spammers*. Partindo também da abordagem clássica em aprendizado de máquinas, em seu artigo, Krause et al. (2008) verificaram as características relevantes dos usuários do sistema *BibSonomy*¹⁸ buscando identificar entre eles aqueles considerados *spammers*.

Buscando detectar os níveis mais sutis de *spam* em sistemas de *bookmarking* social Yang e Lee (2011) propuseram, em seu estudo, um método baseado em uma abordagem de mineração de texto para identificar a relação semântica entre as páginas da *web* e suas respectivas marcações. Assim, foi possível verificar a similaridade entre uma página *web* e as *tags* atribuídas a ela, identificando a possível existência de *post spam*.

Em seu trabalho sobre as diversas abordagens acerca dos *spams*, Chandra e Suaib (2014) chamam atenção para o fato de que os usuários de serviços *web* muitas vezes não estão cientes sobre a existência da prática *spammer* no contexto da *web* colaborativa, o que torna as ações para combate à prática ainda mais complexas. Os autores lembram ainda a necessidade de se combinarem várias técnicas para a detecção de *spam*, uma vez que os *spammers* estão sempre mudando a forma de disseminar seus *spams*, tendo em vista a própria flexibilidade dos sistemas. Outra observação feita pelos autores aponta para a necessidade de estudos sobre o *spam* social em *sites* de conteúdo multimídia como vídeo e áudio, uma vez que há poucos trabalhos nessa área.

Como foi mencionado anteriormente, também é importante destacar que todas essas abordagens apresentam um viés tecnológico e computacional do fenômeno da prática *spammer*. Todas elas direcionam-se para a detecção e a eliminação do *spammer*, visando à construção ou à manutenção de um sistema ideal. Fato que se configura como algo difícil ou mesmo impossível de se concretizar tendo em vista as características atuais da *web*, como um espaço dinâmico em que o sujeito é um elemento ativo no processo de produção de conteúdo favorecendo o seu potencial colaborativo.

O que se observa nesses estudos é que, em grande parte, estão sendo ignoradas as questões sociais e culturais associadas à prática *spammer*. A evolução do *spam* e do próprio *spam* social é caracterizada pelas alterações nas motivações que levam o *spammer* a disseminar seus *spams* na rede. Essa evolução é acompanhada pelas mudanças que tem passado a *web* nos últimos tempos, com as novas dinâmicas caracterizadas pelos ambientes colaborativos digitais em que a tríade agenciamento, colaboração e participação torna-se cada vez mais evidente. Nesse sentido, negligenciar as nuances sociais e culturais impregnadas na prática *spammer* é perder de vista aquilo que os

¹⁸ Bookmarking social para o gerenciamento de publicações científicas. Disponível em: <<http://www.bibsonomy.org/>>

spammers podem apresentar de mais valioso: a forma como eles estão se apropriando de uma prática já existente com objetivos não mais tão “maliciosos”, como aqueles definidos pelos autores citados acima, mas sim com o objetivo de consolidar-se como um sujeito ativo que produz e compartilha informações dentro da rede, seguindo as regras do jogo em que a visibilidade e a audiência são fundamentais.

Tendo em vista que até o momento todas as abordagens e os estudos voltados para o *spam* social levem em conta apenas o caráter oportunista e malicioso desse fenômeno, tornou-se imprescindível para a área de Ciência da Informação compreender o que está por trás da prática *spammer*, uma vez que ela envolve uma forma nova de descrição e representação da informação em ambientes colaborativos digitais. Compreender os mecanismos que envolvem essa prática, bem como os seus efeitos nesses ambientes, torna-se relevante para que possamos fazer um cotejamento entre a prática *spammer* e práticas tradicionais de indexação social em ambientes colaborativos.

Os sistemas que utilizam a etiquetagem social em linguagem natural como ferramenta de organização e recuperação da informação tornaram-se um novo alvo para os *spammers*. Como lembram Krause et al. (2008), a estrutura de tais sistemas caracterizada pela atualização constante, por postagens recentes e pela existência de *tags* populares e muito comentadas, atrai cada vez mais usuários que utilizam o sistema para disseminarem *spams*, com o intuito de aumentarem o tráfego para seus sites para ganharem visibilidade dentro da rede ou mesmo para divulgarem alguma marca ou produto.

A existência de *spams* em um sistema de indexação compromete a atenção nas informações recuperadas no sistema, tendo em vista que terá, como conteúdo relacionado às *tags*, informações, muitas vezes, sem relação alguma com o termo recuperado. Por outro lado, é importante destacar que a prática *spammer* vem legitimar um comportamento linguageiro e polifônico por parte dos sujeitos que engajam esse tipo de ação instaurando uma nova forma de descrição de conteúdo em ambientes colaborativos, tendo em vista algum objeto específico. É imprescindível considerar que essas práticas estão sujeitas a ações constantes e, a partir do uso que se faz delas, vão sendo reposicionadas e ganham cada vez maior espaço dentro da rede.

De acordo com Krause et al. (2008), os *spammers* têm desenvolvido várias técnicas para disseminarem *spams* nos sistemas de indexação social. Geralmente criam várias contas e utilizam as *tags* mais populares para indexar o conteúdo que estão tentando divulgar. Sendo assim, ao realizar uma busca pela *tag* popular, a possibilidade de recuperar um conteúdo *spam* será muito grande. Outra técnica de proliferação de *spams* muito utilizada é a atribuição de *tags* diferentes para o mesmo marcador ou o uso de várias *tags* populares.

No *Twitter*, por exemplo, onde é permitido ao usuário descrever seus posts com *hashtags*, observa-se a existência de conteúdos descritos com *hashtags* que não têm nenhuma relação com o *post* compartilhado. Muitos usuários, na tentativa de conseguirem maior audiência dentro da rede, utilizam *tags* que estão em evidência (*Trending Topics*) para descreverem seus conteúdos. Dessa maneira, ao realizar uma busca no *site* pela *hashtag* que está em evidência, a possibilidade de recuperar o conteúdo *spam* é muito grande.

Prática muito parecida pode ser observada no *YouTube*. É comum encontrar, nos resultados da busca por determinado termo, vídeos descritos com os mesmos metadados atribuídos aos *hits*, vídeos que estão em evidência, porém sem relação alguma com o conteúdo do vídeo postado. Desta forma, o vídeo *spammer*, ao se metamorfosear no vídeo *hit*, carrega consigo marcas, sejam elas metadados de descrição, ou ainda marcas dentro do próprio conteúdo, como o mesmo enquadramento, remetendo ao vídeo principal, que lhe garantirão maior visibilidade, bem como a possibilidade de figurar nos resultados dos vídeos mais vistos numa busca na plataforma, garantindo ao *spammer* levar a um grande número de pessoas a ideia que ele deseja transmitir. Esses vídeos recuperados juntamente com o *hit*, na maioria das vezes, trazem uma mensagem com teor crítico, satírico ou mesmo humorístico relacionado a algum acontecimento atual, seja político ou social.

O caráter desafiador da pesquisa perpassa justamente a tentativa de se compreender o comportamento da prática *spammer* em espaços colaborativos digitais de compartilhamento de vídeos, levando-se em consideração os processos de significação envolvidos nessa prática.

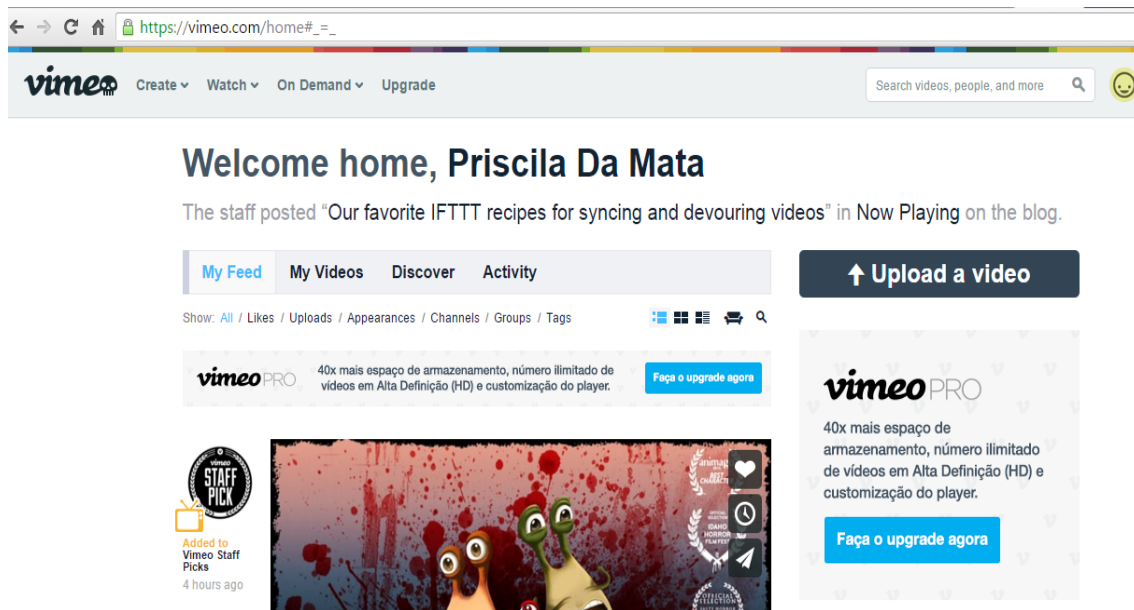
2.4.1.4 Sites de compartilhamento de vídeos

Embora seja considerado o mais popular, o *YouTube* não é o único espaço público de compartilhamento de vídeos na *web*. Sites como *Vimeo*¹⁹ apresentam características que se assemelham a esse dispositivo, como a possibilidade de edição de conteúdo por parte do usuário comum, ou de atribuição de metadados para a descrição dos recursos. Dessa forma, a fim de caracterizar os traços e vestígios que evidenciam a existência da prática *spammer* nessas duas plataformas, a seguir serão apresentadas algumas características dessas duas redes sociais de compartilhamento de recursos audiovisuais bem como as evidências da ação do sujeito *spammer* nesses dois ambientes.

¹⁹ Disponível em: <<https://vimeo.com/>>. Acesso em: 14 maio 2013.

Vimeo é um site de compartilhamento de vídeos fundado por Zach Klein e Jakob Lodwick²⁰ em novembro de 2004. O nome *Vimeo* é um anagrama da palavra *Movie* e também deriva do trocadilho das palavras (video) vídeo e *me* (eu), em referência à sua proposta de ser um site onde os próprios usuários podem fazer e compartilhar seus conteúdos audiovisuais.

FIGURA 1- Vimeo - página inicial



Fonte: <http://Vimeo.com>

Seguindo na direção da convergência dos meios, o site possibilita a integração com outras plataformas como *Twitter* e *Facebook* favorecendo a criação de redes em torno de assuntos. É disponibilizado também em outras plataformas como Android e iOS.

O *Vimeo* permite a criação de perfis, permitindo ao usuário definir suas configurações de privacidade, como, por exemplo, quem pode assistir, baixar, comentar e compartilhar os vídeos publicados. Oferece dois tipos de conta: a Básica (gratuita) e a *Plus* (paga). A conta *Plus* oferece maior espaço para armazenamento, uploads ilimitados de vídeo em HD e estatísticas avançadas.

Ao possibilitar aos seus usuários a criação de redes a partir de contatos existentes em outras plataformas como *Google*, *Yahoo*, *Facebook* e *Twitter*, o *Vimeo* reforça a dinâmica de interação e a possibilidade de disseminar seus conteúdos para um número cada vez maior de pessoas.

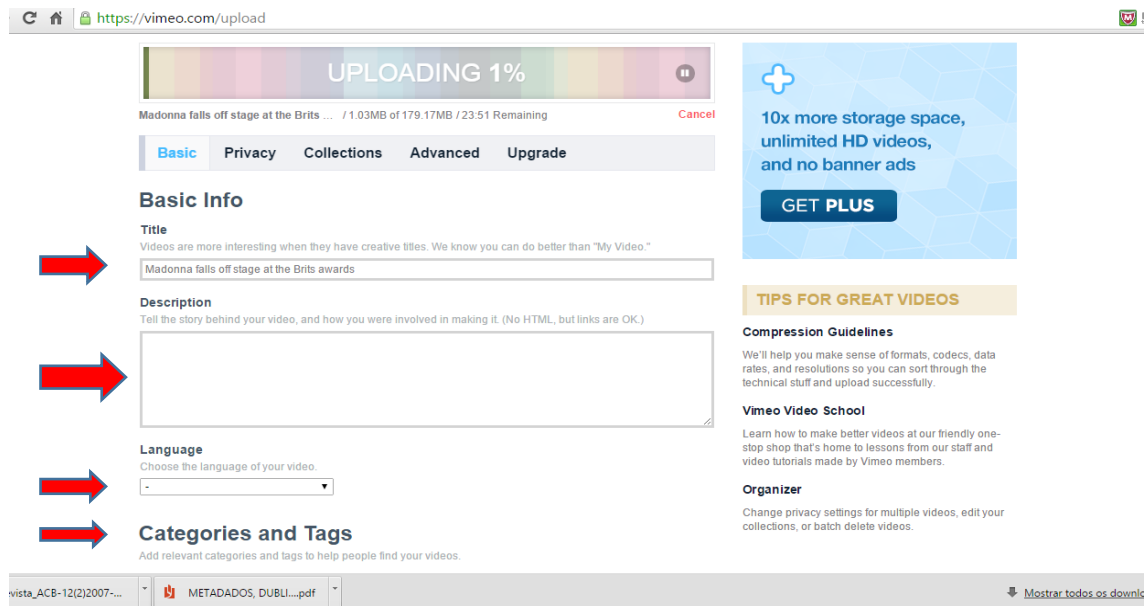
²⁰ Os americanos Zach Klein e Jakob Lodwick são engenheiros de software, programadores e co-fundadores do site VIMEO

Com o intuito de facilitar a disseminação do conteúdo dos seus usuários em outras plataformas, o *Vimeo* possibilita ainda a criação de *widgets*, ferramentas que tornam mais fácil a publicação e a visualização de vídeos em outros *sites*. É possível personalizar

um *widget* para expor o vídeo de diversas maneiras em um *blog*, rede social ou qualquer outro *site* que suporta a incorporação.

Ao fazer *upload*, o usuário pode descrever seu vídeo com metadados como título, descrição, *tags*, categoria. Permite ainda a customização da URL do vídeo, bem como adicionar fotos relacionadas ao material publicado.

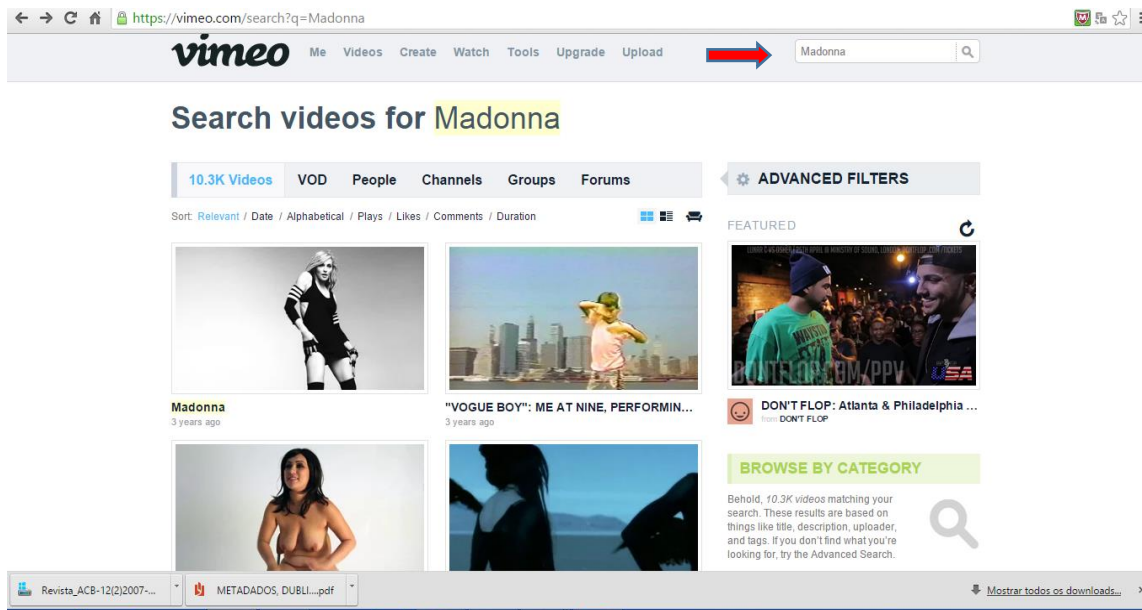
FIGURA 2- Vimeo - página de upload



Fonte: <http://Vimeo.com>

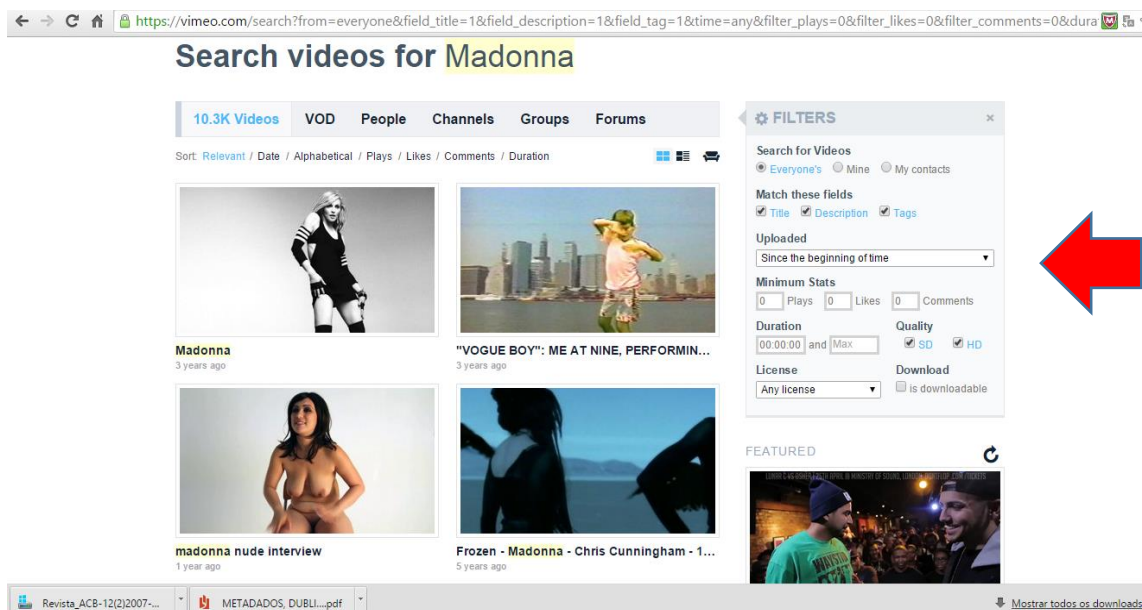
A busca no site é realizada através de palavras-chave na caixa de busca. É possível realizar uma busca geral ou uma busca avançada, escolhendo entre vídeos, perfis, canais temáticos, grupos ou fóruns. Na busca avançada, existem filtros que tornam possível definir em quais campos específicos será feita a busca como, por exemplo, apenas no título, na descrição ou nas *tags*. Além disso, pode-se especificar ainda mais a busca através de filtros como duração do vídeo e tipo de licença que foi atribuída ao recurso.

FIGURA 3 – Vimeo - pesquisa básica



Fonte: <http://Vimeo.com>

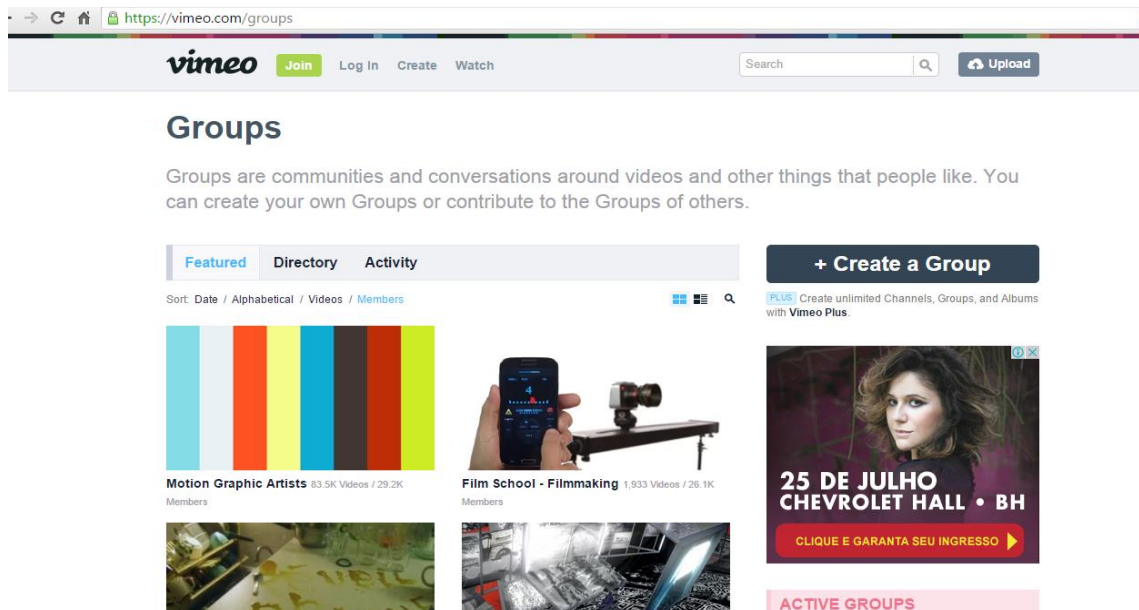
FIGURA 4 - Vimeo - pesquisa avançada



Fonte: <http://Vimeo.com>

O Vimeo possibilita a criação de grupos ou comunidades e canais. Fornece ainda vários tutoriais que ajudam o usuário a conhecer as novas técnicas de edição de vídeos bem como contribuem para que eles possam aprimorar suas habilidades.

FIGURA 5 – Vimeo - grupos



Fonte: <http://Vimeo.com>

Por ser um serviço de massa, com milhares de publicações diárias que exibem temas bem variados, o *YouTube* se mostra mais atrativo para os *spammers*. O *Vimeo* por sua vez é mais restrito, inclusive com limite de *upload* semanal para cada usuário. Por não estar preso à quantidade, o *Vimeo* oferece recursos mais profissionais, sendo, por esse motivo, mais popular entre os produtores de vídeos do que entre amadores. As duas plataformas, ao oferecerem determinados recursos aos usuários, acabam por fomentar de alguma maneira a prática *spammer*. Porém, tendo em vista a sua maior abrangência, o *YouTube* ainda é o espaço em que se evidencia mais a prática *spammer*.

Qualquer usuário pode criar um canal no *YouTube* para a hospedagem e o compartilhamento de quaisquer tipos de vídeos, desde que não estejam protegidos por copyright. No entanto, é comum no *site* a existência de vídeos que infringem os direitos autorais. Não é proposta dessa pesquisa abordar a discussão dos direitos autorais nos dispositivos de compartilhamento de vídeos, embora se reconheça esse elemento com o fator interveniente na prática *spammer*. Do mesmo modo, é importante frisar que, apesar de todas as regras rígidas com relação aos direitos autorais, é comum encontrarmos no *site* vários vídeos que foram apropriados, modificados e republicados pelos usuários ensejando um processo de *produsage*. (ZILLER, 2011)

Importante é destacar a intrínseca relação entre a *produsage* e a prática *spammer* uma vez que a prática *spammer* pode ocorrer em duas instâncias: da produção e do consumo. Em linhas gerais, a prática *spammer* ocorre na instância da produção no momento da descrição do vídeo em que são atribuídos os metadados. Já a ocorrência da prática na instância do consumo está relacionada à apropriação do vídeo pelo sujeito, a sua modificação e republicação, com a inclusão de alguma informação que o *spammer* deseja transmitir em alguma parte do próprio conteúdo do vídeo. Mais adiante serão discutidas, de uma maneira mais detalhada, as diferentes formas da prática *spammer*.

No que tange aos termos de segurança do site, o *YouTube* apresenta os seus Termos de Uso e as Diretrizes da Comunidade em que são listadas algumas regras básicas de uso do serviço. Desta maneira, o *YouTube* restringe vídeos que contenham cenas de sexo ou nudez, que façam incitação ao ódio, que promovam a violência ou que representem atos perigosos ou ilegais incluindo ameaças, assédio, intimidação, invasão de privacidade. Além disso, o site proíbe o uso de *spam* e metadados “enganosos” atribuídos aos conteúdos por meio de descrições, *tags*, miniaturas ou títulos sem relação com o conteúdo postado, com o objetivo de aumentar o número de visualizações (YOUTUBE, 2015)

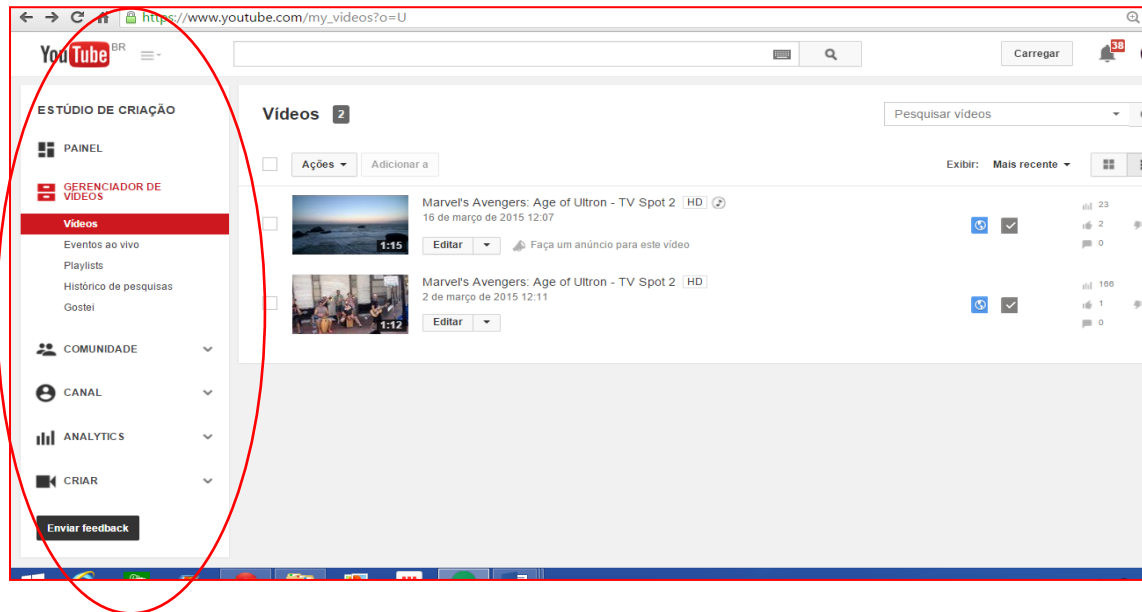
Porém, embora o site faça severas restrições à atribuição de *tags* sem relação com o conteúdo, os *spammers* se apropriam das próprias possibilidades da plataforma, utilizando-se delas para publicar conteúdos e buscando alternativas às suas limitações. Portanto, mesmo não sendo encorajada pela plataforma, o próprio sistema oferece brechas que acabavam promovendo a prática.

Não é raro encontrarmos vídeos descritos com metadados que não apresentam relação alguma com o conteúdo do vídeo. Como foi visto anteriormente, são inúmeras as motivações que levam os sujeitos a utilizarem essa prática que tem-se tornado recorrente e apresentado uma certa regularidade no seu processo.

O *YouTube* transcende à simples transmissão de conteúdo. Ao oferecer aos seus usuários uma ferramenta para edição de vídeos, possibilita aos proprietários de canais na plataforma uma vasta quantidade de funcionalidades que facilitam a edição de vídeo por parte dos editores.

Até bem pouco tempo, os usuários do *YouTube* necessitavam de um software específico para a edição de conteúdo, exterior à plataforma para realizarem cortes, adicionar algum efeito ou modificar a trilha sonora, sendo para isso necessário reenviar o vídeo, perdendo assim as visualizações e comentários já recebidos. No entanto, desde de junho de 2010, os usuários contam com várias funcionalidades para a edição de conteúdo no *YouTube*. A plataforma oferece um editor de vídeos que permite aos usuários editarem seus próprios vídeos bem como mesclar imagens em movimento e fotos, além de cortar trechos, inserir trilhas e legendas. Tudo de forma simples e intuitiva.

FIGURA 6 - YouTube - editor de vídeos

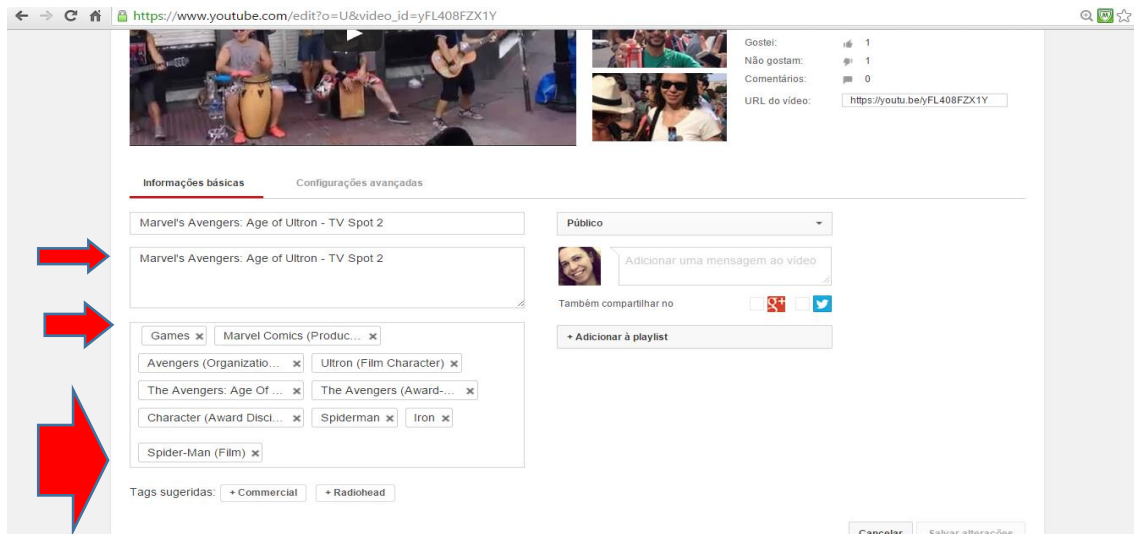


Fonte: https://www.youtube.com/my_videos?o=U

A facilidade de trabalhar com o editor de vídeo do *YouTube* tornou-se um importante atrativo para os *spammers* que veem nessa plataforma um espaço propício à consolidação da prática. O editor de vídeos permite ao usuário juntar vários cliques pequenos para que depois ele seja transformado em um vídeo maior. Além disso, é possível cortar alguma parte, diminuir o tamanho do vídeo e adicionar uma trilha sonora ao filme.

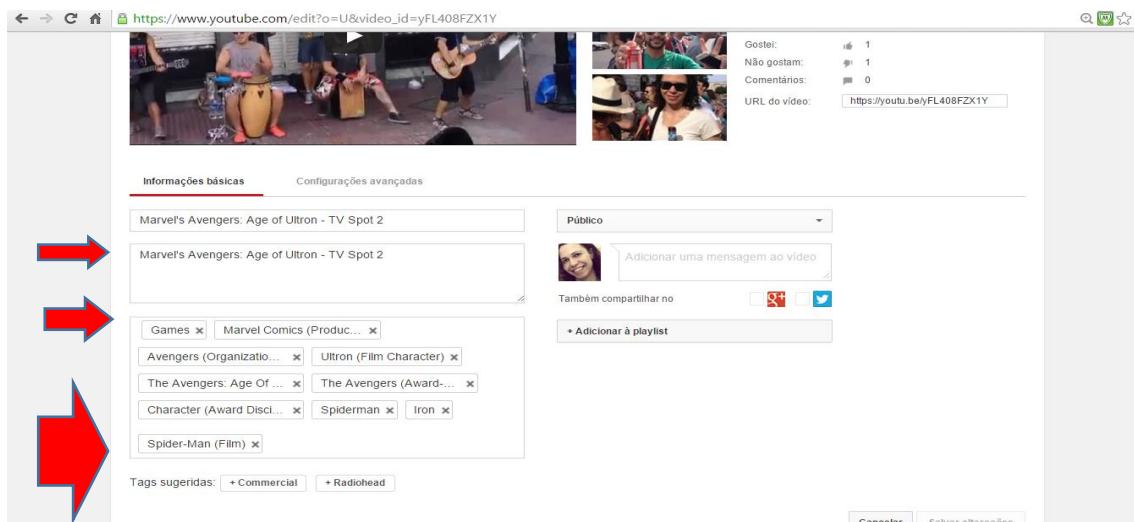
Na etapa do *upload*, o *YouTube* permite ao editor adicionar metadados aos vídeos. Qualquer informação adicional fornecida junto com o vídeo, seja ela o título, a descrição, as *tags*, as anotações ou as miniaturas é considerado um metadado. Esses recursos facilitam a recuperação do conteúdo em uma busca no site ou em outros mecanismos de busca. Neste sentido, ao utilizar o mecanismo de busca do *YouTube*, os resultados são exibidos baseados nesses metadados, ou seja, a pesquisa do título, da descrição e das *tags*.

FIGURA 7 – YouTube - Interface de descrição de vídeos. Informações básicas. Atribuição de metadados.



Fonte: www.youtube.com

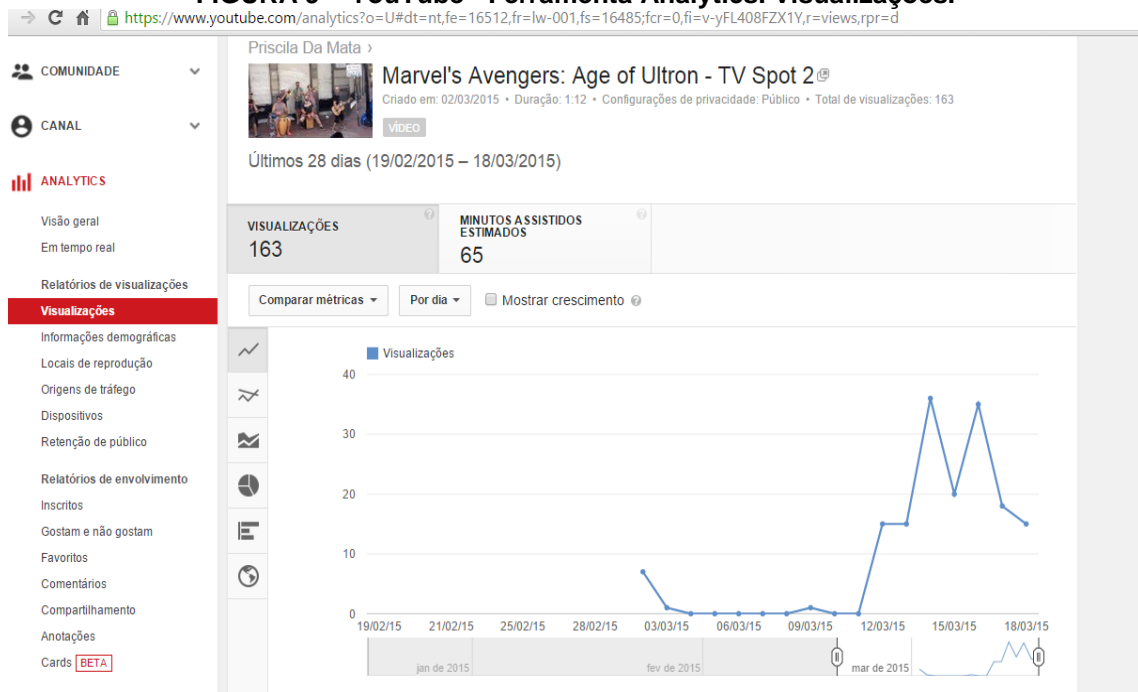
FIGURA 8 – YouTube - Interface de descrição de vídeos. Configurações avançadas.



Fonte: www.youtube.com

Um dos principais recursos oferecidos pela plataforma para seus usuários editores é um painel em que são mostrados os envios recentes, comentários mais importantes e uma visão geral do *Analytics*. O recurso do *Analytics* fornece o número de visualizações que o vídeo recebeu, os minutos assistidos, a quantidade de inscritos, a receita e o engajamento do público com o vídeo. É considerado o termômetro do canal, fornecendo informações que serão úteis para o desenvolvimento de estratégias futuras visando aumentar o desempenho e atrair audiência para o canal. (YOUTUBE, 2015). É possível visualizar as métricas em um determinado período e a estimativa em tempo real para determinado vídeo, conforme figura abaixo.

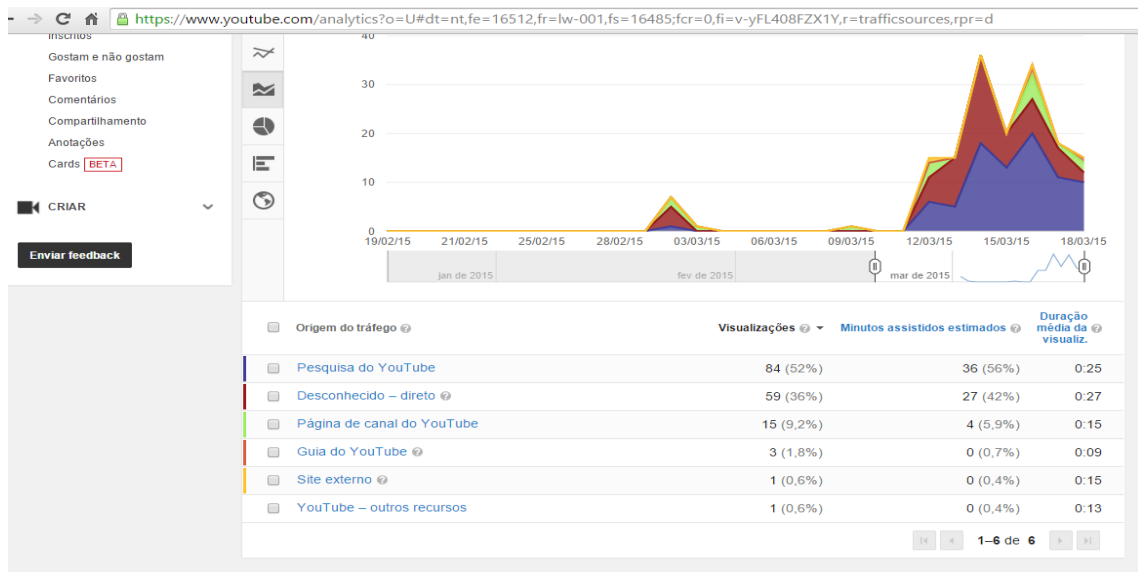
FIGURA 9 – YouTube - Ferramenta Analytics. Visualizações.



Fonte: www.youtube.com//analytics

Os relatórios de visualizações oferecem diversos gráficos com informações demográficas, origens de tráfego, ou seja, de que forma vídeo foi encontrado, se através de pesquisa do *YouTube* ou site externo, por exemplo, a duração média da visualização, locais de reprodução (se em páginas do *YouTube* ou em outras páginas). É possível ainda saber qual o formato físico do dispositivo em que a visualização ocorreu, se celular, computador ou tablete, por exemplo.

FIGURA 10 – YouTube - Ferramenta Analytics. Relatório de visualizações. Origens de tráfego.

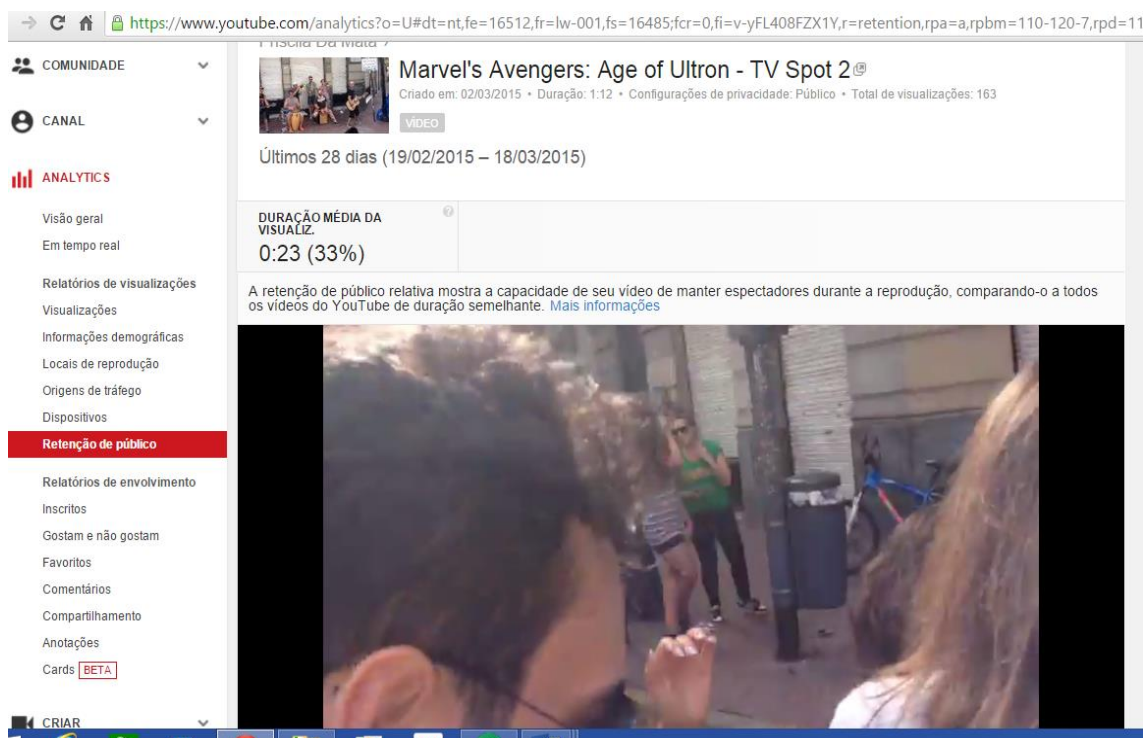


Fonte: www.youtube.com/analytics

Essas informações são importantes pois oferecem uma visão clara e objetiva acerca do desempenho e alcance do vídeo. A partir desses dados, novas estratégias podem ser adotadas com o intuito de melhorar a audiência do vídeo ou mesmo do canal. Pode-se dizer que esse recurso oportuniza a prática *spammer*, à medida em que dá condições ao usuário de analisar se as suas estratégias estão sendo eficazes no sentido de conseguir alcançar uma audiência satisfatória para o seu conteúdo.

Uma outra métrica muito útil para analisar o desempenho de cada vídeo individualmente ou no canal como um todo é a retenção de público. Ela permite compreender a aceitação do conteúdo do vídeo e conseqüentemente o nível de engajamento entre o público e o vídeo. É uma métrica oportuna para a prática spammer uma vez que ela mostra se o vídeo está sendo capaz de engajar os espectadores durante a reprodução.

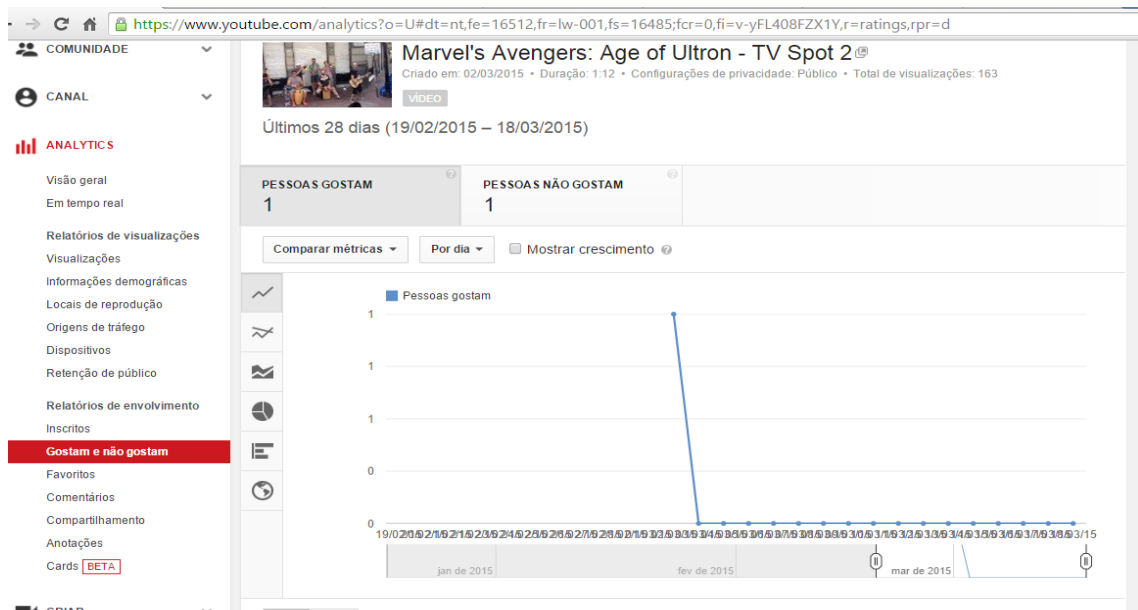
FIGURA 11 – YouTube - Analytics. Relatórios de visualizações. Retenção de público.



Fonte: <https://www.youtube.com/analytics>

Informações relacionadas ao engajamento dos usuários com os vídeos, por exemplo, quais vídeos geraram mais inscritos, quando as pessoas mais se inscreveram, podem ser obtidas através dos Relatórios de envolvimento. Esses relatórios fornecem, por exemplo, gráficos mostrando quantas pessoas gostam e não gostam do vídeo, o número de comentário e de compartilhamentos.

FIGURA 12 – YouTube - Analytics. Relatórios de envolvimento. Gostam e não gostam.



Fonte: <https://www.youtube.com/analytics>

Essas informações são relevantes para os usuários editores entenderem quais são as marcas que fazem um vídeo ser mais visto que o outro, reforçando nos próximos vídeos as ações que mais geram engajamento. Os *spammers* podem se beneficiar dessas métricas à medida que elas dão subsídios para o entendimento do nível de interação entre os usuários e o vídeo *spam*. Uma grande quantidade de inscritos ou mesmo de compartilhamento, por exemplo, pode indicar que o vídeo conseguiu um alcance satisfatório.

Como foi observado, tanto *Vimeo* quanto *YouTube* são bem populares na internet e ambos apresentam características que tornam esses ambientes um grande atrativo para os *spammers*. É inegável o grande sucesso do *YouTube* devido, em grande parte, ao seu caráter gratuito de funcionalidades, frente às alternativas pagas do *Vimeo*, como edição avançada, ferramenta 3D e legenda automática. Por outro lado, o *Vimeo* torna-se um grande atrativo uma vez que possui menos propaganda em seus vídeos. Desse modo, o *Vimeo* se destaca por ter um acervo de vídeos com qualidade mais profissional, atendendo a um público mais exigente e especialista, ao contrário do *YouTube*, que possui

uma infinidade de vídeos, a maioria deles produzidos por amadores. A seguir apresenta-se um quadro com o resumo comparativo dos recursos oferecidos pelas duas plataformas.

QUADRO 1 - Recursos YouTube e Vimeo

	You Tube	Vimeo
Upload	Sem restrições até 15 minutos. Acima deste tempo, somente após avaliação e envio de código de liberação via celular	Limite de 500 MB por semana ou 26 GB por ano para usuário gratuito. Versão paga oferece 260 ou 1000 Gb por ano
Recurso High Definition (HD)	Ilimitado	Limite de 1 por semana
Representação e organização da informação	Título, descrição, tags, miniaturas, Canal, widgets	Título, descrição, tags, miniaturas, widgets Canal (agrupamento de vídeos) grupo (comunidade de temas de preferência) Álbuns (maneira de organizar seus vídeos)
Busca	Geral por palavras-chave ou por filtros como duração, tipo (vídeo, canal, playlist, filme programa), data do upload	Geral por palavras-chave ou avançada entre vídeos, perfis, canais, grupos ou fóruns
Recursos técnicos	Trilhas sonoras gratuitas, legendas, vídeo 3D, filtros, câmera lenta, edição do vídeo postado a qualquer hora	Trilhas sonoras, filtros. Apenas na versão paga é possível personalizar a janela de exibição, como a inclusão de logo e mudança de cores
Exibição	Comentários, botão “gostei”, favoritos, “Assistir mais tarde”, Ajuste de qualidade até a mais alta, de 1080p	Comentários, botão “gostei”, favoritos, “Assistir mais tarde”. Ajuste do tamanho da janela, definir reprodução automática, ativar repetição (loop), inserir definição abaixo do vídeo, entre outras opções.
Recursos sociais	Canais	Criação de Grupos e Álbuns
Soluções mobile	Upload, inserir título, descrição e tags	Upload não liberado para a versão gratuita
Métricas	Gráfico acumulado ou diário, total de visualizações, de compartilhamento, estatísticas	Gráficos, total de visualizações, de compartilhamento, estatísticas. Versão paga oferece recursos como acesso ao perfil de quem comentou ou gostou do vídeo
Publicidade	Publicidade dentro das mídias	Banners nas páginas dos usuários gratuitos. Não insere publicidade dentro das mídias.

Fonte: Mata, 2016

A possibilidade de entender o comportamento dos usuários em relação a um vídeo é uma excelente forma para *spammers* compreenderem até que ponto suas estratégias para a disseminação de conteúdo estão sendo efetivas ou não. Dessa maneira, as mensurações fornecidas por essas ferramentas quantificam o desempenho do vídeo, demonstrando o seu alcance, sua influência e visibilidade dentro do sistema.

A prática *spammer*, embora sempre renegada do ponto de vista tecnológico, ressurgiu agora em um novo contexto digital em que perpassam características como a colaboração e a participação, agregando a ela um valor social e informacional. A especificidade dessa prática nesses ambientes colaborativos digitais enseja a necessidade de um novo olhar tendo em vista os inúmeros processos de significação que ela carrega.

Como foi discutido anteriormente, percebe-se que a disseminação da prática *spammer* em espaços públicos de compartilhamento de vídeos, como o *YouTube*, tem provocado uma série de movimentos que afetam diretamente as formas de gerenciamento da informação nesses ambientes. Fica evidente que estamos diante da emergência de uma nova forma de indexação social com reflexos importantes no processo de representação e recuperação da informação no *YouTube*. Torna-se relevante trazer para a discussão as inúmeras questões referentes à apropriação dessa prática pelo sistema e pelos sujeitos e principalmente suas possibilidades como um novo tipo de indexação social.

2.4.2 A prática *spammer* no YouTube

Em sistemas de compartilhamento de vídeos como o *YouTube* e *Vimeo*, os *spammers* atribuem aos seus vídeos, metadados que foram usados para descrever um conteúdo que está em evidência em determinado momento dentro do sistema. Como foi visto anteriormente, os metadados possibilitam associações a partir do momento em que eles reúnem conteúdos descritos com as mesmas *tags*. Esses conteúdos, na maioria das vezes, estão relacionados com os metadados utilizados na descrição, no entanto, tem-se observado com frequência que uma considerável parte do conteúdo recuperado em uma busca no *YouTube* não tem relação alguma com as *tags* usadas na sua descrição.

A possibilidade de conectar audiência por meio da prática *spammer* pode ser um dos fatores que estão levando os usuários do *YouTube* e *Vimeo* a atribuírem a seus vídeos metadados que estão em evidência. Com o intuito de transmitir determinada mensagem, os usuários utilizam-se dessa prática com os recursos que o próprio site fornece.

O *YouTube* utiliza metadados (título, *tags*, descrições, anotações) como informações principais para indexar conteúdo. Esses metadados são utilizados para

selecionar os vídeos com conteúdos semelhantes, mais conhecidos como vídeos sugeridos e para auxiliar o *YouTube* a posicionar o vídeo em outros locais além da busca. Neste sentido, os metadados incluem descrição e contexto para mostrar ao expectador vídeos que ele almeja visualizar (YOUTUBE, 2015). Além disso, os algoritmos do sistema conseguem recuperar o vídeo através dos metadados atribuídos a ele.

A plataforma possibilita e incentiva os usuários a atribuírem *tags*, título, descrição e anotações em seus vídeos para que eles possam ser recuperados em futuras buscas dentro do próprio site e sejam ranqueados nas buscas feitas no *Google*. Atualmente, é possível encontrar, na *internet*, inúmeros tutoriais que ensinam como editar vídeos no *YouTube* e como conseguir uma maior otimização através de medidas que facilitam a indexação de forma mais eficaz, de modo que o vídeo seja mais bem posicionado nos mecanismos de busca. O próprio *YouTube* oferece um curso online gratuito voltado para criadores de conteúdo. Denominado “Escola de Criadores de Conteúdo”²¹, o curso, criado pelo *Google*, ajuda *youtubers* a aprenderem aspectos técnicos que auxiliam a aumentar a audiência de canais, chamando atenção principalmente para o potencial dos metadados e a importância do seu uso.

Tendo em vista as novas dinâmicas em torno da web colaborativa, muito mais que contribuir para a organização e recuperação da informação no *YouTube*, talvez a principal motivação para os usuários atribuírem metadados em seus conteúdos seja a possibilidade de expandirem sua própria audiência e reputação, ganharem reconhecimento, atenção, prestígio e expressarem suas ideias. Os *spammers*, imersos em um contexto de participação e colaboração, envolvem-se ativamente e interagem cada vez mais por meio do compartilhamento de conteúdos significativos, que foram por eles apropriados, remixados e republicados.

A análise dos vídeos no *YouTube* mostrou que a prática *spammer* ocorre quando o sujeito atribui, ao seu conteúdo, metadados utilizados nos vídeos que estão evidência. Esses metadados podem estar presentes no título, nas *tags*, nas descrições ou mesmo no próprio conteúdo do vídeo. Assim, verificamos a existência de pelos menos quatro formas de ocorrência da prática *spammer*, em relação ao campo onde elas ocorrem: no campo “título”, no campo “descrição”, no campo “*tags*” e no “conteúdo do vídeo”.

A seguir serão apresentadas algumas características da ocorrência de cada uma dessas quatro formas da prática *spammer*. Para tal, procurou-se destacar como elas funcionam, quais funcionalidades do sistema reforçam e oportunizam a sua existência, quais ações de organização da informação estão sendo engendradas e experimentadas por elas,

²¹Disponível em: < <https://www.youtube.com/user/escolacriadorespt>>. Acesso em: 14 maio 2015.

quais os rastros de colaboração podem ser observados e quais as dimensões semióticas são evidenciadas.

2.4.2.1 *Spammer campo “Título”*

O título é um dos campos mais importantes para a descrição do vídeo no *YouTube* e tem o papel de transmitir aos algoritmos do sistema informação suficiente sobre o conteúdo para que ele apareça nas buscas e seja acessado pelo público. Os metadados do título têm a função de informar, aos motores de busca, qual o tema abordado no vídeo.

Assim como na catalogação descritiva de registros bibliográficos, na descrição dos vídeos no *YouTube*, o campo título geralmente apresenta um ou mais termos indicativos que servem para nomear o vídeo juntamente com uma indicação de responsabilidade. No entanto, é possível perceber que o campo título vai além dos elementos descritivos, fazendo referência à representação temática, tendo em vista que muitas vezes o título descreve também o assunto ou tema do vídeo.

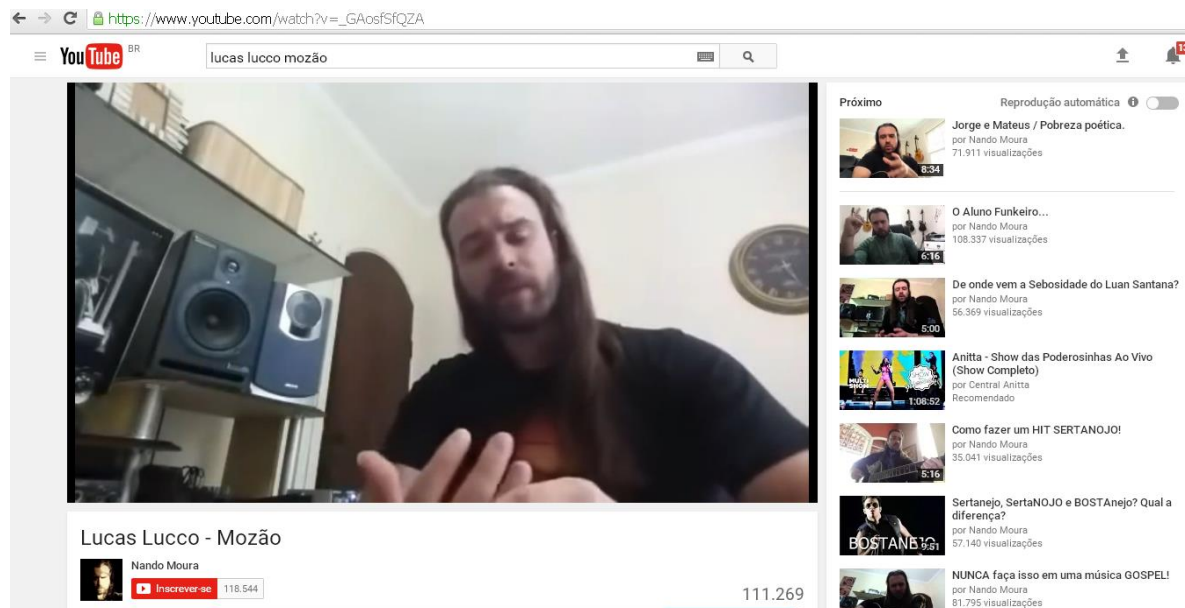
Os metadados do título utilizados para descreverem o vídeo viabilizam a organização e a recuperação da informação no *YouTube*. Além disso, eles servem para relacionar vídeos semelhantes, que foram descritos com os mesmos termos, facilitando assim o seu acesso. Dessa forma, os *spammers* utilizam metadados atribuídos ao título de um vídeo que está em evidência para descreverem seus conteúdos.

A prática *spammer* no campo título permite que sejam produzidas associações entre o vídeo principal e os vídeos relacionados. Desta maneira, as associações, ao mesmo tempo que reforçam a ideia do conteúdo principal, criam também possibilidades de acesso aos vídeos relacionados por meio do vídeo hit, de modo a garantir aos *spammers* a possibilidade de divulgar a ideia que eles querem transmitir. Green e Jenkins (2009) atribuíram o termo *hit* ao primeiro sucesso popular do *YouTube*, intitulado *Lazy Sunday*²².

A figura a seguir representa um exemplo de prática *spammer* no campo título.

²² GREEN; JENKINS, 2009, p. 19

FIGURA 13 – Youtube - prática spammer



Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=_GAosfSfQZA

Para compreendermos a estratégia utilizada pelo *spammer*, é necessário conhecermos a história do hit que deu origem a essa apropriação.

O clipe de “Mozão”, divulgado em 2014, do cantor sertanejo Lucas Lucco, com apenas dois dias de lançamento atingiu a marca de mais de três milhões de visualizações no *YouTube*. Até a conclusão desta pesquisa, o vídeo possuía mais de setenta e seis milhões de acessos. No roteiro, o cantor é mostrado em uma situação delicada: a descoberta e o tratamento do câncer de mama de sua parceira. O fato de o músico ter um público formado basicamente por mulheres, fez com que o vídeo rapidamente tornasse um grande sucesso da internet, chamando a atenção para a temática do câncer de mama e a importância para o diagnóstico precoce da doença.

Em uma busca no *YouTube*, é possível recuperar diversas apropriações feitas a partir do vídeo *hit*. Existem versões do vídeo em animação, com legendas, de show ao vivo, com inúmeros intérpretes e em diferentes estilos musicais. Em todas as apropriações, os *spammers* utilizaram os metadados atribuídos ao título do vídeo principal para descreverem seus conteúdos. É o que se observa na figura 13, em que o *spammer* utilizou os mesmos metadados do título do *hit* para descrever o seu vídeo que, coincidentemente, apresenta uma crítica fervorosa ao cantor Lucas Lucco e à sua música. Embora o conteúdo não seja o clipe da música como está descrito no título, a prática *spammer* no campo título possibilita que o vídeo seja recuperado junto com o *hit*, garantindo ao *spammer* que seu vídeo seja visualizado por várias pessoas, aumentando sua audiência e possibilitando a ele disseminar

a mensagem que ele pretende transmitir.

A ação mental regular do *spammer* em atribuir metadados ao conteúdo sugere a presença de um hábito interpretativo que vai determinar as condições de análise do vídeo, além de moldar o próprio sistema. Os processos envolvidos na prática *spammer* estão permeados de interpretações e construção de signos que geram sucessivas interpretações, que vão culminar na interpretação empreendida pelo usuário.

Os metadados atribuídos no campo título para descrever o vídeo, substituem o conteúdo original e representam o objeto criado a partir da apropriação feita com base nos interpretantes gerados pelo vídeo principal. Desta forma, agregam valor simbólico ao conteúdo reforçando informações que são importantes para a sua recuperação.

2.4.2.2 *Spammer campo “Descrição”*

Além do título, o campo de descrição também serve para transmitir, aos motores de busca do *YouTube* e do *Google* por exemplo, informações sobre o conteúdo do vídeo postado. Conscientes deste fato, os *spammers* muitas vezes utilizam este campo para adicionarem metadados que incluam mais informações sobre o conteúdo do vídeo, ou ainda uma URL, direcionando para o *site*, o *blog*, inscrição ou próprio canal. É muito comum também o uso de palavras-chave que venham reforçar a ideia que o vídeo busca transmitir. Importante destacar a centralidade do campo de descrição para a otimização do canal, tendo em vista que ele aparece sempre que o vídeo figura nos resultados da busca.

A figura 14 ilustra a prática *spammer* na descrição. Nesse exemplo, o *spammer* adiciona *links* direcionando para o *Facebook* do canal e dos criadores, de modo a possibilitar maior interação com os espectadores e conseqüentemente atrair audiência para sua página. Esta estratégia corrobora o conceito de *embedding*, muito disseminado em ambientes colaborativos. Esta estratégia consiste em incorporar/integrar, nas páginas *web* de um *site* ou canal, texto, imagem ou vídeo compartilhados a partir de uma plataforma de publicação.

FIGURA 14 – Youtube - spammer descrição

PEIXINHO NO OMBRO | Paródia Valesca Popozuda - Beijinho no Ombro

Canal Putzvéi
 Inscrever-se 390.974

3.066.986

+ Adicionar a Compartilhar Mais 51.738 2.309

Publicado em 8 de mai de 2014
 Grave sua música: <https://www.facebook.com/doctorstudio>

ASSINEM OS CRIADORES:
 Gabriel Oliveira: <http://www.facebook.com/gabrielputzvei>
 Danilo Pegazus: <http://www.facebook.com/danilo.pegazus>

ASSINEM O ELENCO:
 Regina: <https://www.facebook.com/regina.augus...>
 Amanda: <https://www.facebook.com/amanda.barbo...>
 Junior Selva: <http://www.facebook.com/juniorselva>
 Gabriel Oliveira: <http://www.facebook.com/gabrielputzvei>
 Danilo Pegazus: <http://www.facebook.com/danilo.pegazus>

Fonte: www.youtube.com

Por ser um espaço incentivador das práticas que impulsionam a atenção, o *YouTube* encoraja os usuários a desempenharem papéis promocionais e de curadoria, promovendo conteúdo e criando metadados (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 230). Cientes do valor criado por meio da atenção e engajamento, os usuários da comunidade estão cada vez mais envolvidos na produção de material significativo em um contexto social e cultural que privilegia sempre a audiência, o reconhecimento e a construção de identidade. Dessa maneira, todas as estratégias utilizadas para a disseminação do conteúdo pressupõem um esforço no sentido de alcançar novos públicos.

Os metadados utilizados para descrever conteúdo no *YouTube*, além de funcionarem como recurso para a organização, representação e recuperação da informação na comunidade, tornam-se importantes potencializadores da cultura participativa. O campo de descrição do *YouTube* desempenha não só a função tradicional de ser um espaço para inserir informações sobre o vídeo, mas principalmente um mecanismo que busca promover a interação e conectar audiência.

As novas motivações que levam os *spammers* a descreverem seus conteúdos sugerem também uma mudança de hábito pois, como lembra Santaella (1992), há uma ação guiada por um propósito. Além disso, é cada vez mais recorrentes o uso dessas estratégias pelos usuários. As análises dos vídeos revelaram que a prática *spammer* que ocorre campo de descrição, além de incorporar informações sobre o conteúdo, funciona

como um importante meio de conexão social, possibilitam a criação de elos entre os *spammers* e os seus expectadores, além de novas audiências. Os usuários, imersos em um contexto em que a participação e a atenção adquirem cada vez mais valor, se encontram em constante processo de evolução e aprendizagem acerca das novas funcionalidades que os sistemas apresentam, mudando seus hábitos em virtude do surgimento das novas demandas de colaboração inerentes aos espaços colaborativos digitais.

2.4.2.3 *Spammer campo “Tags”*

Em suas primeiras versões, o *YouTube* possibilitava aos usuários a visualização das *tags* atribuídas aos vídeos. Com o objetivo de enganar os motores de busca e conectar a audiência, os usuários passaram a utilizar as *tags* dos vídeos em evidência para indexar seus vídeos, de forma indiscriminada, muitas vezes sem relação alguma com o conteúdo postado. Com isto, o *YouTube* passou a considerar essa prática como *spam* e atualmente as *tags* ficam ocultas para os usuários que acessam os vídeos. Porém, embora hoje o *YouTube* não permita a visualização das *tags*, é possível encontrar na *internet* várias ferramentas que possibilitam a identificação das palavras-chave atribuídas pelos usuários para descreverem seus vídeos. O *Heartbeat*²³, por exemplo, é uma extensão para *Google Chrome*, desenvolvida pela *Freedom*²⁴, que oferece recursos e funcionalidades para o *YouTube*. Além de possibilitar a visualização das *tags*, fornece informações sobre os ganhos estimados de cada vídeo, número de inscrições, estatísticas sociais do vídeo no *Facebook*, *Twitter* e *Google Mais*, dentre outros dados. Outra extensão muito utilizada é a *SiteMetrics*²⁵. Desenvolvida por Tobias Redmann, essa ferramenta oferece recursos para o monitoramento das métricas relevantes dos vídeos mais comentados e para a identificação das suas *tags*.

Desse modo, embora ocultas para o expectador, as *tags* são mais um importante recurso utilizado pelos *spammers* para divulgar seus vídeos. Utilizando a ferramenta *Heartbeat* é possível ver que o vídeo *spam* que está representado na figura 15, recuperado junto com o *hit* “Para nossa alegria”, foi indexado com as mesmas *tags* utilizadas no vídeo principal. O vídeo teve várias apropriações e recriações feitas não só por usuários desconhecidos como também por famosos.

A cantora Luciana Mello, por exemplo, divulgou em seu canal no *YouTube*, uma versão do *hit* “Para nossa alegria” em que ela aparece, juntamente com seu irmão Jair

²³ Disponível em: <<https://chrome.google.com/webstore/detail/heartbeat/aailliojhbichheofhdpcongeibcgcgm?hl=pt-PT>> . Acesso em: 25 jun. 2014.

²⁴ Disponível em: <<https://pt.freedom.tm/>>. Acesso em: 25 jun. 2014.

²⁵ Disponível em: <<http://www.sitemetrics.de/>>. Acesso em: 25 jun. 2014.

Oliveira e seu pai Jair Rodrigues, também músicos, fazendo uma paródia do vídeo que se tornou fenômeno da *internet* com mais de trinta milhões de visualizações. Em seu vídeo, a cantora faz um *mashup*²⁶ a partir da mistura de um dos seus grandes sucessos, “Simple desejo”, com a música do *hit* de “Para nossa alegria”. Ao fim do vídeo, o trio aproveita para fazer a divulgação do show da “Família Rodrigues”.

Além da estratégia de utilizar as *tags* do vídeo em evidência, a cantora também utilizou a prática *spammer* no conteúdo do vídeo, que será discutida a seguir. Nesta estratégia, o *spammer*, utiliza recursos no próprio conteúdo, como miniaturas, anotações, enquadramento, gestos e ações dos personagens que fazem referência ao vídeo principal e contribuem para que o vídeo *spammer* figure entre os resultados de uma busca pelo *hit* no *site*. Atualmente, o vídeo apresenta mais de setecentas mil visualizações, o que indica que provavelmente a estratégia de atribuir *tags* em evidência ao vídeo tenha contribuído para que o vídeo aparecesse entre os vídeos recuperados junto com o *hit*, favorecendo a artista a conectar mais audiência para o seu canal e a divulgar o seu trabalho.

FIGURA 15 – Youtube - video spammer "Luciana Mello, Jair Oliveira, Jair Rodrigues / Para nossa alegria




Fonte: www.youtube.com


A figura 15 mostra a estratégia utilizada pelo *spammer* de adicionar as *tags* que foram atribuídas ao vídeo principal.

²⁶ Mashup de vídeo (também escrito como vídeo mash-up) é a combinação de múltiplas fontes de vídeos que normalmente não têm nenhuma relação uma com a outra, em uma obra derivada, frequentemente satirizando componentes de suas fontes ou outro texto. Fonte: < [https://pt.wikipedia.org/wiki/Mashup_\(v%C3%ADdeo\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Mashup_(v%C3%ADdeo))>. Acesso em: 12 fev. 2015







FIGURA 16 – Youtube - video spam - tags




Luciana Mello, Jair Oliveira e Jair Rodrigues | Para Nossa Alegria

Luciana Mello  82k views / month 420 subscribers / month 37 Videos


 Inscrever-se 2.435

702.639

+ Adicionar a  Compartilhar  YouTube tags  Mais  Advanced Video Embed  3.139  351

Heartbeat moments  All moments  Sort by views  Add moment

No moments saved for this video

YouTube tags 


Luciana Mello Luciana Melo Jair Oliveira Jairzinho Jair Rodrigues Jairzão Para Nossa Alegria Cantando em Família


Para nossa alegria Família Viral

Fonte: www.youtube.com







FIGURA 17 – Youtube - video hit - tags




VÍDEO OFICIAL: Para nossa alegria =)

Julian Crispiniano  168k views / month 270 subscribers / month 1 Videos


 Inscrever-se 9.471

30.117.948

+ Adicionar a  Compartilhar  YouTube tags  Mais  Advanced Video Embed  171.308  12.684

Heartbeat moments  All moments  Sort by views  Add moment

No moments saved for this video

YouTube tags 

para nossa alegria oficial video juliana clipe dia das mães salluz productions cd eliana domingo

legal carrossel panico band primeiro especial engraçado recorde visualizações

Heartbeat tags by others

No tag found

My Heartbeat tags [Click here to learn more](#)

Fonte: www.youtube.com

O processo diferenciado de *tagueamento* realizado pelo *spammer* revela ligações semânticas entre os fluxos informacionais existentes em seus circuitos de conexão, de forma a agregar valor ao conteúdo indexado. Nesse sentido, o uso pragmático das *tags* no *YouTube* evidencia as dinâmicas de colaboração engendradas pelo próprio sistema que se encontra imerso no contexto de participação da *web*.

As dimensões semióticas da etiquetagem realizada no *YouTube* vão muito além da atribuição de termos representativos do conteúdo o vídeo. As *tags* atribuídas ao vídeo *spam*, mais do que símbolos usados para representar determinado objeto, são elementos dotados de valor e significado, pois carregam consigo a instauração de uma prática sociocultural que alimenta o engajamento e modela novos propósitos para a organização da informação na cultura participativa.

2.4.2.4 *Spammer campo “Conteúdo”*

O *YouTube* possibilita a edição de vídeos pelos próprios usuários através de uma interface simples e amigável, simplificando o trabalho que antes só era possível com a utilização de *softwares* avançados de edição de vídeos. São inúmeras as ferramentas que o editor de vídeos do *YouTube* oferece, o que contribui para a apropriação, recriação e republicação de conteúdo por parte dos usuários. Dessa maneira, a plataforma oportuniza a criação de relegendas, redublagens e outras práticas incluídas no universo do *remix*, como formas de expressão cotidianas (ZILLER, 2012, p.741).

A prática *spammer* no conteúdo do vídeo se dá através de anotações feitas no vídeo, criação de novas legendas, utilização de um enquadramento que faz referência ao vídeo principal e uso de miniaturas que remetem ao *hit*.

As miniaturas ou *thumbnails* têm adquirido grande importância nos últimos tempos. Esse recurso consiste na escolha de uma imagem estática representativa do conteúdo, que aparece antes do *play* do vídeo. Considerada a “capa” do vídeo, muitos motores de busca utilizam essas versões reduzidas de imagens para recuperarem os vídeos. Com o intuito de melhorar os resultados gerados nas buscas, recentemente a equipe de pesquisas da *Google* resolveu treinar uma rede neural baseada nas *Thumbnails* customizadas pelos usuários, que geralmente são bem editadas e com boa resolução e nitidez. Essa rede neural já está sendo utilizada como filtro de geração de *Thumbnails* de melhor qualidade em todo o acervo disponível no *YouTube*.

A figura 18 representa um exemplo de miniatura criada pelo *spammer* com um enquadramento que remete ao hit “Para nossa alegria”.

FIGURA 18 – Youtube - spammer conteúdo - miniatura



Fonte: www.youtube.com

A prática *spammer* no conteúdo também pode ocorrer através da inclusão de anotações durante a exibição do vídeo. As anotações enriquecem o vídeo por adicionar informações e interatividade de forma a aumentar o engajamento com o público (YOUTUBE, 2015). A figura a seguir representa uma anotação utilizada pelo *spammer* direcionando o espectador a assistir ao novo vídeo em seu canal.

FIGURA 19 – Youtube - spammer conteúdo - anotações



Fonte: www.youtube.com

Outro recurso muito utilizado pelos *spammers* em suas apropriações é a criação de relegendas a partir de vídeos que estão em evidência.



Fonte: www.youtube.com

A figura 20 apresenta um exemplo da prática *spammer* no conteúdo a partir do processo de reedição feita pelo sujeito por meio de legendas. Nesse caso, a prática deu-se a partir da transgressão dos diálogos originais da cena do filme, substituindo-os por comentários de temas contemporâneos. O filme em questão é o premiado longa metragem “A Queda (Der Untergang, 2004)”, que trata sobre a derrocada do nazismo na Alemanha em abril de 1945. As inúmeras apropriações feitas a partir da cena que apresenta grande intensidade dramática e ímpeto de fúria, quase sempre recolocam Adolfo Hitler sob um prisma irônico ou desmoralizante. Na apropriação representada no exemplo, o *spammer* utilizou o recurso de incorporação de legendas oferecido pelo próprio *YouTube*, para reeditar o vídeo e tecer comentários sobre o preço abusivo do *Play Station 4* comercializado pela Sony no Brasil.

A prática *spammer*, quando incide no conteúdo do vídeo, seja através do processo de relegenda, de anotações, de enquadramento ou de incorporação de miniaturas enseja uma simultaneidade de elementos sígnicos que motiva os sentidos dos

espectadores. Além disso, o *YouTube* utiliza os metadados existentes nas anotações para auxiliar a recuperação de conteúdo dentro do site. Por outro lado, as miniaturas, ao figurarem nos resultados das buscas, são um importante recurso que possibilita ao usuário decidir se irá acessar ou não determinado conteúdo. O enquadramento, ao mesmo tempo que reforça a ideia do vídeo principal, exerce um efeito no sentido de chamar a atenção do público, mostrando o interesse em assistir ao vídeo *spammer*, atraindo novas audiências. E, finalmente, no que tange às legendas, embora ainda não seja possível a descoberta de conteúdo através do seu processamento automático, elas funcionam como um importante mecanismo para os *spammers* expressarem suas ideias, criarem significado, fortalecendo, assim, sua identidade dentro da comunidade.

Na próxima página apresenta-se um quadro comparativo com as características das quatro formas de ocorrência da prática *spammer*. Nele serão descritas as dimensões semióticas e as ações de organização da informação que são engendradas com a prática. Além disso, buscou-se mostrar como o sistema tem oportunizado esse fenômeno informacional, reforçando a ideia de que ele está sendo a todo tempo moldado pelas ações desenvolvidas pelos sujeitos que compartilham conteúdo na rede.

QUADRO 2 - Tipos de prática spammer

	Prática Spammer Título	Prática Spammer tags	Prática Spammer Descrição	Prática Spammer conteúdo
Como funcionam	Atribuição de metadados do vídeo em evidência no título para conectar audiência	Atribuição de tags em evidência em hits para indexar o vídeo para que ele seja mais bem posicionado nas buscas	Incorporação de links no campo de descrição, direcionando para o canal, web site, ou redes sociais do spammer	Inclusão de anotações no conteúdo do vídeo para divulgar o canal do spammer. Reedição de legendas. Enquadramento e miniaturas que remetem ao vídeo hit e conectam audiência para o spammer
Como o sistema oportuniza	Campo mais importante para os motores de busca	Embora ocultas no You Tube, podem ser facilmente visualizadas por meio de extensões disponíveis para download gratuitamente na Internet	As informações contidas neste campo são lidas pelos motores de busca e aparecem nos resultados.	Assim como os metadados do título, tags e descrição, a anotações também são lidas pelos motores de busca.
Dimensões semióticas	Mudança de hábito Nova cadeia semiótica	Mudança de hábito. Tags não tem mais apenas o papel de serem signos mediadores entre o vídeo e o usuário	Mudança de hábito	Mudança de hábito Novos signos e interpretantes
Colaboração	Agregar valor simbólico ao conteúdo	Indexação social	Incorporação de links direcionando para outras redes sociais, Engajamento	Engajamento
Ações de OI	Mistura de título com nota especial	Indexação social	Ampliação das formas de descrição com a expansão do ambiente	Agregação por similaridade

Fonte: Mata, 2016

A interface do *YouTube* é um espelhamento dos rastros e das ações realizadas pelos usuários. Nela está refletido o *modus operandi* das práticas desenvolvidas, de modo a facilitar os procedimentos a serem executados. Por outro lado, ela também introduz certas operações com as quais o usuário não está acostumado a lidar e faz com que ele as automatize, as modele e também seja modelado por elas. Dessa maneira, engendramento da estrutura se dá em função das dinâmicas e das possibilidades que são oferecidas aos usuários.

Em virtude das novas dinâmicas de colaboração e participação, os usuários do *YouTube* estão desenvolvendo a prática *spammer* sem ter uma consciência da conexão entre prática *spammer* e organização da informação. Neste sentido, a importância de se compreender como se dá a prática, vai muito além de um entendimento tradicional do que vem a ser organização da informação, mas se aproveita de um aprendizado sócio-histórico dos sujeitos em relação à organização da informação.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Tendo em vista a complexidade da análise dos processos de significação no universo empírico proposto e diante do objetivo principal da pesquisa que é identificar, sistematizar e analisar a prática *spammer*, a partir da observação dos sujeitos que engajam essas práticas languageiras, optou-se pela pesquisa qualitativa de caráter exploratório.

A pesquisa qualitativa é um tipo de abordagem em que a subjetividade do investigador e dos sujeitos estudados está intrinsecamente ligada ao processo de investigação (MINAYO, 2005). Além disso, não trabalha com um conceito rígido daquilo que se estuda e nem com a formulação de hipóteses no início para depois testá-las, mas sim com o desenvolvimento e o refinamento desses conceitos ou hipóteses ao longo de todo o processo de pesquisa (FLICK, 2009). Permite desvelar processos sociais ainda pouco conhecidos, propiciando a criação de novas abordagens, revisão e criação de novos conceitos e categorias durante a investigação. Caracteriza-se pela empiria e pela sistematização progressiva do conhecimento até a compreensão da lógica interna do processo estudado. (MINAYO; ASSIS; SOUZA, 2005, p.57) O que é central na pesquisa qualitativa é analisar os fenômenos sociais, as experiências dos sujeitos pesquisados e as práticas de interação e comunicação desenvolvidas por eles.

Da mesma forma, o caráter exploratório da pesquisa está intrinsecamente relacionado aos objetivos propostos no estudo. De acordo com Gil (1999), a pesquisa exploratória busca proporcionar uma visão do fenômeno e um conhecimento por parte do pesquisador acerca do assunto abordado, estabelecendo critérios, métodos e técnicas para a elaboração da pesquisa e orientando assim a formulação de hipóteses.

A utilização de diversos métodos de pesquisa tornou-se necessária em virtude da complexidade em se estudar comportamentos de usuários de ambientes colaborativos digitais.

A triangulação de métodos mostrou-se como fundamental uma vez que “leva em conta o comportamento dos atores no que tange à compreensão, inteligibilidade dos fenômenos sociais e o significado e intencionalidade que lhe atribuem os atores.” (MINAYO, 2005, p.82). A triangulação é uma nova perspectiva no campo metodológico e surge da necessidade de se combinar abordagens qualitativas e quantitativas assim como teorias e métodos em virtude das especificidades dos universos a serem estudados.

Dessa forma, a triangulação de métodos foi essencial para o desenvolvimento da pesquisa uma vez que busca- se capturar vários elementos que se manifestam de diferentes formas no fenômeno analisado. Assim, foram exigidos teorias e métodos variados, tornando possível uma fotografia mais próxima da realidade estudada.

Neste sentido, a pesquisa teve como métodos a netnografia e a análise de conteúdo. E, para auxiliar os métodos adotados, foram utilizadas, como aporte teórico, as categorias semióticas de Peirce: objeto, signo, interpretante, semiose e hábito. Importante destacar que essa teoria esteve presente ao longo de toda a pesquisa, servindo como um pano de fundo que auxiliou na análise e compreensão do fenômeno pesquisado.

A netnografia, segundo Kozinets (2002, p.31) é uma “descrição escrita resultante do trabalho de campo que estuda as culturas e comunidades *online* emergentes, mediadas por computador, ou comunidades baseadas em *internet*”. Em um primeiro momento da pesquisa, servirá para monitorar, observar e descrever os comportamentos dos usuários do site de compartilhamento de vídeos: *YouTube*. Nessa plataforma, foram identificadas e caracterizadas as formas de representação das informações, bem como o comportamento dos usuários mantenedores de canais de vídeos. A escolha deste site em detrimento de tantas outras plataformas de compartilhamento de vídeos que existem atualmente na web deve-se ao fato da sua grande importância como grande impulsionador da cultura participativa na atualidade. O *YouTube*, como foi mencionado anteriormente, tem-se tornado uma das plataformas mais populares entre os usuários, desempenhando relevante papel na sociedade contemporânea.

A primeira etapa da pesquisa, consistiu no monitoramento, observação e descrição das práticas informacionais e comunicacionais desenvolvidas pelos usuários do *YouTube*. Assim, através da netnografia, foi possível identificar os perfis, entender como os usuários compõem seus canais, como descrevem seus vídeos e como estabelecem as interações no site.

Com o intuito de entender melhor as possibilidades da ferramenta e compreender as suas inúmeras funcionalidades, um perfil completo no *YouTube* foi criado pela pesquisadora. Foi possível observar as potencialidades do sistema, bem como compreender de que maneira é feita a descrição dos vídeos pelos usuários, a organização da informação no que tange ao uso de *tags* e da linguagem natural para representar as informações e, principalmente, observar em quais espaços dentro da ferramenta a prática *spammer* se mostra mais evidente. Além disso, foi possível compreender onde e de que forma essa prática está sendo fomentada pela própria plataforma.

Durante um período de seis meses (novembro de 2014 a abril de 2015), foram acompanhados e descritos os vídeos mais populares do *YouTube* e os *spammers* a eles associados. Tendo em vista algumas especificidades do *YouTube*, como mostrar sugestões de vídeos e canais relacionadas ao perfil quando se está logado, a pesquisadora, buscando garantir maior coerência na pesquisa, coletou os vídeos sem estar logada no *site*, evitando

desta maneira que fossem recuperados apenas vídeos baseados em suas preferências e visualizações.

O universo da pesquisa foi assim definido com um total de dez vídeos *hits*, considerados populares e que estiveram em evidência em algum momento, com um número significativo de visualizações, que os levaram a figurarem em listas de vídeos mais vistos. Para cada *hit*, foram analisados dez vídeos *spams* relacionados a eles, totalizando-se um universo de cento e dez vídeos. Na pesquisa, consideramos apenas os vídeos *spammers* com mais de cinquenta mil visualizações. Dos dez vídeos *hits*, seis estão classificados na categoria Música (*Anita – Show das poderosas, Lucas Lucco – Moção, Psy- Gangnam Style, Katy Parry – Roar, Michel Teló – Ai se eu te pego, Valesca Popuzuda – Beijinho no Ombro*) um na categoria Notícias e Política (*President Obama on Death of Osama bin Laden*), um na categoria Filmes e Desenhos (*Cena original de Der Untergang – As últimas horas de Hitler*), um na categoria Comédia (*Para nossa alegria*) e um na categoria Pessoas e blogs (*Meus olhos Juliana*). O número maior de vídeos classificados na categoria música justifica-se pelo fato de a “Música” ser uma das categorias de conteúdo mais populares no *YouTube*²⁷, ficando atrás apenas das categorias “Pessoas e blogs” e “Jogos”. A relação de todos os vídeos *hits* e os *spammers* a eles relacionados encontra-se nos apêndices da pesquisa.

Nesta etapa, foi feita uma análise de como surgiu o *hit*, o que é recuperado junto com ele em uma busca no sistema e quantas visualizações ele possui. Além disso, foi analisado se o *spammer* a ele relacionado ganha notoriedade pelo fato de apresentar algum rastro do vídeo *hit*. Para isso, foi verificado se na sua descrição ele carregava algum elemento que fazia com que conseguisse ganhar maior visibilidade dentro da rede. Nesse período, mensalmente foi analisado um determinado *hit*, juntamente com os possíveis vídeos *spammers* a ele relacionados, buscando observar qual a estrutura do vídeo *spammer* e como ele se manifestava na rede. Foi possível verificar também onde existiam evidências na descrição do *hit* replicadas na descrição do vídeo *spammer*. Desta forma, foi possível compreender quais as marcas *spammer* existem na descrição do vídeo ao mesmo tempo em que verificou-se como o próprio dispositivo de descrição do *YouTube* contribui para o desenvolvimento dessa prática. Finalmente, foi possível visualizar se o *spammer* cresce de maneira proporcional ao *hit*, principalmente em relação ao número de visualizações, o que possibilitou compreender melhor a evolução do *hit* e do vídeo *spammer*.

Tendo em vista o tipo de pergunta elaborada e o tipo de conhecimento que se deseja produzir frente ao objeto estudado, a análise de conteúdo mostrou-se como uma

²⁷ Disponível em: Eurogamer.pt. <<http://www.eurogamer.pt/articles/2014-12-21-15-percent-dos-videos-do-youtube-pertencem-a-categoria-dos-jogos>>. Acesso em: 21 dez. 2015

técnica fundamentalmente capaz de oferecer uma análise em profundidade do fenômeno, elucidando as frequências que permitem compreender a significação dos itens obtidos e elencando as suas subjetividades e suas relações. Neste sentido, o método da análise de conteúdo possibilitou verificar em quais campos de descrição do vídeo no *YouTube* (Título, *Tags*, Conteúdo ou Descrição) a prática *spammer* tem ocorrido com mais frequência. A partir dessa descoberta foi possível fazer algumas inferências no sentido de compreender as estratégias utilizadas pelos *spammers* no momento em que descrevem seus conteúdos no *site*.

De acordo com Bardin (2011), a análise de conteúdo pode ser definida como um conjunto de técnicas de análise de comunicações que tem por finalidade a produção de inferências relativas às condições de produção e recepção dessas mensagens. A técnica da análise de conteúdo deve adequar-se ao domínio e ao objetivo da pesquisa (CAMPOS, 2004).

A principal finalidade da análise de conteúdo é inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção), inferência essa que recorre a indicadores (quantitativos ou não) (BARDIN, 2011, p.40), possibilitando a descoberta de conteúdos latentes da comunicação do fenômeno analisado. Essas inferências devem estar “embasadas com pressupostos teóricos de diversas concepções de mundo e com as situações concretas de seus produtores ou receptores” (CAMPOS, 2004, p.613)

Importante destacar que, embora a análise de conteúdo faça fronteira com a linguística e a hermenêutica, ela não deve ser “extremamente vinculada ao texto ou à técnica, num formalismo excessivo que prejudique a criatividade e a capacidade intuitiva do pesquisador”. (CAMPOS, 2004, p.613). Tudo o que é comunicação pode ser submetido à análise, seja oriundo de comunicação verbal ou não verbal.

Não há um consenso entre os autores acerca da descrição das fases de análise de conteúdo, no entanto, na presente pesquisa optou-se pelas etapas propostas por Campos (2004). O autor determinou de forma geral e sucinta os componentes básicos que os diversos autores denominam muitas vezes com outros nomes, mas que de uma forma geral são comuns a todos. Dessa forma, de acordo com o autor, a fase da análise de assunto compreende: i) pré-exploração do material ou de leituras flutuantes; ii) seleção das unidades de análise (ou unidades de significados); iii) processo de categorização e sub-categorização.

Na primeira etapa da análise é definido o *corpus* a ser analisado e posteriormente são realizadas as leituras flutuantes de todo o material, entendendo o seu contexto, suas ideias principais e seus significados gerais. Vestígios, pistas e indícios são

visualizados auxiliando na condução do procedimento. Essa fase serve de base para uma posterior apresentação mais sistematizada dos dados.

Nessa etapa da pesquisa foi feita uma análise dos vídeos que compuseram o corpus do estudo. Como foi dito anteriormente, o universo da pesquisa foi formado de cento e dez vídeos, sendo dez vídeos que estiveram em evidência em algum período, denominados *hits* e, para cada *hit*, foram escolhidos dez vídeos *spammers* a ele relacionados. Foram analisadas as estratégias utilizadas pelos sujeitos que incorporam a prática *spammer* em seus vídeos, procurando compreender como eles utilizam as funcionalidades do próprio sistema para conectar audiência e ganhar visibilidade dentro da rede.

A segunda etapa consiste na seleção das unidades de análise que serão categorizadas na etapa seguinte. Tendo em vista os objetivos da pesquisa, as unidades de análise, também denominadas unidades de registro ou unidades de significado, são definidas pelo pesquisador e correspondem a palavras, frases, temas ou mesmo os documentos em sua forma integral. (MORAES, 1999)

A partir das percepções a que se teve acesso na primeira etapa, foi possível definir as unidades de análise, que na pesquisa diz respeito aos campos de descrição dos vídeos, onde é evidenciada a prática *spammer*. Tendo em vista que o *YouTube* possibilita aos próprios usuários descreverem seus vídeos, para sua posterior recuperação, verificou-se que a prática *spammer* acontece quando o usuário atribui, ao seu vídeo, termos que estão presentes no vídeo *hit*, mesmo sem relação alguma com o conteúdo que ele está publicando. Assim, em uma busca no site pelo *hit*, o vídeo *spammer* também é recuperado, configurando na lista dos vídeos relacionados. Verificou-se que a prática *spammer* acontece através da atribuição de termos que estão em evidência nos seguintes campos de descrição de título, de tags, de descrição ou no conteúdo do próprio vídeo.

Dessa forma, selecionamos como unidades de análise os campos de descrição em que está sendo evidenciada a prática *spammer* no *YouTube*. Foram analisados, portanto, estes campos nos vídeos *spammers* a fim de identificar a existência de vestígios da descrição do vídeo *hit*.

QUADRO 3 - Unidades de análise

Unidades de análise
Título
Tag
Conteúdo
Descrição

Fonte: Mata, 2016

Na terceira etapa da análise de conteúdo é realizado o processo de categorização e sub-categorização, que consiste em classificar e agrupar dados considerando a parte comum entre eles. É importante ressaltar que, nesta fase, também são realizados o tratamento dos resultados, a inferência e interpretação, culminando na análise reflexiva e crítica do fenômeno em questão.

Partindo das análises e percepções obtidas nas primeiras etapas da pesquisa, prosseguiu-se na categorização do *corpus* do estudo. Definimos, como categorias e suas subcategorias relacionadas, as quatro formas de ocorrência da prática *spammer*: no título, nas *tags*, na descrição e no conteúdo do vídeo, como descrito no quadro abaixo.

QUADRO 4 - Categorização do corpus

Categoria	Subcategoria
Spammer 1	Título
Spammer 2	Tag
Spammer 3	Conteúdo
Spammer 4	Descrição

Fonte: Mata, 2016

Realizada a categorização, foi então feita a análise da frequência em que ocorre a prática *spammer* em cada um dos campos descritos. Dos dez vídeos *spammers* relacionados ao “*hit 1*”, por exemplo, sete deles apresentaram, no campo de título, termos que remetiam ao vídeo principal. Da mesma forma, seis vídeos *spammers* utilizaram *tags*

atribuídas ao *hit* em seus vídeos. A prática *spammer* no conteúdo foi identificada em três vídeos, bem como no campo de descrição.

Seguiu-se a análise da frequência da prática *spammer* em cada campo de descrição para os outros nove vídeos *hits* escolhidos. O quadro a seguir apresenta a disposição final dessa frequência. Somadas todas essas frequências, chegou-se ao quadro total de ocorrências da prática *spammer* em cada campo de descrição. Com os dados obtidos, foi possível fazer inferências acerca de como a prática está sendo desenvolvida no *site*.

QUADRO 5 - Frequência prática spammer

	Spammer Título	Spammer Tag	Spammer Conteúdo	Spammer Descrição
Hit 1	7	6	3	3
Hit 2	8	7	3	3
Hit 3	6	8	1	2
Hit 4	4	4	4	2
Hit 5	8	6	2	4
Hit 6	5	3	2	1
Hit 7	7	7	2	4
Hit 8	4	5	3	2
Hit 9	8	8	4	2
Hit 10	6	6	4	2

Fonte: Mata, 2016

QUADRO 6 - Ocorrências totais da prática spammer

Campo	Frequência
Spammer Título	63
Spammer Descrição	25
Spammer Tag	60
Spammer Conteúdo	28

Fonte: Mata, 2016

A primeira inferência que foi possível fazer é que a prática *spammer* ocorre com mais frequência no campo de título. Os rastros do *hit* encontrados nos vídeos *spammers* estão mais evidentes nesse campo de descrição. O campo título é considerado um dos campos mais importantes para a descrição de vídeos no *YouTube*, pois é ele que informa aos motores de busca qual o conteúdo do vídeo.

Outra interpretação que se pode fazer com a análise é que, embora o *YouTube* não permita aos usuários visualizarem as *tags* que são atribuídas aos vídeos, esse campo é muito utilizado na prática *spammer*. Cientes da existência de ferramentas e extensões disponíveis para *download* gratuitamente na internet, que possibilitam, dentre outras funcionalidades, a visualização das *tags* no *site*, os *spammers* certamente estão recorrendo a essas estratégias para descobrirem as *tags* atribuídas aos vídeos mais populares e, assim, conseguirem conectar a audiência por seu conteúdo.

Prosseguindo com a análise, infere-se ainda que, embora a prática *spammer* seja menos evidente no campo de descrição, quando este campo é utilizado, torna-se um importante espaço para ampliação nas formas de descrição com a expansão do ambiente através da inserção de *links* externos. Esses *links* geralmente apontam para outros perfis do *spammer*, possibilitando a ele ter maior visibilidade dentro da rede.

Da mesma forma, o campo conteúdo, apesar de ser um espaço importante para a divulgação de informações complementares ao vídeo, principalmente através das ferramentas de anotações, ele ainda não é muito explorado pelos *spammers*. No entanto, com a facilidade das ferramentas de edição oferecidas pelo próprio *YouTube*, quando utilizado, percebe-se que o *spammer* têm feito uso dos recursos no sentido de reforçar a divulgação de seu conteúdo.

Constituindo um verdadeiro arcabouço teórico, as categorias semióticas de Charles S. Peirce, objeto, signo, interpretante, semiose e hábito estarão presentes ao longo de toda a pesquisa emolduraram toda a discussão.

Com o intuito de auxiliar as análises no que tange principalmente ao comportamento dos usuários de redes de compartilhamento de vídeos, os conceitos peirceanos de semiose, objeto, signo, interpretante e hábito serviram de subsídio teórico auxiliando a análise de determinados dados coletados e observados ao longo de todo o estudo. Esses conceitos permitiram olhar mais integralmente o fenômeno analisado apresentando um grau de especificidade na pesquisa.

A semiótica de Peirce foi fundamental durante todo o processo de análise do fenômeno, funcionando notadamente no percurso metodológico. As categorias semióticas possibilitaram compreender as interações evidenciadas na netnografia. Além disso, após a descrição e caracterização da prática *spammer*, com a semiótica foi possível compreender o comportamento dos *spammers* no que tange à forma como eles descrevem os seus

conteúdos no *YouTube*, as repercussões desse comportamento dentro do sistema, e a produção de sentido que essa prática enseja. A partir dos perfis identificados, descritos e analisados com a netnografia, foi possível compreender a dinâmica que está por trás da prática *spammer*.

O monitoramento das práticas no ambiente de pesquisa mostrou que a prática *spammer*, como apontado anteriormente, se dá principalmente pela atribuição de termos que foram utilizados para descrever vídeos que estão em evidência (mais visualizados) para descrever o vídeo *spam*. Assim, ao descrever um vídeo com termos que muitas vezes não tem relação alguma com seu conteúdo, o *spammer* cria uma nova cadeia semiótica, produzindo interpretantes diferentes daqueles que seriam produzidos se a descrição tivesse correspondência real com o vídeo hit.

Nesse sentido, busca-se compreender a prática *spammer* pelo seu viés de mediação sógnica. De acordo com Santaella (2004), a mediação é sinônimo de semiose que é a ação transformadora de um signo em outro. Ao mesmo tempo que é uma ação transformadora, é uma ação autocorretiva e em melhoramento constante pela ação do interpretante, que, de acordo com seus hábitos, vai adicionando novos signos, tornando o processo cada vez mais complexo. Ainda de acordo com a autora, a semiose é sempre um processo criativo e infinito em virtude da ação diversificada dos interpretantes.

Nessa perspectiva, a prática *spammer* pode ser compreendida como uma mediação, tendo em vista seu caráter sógnico e dialógico. O novo conteúdo cultural gerado pelo *spammer* pode ser considerado tanto um meio como uma mensagem, ou seja, um novo signo.

Segundo Alzamora e Ziller (2013) a semiose é um processo reticular em que a medida que ele vai se desenvolvendo, o interpretante vai associando novos signos que estão relacionados aos hábitos que delineiam a ação. Assim, sob esse prisma, a prática *spammer* sugere também uma mudança de hábito. O hábito está relacionado ao interpretante lógico. A semiose decorrente da prática *spammer* tem ação transformadora que se dá em virtude da ação dos interpretantes lógicos que relacionam-se aos hábitos que surgem da possibilidade de participação dos sujeitos nos processos de representação do conteúdo. Acredita-se que a prática *spammer* sugere o surgimento uma nova lógica comunicacional, configurando assim uma mudança de hábito.

A mediação, conforme Bergman (2000), pode ser entendida como um processo comunicativo. Esse processo envolve duas operações semióticas: de determinação e de representação. A operação de determinação está relacionada ao fato de o objeto determinar um interpretante pela mediação do signo. Nessa operação, é possível encontrar mais rastro do objeto no signo, facilitando assim o controle. Um exemplo é pensar o vídeo original, que foi descrito com termos que tem uma relação exata com o seu conteúdo, ou seja, os termos

que descrevem o vídeo (*tags*, título) são os signos que vão mediar a determinação do objeto (vídeo) pelo interpretante (mente interpretadora).

Por outro lado, a operação semiótica de representação está relacionada com a ideia de o interpretante representar o objeto pela mediação do signo. Nesta operação, bem mais complexa que a de determinação, com a associação de novos signos no processo de representação, o interpretante torna-se objeto de um novo signo. A prática *spammer*, portanto, pode ser vista sob a ótica desta operação uma vez que, a partir da descrição do vídeo com termos que não têm relação direta com o conteúdo, sugere a associação pelo interpretante de novos signos que irão agir no processo de semiose.

O interpretante (mente interpretadora) vai representar o objeto (*vídeo spammer*) pela mediação do signo (termos descritores que não têm relação com o conteúdo). No entanto, novos interpretantes lógicos agirão nessa semiose em um processo de aprimoramento constante em virtude dos hábitos (ou mudanças deles) que estão delineando essa prática.

De acordo com Johansen (1993), a comunicação é um processo dialógico resultante da semiose. A prática *spammer* relaciona-se com a noção dialógica de semiose a partir do momento em que os *spammers* buscam transmitir determinada mensagem, pela mediação, através de signos. Portanto, a prática *spammer* pode ser considerada uma ação deliberada, essencialmente dialógica e ideológica, uma vez que os *spammers* têm a intenção de manipular o curso do interpretante.

O novo contexto semiótico produzido pelo vídeo *spam* pressupõe, tendo em vista a quantidade de visualizações que o vídeo obteve e, principalmente, a evolução do vídeo *spam* em relação ao *hit*, a instauração de uma mudança de hábito por parte dos usuários do *YouTube* em relação à forma como eles descrevem seus vídeos. O hábito, segundo Peirce, é entendido como uma tendência adquirida e agrega atos sociais, tornando-se uma cadeia interpretativa (REDIGOLO; ALMEIDA, 2012). Nesse sentido, a prática *spam* tem o poder de excitar reações (FARIAS, 1999), sejam elas favoráveis ou contrárias a essa prática dentro do sistema, favorecendo a criação de novos interpretantes ou signos em um processo de semiose infinito.

Diante do que foi exposto, é possível identificar as aproximações sugeridas. Os conceitos da semiótica peirceana e a prática *spammer* contribuíram de forma significativa para que a pesquisa alcance os objetivos inicialmente propostos. A complexidade que envolve todo o processo da prática *spammer* exige teorias que deem conta de explicar globalmente esse fenômeno e a Semiótica de Peirce apresentou-se como um suporte teórico valioso para o êxito da pesquisa, pois sugere explicações plausíveis e consistentes para diversos fenômenos em tela.

4. ANÁLISE

Buscando um aprofundamento na análise dos dados obtidos a partir do monitoramento realizado com a netnografia e as inferências feitas com a análise de conteúdo, a seguir serão analisados os processos de significação envolvidos na prática *spammer*. Os conceitos peirceanos de signo, objeto, interpretante, semiose e hábito irão nortear toda a análise.

4.1 Processos de semiose envolvidos na prática *spammer*

Como foi visto anteriormente, os espaços colaborativos digitais tornaram-se ambientes propícios para o estreitamento das relações sociais, intensificando a participação dos sujeitos em todas as esferas de produção de conteúdo, favorecendo assim o desenvolvimento da prática *spammer*. A horizontalização nos processos de produção, compartilhamento e gerenciamento da informação por parte dos sujeitos informacionais, aliada às novas dinâmicas de visibilidade social e audiência em *sites* de redes sociais, levou à intensificação de comportamentos languageiros com possibilidades múltiplas de novas mediações no contexto de colaboração da *web*.

Ao tornar possível a participação dos atores sociais em todas as etapas da produção de conteúdo, potencializando a sua publicação e o tornando acessível a uma grande quantidade de pessoas, verifica-se uma intensificação dos fluxos informacionais no ambiente digital, onde as fronteiras entre produção e uso tornam-se cada vez mais porosas. (ZILLER; MOURA, 2011). Nos espaços colaborativos digitais, conteúdos são facilmente compartilhados, modificados e recombinaos gerando novas possibilidades de mediações em uma profusão de signos que compõem o vasto universo digital atual.

O *YouTube*, como foi discutido anteriormente, é um destes espaços onde a participação e a colaboração são fundamentais para o sucesso da plataforma. Além da produção de conteúdo, a organização da informação também fica a cargo dos usuários, à medida que são eles os responsáveis pela descrição dos vídeos disponibilizados no site, através da atribuição de metadados que facilitam a sua posterior recuperação. Dessa forma, o *YouTube* torna-se um ambiente propício para o desenvolvimento da prática *spammer*.

Nestes ambientes sociocomunicacionais de compartilhamento de vídeos, os *spammers* engajam práticas languageiras que estão se tornando cada vez mais comuns nesses espaços. A possibilidade de atribuição de metadados pelos próprios usuários para organizarem seus conteúdos, juntamente com importância dada à visibilidade e audiência nos últimos tempos, têm contribuído para a consolidação e intensificação da prática

spammer no *YouTube*. A noção de *spammer* ganha contornos sociais e culturais, pois deixa de ser apenas uma questão tecnológica, e torna-se parte de um processo sociocomunicacional fomentado pelos próprios sujeitos informacionais. Uma análise mais cuidadosa desse fenômeno torna-se necessária para que seja possível fazer uma sistematização dessa prática, buscando compreender seus desdobramentos como um modelo de gerenciamento da informação em ambientes colaborativos digitais.

A prática *spammer*, além de ser um comportamento, é acima de tudo um processo de representação de conteúdo em espaços colaborativos digitais. Portanto, ela pode ser vista como um desdobramento do modelo de indexação social, ou seja, uma indexação diferenciada, com propósitos específicos, próprios dos ambientes colaborativos. Ao ser apropriada pelos sujeitos, a prática *spammer*, além de ser usada para representar e organizar conteúdo, passa a ser utilizada também como método de atribuição de metadados que tem como fim a audiência e a visibilidade desse conteúdo dentro da rede.

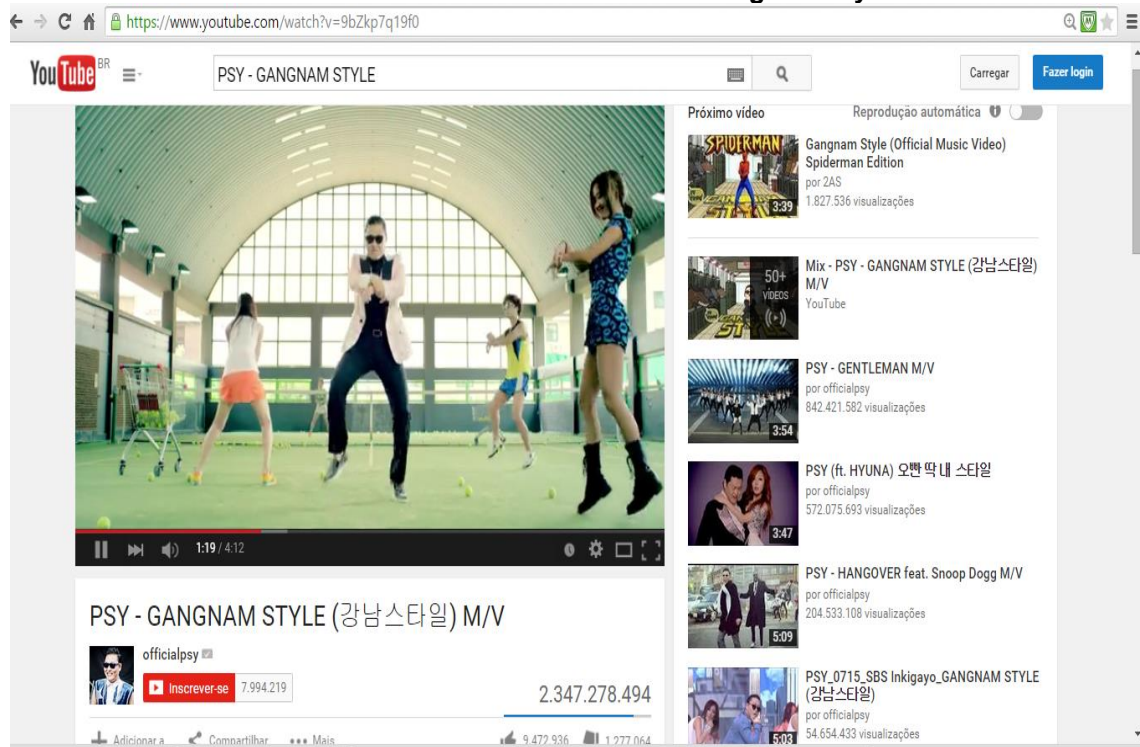
Os processos de significação que permeiam a prática *spammer* evidenciam a necessidade de uma teoria capaz de explicar suas especificidades. É nesse sentido que a semiótica de Peirce é chamada para o diálogo, funcionando como um arcabouço teórico de modo a garantir uma sistematização e uma coerência teórica capaz de oferecer subsídios para a compreensão dessa prática. Desta forma, as análises dos *spammers* no *YouTube* foram balizadas pelos conceitos peirceanos de objeto, signo interpretante, semiose e hábito, buscando compreender os processos signos envolvidos e os desdobramentos da prática no ambiente analisado.

Desde que o *YouTube* se consolidou como maior plataforma de vídeos da Internet, muitos fenômenos repentinos fizeram sucesso no site. E um exemplo que alcançou alcance mundial foi o vídeo da canção “*Gangnam Style*” do astro sul-coreano Psy. Atualmente, com mais de dois bilhões de visualizações, é considerado o vídeo mais visto da história da *internet* e na época em que o *videoclip* estourou, excedeu o limite de visualizações do *YouTube*.

Psy entrou para o *Guinness Book*, o livro dos recordes, quando o vídeo atingiu um bilhão de visualizações, ainda no ano de 2012. Além disso, o *clip* também ganhou menções no livro dos recordes por ter sido o vídeo “mais curtido” da história do *YouTube* (mais de 9 milhões de “curtir”). O reconhecido sucesso pode ser explicado pelo caráter surrealista do vídeo – engraçado com situações intrigantes - e o ritmo, que fez com que Psy rompesse o nicho K-Pop²⁸ e virasse sucesso global.

²⁸ Abreviação de pop coreano ou música pop coreana. Gênero musical originário da Coreia do Sul que se caracteriza por uma grande variedade de elementos audiovisual. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/K-pop>> . Acesso em: 14 dez. 2015

FIGURA 21 – YouTube - video hit: Gangnam Style

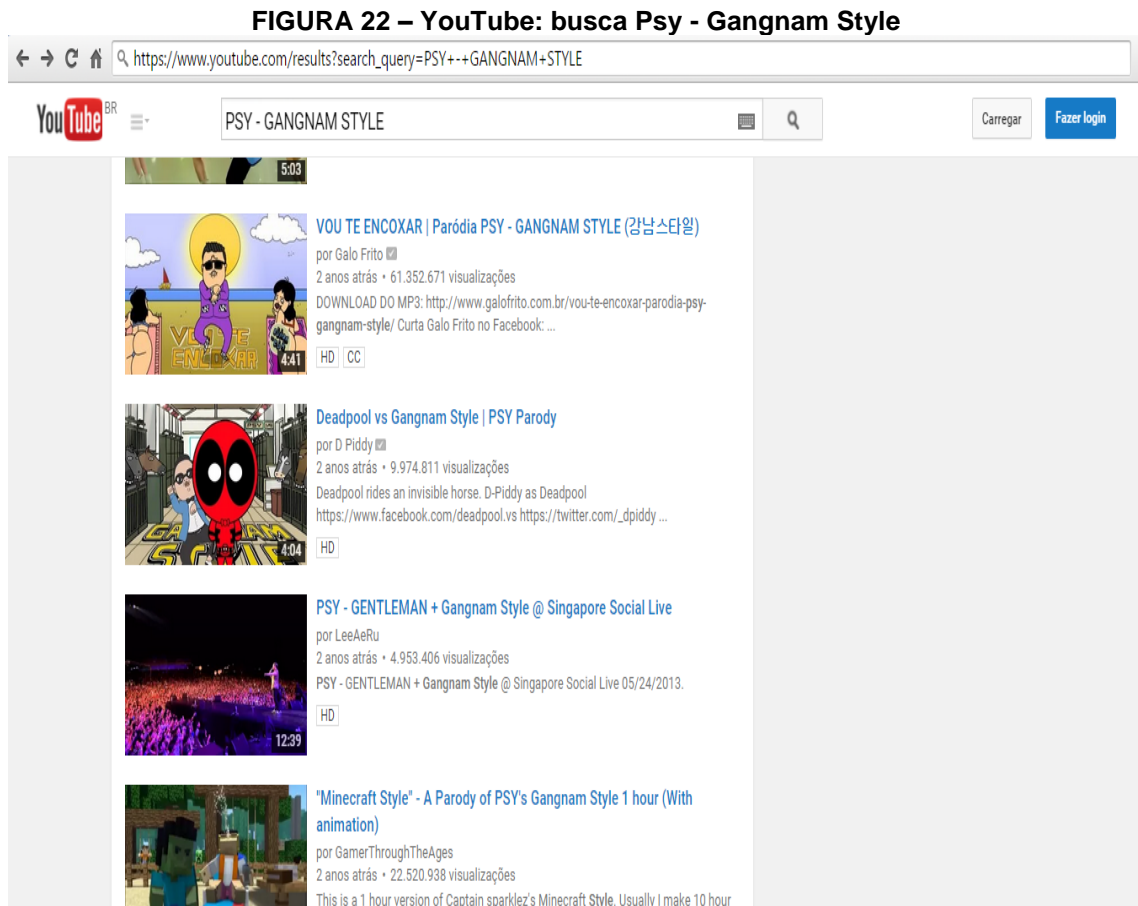


Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0>

No clip de *Gangnam Style*, Psy constrói várias situações inusitadas, em cenas saturadas, com figurinos coloridos, e uma coreografia desengonçada fazendo alusão a uma pessoa cavalgando. Não demorou muito para que diversas apropriações fossem feitas e várias versões do vídeo fossem criadas tornando-se tão famosas quanto ao *hit* de sucesso global. Como a música é cantada em coreano, algumas referências passam despercebidas para aqueles que não conhecem a realidade da Coreia do Sul, o que favorece muitas interpretações erradas. Em uma análise mais cuidadosa da letra da canção, é possível perceber que Psy faz uma crítica bem humorada ao estilo de vida fútil, luxuoso e opulento característico de Gangnam, área nobre e elegante de Seul. Assim, torna-se mais fácil entender o significado da coreografia, que parece ridícula em um primeiro momento, porém, faz referência ao hipismo, atividade notoriamente elitista.

No entanto não é preciso realmente entender do que trata a música para se deixar levar por ela. Até mesmo porque a canção carrega de todas as fórmulas do pop: ritmo eletrônico marcante, música dançante, divertida, com refrão simples e de fácil assimilação. O *clip* também segue uma receita padrão de sucesso: edição alucinante, cores fortes, diversos cenários, coreografia facilmente identificável para que seja possível sua apropriação e recriação por parte das pessoas, metamorfoseadas em inúmeras paródias que também circulam no *YouTube*, reforçando assim o sucesso do *hit*.

Em uma busca simples no *YouTube* pelo vídeo *Gangnam Style*, é possível recuperar inúmeros vídeos relacionados que carregam, em suas descrições, rastros do vídeo principal, como é evidenciado na figura a seguir. Esses rastros e marcas podem ser encontrados no próprio título, nas *tags* utilizadas para descrevê-los, ou no próprio conteúdo do vídeo, como um enquadramento que venha a fazer referência ao vídeo *hit*, fato que vem evidenciar a consolidação da prática *spammer* dentro da plataforma.



Fonte: <https://www.youtube.com/>

Desta forma, as diversas facetas trazidas pelas inúmeras apropriações feitas pelos *spammers*, a partir do vídeo principal da canção *Gangnam Style*, podem ser traduzidas através de uma minuciosa análise sob a ótica da semiótica peirceana.

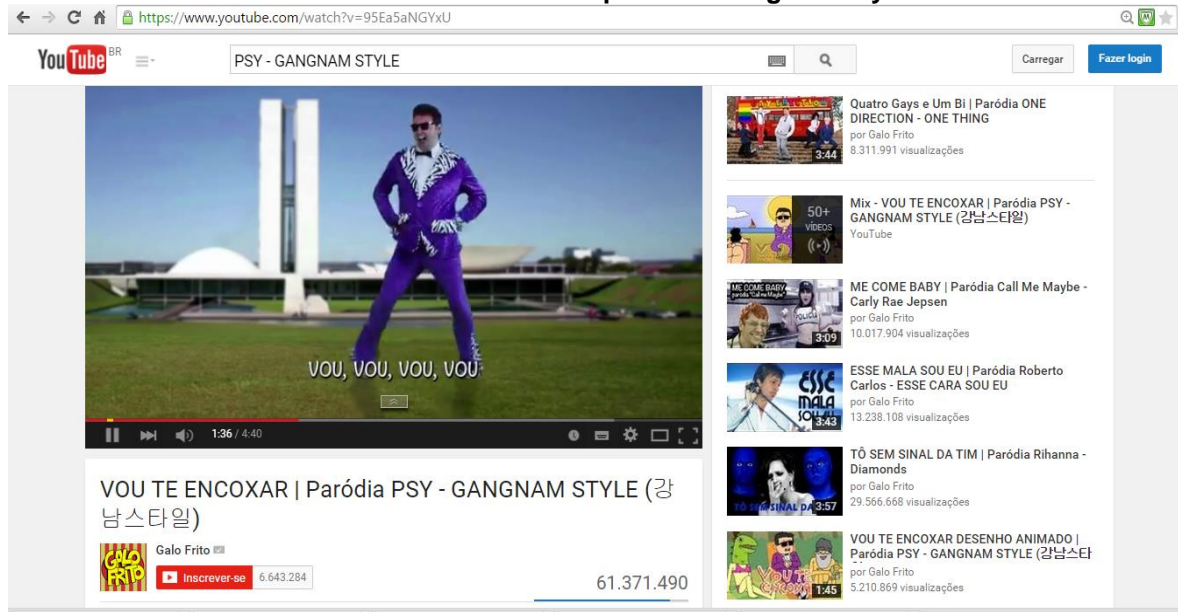
O *spammer*, ao representar seu vídeo com elementos que fazem referência ao vídeo *hit*, cria uma cadeia semiótica complexa que, ao mesmo tempo, reforça a ideia do vídeo principal, e instaura a produção de novos interpretantes tendo em vista a existência de novos signos que, se por um lado, reportam ao hit, por outro criam novas possibilidades de interpretações. Os signos produzidos pelo *spammer* levam o sujeito que assiste ao seu vídeo lançar um novo olhar sobre aquele conteúdo que se apresenta, levando-o à

percepção de uma nova mensagem, diferente ou mesmo complementar àquela transmitida pelo vídeo que está em evidência.

O vídeo *spammer*, representado na figura a seguir (Figura 23), foi produzido pelo canal Galo Frito e traz uma versão bem-humorada do sucesso de Psy. Até o momento da realização desta pesquisa, o vídeo “Vou te encoxar / Paródia Psy – Gangnam Style” já possuía mais de 65 milhões de visualizações no *YouTube*. Em uma primeira análise observa-se que a descrição do título carrega rastros do vídeo *hit*, inclusive a tradução no idioma coreano que está presente no vídeo principal. Além disso, ao analisarmos o conteúdo é possível verificar que, embora tenham sido utilizados formas de enquadramento que em muito lembram o vídeo principal, novos elementos foram incorporados de modo a ressignificarem a mensagem original. Tais elementos, como o Cristo Redentor, Congresso Nacional em Brasília, praia, bandeira do Brasil e a nova letra criada em cima da melodia de Gangnam Style, reforçam a ideia da nova mensagem que o *spammer* deseja transmitir e suscitam novas interpretações, como uma possível alusão a diversas músicas brasileiras que têm como característica o forte apelo sexual.

No processo semiótico proposto, o vídeo *spammer* representado com termos que remetem ao vídeo principal aqui é um objeto dinâmico, à medida que os signos utilizados para representarem seu conteúdo produzem algum efeito no intérprete. O objeto dinâmico, como lembra Santaella (1992), não pode ser acessado diretamente, sem mediações. O vídeo *spammer*, embora contenha um novo conteúdo, leva consigo marcas do vídeo *hit*, possuindo, portanto, características de um objeto imediato, com a natureza de um “feixe de perceptos” que aponta para o vídeo principal. Isso pode ser explicado devido ao vídeo *spammer* aparecer nos resultados de uma busca feita no *YouTube* com termos utilizados na descrição do vídeo *hit*, por exemplo. O objeto dinâmico “trata-se de uma coisa existente, para qual se pode apontar, num determinado lugar no tempo e no espaço.” (SANTAELLA, 1992, p.195). Esse apontamento contribui para o aumento de visualizações do vídeo *spammer*, uma vez que a possibilidade de ele ser acessado por quem está fazendo a busca pelo vídeo em evidência aumenta consideravelmente.

FIGURA 23 – YouTube - spammer Gangnam Style



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=95Ea5aNGYxU>

A prática *spammer* desencadeia um processo semiótico em que interpretantes são produzidos numa mente interpretadora. Os metadados utilizados para descrever o vídeo *spam* são signos que irão gerar novos signos que afetarão uma mente de modo a gerar novos interpretantes. Esses novos signos terão como “objeto tanto o signo do qual ele se gerou, quanto o objeto original, passando ambos a compor um objeto complexo.” (SANTAELLA, 1992, p.190)

Esse objeto complexo gerado no processo semiótico existente na prática *spammer* pode ser representado na figura a seguir. Neste caso, o *spammer* cria uma versão do vídeo de Psy através de um *mashup* em que são usados trechos do desenho Bob Esponja juntamente com a canção “Gangnam Style”. Para representar o conteúdo, foram utilizados metadados do vídeo principal e do desenho animado.

FIGURA 24 – YouTube - spammer Psy - Gangnam Style

YouTube BR PSY - GANGNAM STYLE Carregar Fazer login

https://www.youtube.com/watch?v=C_0qCrZW4kY

The best parody ever of "PSY - Gentleman"

by Kadrin Jackson

PSY - Gangnam style Sponge bob parody

Kadrin Jackson 43.590 Inscrever-se 40.690.525

Próximo vídeo Reprodução automática

ANGRY BIRDS dance GANGNAM STYLE 3D animated mashup parody por FunVideoTV 63.526.417 visualizações

Mix - PSY - Gangnam style Sponge bob parody YouTube

PSY - Gentleman Sponge bob parody por Kadrin Jackson 6.703.439 visualizações

Katy Perry - Dark horse (Spongebob parody) por Kadrin Jackson 691.332 visualizações

PSY - Gentleman kazakh parody (Атырай) Kazakhstan por Kadrin Jackson 3.674.005 visualizações

PSY - Gangnam style kazakh parody (Атырай) OFFICIAL

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=C_0qCrZW4kY

Prática semelhante foi utilizada pelo *spammer* representado na próxima figura. Neste exemplo, o conteúdo do vídeo também é o resultado de um *mashup* em que foram combinadas cenas do desenho *Transformers* com a canção Gangnam Style para produzir seu conteúdo. As marcas que remetem ao vídeo principal podem ser observadas nos metadados atribuídos ao título do vídeo *spam*, somando-se a elas um metadado que faz referência ao desenho *Transformers*.

FIGURA 25 – YouTube - spammer Psy Transformers

YouTube BR PSY - GANGNAM STYLE Carregar Fazer login

https://www.youtube.com/watch?v=prvA-qUtp0

PSY - GANGNAM STYLE (강남스타일) ft. TRANSFORMERS

ngsmoov 30.799 Inscrever-se 22.572.772

Adicionar a Compartilhar Mais 31.978 4.103

Animation por Orpheus Santos 2.232.194 visualizações

ANGRY BIRDS dance GANGNAM STYLE 3D animated mashup parody por FunVideoTV 63.535.944 visualizações

Transformers Gangnam Style Parody - Oppa Autobot Style 3d Animation~cooldude5757 por Fan Fiction (previously Cool Dude 5757) 3.572.401 visualizações

Iron man and Toy story stop motion: The Ambush 鋼鐵人與玩具總動員 por counter656 41.162.702 visualizações

Evian Baby Dance - Black Eyed Peas Pump It por Carmine Manfre 78.620.086 visualizações

3D TRANSFORMERS The Return of live action optimus prime! por liakak 8.710.438 visualizações

ARPO STYLE 알포 스타일 (PSY-Gangnam Style, 트랜스포머 가남스타일의 형제)MVA

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=prvA-qUtp0>

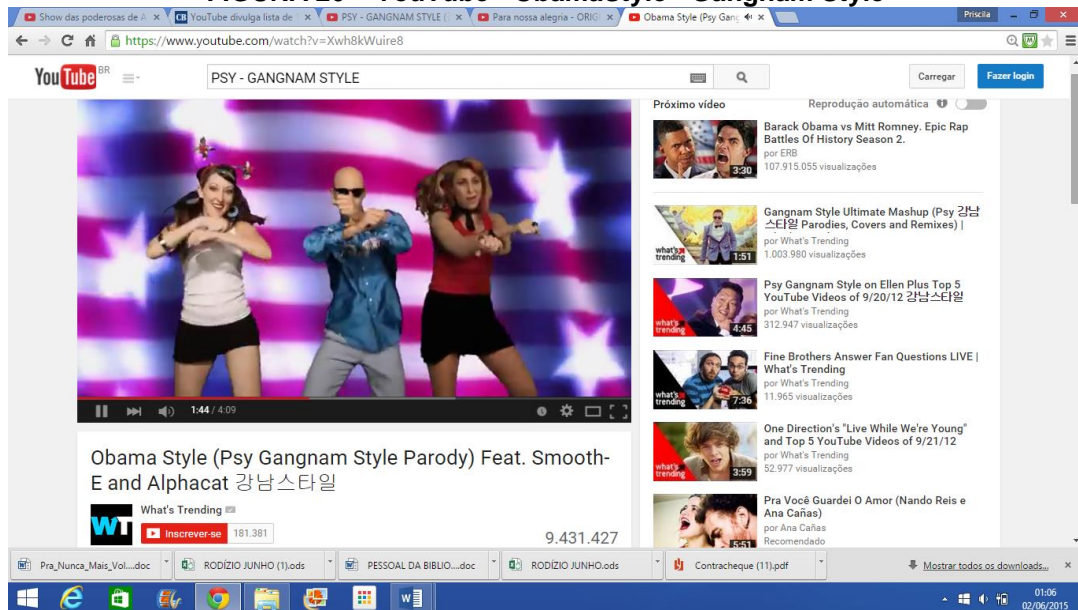
Os metadados utilizados para representar o conteúdo do vídeo *spam* têm o potencial de determinar interpretantes, no momento em que eles geram outros signos, que reforçam a ideia do vídeo *hit* e/ou apontam para outro objeto. No exemplo analisado, o outro objeto em questão é o desenho *Transformers*, que imediatamente produz um efeito interpretativo numa mente real ou potencial. Neste sentido, o signo gerado no processo semiótico da prática *spammer* “aponta tanto para o passado (qua memória) quanto para o futuro (qua interpretação habitual).” (NÖTH, 2005, p.140)

O interpretante do signo, de acordo com (NÖTH, 2005), está sempre presente em uma rede de cognições futuras determinada por cognições prévias. O vídeo *spam* sempre apresentará uma informação nova metamorfoseada no vídeo *hit*, com o potencial de gerar novos interpretantes.

A figura 26 representa mais um exemplo da prática *spammer*. O vídeo “Obama Style (Psy Gangnam Style Parody) Feat. Smooth-E and Alphacat” traz mais um *mashup* que faz alusão à campanha eleitoral nos Estados Unidos em 2012, quando o então presidente Barack Obama tentava sua reeleição. No vídeo estão representadas cenas que fazem referência aos discursos de Obama e uma paródia com letra Gangnam Style, empregando versos que remetem ao contexto das eleições e à dúvida da população norte-americana com relação aos candidatos.

O vídeo *spam* também foi descrito com metadados que estão presentes no vídeo principal e possibilitam que ele configure nos resultados da busca pelo vídeo *hit*, alcançando um número de visualizações considerável. Os termos utilizados na descrição são signos e servem como mediação entre o objeto (vídeo *spam*) e o interpretante. Ao mesmo tempo, fazem referência ao vídeo principal, produzindo efeitos que irão gerar novos signos e uma superposição de mediações.

FIGURA 26 – YouTube - ObamaStyle - Gangnam Style



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=Xwh8kWuire8>

Observa-se que há o predomínio de indexicalidade dos signos utilizados pelo *spammer* para representarem o vídeo *hit*, permitindo que os metadados usados exerçam uma influência no intérprete, forçando-o a apontar para o objeto indicado. Como lembra Santaella (2000), o intérprete tem a função de constatar no signo as marcas do objeto. Esse movimento pode ser observado no vídeo *spammer* a seguir, uma apropriação do vídeo do pronunciamento do presidente norte americano Barack Obama, publicado em maio de 2011, em ele comunica a morte do líder da Al Qaeda, Osama Bin Laden, responsável pelos atentados terroristas de 11 de setembro de 2001 nos Estados Unidos.

Segundo Santaella (2000), o índice tem competência de agir como signo, indicando seu objeto dinâmico. Dessa forma, no caso analisado, temos o vídeo *spammer* agindo como signo, que tem o propósito de transmitir uma nova mensagem, ao mesmo tempo em que aponta sempre para o vídeo *hit*, reforçando assim a sua ideia e mantendo uma “conexão existencial” com ele. (SANTAELLA, 2002, p.19).

FIGURA 27 – YouTube - video spam Pronunciamento Obama

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=EQNuC6qjOvg>

Como pode ser observado, o *spammer* utilizou os mesmos metadados usados para representar o vídeo principal, conferindo a ele a possibilidade de figurar nos resultados de uma busca pelo assunto do vídeo no You Tube. Além disso, o vídeo *spammer* apresenta outras marcas como enquadramento, cores, ângulos, e um personagem muito parecido com o presidente norte americano, que também remetem ao vídeo *hit*.

FIGURA 28 – YouTube - video hit Pronunciamento Obama

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=ZNYmK19-d0U>

As marcas do vídeo *hit* operam no sentido de permitir que o vídeo *spammer* seja interpretado como se referindo ao vídeo principal. Embora o conteúdo e a mensagem que o *spammer* pretende transmitir sejam diferentes daquela que se apropriou, trazendo novos elementos, ele ainda faz referência ao *hit*.

Na figura seguinte, está representado mais um exemplo da prática *spammer*. A apropriação deu-se através dos metadados utilizados para representar o vídeo e dos trechos do discurso do presidente norte americano mostrado no vídeo principal. O conteúdo agora não é mais a imagem do discurso proferido por Barack Obama, mas o *remix* de uma música eletrônica com trechos do discurso. Ao contrário do exemplo anterior, esse *spammer* não utilizou os recursos de enquadramento, cores e ângulos como marcas do vídeo *hit*. No entanto, os metadados utilizados para descrever o conteúdo remetem ao vídeo principal ao mesmo tempo que reforça a sua ideia.

FIGURA 29 – YouTube - video spammer Pronunciamento Obama Remix



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=rUW3AyfWRXE>

Além dos metadados, o *spammer* utilizou uma imagem de Osama Bin Laden com a seguinte frase “*Osama Killed Remix*” no fundo do vídeo. Essa imagem atua como um signo icônico, em virtude da sua forma figurativa que estabelece semelhança com o conteúdo do vídeo. No entanto, esse ícone passa a ser um índice uma vez que ele estabelece uma conexão com o vídeo *hit*. De acordo com Cardoso (2008), esse tipo de relação entre signo e objeto é caracterizado pela “conexão espacial, temporal, enfim, existencial da figura com aquilo que ela denota”, assemelhando-se à forma visível do objeto denotado. (CARDOSO, 2008, p.78)

Outro vídeo *spam* recuperado na busca pelo vídeo do pronunciamento do presidente norte americano sobre a morte do líder da Al Qaeda está representado na figura a seguir (Figura 30). Neste caso, a estratégia utilizada pelo *spammer* foi se apropriar e recriar uma cena do filme “A Queda”, utilizando uma legenda que traz a mensagem sobre a morte de Osama Bin Laden. A nova cena mostra Hitler sendo informado que Osama foi encontrado morto por forças norte americanas. No novo vídeo, Hitler fica irritado porque queria que o seu exército fosse o único a capturar Bin Laden. Neste exemplo, os metadados utilizados para representar o vídeo carregam marcas tanto do vídeo *hit* (*Osama Bin Laden, Killed*) como também um termo que faz referência ao vídeo da cena “A Queda” (Hitler), vídeo muito apropriado e recriado no You Tube, como foi discutido no capítulo sobre a prática *spammer*.

FIGURA 30 – YouTube - spammer Hitler é informado sobre a morte de Osama

The screenshot shows a YouTube video player interface. The video title is "Hitler is informed Osama Bin Laden has been found and killed". The video has 464,349 views and is from the channel "Hitler Rants Parodies". The video player shows a scene from a movie with Hitler in a room, and the text overlay reads: "For almost 10 years Osama Bin Laden has eluded capture." The video player also shows a "Reproduction automática" (Automatic playback) control and a "Próximo" (Next) video recommendation: "Hitler is informed about his Jewish and African ancestry" by "Hitler Rants Parodies" with 203,582 views. Other recommendations include "Mix - Hitler is informed Osama Bin Laden has been found and killed" and "Hitler has Justin Bieber shot and killed".

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=9KP91c4V-i0>

A estratégia utilizada pelo *spammer* permite que o vídeo seja recuperado tanto em uma busca pelo pronunciamento de Barack Obama sobre a morte do Bin Laden, como também poderá figurar entre os resultados de uma busca pela cena do filme “A Queda”. Nesse sentido, os signos utilizados para representar o vídeo remetem ao mesmo tempo a dois objetos, agindo como uma superposição de mediações responsável por afetar a mente do espectador, criando interpretantes que resultarão em um novo signo. É neste momento em que o vídeo *spammer* atinge um de seus objetivos que é o de transmitir determinada

mensagem, ao gerar um novo signo, que irá agir sobre determinada mente, gerando interpretantes e novos signos, configurando, assim, um processo de semiose infinita.

A análise dos vídeos indicou, dentre outras coisas, o potencial de crescimento do vídeo *spammer* no que se refere ao número de visualizações e curtidas. Alguns vídeos conseguem atingir um sucesso tão grande quanto o vídeo *hit*. A Figura 31 representa um desses casos.

O vídeo *spammer* representado no exemplo mostra uma montagem em que a presidente Dilma Rousseff “canta” a música “Show das poderosas”, da funkeira, Anitta. A edição feita a partir de palavras e sílabas do discurso da presidente, até a conclusão da pesquisa possuía mais de 2,5 milhões de visualizações. Segundo os criadores, o trabalho foi inspirado no canal “Baracksdubs” que faz os mesmos tipos de montagens com os discursos de Obama.

Para representar o vídeo, que é uma apropriação de um dos vídeos mais vistos na história do *YouTube* no Brasil²⁹, foram utilizados, no campo do título, os mesmos metadados usados para descrever o vídeo principal. Esses metadados, como foi dito anteriormente, são signos que funcionam como mediadores entre o objeto, ou seja, o vídeo *spam* e o efeito que ele provoca em uma mente interpretante. Esses signos se transformam juntamente com o intérprete e vice-versa, o que faz com que possibilidades interpretativas sejam criadas no momento em que o vídeo é acessado.



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=Vf6Ctvvxk54>

²⁹ Fonte: Revista Exame. Disponível em: < <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/os-10-videos-mais-vistos-na-historia-do-youtube-no-brasil#8>> . Acesso em: 11 fev. 2016

De acordo com a teoria dos interpretantes de Peirce, o vídeo *spammer*, ao ser também recuperado na busca pelo vídeo *hit*, é um objeto imediato, uma simples abstração, uma vez que, embora os metadados remetam ao vídeo “Show das Poderosas”, o conteúdo do mesmo não é o clipe buscado. Enquanto apenas figura nos resultados da busca, sem ainda ser visualizado, ele ainda não foi percebido pelo intérprete. Somente após ser visualizado pelo espectador, o vídeo passa a causar um efeito sobre a cognição e, neste momento, o vídeo *spammer* passa a ser um objeto dinâmico de modo que o intérprete apreenda o novo significado proposto. Mais adiante, o espectador associa cognitivamente os signos que vê com objetos por meio de uma convenção. No exemplo, a associação se dá pela relação entre a música “Show das Poderosas” que traz um discurso das concepções do poder feminino, de uma mulher dominadora, numa espécie de feminismo midiático contemporâneo e a figura culturalmente internalizada da presidente Dilma Rousseff, de uma mulher poderosa, autêntica.



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=FGViL3CYRwg>

A prática *spammer*, entendida aqui como um desdobramento da indexação social, apresenta em sua essência um caráter transgressor à medida que foge da ideia tradicional de representação da informação. Ao mesmo tempo, ela vai ao encontro dos atuais arranjos e das novas dinâmicas de colaboração na *web* que tem a audiência e a visibilidade como elementos essenciais nessa nova configuração. O seu caráter transgressor é reflexo do engajamento e envolvimento dos sujeitos nos ambientes

digitais que têm levado a “novos padrões de validação da informação, hoje mais orientado à audiência e proporcionando novas formas de visibilidade social...” (MOURA, 2009, *on-line*)

Ao representar um vídeo no *YouTube*, o *spammer* engaja um comportamento linguageiro que enseja não apenas a organização da informação mas principalmente audiência e visibilidade dentro da rede. Os exemplos apresentados mostram como a prática *spammer* tem-se tornado comum no *YouTube* e como os sujeitos estão se apropriando cada vez mais desse novo modelo de representação e descrição de conteúdo.

4.2 Novos hábitos e uma nova possibilidade de representação?

Pela lógica das redes sociotécnicas baseadas na cultura colaborativa e participativa, as práticas sociocomunicacionais são continuamente moldadas pelo híbrido formado pelos agentes humanos e os agentes de interface dos sistemas. Em sistemas colaborativos, como o *YouTube*, os usuários são motivados a gerenciarem seus conteúdos atribuindo a eles metadados, utilizados nos campos título, descrição, *tags* ou no próprio conteúdo postado. Esses metadados, além de serem necessários para a recuperação do conteúdo, são constituintes de importantes rastros das ações dos internautas, que são reconhecidos e modelados pelos sistemas de recomendação em um processo de semiose híbrida.

Os sistemas de recomendação realizam, através da publicidade dos perfis e hábitos de comportamento dos usuários, a filtragem de informações e recomendam itens dos mesmos autores ou que tenham palavras-chave similares. A partir do comportamento do usuário, inferem-se suas necessidades e preferencias. As informações são coletadas sem que ele perceba. Atualmente 30% dos vídeos³⁰ assistidos no *YouTube* são sugestões feitas pelo sistema.

No *YouTube*, os sistemas de recomendação apresentam sugestão de vídeos, lista de recomendação e associação de conteúdo. Esses sistemas levam em consideração as interações dos usuários e são usados para conhecer melhor os seus hábitos e comportamentos. Dessa maneira, sempre que se assiste a um vídeo, outros que apresentam algum tipo de relação, seja mesma autoria ou palavras-chave similares, são sugeridos juntamente com o vídeo assistido.

A análise do fenômeno da prática *spammer* aponta para a direção de que ela está sendo fomentada pelo próprio *YouTube*, através do agenciamento híbrido existente

³⁰ Disponível em: <<http://super.abril.com.br/tecnologia/a-inteligencia-das-maquinas-como-elas-decifram-os-seus-desejos-e-preferencias>>. Acesso em: 25 maio 2015

entre os *spammers* e o próprio sistema. Ao permitir aos usuários atribuírem metadados para a descrição de seus conteúdos, para sua futura recuperação, os rastros deixados por essa ação também são utilizados pelos sistemas de recomendação da plataforma, que baseiam-se, dentre outras coisas, nessas descrições. Dessa forma, ao atribuir ao conteúdo postado termos descritores de um vídeo que esteja em evidência, o *spammer* conta com a própria infraestrutura do sistema para que seu vídeo seja recuperado e visualizado por um número grande de pessoas, possibilitando ao *spammer* conectar audiência para seu canal e consequentemente ganhar visibilidade.

Spammers e sistemas afetam-se mutuamente. As mentes dos *spammers* e as mentes máqunicas dos sistemas são engajadas nos processos de interação sociotécnicas e mediadas pela interface do *YouTube*. A interação entre esses dois agentes demanda aprendizado e a experiência da interação é aprimorada ao longo do tempo. O agenciamento gerado por essa interação leva a pensar as relações entre diferentes entidades. De acordo com Cortez e Alzamora (2014),

“os internautas aprendem a lidar melhor com os sistemas ao se familiarizarem com as suas funções e com o mapeamento delas na interface, e os sistemas aprendem mais sobre o internauta na medida em que registram seus gostos e preferências, o que se torna evidente a partir da recomendação”. (CORTEZ; ALZAMORA, 2015, p.206)

Esse contínuo aprendizado entre *spammers* e sistema que tem fomentado a prática *spammer* sugere um processo semiótico, tendo em vista a ação dos signos no agenciamento formado pelo híbrido homem e máquina. Os signos gerados nesse processo crescem com o propósito de se fixar crenças estabelecendo hábitos. O hábito, em uma perspectiva semiótica, refere-se a uma tendência, um comportamento previsível, de forma a comportar-se de maneira similar no futuro. (NÖTH, 2003, p.140). Significa também “que certas condutas de ação serão validadas a cada experiência individual em situações similares” (BARROS; CAFÉ, 2012, p. 141).

É possível observar o comportamento social e linguageiro de descrição de conteúdo realizado pelos *spammers* e enxergar nele certas regularidades, não rígidas e nem estáticas, que podem explicar a instauração de um de hábito. Os *spammers* se apropriam, traduzem, distorcem e modificam o significado que veiculam. Ao publicarem suas versões e se engajarem para dar mais visibilidade a elas através de estratégias de organização da informação e de recursos técnicos do próprio sistema, verifica-se uma intensa negociação de sentido entre diferentes agentes.

A aprendizagem mútua que ocorre entre *spammers* e sistema está relacionada com a formação de sistemas interpretativos, o estabelecimento de crenças e formação de

hábitos que serão exercidos em outras ocasiões. O pragmatismo de Peirce considera que o hábito funciona como um princípio-guia que garante a continuidade das interpretações em situações futuras. Desta forma, além de regular eventos que ocorrem sob seu governo, o hábito compreende

um processo mental que norteia as relações entre os signos objetos e seus interpretantes. Quando novos signos são apresentados temos a criação de novos hábitos e quando ocorre alguma mudança nas relações signicas temos uma mudança de hábito. (DAZZNI, 2008, p.)

Embora o hábito tenha o caráter de uma lei, a mente humana é flexível, apresentando uma “plasticidade” para adquirir novos hábitos, levando os sujeitos a modificarem suas tendências em relação à determinada ação. Há uma liberdade na atualização do hábito. As regularidades não se apresentam como absolutas, pelo contrário, estão em constante evolução, tendo em vista os diferentes tipos de ação.

Assim, a prática *spammer*, processo dinâmico resultante da evolução das lógicas das redes sociotécnicas, vem instaurar uma mudança de hábito por parte não só dos usuários que publicam conteúdo no *YouTube*, mas também por parte da própria plataforma que também é moldada pelos vestígios deixados pelos sujeitos que compartilham conteúdo, em suas mais variadas ações.

Portanto, há no *YouTube* uma modificação nos hábitos dos sujeitos ao atribuírem metadados em seus conteúdos. Em um contexto moldado pela lógica da propagabilidade, do engajamento e da audiência, a ação de descrever conteúdo deixa de ter apenas o propósito de gerenciar a informação. Mais que um processo de organização e representação de conteúdo digital, a prática *spammer* adquire uma tendência de ser um fenômeno sociocomunicacional e linguageiro.

5. CONSIDERAÇÕES

Os ambientes colaborativos digitais instauram uma nova lógica informacional e sociocomunicacional onde é passível a qualquer indivíduo produzir, selecionar e disseminar conteúdo possibilitando a diversificação dos processos de mediação social. Neste contexto, as redes sociais online ganham destaque entre os mais variados públicos em virtude do seu dinamismo e principalmente pela sua capacidade impulsionar a cultura da participação. Dessa forma, plataformas como o *YouTube*, ao ampliarem o acesso à informação e possibilitarem a produção de conteúdo pelos usuários, têm adquirido grande importância na atualidade tornando-se um terreno fértil para a atuação dos *spammers*.

A possibilidade de os usuários atribuírem metadados na descrição de seus conteúdos em sites como o *YouTube*, favoreceu o surgimento da prática *spammer*. O caráter linguageiro e polifônico dessa prática pôde ser evidenciado no momento em que, ao descrever seu vídeo, o usuário adiciona ao seu conteúdo, metadados usados para categorizar os vídeos em evidência, denominados *hits*. Desta forma, ao mesmo tempo que reforçam a ideia do vídeo principal, os *spammers* conseguem, através dessa prática, transmitir determinada mensagem que almejam disseminar, seja a divulgação de seu canal, uma opinião ou qualquer outro conteúdo.

A atribuição de metadados para a representação de conteúdo digital adquiriu novas configurações nos ambientes colaborativos digitais, deixando de ser apenas uma ação de representação e organização da informação, assumindo contornos que levam em conta o engajamento do público, e visibilidade e a audiência, elementos importantes no contexto da cultura participativa.

A partir do estudo desenvolvido, foi possível perceber os efeitos e os movimentos que a prática *spammer* tem causado em redes como o *YouTube*, bem como compreender o dinamismo das relações entre os sujeitos que engajam essas práticas linguageiras e os processos comunicacionais e informacionais que envolvem tais ações.

O método netnográfico foi fundamental para a compreensão do comportamento informacional dos *spammers*, que produzem, selecionam, organizam e promovem conteúdo em ambientes colaborativos que alavancam a atenção. Do mesmo modo, a análise de conteúdo foi determinante para descrever, interpretar e fazer inferências acerca do que foi observado e coletado com a netnografia. Nessas etapas foi possível perceber como tem ocorrido a ação deliberada de atribuir metadados que estão em evidência aos conteúdos, com o intuito de atrair audiência, obter maior engajamento e ganhar visibilidade dentro da rede.

Em virtude dos processos de significação envolvidos no fenômeno analisado, a semiótica peirceana mostrou-se como um importante arcabouço teórico durante todas as etapas da análise, possibilitando compreender a dinâmica por trás da prática. Como foi possível perceber, a ação de representar conteúdo por meio da atribuição de metadados é um processo semiótico em que a prática *spammer* atua como elemento mediador responsável por alterar a noção de representação e organização da informação por parte dos usuários e do sistema. Essa alteração, sugere, portanto, uma mudança de hábito tendo em vista a aprendizagem contínua do sistema a partir das ações dos *spammers*, bem como o aprimoramento das ações dos usuários em virtude das ferramentas que o sistema, no caso o YouTube, disponibiliza.

Percebe-se que prática *spammer* é antes de tudo um comportamento informacional de agentes sociais, quem vem se consolidando a partir das ferramentas colaborativas disponíveis na *web*. Tendo em vista a apropriação social e cultural da prática, o *spam*, no contexto da *web* colaborativa, adquire contornos sociocomunicacionais que extrapolam a sua dimensão computacional.

Neste sentido, o aprofundamento na discussão sobre a prática *spammer* considerou três movimentos: infraestrutura técnica (descrição do *spammer* como uma questão computacional e como uma questão informacional); representação e descrição (*spammer* como uma prática alternativa para representação da informação); sua apropriação social e cultural, mostrando a ação de apropriação da rede em virtude dessa prática.

A pesquisa permitiu repertoriar a prática *spammer* possibilitando a identificação das práticas de indexação nela latentes. Tendo em vista suas características e potencialidades em relação às práticas tradicionais de indexação, conclui-se que a prática *spammer* compreende um novo modelo de organização e representação da informação, que emerge nos ambientes colaborativos digitais, caracterizados pelo imperativo do engajamento, da visibilidade e da audiência. Nesses ambientes, não há apenas uma única diretriz orientando a organização e representação de objetos informacionais. A organização da informação é apoiada por conexões e significados, apontando uma mudança nos padrões organizacionais dos dados na *web*. Os sujeitos imersos nesses espaços colaborativos, engajam um comportamento linguageiro e são motivados a organizarem a informação por necessidades pessoais e também por interesses sociais, agregando valor ao compartilhar conhecimento com os outros.

É imprescindível que o profissional da informação tenha conhecimento sobre essa nova perspectiva de representação e organização da informação em ambientes colaborativos digitais. Não se pode negar as dimensões informacional, sociocomunicacional e cultural do fenômeno em questão e trata-lo apenas como uma questão computacional.

Como foi possível perceber com o estudo, existe um movimento crescente de apropriação social e cultural da prática *spammer*, tanto pelos usuários como pelo próprio sistema, tendo em vista as novas demandas trazidas pela cultura da participação.

A relevância da pesquisa encontra-se no fato deste ser, possivelmente, o primeiro estudo trazendo o olhar da Ciência da Informação para a questão do *spam social*, mostrando as potencialidades deste fenômeno como um novo modelo de representação e organização da informação em contextos colaborativos digitais.

A presente pesquisa não se esgota em si mesma. Espera-se que este estudo venha contribuir e incentivar outras questões como:

- a exploração de metodologias que proporcionem novas formas de abordagem do fenômeno;
- aprofundar os estudos sobre os aspectos dialógicos e polifônicos da prática *spammer*;
- análise da aplicabilidade da prática *spammer* em outros contextos informacionais;
- investigar o prática *spammer* sob a ótica de outros conceitos peirceanos como de agenciamentos semióticos e a percepção;
- examinar de forma mais densa as conexões que os *spammers* desenvolvem dentro e fora do YouTube.

É importante destacar, que no cenário digital atual, caracterizado por uma cultura da conexão e participação, com todas as possibilidades trazidas principalmente pela web colaborativa, os fluxos informacionais estão cada vez mais intensos e a semiose sempre presente. Neste sentido, há um movimento que leva ao deslocamento do usuário, fazendo com que ele deixe de ser um receptor/consumidor e passe a assumir papéis de mediador e produtor. Este fato traz inúmeras e frutíferas possibilidades de estudos no que tange principalmente ao comportamento desses usuários antropofágicos, homens e mulheres “ordinários”, *producers*, que se apropriam, modificam e produzem novos signos, dando origem a novas e infinitas semioses.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, C. C.; GUIMARÃES, J. A. C. Peirce e a ciência da informação: considerações preliminares sobre as relações entre a obra peirceana e a organização da informação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 8., 2007, Salvador, BA. **Anais...** Salvador: PPGCI/UFBA, 2007.

ALVARENGA, L. Representação do conhecimento na perspectiva da Ciência da Informação em tempo e espaço digitais. **Enc. Bibli. R. Eletr. Bibliotecon. Ci. Inf.**, Florianópolis, n.15, 2003.

ALVES, R. C. V. **Web semântica**: uma análise focada no uso de metadados. 2005. 180f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2005.

ALZAMORA, G. Da semiose midiática à semiose hipermidiática: jornalismo emergente. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., 2006, Brasília, DF. **Anais...** São Paulo: INTERCOM, 2006. Disponível em: <<http://www2.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=45042>> Acesso em: 1 jun. 2014.

ALZAMORA, G.; ZILLER, J. A dinâmica associativa das mídias sociais: semiose e convergência. **Revista Digital de Tecnologias Cognitivas - TECCOGS**, n.8, jun-dez, 2013. Disponível em: <http://www4.pucsp.br/pos/tidd/teccogs/dossies/2013/edicao_8/2-dinamica_associativa_midias_sociais-semiose_convergencia.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2015.

AMARAL, A.; AQUINO, M. C. Práticas de folksonomia e social tagging no Last.fm. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE FATORES HUMANOS EM SISTEMAS COMPUTACIONAIS, 8., 2008, Porto Alegre, RS. **Anais...** Paraná: PUC, 2008. Disponível em: <http://www.inf.pucrs.br/ihc2008/ptbr/assets/files/Praticas_Folksonomia_Social_Tagging_Last_fm.pdf>. Acesso em: 1 maio 2014.

AQUINO, M. C. Hipertexto 2.0, folksonomia e memória coletiva: um estudo das tags na organização da web. **E-Compós**, Brasília, v.9, ago. 2007. Disponível em: <http://www.compos.org.br/files/15ecompos09_MariaClaraAquino.pdf> Acesso em: 1 abr. 2014.

ASSIS, T. B. de. **O uso das linguagens natural e controlada na recuperação da informação na web**: o caso das livrarias eletrônicas. 2010. 90f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) – Faculdade de Ciência da Informação, Universidade de Brasília, Brasília, 2010. Disponível em: <http://bdm.unb.br/bitstream/10483/1221/1/2010_TainaBatistaAssis.pdf>. Acesso em: 23 jul. 2015.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BAEZA-YATES, R.; RIBEIRO NETO, B. **Modeling**. In: _____. Modern information retrieval. New York: Addison Wesley, 1999. Cap. 2. Disponível em: <ftp://mail.im.tku.edu.tw/seke/slide/baeza-yates/chap10_user_interfaces_and_visualization-modern_ir.pdf>. Acesso em: 20 maio 2014.

BARROS, C. M. de; CAFÉ, L. M. A. Estudos da semiótica na Ciência da Informação: relatos de interdisciplinaridades. **Perspect. ciênc. inf**, v.17,n.3, 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362012000300003&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt> Acesso em: 10 jan. 2014.

BENEVENUTO, F., et al. Detectando usuários maliciosos em interações via vídeos no YouTube. In: XIV BRAZILIAN SYMPOSIUM ON MULTIMEDIA SYSTEMS AND WEB - WEBMEDIA, 2008, Vila Velha, ES. **Proceedings...** Vila Velha, ES: WebMaedia, 2008. Disponível em: <<http://homepages.dcc.ufmg.br/~tiagorm/publications/papers/webmedia2008.pdf>>. Acesso em: 1 jan. 2015

BERGMAN, M. Reflections on the role of the communicative sign in semeiotic. **A Quartely Journal in American Phisosophy**, v.36, n.3, 2000, p.225-254. Disponível em: <www.helsinki.fi/science/commens/papers/refrole.html>. Acesso em: 12 ago 2015.

BOGERS, T.; THOONEN, W.; VAN den BOSCH, A. Expertise classification: collaborative classification vs. automatic extraction. In: XVII ASIS&T SIG/CR CLASSIFICATION RESEARCH WORKSHOP, 2006, Austin, Texas. **Proceedings...** Austin: ASIS&T SIG/CR, 2006. Disponível em: <<http://arizona.openrepository.com/arizona/handle/10150/105067>> Acesso em: 1 maio 2014.

BRÄSCHER, M.; CAFÉ, L. Organização da informação ou organização do conhecimento? In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 9., 2008, São Paulo. **Anais...** São Paulo: ANCIB, 2008. Disponível em: <<http://www.enancib2008.com.br>>. Acesso em: 15 Dez. 2015.

BRUNS, A. **Blogs, wikipedia, second life, and beyond: from production to produsage**. New York: Peter Lang Publishing, 2008.

BUFREM, L. S.; ARBOIT, A. E.; SORRIBAS, T. Organização do conhecimento e a teoria do Círculo de Bakhtin. In: X CONGRESO ISKO CAPÍTULO ESPAÑOL, 2011, Coruña, España. **Anais...** Ferrol: Universidadeda Coruña, 2012. Disponível em: <http://ruc.udc.es/dspace/bitstream/2183/11654/1/CC_132_art_17.pdf>. Acesso em: 1 maio 2014.

BURGESS, J.; GREEN, J. **Youtube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade**. São Paulo: Aleph, 2009.

CAMPOS, C. J. G. Método de análise de conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. **Revista Brasileira de Enfermagem**, Brasília, v.57, n.5, p.611-614, set./out. 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/reben/v57n5/a19v57n5.pdf>>. Acesso em: 15 set. 2015

CATARINO, M. E. **Integração das folksonomias aos metadados**: identificação de novos elementos de metadados como contributo para a descrição de recursos em repositórios. 232p. Tese (Doutorado em Tecnologias e Sistemas de Informação). Escola de Engenharia, Universidade do Minho. Guimarães, Portugal, 2009.

CATARINO, M. E.; BATISTA, A. A. Folksonomias: características das etiquetas na descrição de recursos da web. **Inf. Inf.**, v.14, p.46-67, 2009.

CATARINO, M. E.; SOUZA, T. B. A representação descritiva no contexto da web semântica. **Transinformação**, Campinas, v.24, n.2, maio/ago 2012, p.77-90.

CHANDRA, A.; SUAIB, M.; BEG, R. Low cost page quality detect web spam. **Informatics Engineering, an International Journal (IEIJ)**, v.2, n.3, set., 2014. Disponível em : <<http://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1410/1410.2085.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2015.

CHEN, L. L.; GAINES, B. R. **Communication, knowledge and social processes in virtual organizations**: from socioware to cyberorganism. 1997. Disponível em: <<http://ai4fun.com/current/jcmc/vjcmc.htm>>. Acesso em: 15 fev. 2015

CHEN, L; ZOU, L.; TU, L. Stream data classification using improved fisher discriminate analysis. **Journal of Computers**. v.4, n.3, p.208-214, 2009. Disponível em: <<http://ojs.academypublisher.com/index.php/jcp/article/view/0403208214>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

COLAPIETRO, V. The routes of significance: reflections on Peirce's Theory of interpretants. **Cognitio**, São Paulo, v. 5, n.1, p.11-27, jan./jun. 2004.

CORREA, R. M. R. **Catálogo descritiva no século XXI**: um estudo sobre RDA. Marília, 2008.

CORTEZ, N. M.; ALZAMORA, G.C. Agenciamentos semióticos em ambientes de streaming de músicas online: mente, aprendizado e continuidade. **Revista Eco-Pós**, n.1, v.18, p.206-212, dez. 2015. Disponível em: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:YFQhAmuVEiAJ:https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/viewFile/1386/2039+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br> . Acesso em: 17 maio 2015

COSTA, M. U. P. da; MOURA, M. A.. A representação da informação em contextos de comunicação científica: a elaboração de resumos e palavras-chave pelo pesquisador- autor. **Inf. Inf.**, Londrina, v.18, n.3, p.45-67, set./dez. 2013. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/informacao/>> . Acesso em: 14 maio 2015

COSTA, R. S.; ORRICO, E. G. D. A construção de sentido na informação das histórias em quadrinhos. **DataGramZero**, v.10, n.2, abr. 2009. Disponível em: <http://www.dgz.org.br/abr09/Art_01.htm>. Acesso em: 29 mar. 2011.

CROCKER, D. Challenges in anti-spam efforts. **The Internet Protocol Journal**, v.8, n.4, 2006.

DAZZANI, M.V. M.. O pragmatismo de Peirce como teoria do conhecimento e da aprendizagem. **Caderno Seminal Digital**, n.10, v.10, jul./dez. 2008. p.283-311. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/cadernoseminal/article/view/12693/9848>>. Acesso em: 15 jan. 2016.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995. v.2

ECO, U. **Tratado geral de semiótica**. 3.ed. São Paulo: Perspectiva, 1991.

FACEBOOK. 2015. Disponível em: <<https://www.facebook.com/>>. Acesso em: 15 abr. 2014

FARACO, C. A. **Linguagem & diálogo: as ideias do círculo de Bakhtin**. São Paulo: Parábola, 2009. 165p.

FARIAS, P. L. Os conceitos de hábito e mudança de hábito em Peirce. **Revista Eletrônica Informação e Cognição**, v.1, n.1, 1999. Disponível em: <<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:wtj9W2obeDEJ:www2.marilia.une.sp.br/revistas/index.php/reic/article/view/701+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>> Acesso em: 1 maio 2014.

FAZZION, E.; et al. SpamBands: uma metodologia para identificação de fontes de spam agindo de forma orquestrada. In: XIV SIMPÓSIO BRASILEIRO EM SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO E DE SISTEMAS COMPUTACIONAIS, 2014, Belo Horizonte, MG. **Anais...** Sociedade Brasileira de Computação. Belo Horizonte, MG: Universidade Federal de Minas Gerais, 2014. p.265 - 78. Disponível em: <<http://www.sbseg2014.dcc.ufmg.br/files/anais.pdf>>. Acesso em: 05 jun. 2015

FEITOSA, A. **Organização da informação na web: das tags à web semântica**. Brasília: Thesaurus, 2006. 131p.

FERNANDEZ-MOLINA, J. C. Enfoques objetivo y subjetivo del concepto de información. **Revista Española de Documentación Científica**, v.17, n.3, 1994, p.320-331.

FLICK, U. **Desenho da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FREIRE, G. H. de A. O hipertexto como instrumento de informação em redes de comunicação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.8, n. esp, jul./dez 2003, p.124-133.

GALO FRITO. 2015. Disponível em: <<https://www.youtube.com/programagalofrito>> . Acesso em: 12 fev. 2015

GASPAR, N. R.; REIS, L. L. Um olhar da análise do discurso para a representação temática na Ciência da Informação. **DataGramZero**, v.11, n.6., dez. 2010. Disponível em: <http://www.datagramazero.org.br/dez10/Art_01.htm> Acesso em: 1 maio 2014.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GILL, P. et al. YouTube traffic characterization: a view from the edge. In: VII ACM SIGCOMM CONFERENCE ON INTERNET MEASUREMENT, Sand Diego, 2007. **Proceedings...** San Diego: ACM SIGCOMM, 2007. Disponível em: <<http://www.hpl.hp.com/techreports/2007/HPL-2007-119.pdf>> Acesso em: 1 mar 2014.

GRACIOSO, L. S. Parâmetros teóricos para elaboração de instrumentos pragmáticos de representação e organização da informação na Web: considerações preliminares sobre uma possível proposta metodológica. **InCID - Revista de Ciência da Informação e Documentação**, v.1, n.1, p.138-158, 2010.

GUEDES, R. de M.; DIAS, E. J. W. Indexação social: abordagem conceitual. **Revista ACB: biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v.15, n.1, p.39-53, jan./jun. 2010.

GUEDES, R. de M.; MOURA, M. A.; DIAS, E. J. W.. A abordagem dialógica na indexação social. **DataGramZero**, v.13, n.1., fev. 2012. Disponível em: <http://www.dgz.org.br/fev12/Art_05.htm>. Acesso em: 10 maio 2014.

GUEDES, R. de M. **A abordagem dialógica na indexação social**. 2010. 186f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/ECID-8CTPZK/roger_guedes_disserta_o_corre_o_2_final_versao_digital_.pdf?sequence=1>. Acesso em: 1 maio 2014.

HEYMANN, P.; KOUTRIKA, G.; GARCIA-MOLINA, H. Fighting spam on social web sites: a survey of approaches and future challenges. **IEEE Internet Comput**, v.11, n.6, p.36-45, nov. 2007. Disponível em <<http://ilpubs.stanford.edu:8090/818/1/2007-34.pdf>> Acesso em: 1 jan. 2015

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2008.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S.. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014. 403p.

JOHANSEN, J. D. **Dialogic semiosis**: an essay on signs and meaning. Bloomington e Indianapolis: Indiana University Press, 1993.

KOUTRIKA, G. et al. Combating spam in tagging systems. In: III INTERNATIONAL WORKSHOP ON ADVERSARIAL INFORMATION RETRIEVAL ON THE WEB - AIRWeb, 2007. **Proceedings...** AIRWeb, 2007. Disponível em: <http://airweb.cse.lehigh.edu/2007/papers/paper_97.pdf> Acesso em: 1 maio 2014.

KOZINETS, R. V. The field behind the screen: using netnography for marketing research in online communities. **Journal of Marketing Research**, v.39, n.1, fev. 2002. Disponível em: <<http://www.nyu.edu/classes/bkg/methods/netnography.pdf>>. Acesso em: 5 abr. 2014.

KRAUSE, B. et al. The anti-social tagger: detecting spam in social bookmarking systems. In: IV INTERNATIONAL WORKSHOP ON ADVERSARIAL INFORMATION RETRIEVAL ON THE WEB - AIRWeb, 2008. **Proceedings....** ACM AIRWeb, 2008. Disponível em: <http://airweb.cse.lehigh.edu/2008/submissions/krause_2008_anti_social_tagger.pdf>. Acesso em: 1 jan. 2015

LANCASTER, F. W. **Indexação e resumos**: teoria e prática. 2. ed. Brasília: Briquet de Lemos, 2004.

LAS-CASAS, P. H. B., GUEDES, D., ALMEIDA, J. M., ZIVIANI, A.; MARQUES-NETO, H. T. Detecção de spammers na rede de origem. In: XXIX SIMPÓSIO BRASILEIRO DE REDES DE COMPUTADORES E SISTEMAS DISTRIBUÍDOS – SBRC, 2011. **Anais...** Campo Grande, Brasil. Disponível em: <http://sbrc2011.facom.ufms.br/files/main/ST10_3.pdf>. Acesso em: 25 jan. 2016

LEMOS, A. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 4. ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

LEVY, P. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. São Paulo: Editora 34, 1995.

LEVY, P. **O que é virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

LEVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LEVY, P. **A inteligência coletiva**. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

LIMA, H. de C. S. da C.. **Detectando avaliações spam em uma rede social baseada em localização**. 2013. 67f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Computação). Instituto de Ciências Exatas e Biológicas, Universidade Federal de Ouro Preto, 2013. Disponível em: <http://www.repositorio.ufop.br/bitstream/123456789/3413/1/DISSERTA%C3%87%C3%83O_DetectandoAvalia%C3%A7%C3%B5esSpam11.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2015.

LIMA, J.L.O.; ALVARES, L. Organização e representação da informação e do conhecimento: In: ALVARES, Lilian (Org.). **Organização da informação e do conhecimento: conceitos, subsídios interdisciplinares e aplicações**. São Paulo: B4 Editores, 2012, p.21-48.

LIU, K.; FANG, B.; ZHANG, Y. Detecting tag spam in social tagging systems with collaborative knowledge. In: VI INTERNATIONAL CONFERENCE ON FUZZY SYSTEMS AND KNOWLEDGE DISCOVERY - IEEE FSKD, 2009. **Proceedings...** FSKD, 2009 Disponível em:< <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1802229> > Acesso em: 1 jan. 2015.

LOPES, .I. L. Uso das linguagens controlada e natural em bases de dados: revisão da literatura. **Ci. Inf.**, Brasília, v.31, n.1, p. 41-52, jan./abr. 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v31n1/a05v31n1.pdf>>. Acesso em: 12 out. 2015.

MAI, Jens-Erik. Semiotics and indexing: an analysis of the subject indexing process. **Journal of Documentation**, London, v.57, n.5, 2011, p.591-622.

MAIMONE, G. D.I; SILVEIRA, N. C.; TÁLAMO, M. de F. G. M.. Reflexões acerca das relações entre representação temática e descritiva. **Inf. & Soc.:Est.**, João Pessoa, v.21, n.1, p.27-35, jan./abr. 2011. Disponível em: <<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:QgVAO4CMd0IJ:www.brapci.ufp.br/download.php%3Fdd0%3D16966+&cd=3&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>> . Acesso em: 20 dez. 2015.

MARKINES, B.; CATTUTO, C.; MENCZER, F. 2009. Social spam detection. In: V INTERNATIONAL WORKSHOP ON ADVERSARIAL INFORMATION RETRIEVAL ON THE WEB - AIRWb, **Proceedings...** AIRWeb 2009. Disponível em: <<http://airweb.cse.lehigh.edu/2009/papers/p41-markines.pdf>>. Acesso em: 01 nov. 2015

MATA, P.O. da. **O comportamento da folksonomia no Twitter: a atinência em recuperação da informação**. 2011. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Arquitetura e Organização da Informação) - Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011.

MATHES, A. **Folksonomies** - cooperative classification and communication through shared metadata. 2004. Disponível em: <<http://www.adammathes.com/academic/computer-mediated-communication/folksonomies.html>>. Acesso em: 1 maio 2014.

MEADOW, C.T.; BOYCE, B.R.; KRAFT, D.H.; BARRY, C. **Text Information Retrieval System**. 3.ed. London UK: Elsevier, 2007.

MEY, E. S. A. **Catálogo e descrição bibliográfica**: contribuições a uma teoria. Brasília: Associação dos Bibliotecários do Distrito Federal, 1987.

MILSTEAD, J.; FELDMAN, S. **Metadata**: cataloging by any other name. 1999. Disponível em: <<http://www.online.com/online/ol1999/milstead1.html>>. Acesso em: 22 jun. 2004.

MINAYO, M. C. de S.; ASSIS, S. G. de; SOUZA, E. R. de. (Orgs.). **Avaliação por triangulação de métodos**: abordagem de programas sociais. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2005. 243p.

MONTEIRO, S.D. Aspectos filosóficos do virtual e as obras simbólicas no ciberespaço. **Ci.Inf**, v.33, n.1, 2004. Disponível em <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/1074/1170> Acesso em 1 maio de 2015.

MONTEIRO, S. D.; ABREU, J. G. de. O pós-moderno e a organização do conhecimento no ciberespaço: agenciamentos maquínicos. **DataGramZero**, v.10, n.6, dez. 2009. Disponível em: <http://www.datagramzero.org.br/dez09/Art_05.htm>. Acesso em: 1 maio 2014.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v.22, n.37, 1999. Disponível em: http://cliente.argo.com.br/~mgos/analise_de_conteudo_moraes.html. Acesso em: 10 jan. 2016.

MORATO, A. de C.; MORAES, M. A. de. **Metadados Dublin Core**: uma breve introdução. 2010. Disponível em: <http://eprints.rclis.org/14424/1/Dublin_Core_-_uma_breve_introdu%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 01 jan. 2015.

MOURA, M. A. Informação, ferramentas ontológicas e redes sociais ad hoc: a interoperabilidade na construção de tesouros e ontologias. **Inf. & Soc.:Est.**, João Pessoa, v.19, n.1, p.59-73, jan./abr. 2009.

MOURA, M. A. Informação e conhecimento em redes virtuais de cooperação científica: necessidades, ferramentas e usos. **DataGramZero**, v.10, n.2, abr. 2009a. Disponível em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:1vJko_91i_oJ:www.dgz.org.br/abr09/Art_02.htm+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>. Acesso em: 1 maio 2014.

MOURA, M. A. Folksonomias, redes sociais e formação para o tagging literacy: desafios para a organização da informação em ambientes colaborativos virtuais. **Informação & Informação**, v. 14, n. especial, p. 25-45, 2009b. Disponível em:

<<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/2196>>. Acesso em: 1 maio 2014.

MOURA, M. A.; SILVA, A.P.; AMORIM, V. R. A. concepção e o uso das linguagens de indexação face às contribuições da semiótica e da semiologia. **Informação & Sociedade: Estudos**, v.12, n.1, 2002. Disponível em: <<http://www.informacaoesociedade.ufpb.br>>. Acesso em 21 dez. 2015.

NEXGATE. [State of Social Media Spam Report]. 2013. Disponível em: <<http://nexgate.com/>>. Acesso em: 1 mar 2014.

NÖTH, W. **Panorama da semiótica**: de Platão à Peirce. 4. ed. São Paulo: Annablume, 2003.

NÖTH, W. **Panorama da semiótica**: de Platão à Peirce. 4. ed. São Paulo: Annablume, 2005.

NOVELLINO, M. S. F. Instrumentos e metodologias de representação da informação. **Informação e Informação**, Londrina, v.1, n.2, p.37-45, jul./dez. 1996.

PEIRCE, C. S. **Collected papers**. Org. John Deely. Versão eletrônica. Bloomington: Past Masters, 1995.

PEIRCE, C. S. **Semiótica**. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.

PINTO, J. **1, 2, 3 da semiótica**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1995.

QUEIROZ, J. **Semiose segundo C.S. Peirce**. São Paulo: Educ, 2004.

QUEIROZ, J.; LOULA, A.; GUDWIN, R.(orgs.). **Computação, cognição, semiose**. Salvador: EDUFBA, 2007, 284p. Disponível em: <https://www.academia.edu/3507544/Computacao_Cognicao_Semiose>. Acesso em 1 jun. 2014

RECUERO, R. Contribuições da análise de redes sociais para o estudo das redes sociais na internet: o caso da hashtag #Tamojuntodilma e #CalaabocaDilma. **Revista Fronteiras (Online)**: v.16, p.1-22, 2014. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/fronteirasrecuero2014.pdf>>. Acesso em: 1 jun 2014.

REDIGOLO, F. M.; ALMEIDA, C. C. de. Algumas contribuições da perspectiva filosófico-semiótica de Peirce para a análise de assunto. **Revista Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia**: v.7, n.2. 2012. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/pcbic/article/view/15617>>. Acesso em: 1 maio 2014.

RUFINO, A.; TABOSA, H. R.; SOUZA, A. A. O. de. Twitter: a transformação na comunicação e no acesso às informações. In: XI CONGRESSO REGIONAL DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – Intercom Nordeste, 2009, Teresina. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2009/resumos/R15-0542-1.pdf>> Acesso em: 1 jun 2014.

SANTAELLA, L. **O que é semiótica?** 3. ed. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1985.

SANTAELLA, L. **A assinatura das coisas.** São Paulo: Imago, 1992.

SANTAELLA, L. **A Teoria geral dos signos:** como as linguagens significam as coisas. São Paulo: Cengage Learning, 2000.

SANTAELLA, L. **Semiótica aplicada.** São Paulo: Cengage Learning, 2002.

SANTAELLA, L. **O método anticartesiano de C. S. Peirce.** São Paulo: Editora UNESP, 2004.

SANTAELLA, L. **Matrizes da linguagem e pensamento:** sonora, visual, verbal: aplicações na hipermídia. São Paulo: Iluminuras, 2005.

SANTAELLA, L.; NÖTH, W. **Comunicação e semiótica.** São Paulo: Hacker, 2004, p.189-227.

SILVA, F. C. C. da; BLATTMANN, U. **A colaboração e a interação na web 2.0.** Disponível em: <<http://eprints.rclis.org/18873/1/Colaboracao%20e%20Interacao%20na%20Web.pdf>>. Acesso em: 1 jan. 2014

SOUZA, R. F. Organização do conhecimento. In: TOUTAIN, L. M. B. B (Org.). **Para entender a Ciência da Informação.** Salvador: EDUFBA, 2007, p. 103- 124.

SOUZA, M. I. F.; VENDRUSCULO, L. G.; MELO, G. C. Metadados para a descrição de recursos de informação eletrônica: utilização do padrão Dublin Core. **Ciência da Informação**, Brasília, v.29, n.1, p. 93-102, abr. 2000. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/271>>. . Acesso em: 20 ago. 2015

TAVEIRA, D. M. **Análise de técnicas de defesa contra spam.** 2006. Rio de Janeiro.

THIOLLENT, M. **Metodologia da pesquisa:** ação. 2. ed. São Paulo: Cortez, 1986.

TOUTAIN, L. M. B. B. (Org.). **Para entender a Ciência da Informação.** Salvador: EDUFBA, 2007, p.103-24.

TWITTER. 2014. Disponível em: < <https://twitter.com> >. Acesso em: 14 jun. 2014

VIMEO. 2014. Disponível em: < <https://vimeo.com> >. Acesso em: 14 jun. 2014

VOSS, J. Tagging, folksonomy & Co – renaissance of manual indexing?. In: X INTERNATIONAL SYMPOSIUM OF INFORMATION SCIENCE, 2007. **Proceedings...** Disponível em: <<http://arxiv.org/abs/cs/0701072>>. Acesso em: 1 maio 2014.

WAL, T. V. **Folksonomy coinage and definition**. 2007. Disponível em <<http://vanderwal.net/folksonomy.html>>. Acesso em: 2 nov. 2015.

YANG, H. C., LEE, C. H. Post-level spam detection for social bookmarking web sites. In: ADVANCES IN SOCIAL NETWORKS ANALYSIS AND MINING - (ASONAM), 2011. **Anais...** Disponível em: <http://ieeexplore.ieee.org/xpl/login.jsp?tp=&arnumber=5992578&url=http%3A%2F%2Fieeexplore.ieee.org%2Fxppls%2Fabs_all.jsp%3Farnumber%3D5992578>. Acesso em: 1 maio 2014

YOUTUBE. 2015. Disponível em: < <https://www.youtube.com> > . Acesso em: 14 jun. 2015

ZILLER, J. **Qualidade de informação em webjornais: a demanda e a tradução intersemiótica**. 2005. (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola de Ciência da Informação, UFMG, Belo Horizonte, 2005.

ZILLER, J. **Qualidade da informação e produsage: semiótica, informação e o usuário antropofágico**. 2011. 311f. (Doutorado em Ciência da Informação) - Escola de Ciência da Informação, UFMG, Belo Horizonte, 2011.

ZILLER, J. Expressões antropofágicas: apropriação e recriação de vídeos no *Youtube*. **Contemporânea. Comunicação e Cultura**, Salvador, v.10, n.3, set-dez 2012, p.741-758. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/viewFile/6436/4687>> . Acesso em: 01 jan. 2015

ZILLER, J.; MOURA, M. A.. Semiose e fluxos informacionais: os agenciamentos coletivos e a condição de usuário em ambientes digitais. **Liinc em Revista**, v.6, n.2, p.324-340, jun. 2010. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/liinc/index.php/liinc/article/view/369>>. Acesso em: 01 jan. 2015.

ZHICHEN, X. et al. **Towards the semantic web: collaborative tag suggestions**. 2006. Disponível em: <<http://ra.ethz.ch/CDstore/www2006/www.rawsugar.com/www2006/13.pdf>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

ANEXO

Hit e Spammers relacionados

Categoria Música

HIT 1: Anitta – Show das poderosas

Prática Spammer - Campo Título
Metadados: “Anitta” “Show das Poderosas”

The screenshot shows a YouTube video player for the video 'SHOW DAS MAFIOSAS | Paródia Anitta - Show das Poderosas' by the channel 'Canal Putzvéi'. The video is currently playing at 2:24 / 3:43. The video title is 'SHOW DAS MAFIOSAS | Paródia Anitta - Show das Poderosas'. The channel name is 'Canal Putzvéi' with 1m views / month, 20,400 subscribers / month, and 211 Videos. The video has 3,436,954 views, 29,220 likes, and 2,668 comments. The video is monetized by Fullscreen with an estimated earnings of \$3,308.07. The video description includes the text 'UM LEITE NINHO E UM LAKA BRANCO'. The video player interface includes a progress bar, volume control, and a 'Fazer login' button. The right sidebar shows a 'Free! Collaborations' banner, a 'Próximo' section with video recommendations, and a 'Reprodução automática' toggle.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=7wG2-lq1hK4>

Metadados: “Show das Poderosas”

Alvin e os Esquilos - Show das Poderosas Anitta

Monetized directly by YouTube \$2,264.57 estimated earnings 923 Facebook like 220 Google +1

Alvin e os Esquilos - Show das Poderosas

Mateus Assunção 728k views / month 840 subscribers / month 10 Videos

2.352.803

YouTube tags: Esquiletes, ShowDasPoderosas, MateusAssunção, Chipmunks, Esquilos, Alvin Chipmunks

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=iz1t7lwDaRY>

SHOW DAS PREPARADAS || Comentário de Show das Poderosas - Anitta || ...

Monetized by Paramaker_Affiliate \$195.31 estimated earnings 0 Facebook like 65 Google +1

SHOW DAS PREPARADAS || Comentário de Show das Poderosas - Anitta || ...

O Não Famoso 1m views / month 14,130 subscribers / month 220 Videos

202.921

YouTube tags: Show das Poderosas, Anitta, Comentário, Show das Poderosas - Anitta

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=I5KKsRPrYB4>

Monetized by Warner Music Group \$130.49 estimated earnings 55 Facebook like 6 Google +1

Show das poderosas Anitta - PROFESSOR FERNANDO DUARTE

Fernando Duarte Channels stats not yet available - please check back in a few days 390 subscribers / month 23 Videos

3,699 Inscrever-se

135.578

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed

Heartbeat moments + Add moment

Free! Collaborations This channel is not signed up for Free! Collaborations

Teste seu Francês Teste seu Inglês

Teste seu Italiano Teste seu Holandês

Teste seu Alemão Teste outros Idiomas

www.babbel.com

Próximo Reprodução automática

Aula de Jump - Lepo Lepo - Psirico - Carnaval 2014 - Prof. Eric Jefferson Eric Jefferson 143,714 visualizações • 30 comments

Mix - Show das poderosas Anitta - PROFESSOR FERNANDO DUARTE YouTube 50+ vídeos (-)

JUMP - FERNANDO DUARTE BH-MG (Beyoncé) Fernando Duarte 53,942 visualizações • 28 comments

JUMP-FERNANDO DUARTE (LOUCA LOUQUINHA) Fernando Duarte

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=p_7zTgYx-XM

Metadados: “Show das Poderosas” “Anitta”

Not monetized \$191.78 estimated earnings 255 Facebook like 46 Google +1

Vaca dançando Show das Poderosas de Anitta no supermercado (original)

Marcio Rolim Channels stats not yet available - please check back in a few days 400,530 subscribers / month 5 Videos

179 Inscrever-se

199.248

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed

Heartbeat moments + Add moment

Free! Collaborations This channel is not signed up for Free! Collaborations

Próximo Reprodução automática

QUAL É A SENHA DO WIFI - Paródia Adele - Hello whinderssonnunes 12,624,660 visualizações • 69,577 comments

Mix - Vaca dançando Show das Poderosas de Anitta no supermercado (original) YouTube 50+ vídeos (-)

alpura la vaca manchas juan felipe godinez vite 522,299 visualizações • 158 comments

Show das Poderosas - As Esquiletes (Anitta) 3 Chipmunks Recomendado • 1,140 comments

La Vaca Loca - Crazy Cow [Funny Video] El Video Mas Visto Del You Tube VLADIK: THE BEST 11,212,317 visualizações • 852 comments

ALVINNN!!! E Os Esquilos ep 1 dublado completo Renato Dos Santos Recomendado • 446 comments

Deu a louca na Vaca! - Dancing Mad Cow Raohi Callieri 123,566 visualizações • 104 comments

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=p_7zTgYx-XM

Metadados: “Show das Poderosas” “Anitta”

Monetized by Fullscreen \$1,282.31 estimated earnings 478 Facebook like 240 Google +1

Show dos Metaleros Paródia Anitta - Show das Poderosas

Mussoumano 35m views / month 355,830 subscribers / month 228 Videos

1.332.275

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed

Heartbeat moments Add moment

Próximo Reprodução automática

Metaleiro Não Chora | Versão Metal Paródia "Porque Homem Não Chora" Mussoumano 343.464 visualizações • 993 comments

Mix - Show dos Metaleros Paródia Anitta - Show das Poderosas YouTube

Beijinho no Ombro Versão Metal (O Metalero) Mussoumano 675.315 visualizações • 1.491 comments

Quadrinho de 666 - Bonde do Capeta (Versão Metal Quadrinho de 8)

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=OztDqH44Vv8>

Monetized by programagalofrito \$14,464.53 estimated earnings 97 Facebook like 1,439 Google +1

SHOW DAS HORROROSAS | Paródia SHOW DAS PODEROSAS - Anitta

Galo Frito 36m views / month 172,920 subscribers / month 273 Videos

15.028.082

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed

Heartbeat moments Add moment

Próximo Reprodução automática

ESSA MINA É UMA VACA | Paródia Alicia Keys Girl on Fire Galo Frito 20.960.417 visualizações • 24.606 comments

Mix - SHOW DAS HORROROSAS | Paródia SHOW DAS PODEROSAS - Anitta YouTube

A PRESIDENTA | Paródia ANACONDA - NICKI MINAJ Galo Frito 6.868.628 visualizações • 6.444 comments

TÔ SEM SINAL DA TIM | Paródia Rihanna - Diamonds Galo Frito 33.641.840 visualizações • 54.136 comments

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=INbOmRynNWY>

Prática Spammer - Campo Descrição Metadados: "Anitta" "Show das Poderosas"

Evidência da prática: Divulgação do Canal

The screenshot shows a YouTube video player for the video 'Show das Super Poderosas - COMPLETO'. The video is monetized by Warner Music Group, with an estimated earnings of \$87.58. It has 395k views, 390 subscribers, and 53 videos. The video is tagged with 'The Powerpuff Girls (TV Program)', 'meninas super poderosas', 'anitta', and 'show das poderosas'. The video was published on August 18, 2013, and is described as a channel nostalgia where the Powerpuff Girls sing a song by Anitta. The video has 90,994 views and 2,255 likes. The right sidebar shows a list of related videos, including 'As Meninas Super Poderosas - O Filme: Extras Dublados Docinho' and 'Mix - Show das Super Poderosas - COMPLETO'.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=-0FNfXadZYU>

Evidência da prática: Divulgação do Canal

The screenshot shows a YouTube video player for the video 'SHOW DAS HORROROSAS | Paródia SHOW DAS PODEROSAS - Anitta'. The video is monetized by programagalofrito, with an estimated earnings of \$14,464.53. It has 36m views, 172,920 subscribers, and 273 videos. The video is tagged with 'Galo Frito', 'Música', 'Show das poderosas', 'coreografia', 'Anitta', 'Paródia', 'spoof', 'Humor', 'comédia', 'Gordo', and 'Fiat'. The video was published on June 17, 2013, and is described as a parody of the original show. The video has 15,028,082 views and 7,645,766 likes. The right sidebar shows a list of related videos, including 'Keys Girl on Fire' and 'Mix - SHOW DAS HORROROSAS | Paródia SHOW DAS PODEROSAS - Anitta'.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=INb0mRynNWY>

Evidência da prática: Divulgação do Canal

Monetized by Paramaker_Affiliate \$195.31 estimated earnings 0 Facebook like 65 Google +1

SHOW DAS PREPARADAS || Comentário de Show das Poderosas - Anitta || ...

O Não Famoso 1m views / month 14,130 subscribers / month 220 Videos

202.921

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed 12.476 335

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

show das preparadas show das poderosas paródia não famoso anitta comentario musical

Publicado em 7 de jul de 2013
SHOWS E CONTATOS PROFISSIONAIS: naofamoso@hotmail.com
TRAILER DO CANAL: http://migre.me/livs
NOVO CANAL NÃO FAMOSO: http://www.youtube.com/naofamosovlog

MOSTRAR MAIS

TODOS OS COMENTÁRIOS (1.116) SEARCH COMMENTS PICK A WINNER

Adicionar um comentário público...

Principais comentários

Wellington guerino nicacio Nicacio 2 meses atrás
você é demais Parabéns !!!!

Luana Senna 2 meses atrás
4 words de ale & da

Related videos:

- NALDO OU ÁGUA DE COCO || Não Famoso 216.394 visualizações • 1.424 comments
- QUADRADINHO DE ANITA || Não Famoso 230.922 visualizações • 1.608 comments
- MAMONAS ASSASSINAS || Paródia Não Famoso 107.805 visualizações • 278 comments
- ZEN || COMENTÁRIO MUSICAL O Não Famoso 111.421 visualizações • 702 comments
- CUIDA BEM DELA || Comentário Musical Não Famoso || Henrique e Juliano O Não Famoso 122.456 visualizações • 351 comments
- NOVO HINO DO BRASIL || Não Famoso O Não Famoso 460.912 visualizações • 1.462 comments
- NA LINHA DO TEMPO DO FACE || PARÓDIA VICTOR E LEO O Não Famoso 290.461 visualizações • 635 comments
- Show das Horrorsas Stephanie Rovati Recomendado • 3.764 comments
- DOMINGO DE MANHÃ || Paródia Marcos & Belutti O Não Famoso

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=I5KKsRPrYB4>

Prática Spammer - Campo Conteúdo

Evidência da prática: Anotações no conteúdo do vídeo

Monetized by Fullscreen \$1,282.31 estimated earnings 478 Facebook like 240 Google +1

Show dos Metaleiros Paródia Anitta - Show das Poderosas

Mussoumano 35m views / month 355,830 subscribers / month 228 Videos

1.332.275

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed 50.901 597

Heartbeat moments + Add moment

Free! Collaborations

This channel is not signed up for Free! Collaborations

FLORATIL®
4x mais rápido

Próximo Reprodução automática

Metalero Não Chora | Versão Metal Paródia "Porque Homem Não Chora" Mussoumano 343.464 visualizações • 993 comments

Mix - Show dos Metaleiros Paródia Anitta - Show das Poderosas YouTube

Beijinho no Ombro Versão Metal (O Metalero) Mussoumano 675.315 visualizações • 1.491 comments

Quadradinho de 666 - Bonde do Capeta (Versão Metal Quadradinho de 8) Mussoumano

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=OztDqH44Vv8>

Prática Spammer - Campo Tags

Metadados do hit: "Show das Poderosas" "Anitta"

Monetized by programagalofrito \$14,467.78 estimated earnings 98 Facebook like 1,441 Google +1

SHOW DAS HORROROSAS | Paródia SHOW DAS PODEROSAS - Anitta

Galo Frito 36m views / month 172,920 subscribers / month 273 Videos

7,648,013 15.031.460

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed 115.475 10.632

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

Galo Frito Música Show das poderosas coreografia Anitta Paródia spoof Humor comédia Gordo Fiat

gordurosas enche a cara

Heartbeat tags by others
No tag found

My Heartbeat tags [Click here to learn more](#)

enter your tag

Publicado em 17 de jun de 2013
DOWNLOAD DO MP3: <http://www.galofrito.com.br/show-das-...>

Galo Frito no Facebook:

MOSTRAR MAIS

TODOS OS COMENTÁRIOS (15.752) SEARCH COMMENTS PICK A WINNER

Adicionar um comentário público

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=INb0mRynNWY>

Metadados: "Show das Poderosas"

Alvin e os Esquilos - Show das Poderosas

Mateus Assunção 728k views / month 840 subscribers / month 10 Videos

2,446 2.356.635

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed 10.118 766

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

Esquiletes ShowDasPoderosas MateusAssunção Chipmunks Esquilos Alvin Chipmunks

Heartbeat tags by others
No tag found

My Heartbeat tags [Click here to learn more](#)

enter your tag

Publicado em 26 de jun de 2013
All rights are reserved to 20th Century Fox
Anitta - Show das Poderosas

MOSTRAR MAIS

TODOS OS COMENTÁRIOS (356) SEARCH COMMENTS PICK A WINNER

Adicionar um comentário público...

Principais comentários

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=iz1t7lwDaRY>

Metadados: “Show das Poderosas” “Anitta”

Monetized by Fullscreen \$1,282.60 estimated earnings 480 Facebook like 241 Google +1

Show dos Metaleiros Paródia Anitta - Show das Poderosas

Moussoumano 35m views / month 355,830 subscribers / month 228 Videos
 2,609,882

1.332.567

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed 50,905 598

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

Metaleiro show dos metaleiros (paródia show das poderosas) show dos metaleiros mamilos molengas prepara que agora é hora do show dos metaleiros metal das poderosas show das poderosas versão metal O Metaleiro Anitta - Show das Poderosas versão metal show das poderosas show das horrorosas pre para

Heartbeat tags by others
No tag found

My Heartbeat tags [Click here to learn more](#)
enter your tag

Publicado em 24 de jun de 2013
Canal do Metaleiro: <http://bit.ly/CanalDoMetaleiro>

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=OztDqH44Vv8>

Not monetized \$191.96 estimated earnings 256 Facebook like 46 Google +1

Vaca dançando Show das Poderosas de Anitta no supermercado (original)

Marcio Rolim Channels stats not yet available - please check back in a few days 355,830 subscribers / month 5 Videos
 179

199.437

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed 1,698 52

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

anitta show das poderosas marcio rolim marciorolim supermercado mercado

Heartbeat tags by others
No tag found

My Heartbeat tags [Click here to learn more](#)
enter your tag

Publicado em 16 de jan de 2015
Vaca dançando Show das Poderosas de Anitta no supermercado (original)

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=tun41XC1XWg>

show das poderosas anita

Not monetized \$191.96 estimated earnings 256 Facebook like 46 Google +1

Vaca dançando Show das Poderosas de Anitta no supermercado (original)

Marcio Rolim Channels stats not yet available - please check back in a few days 355,830 subscribers / month 5 Videos

179 **199.437**

+ Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed 1.698 52

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

anitta show das poderosas marcio rolim marcirolim supermercado mercado

Heartbeat tags by others
No tag found

My Heartbeat tags [Click here to learn more](#)
enter your tag

Publicado em 16 de jan de 2015
Vaca dançando Show das Poderosas de Anitta no supermercado (original)

alpara la vaca manchas
SHOW DE LAS VACAS LOCAS ALPURA EN EL CAMPUS PARTY MEXICO =D
Quanto eu ganho com o Blog e Youtube \$\$
La Vaca Loca - Crazy Cow [Funny Video] El Video Mas Visto Del You Tube
Las vacas locas. Divertido video clip
MUSICAS QUE VOCE JA OUVIU MAS NAO SABE O NOME
Deu a louca na vaca! - Dancing Mad Cow
Minha História com Meu Cabelo (com fotos)
alpara la vaca manchas.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=tun41XC1XWg>

show das mafiosas

Monetized by Fullscreen \$2,813.90 estimated earnings 197 Facebook like 1,589 Google +1

SHOW DA DILMA CABULOSA | Paródia SHOW DAS PODEROSAS - ANITTA (...)

invento na hora 18m views / month 400,530 subscribers / month 147 Videos

3.525.331 **2.923.533**

+ Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed 137.769 1.843

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

dilma cheira cola parodia anitta show das poderosas dilma cheira cola parodia anitta show das poderosas
parodia show das poderosas show das horrosos galo frito show dos metaleiros show das gordurosas lucas lira lucaslira
invento na hora inventonahora dilma cabuloza Dragão show das poderosas paródia dilma cabulosa dilma kabuloza
dilma kabulosa anitta paródia anitta

Heartbeat tags by others
No tag found

My Heartbeat tags [Click here to learn more](#)
enter your tag

Publicado em 28 de jun de 2013
Gostou do vídeo? Dá uma força pra gente por favor, deixe o seu joinha e compartilhe no facebook <http://goo.gl/2JjWJ>. É ndist! :o/
Instagram: http://www.instagram.com/lucas_lira

COMPRA NO MC DONALDS CANTANDO! #ASKLIRA06
Teste de namorados MAIS INSANO!
SINCO MINUTOS - TPM É FODA! (PARÓDIA ANITTA - SHOW DAS PODEROSAS)
A PRESIDENTA | Paródia ANA CONDA - NICKI MINAJ
FRASES QUE VOCÊ NUNCA FALA NA ESCOLA
PIRANHA | PARÓDIA MILEY CYRUS - WRECKING BALL
TÔ SEM SINAL DA TIM | Paródia Rihanna - Diamonds
Quanto eu ganho com o Blog e Youtube \$\$
PEDINDO MC DONALDS CANTANDO Ft Coclelo e Gusta

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=ncQ8cx5IY58>

Monetized by BroadbandTV_Music \$2,072.14 estimated earnings 9 Facebook like 179 Google +1

Anitta - Show das Gordurosas (Paródia/Redublagem)

Vaka Loka TV 2m views / month 15,090 subscribers / month 111 Videos

270.413 **Inscrever-se** 2.152.874

+ Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed 13.776 1.437

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

redublagem paródia comédia paródias anitta show das gordurosas show das poderosas mc vaka loka

Heartbeat tags by others
No tag found

My Heartbeat tags [Click here to learn more](#)
enter your tag

Publicado em 24 de mai de 2013
SIGANAS REDES SOCIAIS
-Facebook: <https://www.facebook.com/vakalokaparo...>
-Twitter: <https://twitter.com/CanalVakaLoka>

Próximo Reprodução automática

TÔ SEM SINAL DA TIM | Paródia Rihanna - Diamonds
Galo Frito
33.655.550 visualizações • 54.156 comments

Mix - Anitta - Show das Gordurosas (Paródia/Redublagem)
YouTube

Minha mãe é uma peça (Paródia/Redublagem)
Vaka Loka TV
327.076 visualizações • 419 comments

All About That Bass (Paródia/Redublagem)
Vaka Loka TV
1.732.108 visualizações • 1.456 comments

Katy Perry - ROAR (Cadê meu Tarzan?) (Paródia/Redublagem)
Vaka Loka TV
1.619.606 visualizações • 3.028 comments

Anitta - Bang (Paródia/Redublagem)
Vaka Loka TV
703.784 visualizações • 965 comments

SHOW DAS HORROROSAS | Paródia SHOW DAS PODEROSAS - Anitta
Galo Frito
15.029.918 visualizações • 15.752 comments

Bonde Das Maravilhas 4 + 3 Não é = 8 Paródia (Humor Baiano é massa)
Humor Baiano é Massa
1.221.263 visualizações • 976 comments

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=xP8ZERL78wI>

Categoria Música

HIT 2: Lucas Lucco - Moção

Prática Spammer - Campo Título
Metadados: "Lucas Lucco" "Mozão"

The screenshot shows a YouTube video player for the video "Lucas Lucco Moção- animado". The video is an animated melody. The title is "Lucas Lucco Moção- animado" and the channel is "Melodia animada". The video has 58,369 views and 191 likes. The video is published on March 20, 2014. The video player is embedded in a browser window. The browser address bar shows the URL: <https://www.youtube.com/watch?v=B9ZknN5nwb4>. The video player is surrounded by a sidebar with recommended videos, including "Annie murray - You needed me", "Mix - Lucas Lucco Moção- animado", "Legendários - Lucas Lucco leva a plateia ao delírio com o sucesso Moção - HD (480)", "Mozão ILUSTRADO - Lucas Lucco (Draw my music) em mangá", "Te vivo-Luan Santana.", and "Lucas Lucco - Moção".

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=B9ZknN5nwb4>

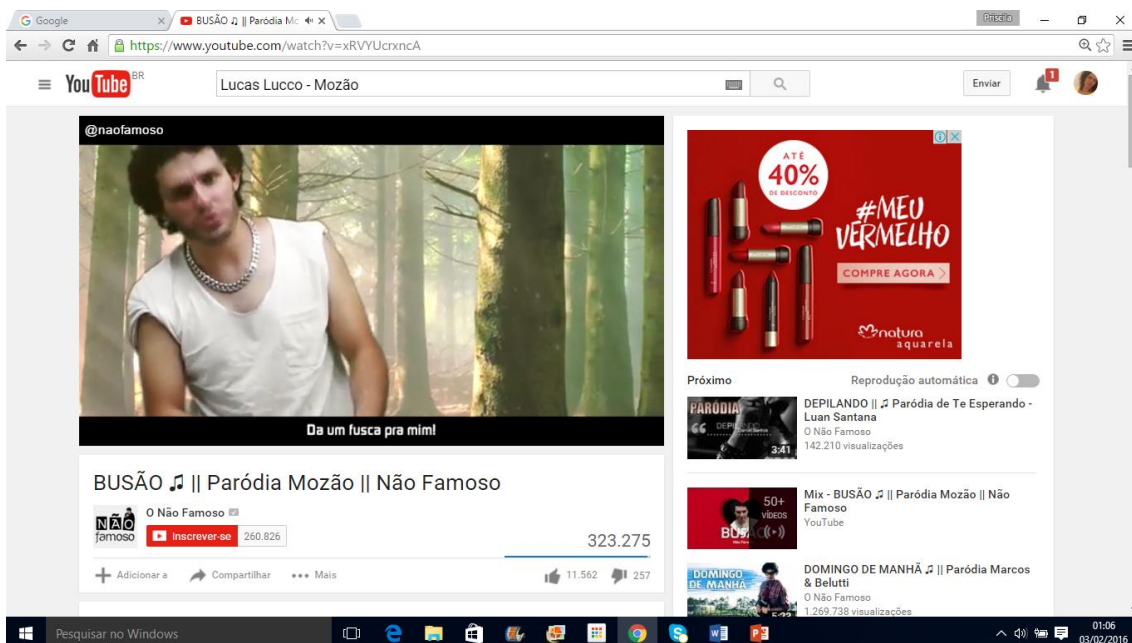
The screenshot shows a YouTube video player for the video "Mozão - Lucas Lucco (Gabi Luthai cover)". The video is a cover by Gabi Luthai. The title is "Mozão - Lucas Lucco (Gabi Luthai cover)" and the channel is "Gabi Luthai". The video has 1,607,527 views and 1,113 likes. The video is published on March 20, 2014. The video player is embedded in a browser window. The browser address bar shows the URL: <https://www.youtube.com/watch?v=TVud8OOSqyA>. The video player is surrounded by a sidebar with recommended videos, including "Luan Santana - Tudo Que Você Quiser (Gabi Luthai cover)", "Mix - Moção - Lucas Lucco (Gabi Luthai cover)", "MC GUI - O bonde passou (Gabi Luthai cover)", "Cobertor - Anitta feat. Projota (Gabi Luthai e Whinderson cover)", "Guerra Fria - Sornio Maroto Part. Jorge e Mateus (cover Gabi Luthai)", and "Domingo de Manhã - Marcos e Belutti (Gabi Luthai cover)".

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=TVud8OOSqyA>



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=whhCpwWu3L4>

Metadados: "Moção"



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=xRVYUcrxncA>

Metadados: “Lucas Lucco” “Mozão”

The screenshot shows a YouTube video player interface. The video title is "Lucas Lucco - Mozão" and it is uploaded by the channel "Nando Moura". The video has 245,418 views, 13,861 likes, and 889 comments. The video content shows a man with long hair playing an acoustic guitar in a room with speakers. To the right of the video player, there is a red promotional banner for "#MEU VERMELHO" by natura aquarela, offering a 40% discount. Below the banner, there is a "Próximo" (Next) section with three video recommendations: "Jorge e Mateus / Pobreza poética.", "De onde vem a Sebosidade do Luan Santana?", and "Cristiano Araújo e os VERMES da tragédia." The Windows taskbar at the bottom shows the time as 01:00 on 03/02/2016.

Fonte: [https://www.youtube.com/watch?v= GAosfSfQZA](https://www.youtube.com/watch?v=GAosfSfQZA)

The screenshot shows a YouTube video player interface. The video title is "Lucas Lucco Mozão Alvin e os Esquilos 2" and it is uploaded by the channel "Mr Alvin e os Esquilos 2". The video has 205,390 views, 1,698 likes, and 106 comments. The video content shows a man in a red and blue plaid hoodie sitting next to a plush Alvin the chipmunk. To the right of the video player, there is a "Próximo" (Next) section with three video recommendations: "alvin e os esquilos cantando a musica camaro amarelo de munhoz e mariano raiane mello", "Mix - Lucas Lucco Mozão Alvin e os Esquilos 2", and "Quanto eu ganho com o Blog e Youtube \$\$". The Windows taskbar at the bottom shows the time as 01:01 on 03/02/2016.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=5R65QujQkgw>

Paródia: Peidão
Artista: Talokudo
Direção: Juninho Oliveira

PARODIA DA MUSICA MOZÃO LUCAS LUCCO - Ô PEIDÃO

Talokudo
Inscrever-se 26.329

46.050

Adicionar a Compartilhar Mais

507 173

Próximo Reprodução automática

PARODIA DA MUSICA DOMINGO DE MANHA - MARCOS E BELUTTI - PEDE PRA DA RIHAN 4:59
19.528 visualizações

Mix - PARODIA DA MUSICA MOZÃO LUCAS LUCCO - Ô PEIDÃO
YouTube

50+ vídeos

PARODIA DA MUSICA ESCREVE AI LUAN SANTANA
Talokudo

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=S83SREj5-Zc>

Metadados: “Moção”

MOZÃO | VERSÃO MINIMUNDOS #MiniOscar2015

MiniMundos Y
Inscrever-se 2.548

116.949

Adicionar a Compartilhar Mais

2.419 104

Próximo Reprodução automática

Tati Zaqui Água na boca - Minimundos (Versão Oficial) ✓
Lilly Loremez
58.887 visualizações

Mix - MOZÃO | VERSÃO MINIMUNDOS #MiniOscar2015
YouTube

50+ vídeos

Filme "A Triste História de Maia" - MiniMundos
Juhh Nordt
38.509 visualizações

Lucas Lucco - Moção
tobymanzoni
1.166.483 visualizações

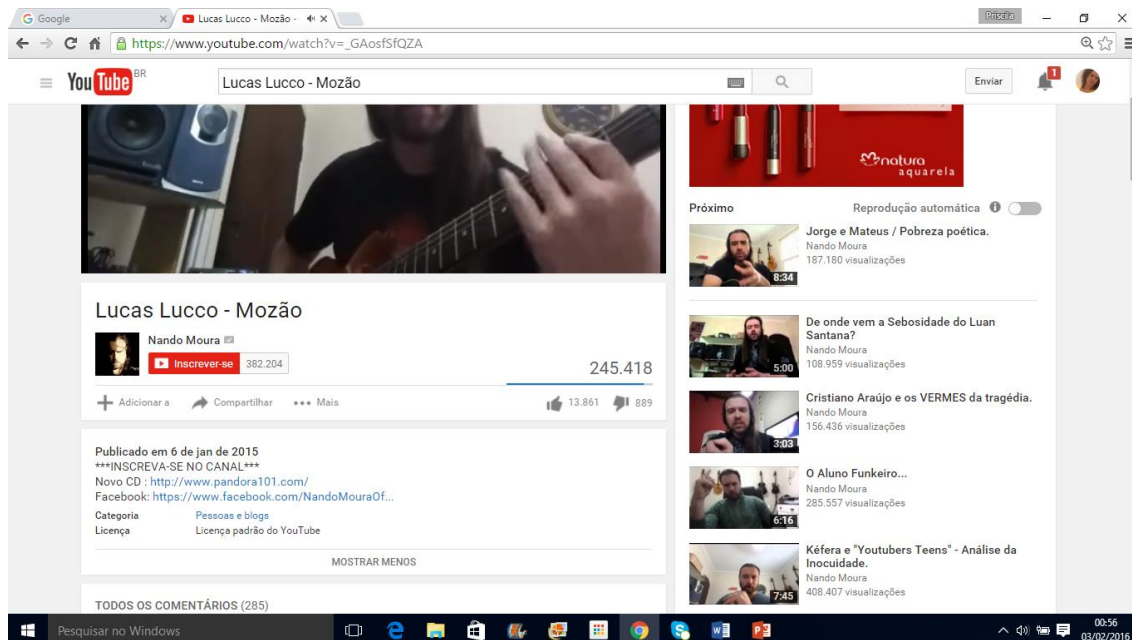
TODA Toda Toda - Versão Minimundos (Video-clipe)
Fernanda Lestrage
21.277 visualizações

ESSA MINA É UMA VACA - Versão Minimundos (Oficial)
Tomazefri
111.054 visualizações

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=wChpfrYJclw>

Prática Spammer - Campo Descrição

Evidências da prática: Links apontando para o Canal; divulgação de produto



Google | Lucas Lucco - Moção

https://www.youtube.com/watch?v=_GAosfSfQZA

YouTube BR | Lucas Lucco - Moção

Nando Moura

Inscrição 382.204

245.418

13.861 889

Publicado em 6 de jan de 2015

INSCREVA-SE NO CANAL

Novo CD : <http://www.pandora101.com/>

Facebook: <https://www.facebook.com/NandoMouraOf...>

Categoria Pessoas e blogs

Licença Licença padrão do YouTube

MOSTRAR MENOS

TODOS OS COMENTÁRIOS (265)

Próximo Reprodução automática

Jorge e Mateus / Pobreza poética. Nando Moura 187.180 visualizações 8:24

De onde vem a Sebosidade do Luan Santana? Nando Moura 108.959 visualizações 5:00

Cristiano Araújo e os VERMES da tragédia. Nando Moura 156.436 visualizações 3:03

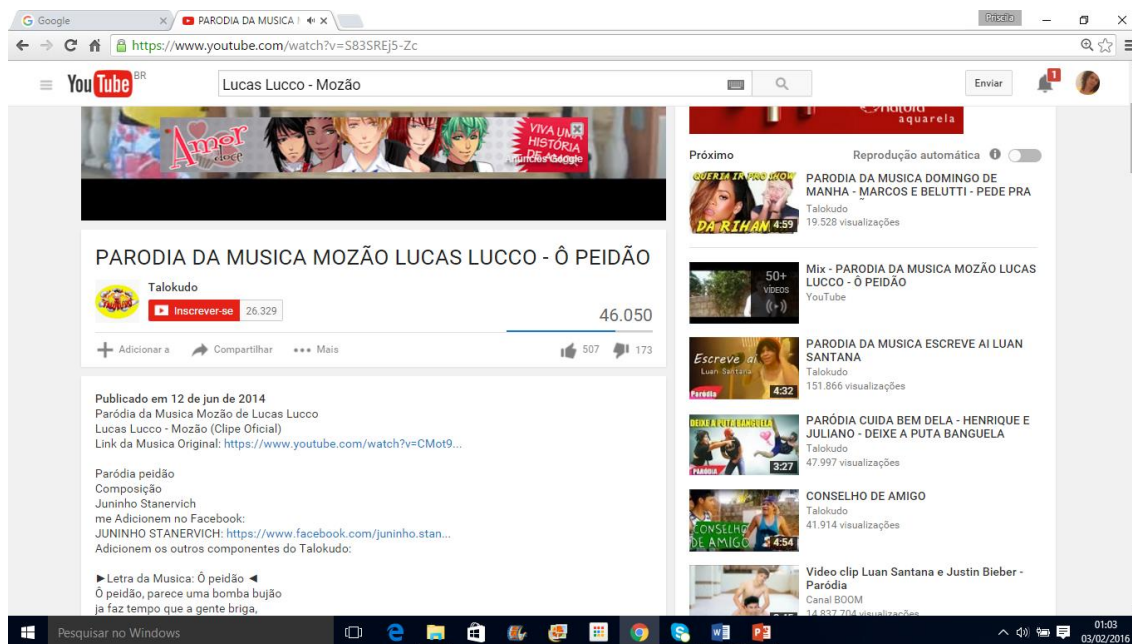
O Aluno Funkeiro... Nando Moura 285.557 visualizações 6:16

Kéfera e "Youtubers Teens" - Análise da Inocuidade. Nando Moura 408.407 visualizações 7:45

Pesquisar no Windows | 00:56 03/02/2016

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=_GAosfSfQZA

Evidências da prática: Metadados “Moção” “Lucas Lucco”; Links apontando para o Canal; divulgação de produto



Google | PARODIA DA MUSICA

https://www.youtube.com/watch?v=S83SREj5-Zc

YouTube BR | Lucas Lucco - Moção

Talokudo

Inscrição 26.329

46.050

507 173

Publicado em 12 de jun de 2014

Paródia da Musica Moção de Lucas Lucco

Lucas Lucco - Moção (Clipe Oficial)

Link da Musica Original: <https://www.youtube.com/watch?v=CMot9...>

Paródia peidão

Composição Juninho Stanervich

me Adicionem no Facebook: JUNINHO STANERVICH: <https://www.facebook.com/juninho.stan...>

Adicionem os outros componentes do Talokudo:

▶ Letra da Musica: Ô peidão ◀
Ô peidão, parece uma bomba bujão
ja faz tempo que a gente briga,

Próximo Reprodução automática

QUERIA TÁ PRA MOI... PARODIA DA MUSICA DOMINGO DE MANHA - MARCOS E BELUTTI - PEDE PRA DA RIAN 19.528 visualizações 4:59

50+ vídeos (+)

Mix - PARODIA DA MUSICA MOZÃO LUCAS LUCCO - Ô PEIDÃO YouTube

Escreva a Luan Santana PARODIA DA MUSICA ESCREVA AI LUAN SANTANA Talokudo 151.866 visualizações 4:32

QUEBRI QUE BELUTTI... PARÓDIA CUIDA BEM DELA - HENRIQUE E JULIANO - DEIXE A PUTA BANGUELA Talokudo 47.997 visualizações 3:27

CONSELHO DE AMIGO Talokudo 41.914 visualizações 4:54

Video clip Luan Santana e Justin Bieber - Paródia Canal 900M 14.937.204 visualizações

Pesquisar no Windows | 01:03 03/02/2016

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=S83SREj5-Zc>

Evidências: Sugestão de Canal

The screenshot shows a YouTube video player for 'Lucas Lucco - Moção Alvin e os Esquilos 2'. The video has 205,390 views and was published on March 3, 2014. The description includes a call to action for channel subscriptions and a request for comments. The right sidebar features several recommended videos, including 'Mix - Lucas Lucco Moção Alvin e os Esquilos 2', 'Quanto eu ganho com o Blog e Youtube \$\$', 'Dança Kuduro (Alvin e os Esquilos - Latino e Daddy kall)', 'Te Esperando - Alvin e os esquilos cantando - Te Esperando - Luan Santana', 'Legendarios - Lucas Lucco leva a plateia ao delirio com o sucesso Moção - HD (480)', and 'Chiquititas - Cara de Pau (Alvin e os Esquilos com Esquiletes)'. The Windows taskbar at the bottom shows the date as 03/02/2016.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=5R65QujQkgw>

Prática Spammer - Campo Conteúdo

Evidências: Anotações no conteúdo do vídeo apontando para outros vídeos produzidos pelo usuário

The screenshot shows a YouTube video player for 'Mozão - Lucas Lucco (Gabi Luthai cover)'. The video has 1,607,527 views and was published by Gabi Luthai. The video player includes social media links for Facebook and Instagram. The right sidebar features several recommended videos, including 'Luan Santana - Tudo Que Você Quiser (Gabi Luthai cover)', 'Mix - Moção - Lucas Lucco (Gabi Luthai cover)', 'MC GUI - O bonde passou (Gabi Luthai cover)', 'Cobertor - Anitta feat. Projota (Gabi Luthai e Whindersson cover)', 'Guerra Fria - Sorriso Maroto Part. Jorge e Mateus (cover Gabi Luthai)', and 'Domingo de Manhã - Marcos e Belutti (Gabi Luthai cover)'. The Windows taskbar at the bottom shows the date as 03/02/2016.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=TVud8OOSqyA>

Evidências: Enquadramento

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=whhCpwWu3L4>

Evidências: Anotações no conteúdo do vídeo apontando para o Canal

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=S83SREj5-Zc>

Prática Spammer - Campo Tags

Metadados: “Mozão” “Lucas Lucco”

The screenshot shows a YouTube video player for the song "Mozão" by Lucas Lucco. The video is monetized by enerpmweb_affiliate, with an estimated earnings of \$236.76. It has 47 million views, 326,070 subscribers, and 628 videos. The video has 245,985 views, 13,877 likes, and 891 comments. The YouTube tags are "Mozão (Canonical Version)", "Lucas Lucco (Musical Artist)", and "Music (TV Genre)". The video was published on January 6, 2015. The channel is Nando Moura, with 47 million views, 326,070 subscribers, and 628 videos. The video has 245,985 views, 13,877 likes, and 891 comments. The video is monetized by enerpmweb_affiliate, with an estimated earnings of \$236.76. It has 47 million views, 326,070 subscribers, and 628 videos. The video has 245,985 views, 13,877 likes, and 891 comments.

Fonte: [https://www.youtube.com/watch?v= GAosfSfQZA](https://www.youtube.com/watch?v=GAosfSfQZA)

The screenshot shows a YouTube video player for the song "Mozão - Lucas Lucco (Gabi Luthai cover)". The video is monetized by Fullscreen, with an estimated earnings of \$1,547.33. It has 4 million views, 57,330 subscribers, and 151 videos. The video has 1,607,612 views, 37,534 likes, and 1,113 comments. The YouTube tags are "mozao", "lucas lucco", "lucco", "clipe", "oficial", "cover", "gabi luthai", "momozin", "luthai", and "mozão". The video was published on January 28, 2014. The channel is Gabi Luthai, with 4 million views, 57,330 subscribers, and 151 videos. The video has 1,607,612 views, 37,534 likes, and 1,113 comments.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=TVud8OOSqyA>

PARODIA DA MUSICA MOZÃO LUCAS LUCCO - Ô PEIDÃO

Talokudo 731k views / month 3,510 subscribers / month 206 Videos

46.092

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

TALOKUDO TA LOKUDO HUMOR KEKE ISSO NA TV AULAS DA IRENE whindersorrunes Lucas Lucco Moção Clip

Famous o moção ja faz tempo que a gente briga sinto falta de você quando esta a que o mozzim vamos fazer assim eu cuida de você você cuida de mim

Heartbeat tags by others No tag found

My Heartbeat tags Click here to learn more

enter your tag

Publicado em 12 de Jan de 2014

Monetized by BroadbandTV \$44.36 estimated earnings 6 Facebook like 13 Google +1

PARODIA DA MUSICA ESCREVE AI LUAN SANTANA Talokudo 132.051 visualizações • 133 comentários

PARÓDIA CUIDA BEM DELA - HENRIQUE E JULIANO - DOXE A PUTA BANHUELA Talokudo 48.030 visualizações • 38 comentários

CONSELHO DE AMIGO Talokudo 41.951 visualizações • 51 comentários

Vídeo clip Luan Santana e Justin Bieber - Paródia Carol BOOM 14.845.638 visualizações • 14.176 comentários

Paródia Luan Santana - Te esperando JOHNY POORITAS 1.067.112 visualizações • 1.024 comentários

Quanto eu ganho com o Blog e Youtube \$5 Ana Lídia Lopes Recomendado • 517 comentários

CDRNÃO 1 | Paródia Moção | Lucas Lucco Everson Zoo 427.470 visualizações • 1.414 comentários

AIÔ VÔ, TÔ REPROVADO (OFICIAL) paródia da música ALÔ VÔ, TÔ ESTOURADO Andre Rodrigues 241.006 visualizações • 171 comentários

Como faz pro cabelo crescer mais rápido? Ana Lídia Lopes Recomendado • 258 comentários

VIDA DE PORRE | Paródia Tudo que você

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=S83SREj5-Zc>

Lucas Lucco Moção Alvin e os Esquilos 2

Mr Alvin e os Esquilos 2 142k views / month 450 subscribers / month 15 Videos

205.481

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

Lucas Lucco Moção Lucco Moção Lucas Lucco Moção Alvin e os Esquilos Alvin e os Esquilos Alvin e os Esquilos 2

Música moção alvin e os esquilos cantando alvin esquilos esquilotes como cantar cantar música música

Heartbeat tags by others No tag found

My Heartbeat tags Click here to learn more

enter your tag

Publicado em 3 de mar de 2014

Olá galera do youtube!
Este canal foi criado com muito carinho e carinho para vocês criarem mais e há de melhorar as músicas cantadas por ALVIN E OS ESQUILOS 2!

Monetized by SonyBMG \$197.78 estimated earnings 151 Facebook like 23 Google +1

Legendários - Lucas Lucco leva a plateia ao delírio com o sucesso Moção - HD (480) URNada 60.116 visualizações • 3 comentários

Dança Kuduro (Alvin e os Esquilos - Latino e Daddy kall) Mathias de Melo 3.067.925 visualizações • 785 comentários

Te Esperando Alvin e os esquilos cantando - Te Esperando - Luan Santana Uilian Piter 535.992 visualizações • 86 comentários

Lucas Lucco - Princesinha na voz de 'Alvin e os Esquilos' Lucas Doni 72.932 visualizações • 34 comentários

Alvin e os esquilos - Faz o Passinho do Romano Uilian Piter 1.658.314 visualizações • 228 comentários

Chiquititas - Cara de Pau (Alvin e os Esquilos com Esquilotes) Lena Gabi 1.559.066 visualizações • 335 comentários

'Tudo Que Você Quiser' - 'Luan Santana' na voz de Alvin e os Esquilos. Lucas Doni 217.391 visualizações • 54 comentários

Alvin e os Esquilos - Lucas Lucco - 11 Vidas [Cover] Uilian Piter 87.700 visualizações • 52 comentários

Shakira - La La La (Alvin e os Esquilotes) Alvin e os Esquilos 1.502.356 visualizações • 213 comentários

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=5R65QuiQkgw>

Monetized by SonyBMG \$39.49 estimated earnings 59 Facebook like 5 Google +1

Lucas Lucco - Moção - Alvin e os esquilos

AlvinBrasilim 58k views / month 150 subscribers / month 43 Videos

41.031

Adicionar Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed 309 10

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

Lucas Lucco Alvin e os esquilos Moção mozao momozin eu cuida de você Lucas Lucco Moção Lucas Lucco Mozao

Heartbeat tags by others No tag found

My Heartbeat tags Click here to learn more

enter your tag

Publicado em 14 de fev de 2014

Categoria Música Licença Licença padrão do YouTube

MOSTRAR MAIS

TODOS OS COMENTÁRIOS (14) SEARCH COMMENTS PICK A WINNER

Adicionar um comentário público...

oe Esquilos Lucas Doni 72.952 visualizações • 34 comments

alvin e os esquilos cantando a musica camaro amarelo de munhoz e mariano roaine mello 1.626.485 visualizações • 286 comments

'Tudo Que Você Quiser' - 'Luan Santana' na voz de Alvin e os Esquilos. Lucas Doni 217.931 visualizações • 54 comments

Lucas Lucco - Moção tobymanzoni 1.166.765 visualizações • 426 comments

Lucas Lucco Moção- animado Melodia animada 58.336 visualizações • 27 comments

Te Esperando Alvin e os esquilos cantando - Te Esperando - Luan Santana Uilian Piter 335.992 visualizações • 86 comments

Fernando & Sorocaba - Gaveta na voz de Alvin e os Esquilos. Lucas Doni 24.226 visualizações • 3 comments

Alvin e os Esquilos Cantando Chiquititas (Vira-Vira) De Tudo Um Pouco 834.417 visualizações • 116 comments

Músicas que você já ouviu mas não sabe o nome Canal do Fatov 7.299 visualizações • 2.026 comments

Como faz pro cabelo crescer mais rápido?

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=4OJQjmrU3rI>

Monetized by Paramaker_Affiliate \$311.21 estimated earnings 38 Facebook like 68 Google +1

BUSÃO || Paródia Moção || Não Famoso

O Não Famoso 1m views / month 14,130 subscribers / month 220 Videos

323.340

Adicionar Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed 11.562 257

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

busão moção não famoso paródia lucas lucco onafamoso Humor

Heartbeat tags by others No tag found

My Heartbeat tags Click here to learn more

enter your tag

Publicado em 28 de mar de 2014

KANU: <http://kanu.me/1UNc49k>

Não famosos, clicando no link vocês ganham 10% de desconto em TODO site e ainda ajudam o canal. =)

Aproveita lá galera!

MOSTRAR MAIS

TODOS OS COMENTÁRIOS (550) SEARCH COMMENTS PICK A WINNER

TATU DO BEM || Paródia We Are The World O Não Famoso 104.579 visualizações • 590 comments

NA LINHA DO TEMPO DO FACE || PARÓDIA VICTOR E LEO O Não Famoso 290.633 visualizações • 635 comments

PARÓDIAS O Não Famoso

ESSE CARA SOU EU DEPOIS DO CASAMENTO CARLOS HENRIQUE 2.179.950 visualizações • 508 comments

PARÓDIA LEPO LEPO - Psirico || ERA UM TRAVECO || Não Famoso O Não Famoso 866.203 visualizações • 1.211 comments

NOVO HINO DO BRASIL || Não Famoso O Não Famoso 460.997 visualizações • 1.462 comments

PARÓDIA WIGGLE || Jason Derulo 'Wiggle' feat. Snoop Dogg O Não Famoso 190.988 visualizações • 369 comments

SUPER MÁRIO WORLD PARÓDIA | Não Famoso O Não Famoso 215.238 visualizações • 676 comments

MAMONAS ASSASSINAS || Paródia || Não Famoso O Não Famoso 107.843 visualizações • 278 comments

Paródia Luan Santana - Te esperando

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=xRVYUcrxncA>

Monetized by Mitu \$1,061.47 estimated earnings 0 Facebook like 37 Google +1

Mozão - Lucas Lucco (aula de violão)

Cifra Club 345,261 views / month 82,530 subscribers / month 2,587 Videos
 Inacrevável 2,668,445

1.102.830

Adicionar Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed 5.353 126

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

cifra club how to play como tocar como tocar violão cifra club video aula cifraclub lesson tutorial
 Guitare Leçon de guitare accords de la guitare Comment jouer la guitare Guitare électrique Comment lire tablature guitarra
 como guitarra acustica electrica tutorial de guitarra Lucas Lucco Mozão música bateria balco cifras de musicas
 video aulas estilos de musica cifras club

Heartbeat tags by others
 No tag found

My Heartbeat tags Click here to learn more
 enter your tag

Publicado em 11 de fev de 2014
 Cifra, tab e aula com divisão em capítulos em <http://cifraclub.tv/v1942>

Taskbar: Iniciar, Cadastro - Google C..., Cadastro - Google C..., Mozão - Lucas Lucco..., Windows Explorer, PES:GB, Sofici - Bloco de notas, Documentos1 - Micro..., PT, 11:00

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=R0CcxgTo_4

Monetized by SonyBMG \$58.60 estimated earnings 72 Facebook like 67 Google +1

Mozão ILUSTRADO - Lucas Lucco (Draw my music) em mangá

Canal CartoonsTube 13k views / month 120 subscribers / month 42 Videos
 Inacrevável 3,385

60.878

Adicionar Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed 1.071 12

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

Lucas Lucco Mozão Music (Industry) draw my life music draw my life draw my music desenhando minha
 lucas lucco cancer mangá

Heartbeat tags by others
 No tag found

My Heartbeat tags Click here to learn more
 enter your tag

Publicado em 27 de mai de 2014
 Facebook: www.facebook.com/cartoonstube

Todo dia é dia de olhar nos olhos da pessoa em que vc ama e dizer o que você sente, é respeitar, cuidar e ter carinho. Então se você ainda não

MOSTRAR MAIS

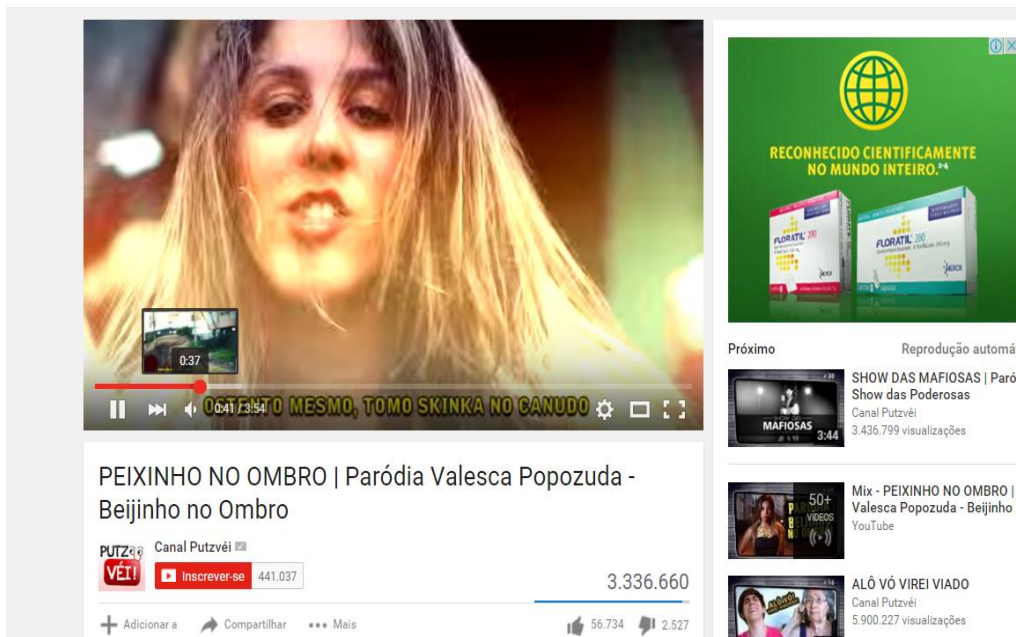
Taskbar: Iniciar, Cadastro - Google C..., Cadastro - Google C..., Mozão ILUSTRADO - ..., Windows Explorer, PES:GB, Sofici - Bloco de notas, Documentos1 - Micro..., PT, 11:01

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=04aE8Jguk5A>

Categoria Música

Hit 3: Valesca Popozuda – Beijinho no ombro

Prática Spammer - Campo Título
Metadados: “Valesca Popozuda” “Beijinho no ombro”



PEIXINHO NO OMBRO | Paródia Valesca Popozuda - Beijinho no Ombro

Canal Putzvéi

Inscrever-se 441.037

3.336.660

+ Adicionar a Compartilhar Mais

56.734 2.527

Próximo Reprodução automática

SHOW DAS MAFIOSAS | Paródia Show das Poderosas
Canal Putzvéi
3.436.799 visualizações

Mix - PEIXINHO NO OMBRO | Paródia Valesca Popozuda - Beijinho no Ombro
YouTube

ALÔ VÓ VIREI VIADO
Canal Putzvéi
5.900.227 visualizações

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=xCmZdwQuBp8>



Valesca Popozuda - Beijinho no ombro - Juliana Donato (coreografia original)

DonatoJu

Inscrever-se 24.348

210.620

+ Adicionar a Compartilhar Mais

1.818 58

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=PStzH9DcR6A>

Google Entrada (13.618) - priscila: x Valesca Popozuda - Be...

https://www.youtube.com/watch?v=CqtaTcjZmbU

YouTube BR beijinho no ombro de valesca popozuda

Valesca Popozuda - Beijinho no Ombro (Versão Habbo)

As Divas Pixeladas Inscrever-se 5.456 92.300

Adicionar a Compartilhar Mais 699 137

Próximo Reprodução automática

- Jessie J, Ariana Grande, Nicki Minaj - Bang Bang [Versão Habbo] As Divas Pixeladas (Jessie J, Ariana Grande, Nicki Minaj - Bang Bang [Versão Habbo]) 35.337 visualizações
- Mix - Valesca Popozuda - Beijinho no Ombro (Versão Habbo) YouTube 50+ vídeos
- Criminal versão habbo Versão Habbo - [Oficial-Vivitor] Vivitor Pixels 1.437.142 visualizações
- Beijinho no ombro habbo Jesiel Romano 19.860 visualizações
- Esquiletes-Beijinho no Ombro De Tudo Um Pouco Kie Habbo 3.078.239 visualizações
- Ta Vivo - Luan Santana - Habbo Hotel @ Kie Habbo 87.540 visualizações

00:33 03/02/2016

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=CqtaTcjZmbU>

Google Dilma canta "Beijinho no Ombro" x

https://www.youtube.com/watch?v=QUbGWEK38kY

YouTube BR beijinho no ombro de valesca popozuda

Dilma canta "Beijinho no Ombro - Valesca Popozuda" - CQC 17/03/2014

Matheus Ramalho Inscrever-se 77 62.342

Adicionar a Compartilhar Mais 451 35

Próximo Reprodução automática

- Dilma cantando "Estou indo embora" kkkk Marçal Salvador 1.316.635 visualizações
- DILMA CANTANDO LEPO LEPO Bem louco 247.177 visualizações
- DILMA ROUSSEFF CANTA #7 - PORQUE HOMEM NÃO CHORA (PABLO) Gui Toledo 1.222.600 visualizações
- DILMA ROUSSEFF CANTA #6 - ELA É TOP Ft. LULA Gui Toledo 647.824 visualizações
- Toda Forma de Amor - Lulu Santos Fernando Pinto Recomendado
- agora e tarde Dilma manda beijinho no ombro para Valesca Popozuda 27 03 2014 MIRCMIRC RIPPER 65.230 visualizações

00:38 03/02/2016

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=QUbGWEK38kY>

Google x DILMA CANTA BEIJINHO x

https://www.youtube.com/watch?v=5jG0Ec6oqFU

YouTube BR beijinho no ombro de valesca popozuda

Reprodução automática

DILMA CANTA BEIJINHO NO OMBRO ! - CQC HD
Eder Araújo
1.029.873

Adicionar a Compartilhar Mais

9.038 772

Próximo

- DILMA CANTANDO LEPO LEPO Bem louco 247.177 visualizações 1:05
- Mix - DILMA CANTA BEIJINHO NO OMBRO ! - CQC HD YouTube 50+ vídeos
- Menina canta mal e apanha da mãe Acontecem Coisas 16.370.043 visualizações 1:22
- DILMA ROUSSEFF CANTA #6 - ELA É TOP Ft. LULA Gui Toledo 547.824 visualizações 1:23
- Dilma cantando Estou indo embora kkkk Marçal Salvador 1.316.635 visualizações 2:10
- DILMA SE DESPEDE DE CHAVES - PRONUNCIAMENTO OFICIAL Gui Toledo 567.191 visualizações 2:21

Pesquisar no Windows 00:39 03/02/2016

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=5jG0Ec6oqFU>

Google x Valesca popozuda - Bei x

https://www.youtube.com/watch?v=WAUz99uEz4g

YouTube BR beijinho no ombro de valesca popozuda

Reprodução automática

Valesca popozuda - Beijinho no Ombro - Versão Minimundos (Official)
Tomazrefri
21.833

Adicionar a Compartilhar Mais

7.964 243 41

Próximo

- Demi Lovato - Heart Attack (Versão Minimundos) Mini Clips 6.684 visualizações 1:19
- Versões Minimundos Tomazrefri 28 vídeos
- Camilla Uckers - Quem Nasceu Piriga - Versão Minimundos (Official) Tomazrefri 33.377 visualizações 1:47
- 5 COISAS IRRITANTES NO MINIMUNDOS (Official) Tomazrefri 47.223 visualizações 3:02
- Anitta Show das Poderosas - MiniOscar Ana Minimundos 13.037 visualizações 1:34
- Paródia - Não pego ninguém || Mini Oscar 2ª Edição || Matheus Ferracioli 28.981 visualizações 2:51

Pesquisar no Windows 00:41 03/02/2016

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=WAUz99uEz4g>

Prática Spammer - Campo Descrição
Metadados: “Valesca Popozuda” “Beijinho no ombro”

Evidências: Links pontando para outros vídeos do Canal

Esquiletes-Beijinho no Ombro

De Tudo Um Pouco
Inscrever-se 5.821

3.080.056

+ Adicionar a Compartilhar Mais 15.748 1.555

Publicado em 22 de mar de 2014
SE INSCREVA NO CANAL PARA VER MAIS VÍDEOS!!!!

Alvin e Os Esquilos-Cantando Chiquititas 2014
<https://www.youtube.com/watch?v=93-9-...>

Clip Chiquititas-Amigas
<https://www.youtube.com/watch?v=-wZ6Z...>

Dançando chiquititas 2014
<https://www.youtube.com/watch?v=2-DUX...>

minions cantando Gustavo Lima
<https://www.youtube.com/watch?v=PKDH4...>

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=xCmZdwQuBp8>

Evidências: Links externos apontando para outros perfis do usuário

Valesca Popozuda e As Esquiletes - Beijinho no Ombro

RuanSouza
Inscrever-se 1.820

1.227.013

+ Adicionar a Compartilhar Mais 5.176 518

Publicado em 25 de ago de 2013
Face <http://www.facebook.com/juansouza17>
Skype : ruan.souzza

Quem gostaram da musica abaixem pelo 4shared ai em baixo
download : <http://www.4shared.com/mp3/peZPwmwm/V...>

Categoria Música
Licença Licença padrão do YouTube

MOSTRAR MENOS

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=l7uxgMhbd7s>

Prática Spammer - Campo Conteúdo
Metadados: “Valesca Popozuda” “Beijinho no ombro”

Evidências: Anotações no conteúdo do vídeo com links apontando para o Canal.



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=vQr4Vl4U4sg>

Prática Spammer - Campo Tags
Metadados: “Valesca Popozuda” “Beijinho no ombro”

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=vQr4Vl4U4sg>

The screenshot shows a YouTube video player for the video "Esqueletos-Estirno no Om". The video title is "Esqueletos-Estirno no Om" and the channel is "beijinho no ombro". The video has 46,639,726 views and 14,625 comments. The video description includes the text "Publicado em 22 de mar de 2014 SE INSCREVA NO CANAL PARA VER MAIS VÍDEOS!!! Ahin e Os Esqueletos-Cantando Chiquititas 2014". The video tags include "Beijinho", "The Chipmunks (Musical Group)", "Funk", "Valesca Popozada (Person)", "esqueletos", "beijinho no ombro", "ombro", "Sistema Brasileiro De Televisão (Organization)", "capitulos", "clip", "chiquititas", "musicas chiquititas", "Beijinho No Ombro", "The Chipmunks (Composer)", "Sistema Brasileiro De Televisão (TV Network)", "Chiquititas (TV Program)", "chiquititas", "Funk (Musical Genre)", "parodia", "desafios", "youtubers", "tag", "vlog", "comédia", "humor", "facebook", "viral", "parafemalha", "porta dos fundos". The video is published on March 22, 2014. The video is monetized directly by YouTube, with an estimated earnings of \$43.33. The video has 262 likes and 25 dislikes. The video is published on January 11, 2014. The video is a parody of the film 'A queda' (sem tanto palavrão).

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=XHgY3g-NWDo>

Metadados: "Valesca"

The screenshot shows a YouTube video player for the video "Hitler e o Beijinho no ombro de Valesca - Paródia". The video title is "Hitler e o Beijinho no ombro de Valesca - Paródia" and the channel is "msrjh3". The video has 85k views / month, 120 subscribers / month, and 29 Videos. The video has 45,020 views and 252 likes. The video tags include "Valesca", "clipe", "game of thrones", "lady gaga", "paródia", "funk", "ms catra", "hitler", "parody", "besteiral", "gay", "alejandra", "bad romance", "beijinho no ombro". The video is published on January 11, 2014. The video is a parody of the film 'A queda' (sem tanto palavrão).

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=iZvAViGeQA0>

Monetized by sbt \$527.97 estimated earnings 15 Facebook like 24 Google +1

Rachel Sheherazade canta "Beijinho no Ombro"

The Noite com Danilo Gentili 17m views / month 188,150 subscribers / month 2,421 Videos

Incrível-se 1.272.312

548.536

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed 5.661 483

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

sbt brasil | rachel Sheherazade canta beijinho no ombro | Sheherazade | beijinho no ombro | sbt | the noite com danilo gentili | rachel | beijinho no ombro rachel Sheherazade | rachel Sheherazade | danilo gentili | de noite | gentili

Heartbeat tags by others
No tag found

My Heartbeat tags Click here to learn more
enter your tag

Publicado em 13 de mar de 2014
Ninguém sabia que a jornalista Rachel Sheherazade curtia um batidão (nem ela), até Danilo Gentili mostrar este vídeo comprovando. Veja mais em <http://www.sbt.com.br/thenoite/>

MOSTRAR MAIS

Taskbar: Iniciar, Pimpão (vibe an...), TÔ SEM SINAL D..., Rachel Shehera..., Meu computador, Livro de notas, PESQUISAR, Pimpão - Bloq..., Documento2 - M..., PT, 10:11

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=AN_SQ2UTZFA

Monetized by ONErpm \$131.59 estimated earnings 0 Facebook like 10 Google +1

Beijinho no ombro! (Versão Habbo)

RodrigoLapy 189k views / month 1,740 subscribers / month 91 Videos

Incrível-se 34.197

136.712

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed 1.104 133

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

habbo | habbo | valesca popozuda | gaiola das popozudas | funk | habbo hotel | versão habbo | clipe habbo | clipe | versão | habbid | vagalume | pixel art | anitta | jogos | musica | paródia | gouzu | principe | habbo idiotas | zoando no habbo | oficial | vevo | staff | habbolella | habblet | habbinfo | como | tutorial | upador

Heartbeat tags by others
No tag found

My Heartbeat tags Click here to learn more
enter your tag

Publicado em 8 de jan de 2014
Habbo: RodrigoLapy (<http://www.habbo.com.br/home/RodrigoLapy>)
Siga-me no Twitter: @RodrigoLapy (<http://twitter.com/RodrigoLapy>)
LEIA A DESCRIÇÃO:

MOSTRAR MAIS

Taskbar: Iniciar, Pimpão (vibe an...), TÔ SEM SINAL D..., Beijinho no omb..., Meu computador, Livro de notas, PESQUISAR, Pimpão - Bloq..., Documento2 - M..., PT, 10:11

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=A9kjkbr2n2U>

The screenshot shows a YouTube video player for the video 'Dilma - Beijinho no Ombro - Agora é tarde' by the channel 'portalaterai'. The video has 139,342 views and was published on April 9, 2014. The channel has 1,740 subscribers and 12 videos. The video description includes the text 'Versão dilmeto da musica beijinho no ombro'. The YouTube tags are 'dilma', 'beijinho no ombro', 'versão', 'dilma bolada', 'Agora É Tarde (TV Program)', and 'Beijinho'. The video is not monetized and has 828 likes and 76 dislikes. The right sidebar shows several recommended videos, including 'Dilma Falando Sobre bullying', 'Imitador de Dilma - Gustavo Mendes - Stand Up', and 'Dilma você é homossexual? Eu não vou responder!'. The Windows taskbar at the bottom shows various open applications like Firefox, Signal, and a computer monitor.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=0Q0cMdpEki>

The screenshot shows a YouTube video player for the video 'Dilma desfila ao som de Beijinho no Ombro em Brasília - 7 de Setembro de ...' by the channel 'Dilma Bolada'. The video has 291,607 views and was published on September 7, 2014. The channel has 29k views and 7 videos. The video description includes the text 'Assim como fez no ano passado no desfile cívico militar em Brasília, a banda do Exército resolveu homenagear a Presidenta tocando o hit'. The YouTube tags are 'Brasília (Administrative Division)', 'Dilma Rousseff (Politician)', 'Dilma Bolada', and 'Beijinho no Ombro'. The video is not monetized and has 1,938 likes and 441 dislikes. The right sidebar shows several recommended videos, including 'Desfile de 7 de setembro comemora 192 anos de Independência do país', 'Como faz pro cabelo crescer mais rápido?', and 'Músicas que você já ouviu mas não sabe o nome'. The Windows taskbar at the bottom shows various open applications like Firefox, Signal, and a computer monitor.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=rkn6ckkBMXo>

Monetized by **Gui Toledo** \$919.73 estimated earnings 331 Facebook like 111 Google +1

DILMA ROUSSEFF CANTA #5 - BEJINHO NO OMBRO

Gui Toledo 480k views / month 660 subscribers / month 110 Vídeos

955.561

16.232 461

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

valeska popozuda recalque recalçada keep calm bolada cqc psírico lecoleco leco leco carnaval 2014 verão hit dilma rouseff canta show das poderosas poderosas mpl passeatas anitta barack:sdubs miúdo gui toledo bruno felix dúka7 luciano andrade braian Rizzo Evel Nogueira autotune pelé apoiar a seleção narrando o clipe aponta pro céu o brioco piradinha amora e vida gabriel valim gabriel valim tema valdirene dilma bolada facebook fanpage Youtube sucesso Hermes

Heartbeat tags by others
No tag found

My Heartbeat tags [Click here to learn more](#)

enter your tag

Publicado em 17 de mar de 2014
Compartilhe no Facebook: <http://goo.gl/6WtpzQ>
Esse vídeo é uma produção DUKA7. <http://goo.gl/60CJA>
Em parceria com a página Dilma Bolada: <https://www.facebook.com/DilmaBolada>

Recommended videos:

- DILMA ROUSSEFF CANTA #5 - BEJINHO NO OMBRO (955.561 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #4 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #3 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #2 - PIRADINHA (1.005.666 views)
- Dilma - Bejinho no Ombro - Agora é tarde portalateral (1.005.666 views)
- Dilma canta Shakira (LaLaLa - Encerramento da Copa 2014) ft. Lula (260.052 views)
- Journalista perde a paciência e humilha defensor de Dilma ao vivo (2.302.447 views)
- Como faz pro cabelo crescer mais rápido? (7.297 views)
- Gustavo Mendes | Presidente Dilma (568.202 views)
- Agora é Tarde 28/03/14 completo HD - Pânico (Emílio, Carioca e Edu) (752.235 views)
- A PRESIDENTA | Paródia ANACONDA - NICKI MINAJ (6.875.058 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #1 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #6 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #7 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #8 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #9 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #10 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #11 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #12 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #13 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #14 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #15 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #16 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #17 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #18 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #19 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #20 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #21 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #22 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #23 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #24 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #25 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #26 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #27 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #28 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #29 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #30 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #31 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #32 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #33 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #34 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #35 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #36 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #37 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #38 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #39 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #40 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #41 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #42 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #43 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #44 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #45 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #46 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #47 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #48 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #49 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #50 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #51 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #52 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #53 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #54 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #55 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #56 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #57 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #58 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #59 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #60 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #61 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #62 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #63 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #64 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #65 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #66 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #67 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #68 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #69 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #70 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #71 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #72 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #73 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #74 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #75 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #76 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #77 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #78 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #79 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #80 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #81 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #82 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #83 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #84 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #85 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #86 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #87 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #88 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #89 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #90 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #91 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #92 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #93 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #94 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #95 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #96 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #97 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #98 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #99 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)
- DILMA ROUSSEFF CANTA #100 - BOLA DA DILMA (1.005.666 views)

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=k_rKxFiuGis

Categoria Filmes e Desenhos

Hit 5: Der Untergang – As últimas horas de Hitler (cena original)

Prática Spammer - Campo Tags
Metadados: “Hitler”; “A Queda”; “Reação Hitler”

The screenshot shows a YouTube video player interface. The video title is "Reação de Hitler, sobre a derrota do Brasil para Alemanha por 7x1". The channel name is "Caiu Na Rede" with 1,194 subscribers. The video has 136,961 views and 55 comments. The YouTube tags section is highlighted, showing tags: Adolf Hitler (Military Commander), Germany, World, Reação de Hitler, sobre a derrota do Brasil para Alemanha por 7x1, Hitler, brasil e alemanha, alemanha, gols, 7 gols, vitória derrota, copa do mundo no brasil, copa, futebol. The video description mentions it was published on July 9, 2014. The right sidebar shows a list of related videos, including "Reação de Hitler à Declaração de Ronaldo Sobre Copa do Mundo" and "Brasil 1 x 7 Alemanha (EM ALTA DEFINIÇÃO) - VEJA OS MELHORES MOMENTOS".

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=kxxww7L7HSY>

The screenshot shows a YouTube video player interface. The video title is "Reação de Hitler à Declaração de Ronaldo Sobre Copa do Mundo". The channel name is "Miguel de Oliveira Ataíde" with 120 subscribers. The video has 139,251 views and 29 comments. The YouTube tags section is highlighted, showing tags: Reação, Hitler, Ronaldo, Copa do Mundo, 2014, Hospitais, Paródia. The video description mentions it was published on October 8, 2013. The right sidebar shows a list of related videos, including "Hitler assiste os 7 gols da Alemanha sobre o Brasil" and "Reação de Hitler ao descobrir que o PS4 vai custar R\$ 4 mil".

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=QxYkRNxm8FY>

Prática Spammer - Campo Título
Metadados: "Hitler"; "Reação Hitler"

Reação de Hitler, sobre a derrota do Brasil para Alemanha por 7x1

Caiu Na Rede

Inscrever-se 1.212

139.095

Próximo

Reprodução automática

Reação de Hitler à Declaração de Ronaldo Sobre Copa do Mundo Miguel de Oliveira Ataíde 140.604 visualizações

domingo espetacular investiga se Hitler viveu e morreu no Brasil João da Fildadora cma 155.155 visualizações

ESTOCAR VENTO? Hitler sobre o estoque de Vento da Dilma Netto Canal

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=kxxww7L7HSY>

Reação de Hitler à Declaração de Ronaldo Sobre Copa do Mundo

Miguel de Oliveira Ataíde

Inscrever-se 107

140.681

Próximo

Reprodução automática

FIFA 14 Hitler assiste os 7 gols da Alemanha sobre o Brasil msrjh3 72.013 visualizações

Hitler enfrenta Edir Macedo e a Igreja Universal humorcaustico 271.346 visualizações

Reunião do Partido dos Trabalhadores versão Hitler Pedro Dias 26.596 visualizações

Reação do Hitler com nova música do Latino Despedida de Solteiro - Paródia adolf hitle 180.556 visualizações

Reação de Hitler ao descobrir que o PS4 vai custar R\$ 4 mil João Vitor Firmino 231.393 visualizações

Ratinho - Apresentador comenta declaração de Ronaldo sobre a Copa do Mundo

<https://www.youtube.com/watch?v=QxYkRNxm8FY>

YouTube BR

reação de hitler as manifestações

https://www.youtube.com/watch?v=39YYhKaQYQ

Reprodução automática

Próximo

Reação de Hitler ao descobrir que o PS4 vai custar R\$ 4 mil
João Vitor Firmino
231.393 visualizações

A Queda - As últimas horas de Hitler - Filme Completo e Dublado
Wilson Sampaio
206.672 visualizações

Reação do Hitler com nova música do

A reação de Hitler com a revelação do Xbox One

Rayanna Cecilia

Inscrever-se 302

294.217

Adicionar a Compartilhar Mais

6.541 117

Katy Parry.doc Meus olhos juliana.doc Hitler a queda.doc Discurso Barack.doc

Resquisar no Windows

09:56 12/02/2016

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=39YYhKaQYQ>

YouTube BR

reação de hitler

https://www.youtube.com/watch?v=VPnKU1hNBXY

Reprodução automática

Próximo

A reação de Hitler com a revelação do Xbox One
João Vitor Firmino
8.705 visualizações

THRILLER DO IMPEACHAMENT DE DILMA
João Vitor Firmino
1.108 visualizações

UFC 175 Ronda Rousey vs Alexis (Game Play)
João Vitor Firmino
711 visualizações

TUTORIAL DE COMO BAIXAR APLICATIVOS PAGOS GRATIS
ANDROID
João Vitor Firmino
104 visualizações

Hitler Fala sobre derrota do Brasil para Alemanha na Copa
Os Anonimos HD
330.143 visualizações

Reação do Hitler com nova música do Latino Despedida de Solteiro - Paródia

Reação de Hitler ao descobrir que o PS4 vai custar R\$ 4 mil

João Vitor Firmino

Inscrever-se 808

231.546

Adicionar a Compartilhar Mais

Katy Parry.doc Meus olhos juliana.doc Hitler a queda.doc Discurso Barack.doc

Resquisar no Windows

10:17 12/02/2016

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=VPnKU1hNBXY>

Prática Spammer - Campo Conteúdo

Evidências da prática: Anotações direcionando para o site do Canal; Mashup combinando cenas da entrevista do Ronaldo com a cena do filme A Queda; Mashup combinando cenas do clipe da música Despedida de Solteiro do cantor Latino, com montagens do clipe Gangnam Style e cenas de A Queda.

Reação de Hitler à Declaração de Ronaldo Sobre Copa do Mundo

Miguel de Oliveira Ataide

140.681

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=QxYkRNxm8FY>

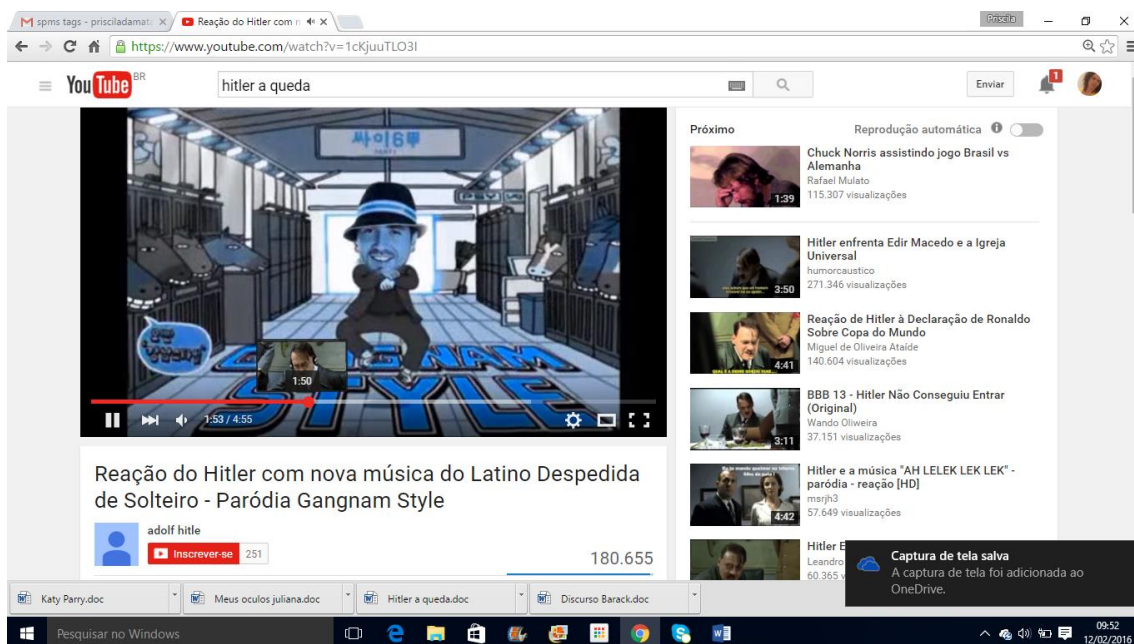
É de um cantor coreano, na qual está fazendo sucesso, já tem milhares de views no youtube!

Reação do Hitler com nova música do Latino Despedida de Solteiro - Paródia Gangnam Style

adolf hitle

180.655

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=1cKjuuTLO3I>



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=1cKjuuTLO3I>



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=YR6mFcfPank>

Prática Spammer - Campo Descrição

Evidências da prática: Links direcionando para outros perfis do spammer; Outras informações sobre o vídeo

YouTube video player interface showing the video "A reação de Hitler com a revelação do Xbox One" by Rayanna Cecilia. The video has 294,217 views and was published on May 23, 2013. The description includes a parody of a video about Hitler and Xbox One, with a link to the creator's channel: <https://www.youtube.com/user/arikajp>. The video is categorized as "Jogos" and has a standard YouTube license.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=39YYyhKaQYQ>

YouTube video player interface showing the video "Hitler e a entrevista de silas Malafaia - Gabi [paródia - HD]" by msrjh3. The video has 146,998 views and was published on February 7, 2013. The description includes a parody of an interview with Silas Malafaia, with links to the full interview: <https://www.youtube.com/watch?v=Myb0y...> and the original film "A queda - as últimas horas de Hitler": <https://www.youtube.com/watch?v=slwnti...>. The video includes a copyright disclaimer under Section 107 of the Copyright Act 1976.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=r5e2hXleCPI>

Categoria Música

Hit 5: Michel Teló – Ai se eu te pego

Prática Spammer - Campo Título
Metadados: “Ai se eu te pego” “Michel Teló”

YouTube interface showing the video player for "Ai Se Eu Te Pego - Michel Teló" by Lucas Alves. The video has 862,858 views and 2,444 likes. The URL is <https://www.youtube.com/watch?v=owawRX9XW4Q>.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=owawRX9XW4Q>

YouTube interface showing the video player for "Michel Teló - Ai se eu te pego (Equipe Marreta Professor Jefin)". The video has 393,802 views and 761 likes. The URL is <https://www.youtube.com/watch?v=MMDIurv6DP4>.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=MMDIurv6DP4>

Michel Teló 2012 Ai Se Eu Te Pego (chipmunks chipettes)

afiq jr

Inscriver-se 47

40.931

Adicionar a Compartilhar Mais

110 21

Próximo Reprodução automática

- Michel Teló - Bara Baré Bere Bere - Chipmunks 193.33vsTV 9.058.084 visualizações 2:36
- Mix - Michel Teló 2012 Ai Se Eu Te Pego (chipmunks chipettes) YouTube 50+ VIDEOS (-) 2:36
- Chipmunks & Chipettes - BAD ROMANCE Music Video Fox Home Ent 51.708.288 visualizações 4:37
- Chipmunks' Gangnam Style HD afasiapex 20.800.504 visualizações 3:46
- The Chipettes - Single Ladies [Put A Ring On It] RHINO 150.568.149 visualizações 3:03
- Ai Se Eu Te Pego - Alvin e os Esquilos Alan Martins Recomendado 2:43

Michel Teló and Neymar - Performance Ai

Pesquisar no Windows 19:47 03/02/2016

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=sX81XeTzhJs>

Gato Cantando Michel Teló - Ai se eu te pego - Em ingles

Rafael Silva

Inscriver-se 62

389.730

Adicionar a Compartilhar Mais

431 33

Próximo Reprodução automática

- Eu quero é peidar.wmv Victor sousa 4.167.564 visualizações 1:16
- Gato Safado SergioLunardi52 1.731.834 visualizações 0:47
- Eu Sou O Gummy Bear - Gummy Bear Song Brazilian Osito Gominola Brazil Som Livre GummyBearIntl 20.692.441 visualizações 2:30
- Ai Se Eu Te Pego - Alvin e os Esquilos Alan Martins Recomendado 2:43
- talking ben and talking tom MegaTiarna 19.877.167 visualizações 9:26
- AI SE EU TE PEGO (Se meu pai te pega) Versão Infantil - Vitoria Gardin - Jaciara MT. fabio gardin 14.597.891 visualizações 2:13

Pesquisar no Windows 19:48 03/02/2016

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=AZoVCYIMczk>

Michel Teló - Ai Se eu te pego

Michel Teló - Ai Se Eu Te Pego - Parodia Maloka

Mc Maloka

Inscrever-se 103.208

908.297

Adicionar a Compartilhar Mais

5.246 211

Próximo Reprodução automática

- Sou Foda - Parodia Maloka
Mc Maloka
585.718 visualizações
3:30
- Mix - Michel Teló - Ai Se Eu Te Pego - Parodia Maloka
YouTube
50+ vídeos
- Eliana - Famosos da Internet: Mc Maloka
SBT Online
331.697 visualizações
11:47
- Exaltamba - Ta vendo aquela lua - Parodia Maloka
Mc Maloka
561.200 visualizações
2:24
- Jorge e Matheus, Parodia - Ai Ja Era - Parodia Maloka
Mc Maloka
296.909 visualizações
2:39
- Gustavo Lima. Balada boa. Parodia - Maloka
Mc Maloka
397.915 visualizações
2:34

Resquisar no Windows

19:49
03/02/2016

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=a2u6DvOHqH4>

Chipmunks : Ai Se Eu Te Pego

Michel Teló - Ai se eu te pego

Chipmunks : Ai Se Eu Te Pego (Michel Teló)

I ♥ Chipmunks

Inscrever-se 1.723

293.336

Adicionar a Compartilhar Mais

418 36

Próximo Reprodução automática

- Alvin et les Chipmunks titanic
momodox59
5.459.676 visualizações
5:08
- Mix - Chipmunks : Ai Se Eu Te Pego (Michel Teló)
YouTube
50+ vídeos
- Balada Boa-Gustavo Lima-alvin and the chipmunks Version.
OsairSall
3.891.824 visualizações
3:30
- AAH LELEK LEK LEK LEK - Bebês Dançando | Passinho do Volante
PoserTube10
Recomendado
3:10
- Ai Se Eu Te Pego (Chipmunks Chipettes)
mazzen hammouda
201.883 visualizações
2:43
- Michel Telo-Ai se eu te Pego Chipmunks
The Painz2 eurovisioniFAN 2013
61.093 visualizações
3:34

Resquisar no Windows

19:51
03/02/2016

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=Vbt0r0Nu-0Q>

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=KPX1jKEvrz4>

Prática Spammer - Campo Descrição

Evidências da prática: Links externos direcionando para outros perfis do spammer

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=MMDlurv6DP4>

Evidências da prática: Links externos direcionando para outros perfis do spammer

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=AZoVCYIMczk>

Evidências da prática: Links externos direcionando para outros perfis do spammer

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=a2u6DvOHqH4>

Evidências da prática: Links externos direcionando para outros perfis do spammer

The screenshot shows a YouTube video titled "Pokémon IF | CATCH YOU | Paródia Michel Teló - Ai se eu te pego | Parody" by Carlos Vinicius. The video has 144,548 views. The description contains several external links: "CONFIRAM ESSE VÍDEO HILÁRIO: http://adf.ly/6cL1d", "Vídeo original: http://www.youtube.com/watch?feature=...", "Meu e-Mail: carlos_vinicius@mail.com", "Meu twitter: http://www.twitter.com/cvinifis", and "Meu site: http://www.animefox.net". The video is categorized as "Comédia" and has a license of "Licença padrão do YouTube".

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=KPX1jKEvrz4>

Prática Spammer - Campo Conteúdo

Evidências: Anotações no conteúdo do vídeo com links direcionando para o canal

The screenshot shows the same YouTube video page as above. A red annotation box is overlaid on the video player, containing the text "Cliquem aqui para se inscrever em nosso canal". The video player shows the video is at 0:00. The video title and channel name are visible. The description and external links are also present. The video is categorized as "Comédia" and has a license of "Licença padrão do YouTube".

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=KPX1jKEvrz4>

Evidências: Anotações no conteúdo do vídeo direcionando para outros perfis do spammer.

The screenshot shows a YouTube video player with the following content:

- Video title: Michel Teló - Ai se eu te pego (Equipe Marreta Professor Jefin)
- Channel: Equipe Marreta (135,919 subscribers)
- Video duration: 3:01 / 3:04
- Video content: A black screen with yellow text listing contact information:
 - Contatos:
 - WWW.EQUIEMARRETA.TK
 - FACEBOOK E ORKUT
 - PROFESSOR_JEFIN@HOTMAIL.COM
 - COREOGRAFO PROFESSOR JEFIN
- Next video recommendations:
 - Coreografia Eu quero tu e quero tcha - João Lucas e Marcelo (Professor Jefin)
 - Mix - Michel Teló - Ai se eu te pego (Equipe Marreta Professor Jefin)
 - Danza Kuduro - Lucenzo (Professor Jefin)
 - Balada Boa - Gustavo Lima (Professor Jefin)
 - Le le le - João Neto e Frederico (Professor Jefin)
 - Peirico - Lepo Lepo Coreografia

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=MMDIurv6DP4>

Prática Spammer - Campo Tags

Metadados: "Ai se eu te pego", "Michel Teló"

The screenshot shows the YouTube page for the video 'Ai Se Eu Te Pego - Michel Teló' with the following details:

- Video title: Ai Se Eu Te Pego - Michel Teló
- Channel: Lucas Alves (49k views / month, 90 subscribers / month, 16 Videos)
- Video duration: 3:26
- Views: 862,841
- YouTube tags: Ai Se Eu Te Pego
- Heartbeat moments: None
- Heartbeat tags by others: No tag found
- My Heartbeat tags: enter your tag
- Next video recommendations:
 - Fernando e Sorocaba - Paga Pau
 - Danza Kuduro Buddy Poke
 - Balada (Tchê Tchê Rere) - Gustavo Lima
 - Danza Kuduro 1.avi
 - Eu Peiu Beijo Me Liga
 - Tropa de Elite
 - Luan Santana - Amar Nao é Pecado (Buddy Poke)
 - Latino e Perilla - Selinho Na Boca (Buddy Poke)
 - Michel Teló - Humilde Residência

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=owawRX9XW4Q>

Michel Teló - Ai se eu te pego

Monetized by ONErpm \$379.02 estimated earnings 2 Facebook like 7 Google +1

Michel Teló - Ai se eu te pego (Equipe Marreta Professor Jefin)

Equipe Marreta 970k views / month 3,780 subscribers / month 288 Videos

135.891

393.792

Adicionar Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed 761 45

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

WWW EQUIPEMARRETA.TK Musica: Ai se eu te pego Cantor: Michel Teló Coreografia: Professor Jefin

Heartbeat tags by others

No tag found

My Heartbeat tags Click here to learn more

enter your tag

Related videos:

- Marreta Professor Jefin
- Danza Kuduro - Lucenzo (Professor Jefin)
- Balada Boa - Gustavo Lima (Professor Jefin)
- Le le le - João Neto e Frederico (Professor Jefin)
- Psirico - Lepo Lepo Coreografia
- DANÇA KUDURO-OFFICIAL-CLIP-2012 PRINCE EMERSON FALCÃO
- COREOGRAFIA - KUDURO - LATINO
- Camaro Amarelo - Munhoz e Mariano | Coreografia Professor Jefin
- Pampamrampampam - Edcity (Professor Jefin)
- Thiago Brava - 360 O Arrocha do Poder | Coreografia Professor Jefin

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=MMDIurv6DP4>

Michel Teló - Ai Se Eu Te Pego

Not monetized \$874.22 estimated earnings 0 Facebook like 31 Google +1

Michel Teló - Ai Se Eu Te Pego - Parodia Maloka

Mc Maloka 1m views / month 6,210 subscribers / month 231 Videos

103.145

908.282

Adicionar Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed 5.245 211

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

Michel telo ai se eu te pego musica nova parodia mc maloheiro do maloka michel fungidinha fumadinha luan santana humor parodiais 2011 loko parodeiro fugidinha

Heartbeat tags by others

No tag found

My Heartbeat tags Click here to learn more

enter your tag

Related videos:

- Parodia Maloka
- Eliana - Famosos da Internet: Mc Maloka
- Exaltasamba - Ta vendo aquela lua - Parodia Maloka
- Jorge e Matheus, Parodia - Ai Ja Era - Parodia Maloka
- Gustavo Lima, Balada boa, Parodia - Maloka
- Michel Teló - Humilde residencia Parodia - Maloka
- Luan Santana - Amar não é pecado; Parodia Maloka
- Gustavo Lima com Mc Maloka - Balada Boa - parodia
- Sorriso Maroto - Assim vc mata o papai - Parodia @mcmaloka -
- Luan Santana - Parodia Um Beijo - Maloka

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=a2u6DvOHqH4>

Not monetized \$754.60 estimated earnings 103 Facebook like 35 Google +1

HUMOR: Michel Teló Gospel - Ai se eu te pego

Jonathan Nemer 2m views / month 19,170 subscribers / month 29 Videos

82.664 **784.003**

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed 5.461 570

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

michel teló ai se eu te pego delicia nossa voce me mata parodia gospel humor satira prego damares sabor de mel descer nardo metade filho paulo baruk rebecca jonathan nemer oficina g3 andré valadão femanda brum clipe oficial irmão lázaro valdemiro santiago apóstolo rr soares marco feliciano marquito jonathan nemer psy gangnam style tcherere balada boa gusttavo lima tchu tcha quero jejum orar

Heartbeat tags by others
No tag found

My Heartbeat tags [Click here to learn more](#)

Suggested videos:

- HUMOR: Gustavo Lima - Tcherere Tchê Tchê Gospel - Melô do Crente sem Jonathan Nemer 280.272 visualizações • 254 comments
- PARÓDIA - Beijinho no Ombro por Valdemiro Santiago - DESCONFINADOS Canal Desconfinados 721.364 visualizações • 471 comments
- HUMOR: Paródia Gospel da música Kuduro - Bons Modos no culto. Jonathan Nemer 389.278 visualizações • 389 comments
- HUMOR: Damares - Sabor de Mel Jonathan Nemer 852.543 visualizações • 802 comments
- Stand Up Gospel Comedy - Pecado é Não Achar Graça - DVD Completo Leonardo Rocha 599.192 visualizações • 823 comments
- HUMOR: Paródia Gospel de Lepo Lepo - Só eu que peço - Clipe Não Oficial Jonathan Nemer 610.401 visualizações • 385 comments
- HUMOR: Jonathan Nemer - Paródia de Quero Tchu Tcha Jonathan Nemer 296.839 visualizações • 191 comments
- ESCOLA DOMINICAL, HUMOR GOSPEL GOMES DIAMANTE DE DEUS 117.220 visualizações • 53 comments
- Stand Up Jonathan Nemer - Batista da Lagoinha 04/03/2014 Jonathan Nemer

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=T1gi7soE14>

Monetized by BroadbandTV_Music \$290.48 estimated earnings 9 Facebook like 12 Google +1

Michel Teló - Ai Se Eu Te Pego - Paródia/Spoof - "Ai mas que cheiro"

BrunuFerreira 1m views / month 4,440 subscribers / month 49 Videos

74.518 **301.802**

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed 2.247 238

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

Michel Teló Telo ai se eu te pego assim voce me mata paródia parody spoof BMF producoes produções 2012 peido cu feijoada não aguento mas que cheiro WC Arabida Shopping Portugal Brasil

Heartbeat tags by others
No tag found

Suggested videos:

- Mix - Michel Teló - Ai Se Eu Te Pego - Paródia/Spoof - "Ai mas que cheiro" YouTube 50+ views
- Ídolos - À procura do cromo - Ernesto, Fernandinho (O anão) e Francelina BrunuFerreira 187.411 visualizações • 77 comments
- Pharrell Williams - Happy - Paródia | Parody (Hoje Adormeci) BrunuFerreira 311.219 visualizações • 175 comments
- BILLI O NERD | Parody Travie McCoy - Billionaire BrunuFerreira 384.370 visualizações • 381 comments
- TÔ SEM SINAL DA TIM | Paródia Rihanna - Diamonds Galo Frito Recomendado • 54.156 comments
- Master Jake feat. José Sócrates - Prisão (Jajão) - Paródia BrunuFerreira 581.665 visualizações • 312 comments
- Call Me Maybe - Parody/Spoof - Eu Não Sou Obeso BrunuFerreira 1.811.359 visualizações • 899 comments
- Anselmo Ralph - Não Me Toca | Paródia | "Já Não Toca" BrunuFerreira 866.859 visualizações • 432 comments
- Quanto eu ganho com o Blog e Youtube \$\$ Ana Lídia Lopes

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=QBctSm6Xj3A>

Monetized directly by YouTube \$146.16 estimated earnings 21 Facebook like 46 Google +1

SLIPKNOT - AI SE EU TE PEGO (PARODIA)

nosferaturegresa2 1m views / month 990 subscribers / month 142 Videos

151.851

Adicionar Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed

511 416

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

Slipknot (band) | slipknot | metal | rock | music | heavy | usa | corey | taylor | Ai | Se | Eu | Te | Pego | michel | telo | brasil | cancion | del | momento | brasileiro | funk | parodia | parody | laught | risa | chiste | band | comedia | comedy | toquendo | nosferatu | regresa | colombia | Humor | Brazil | Funny | Sketch | Humour | rio | in

Heartbeat tags by others
No tag found

My Heartbeat tags Click here to learn more
enter your tag

Enviar em 15 de Jan de 2012

- Slipknot - Lê Lê Lê Golpe Baixo 996.600 visualizações • 2.332 comments
- Metallica - Balada Boa (Tche Tcherere Tche Tche) Golpe Baixo 1.080.545 visualizações • 2.134 comments
- Slipknot - Amor de Chocolate Golpe Baixo 2.316.457 visualizações • 5.065 comments
- Ozzy Osbourne e Metallica - Fugidinha Golpe Baixo 1.094.212 visualizações • 2.041 comments
- Guns N' Roses - Assim você mata o papai (Ao Vivo) - Clipe Golpe Baixo 666.637 visualizações • 1.363 comments
- System of a Down - Dança do Vampiro Golpe Baixo 500.195 visualizações • 876 comments
- slipknot - himno de la cumbia monkeyfunk91 535.743 visualizações • 1.055 comments
- Slipknot - Live Rock On The Range (2015) Mastered Audio HD Full Show dark feast 2.875.716 visualizações • 2.134 comments
- Slipknot - Duality (Tradução Zueira Paródia) Slipknot Zueiro 16.405 visualizações • 109 comments

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=sjj0PKO>

Categoria Música

Hit 6: Meus óculos – Juliana

Prática Spammer - Campo Tags
Metadados: “Juliana” “Meus óculos” “Juliana desmaiada”

YouTube page for "JULIANA (MEU ÓCULOS) na sala de espera" by Diego Guimarães. The video has 1,154,859 views and 6,760 likes. The tags include "Juliana", "Meu óculos", "Ninguémsai", "Humor", "Clavícula", and "valdeavagar".

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=wn7BDsx_Olo

YouTube page for "A brincadeira imunda! (Juliana tudo inventa)" by Coisinha do Óculos. The video has 3,123,350 views and 25,622 likes. The tags include "juliana", "oculos", "ninguem sai", "coisinha", "parque", "engraçado", "morrer de rir", "Nordeste (City/Town/Village)", and "mundo".

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=6vglOcr0ahI>

Meus olhos Juliana

Not monetized \$1,031.90 estimated earnings 742 Facebook like 114 Google +1

JULIANA BÊBADA NA PRAIA! (O MELHOR DE TODOS)

Coisinha do Óculos 985k views / month 4,890 subscribers / month 148 Vídeos

152.867 **Inscrições** 1.072.099

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed 12.619 297

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

juliana bebada na praia mulher engraçado narração risos ronaldo humor morrer de rir videos engraçados 2015 melhor bebados

Heartbeat tags by others No tag found

Sort vídeos

- Juliana Engasgada! (Mulher eu Tô é Morta) Coisinha do Óculos 223.941 visualizações · 71 comments
- A brinquedo imundo! (Juliana tudo inventa) Coisinha do Óculos 3.122.686 visualizações · 771 comments
- Juliana Desmaiada - A Noiva Imunda e o Noivo que Lanchou Bosta! Narração: Gil Vídeos da Internet 402.694 visualizações · 98 comments
- Juliana é Arrastada pela Chuva! Coisinha do Óculos 550.291 visualizações · 183 comments
- O que eu vou dizer amanhã no colégio? (Juliana) Coisinha do Óculos 2.542.229 visualizações · 647 comments
- Como faz pro cabelo crescer mais rápido? (Mariana) Ana Lídia Lopes Recomendado · 268 comments
- COMO CONTAR PRO SEU PAI QUE VOCÊ É GAY Galo Frito Recomendado · 8.949 comments
- Juliana está desmaiada! Thays Dutra 2.774.509 visualizações · 591 comments
- Pink Floyd - Another Brick In The Wall (HQ)

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=OGahue8xys0>

Prática Spammer – Campo Conteúdo

Evidências da prática: Anotações direcionando para o Canal; Áudio fazendo referência ao vídeo Hit

Juliana meus olhos

Reprodução automática

A brinquedo imundo! (Juliana tudo inventa)

Coisinha do Óculos

153.542 **Inscrições** 3.143.193

25.801 774

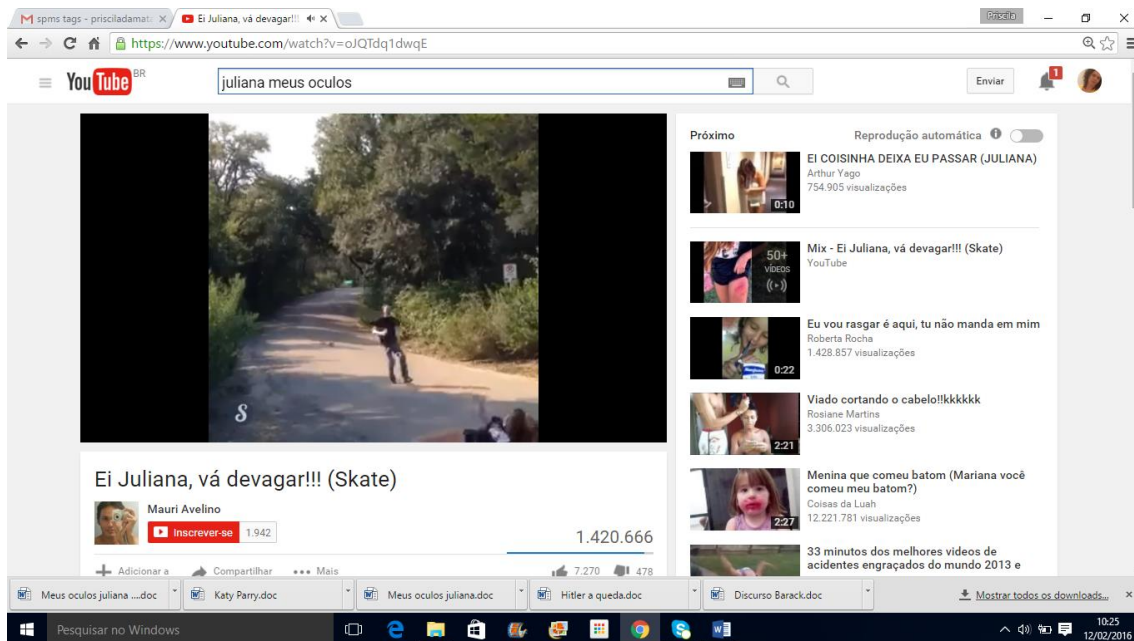
Próximo

- Ei Juliana, vá devagar!!! (Skate) Mauri Avelino 1.419.860 visualizações 0:39
- Os erros mais engraçados da tv Dutter Manhaes 6.174.507 visualizações 4:53
- Juliana, MEU ÓCULOS Adriel Silva 739.469 visualizações 0:42
- A Bota imunda, nam! Coisinha do Óculos 1.193.289 visualizações 1:03
- Juliana e a escada rolante! Em busca de Juliana 918.684 visualizações 0:58
- O que eu vou dizer amanhã no colégio? (Juliana)

Meus olhos julianadoc Katy Parry.doc Meus olhos juliana.doc Hitler a queda.doc Discurso Barack.doc

Pesquisar no Windows 10:23 12/02/2016

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=6vgl0cr0ah>



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=oJQTdq1dwqE>

Prática Spammer - Campo Título
Metadados: “Juliana” “Meus óculos” “Juliana desmaiada”



Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=wn7BDsx_Olo

YouTube BR

https://www.youtube.com/watch?v=lnzOteXaWVU

Reprodução automática

Juliana Desmaiada - A presidenta Dilma quer os Brasileiros no colo! Narração: Gil Prada

Videos da Internet

Inscrever-se 13.102

332.207

Meus olhos julianadoc Katy Parry.doc Meus olhos juliana.doc Hitler a queda.doc Discurso Barack.doc

Pesquisar no Windows

10:29 12/02/2016

Próximo

- Juliana Desmaiada - Ensinando o Menino a Colocar o Cinto! Narração: Gil Prada
- Não repita a novela RUBI !! Ouviu Silvio Santos !!
- Juliana Maluvida no Show da Claudia Leite
- EI COISINHA DEIXA EU PASSAR (JULIANA)
- GAROTA CANTA MAL E APANHA DO IRMAO 0:55 MIN
- Acidente da Lancha - Vídeo completo em HD!

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=lnzOteXaWVU>

YouTube BR

https://www.youtube.com/watch?v=E8ti0rK1Aes

Reprodução automática

Juliana Desmaiada - Ensinando o Menino a Colocar o Cinto! Narração: Gil Prada

Videos da Internet

Inscrever-se 13.102

175.560

Meus olhos julianadoc Katy Parry.doc Meus olhos juliana.doc Hitler a queda.doc Discurso Barack.doc

Pesquisar no Windows

10:30 12/02/2016

Próximo

- Juliana Desmaiada - São Paulo não tem mais água. Coceira Braba! Narração: Gil
- Não repita a novela RUBI !! Ouviu Silvio Santos !!
- Juliana Desmaiada - Como Assim Gente? Narração: Gil Prada
- Juliana Desmaiada - Eu Sei Andar de Salto, Observa Coisinha - Narração: Gil Prada
- Ei Juliana, vá devagar!!! (Skate)
- Juliana Desmaiada - A brincadeira sem futuro, Nam! Narração: Gil Prada

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=E8ti0rK1Aes>

YouTube BR juliana meus olhos

Juliana Desmaiada - Eu Sei Andar de Salto, Observa Coisinha - Narração: Gil Prada

Videos da Internet Inscrever-se 13.102

170.775

Meus olhos julianadoc Katy Parry.doc Meus olhos juliana.doc Hitler a queda.doc Discurso Barack.doc

Resquisar no Windows 10:31 12/02/2016

Próximo Reprodução automática

- Juliana Desmaiada - São Paulo não tem mais água. Coceira Braba! Narração: Gil Videos da Internet 132.170 visualizações 0:39
- EI COISINHA DEIXA EU PASSAR (JULIANA) Arthur Yago 754.905 visualizações 0:16
- Juliana Desmaiada - Minha Flanja Linda. MISSericórdia! Narração: Gil Prada Videos da Internet 216.416 visualizações 0:38
- Juliana Maluvida no Show da Claudia Leite Ta Gravandu 318.007 visualizações 1:36
- Juliana Desmaiada - A Noiva Imunda e o Noivo que Lanchou Bosta! Narração: Gil Videos da Internet 404.580 visualizações 1:59
- Ei coisinha mal feita bruno aguiar

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=blow6d-WB2k>

YouTube BR juliana meus olhos

EI COISINHA DEIXA EU PASSAR (JULIANA)

Arthur Yago Inscrever-se 3.927

754.937

Meus olhos julianadoc Katy Parry.doc Meus olhos juliana.doc Hitler a queda.doc Discurso Barack.doc

Resquisar no Windows 10:31 12/02/2016

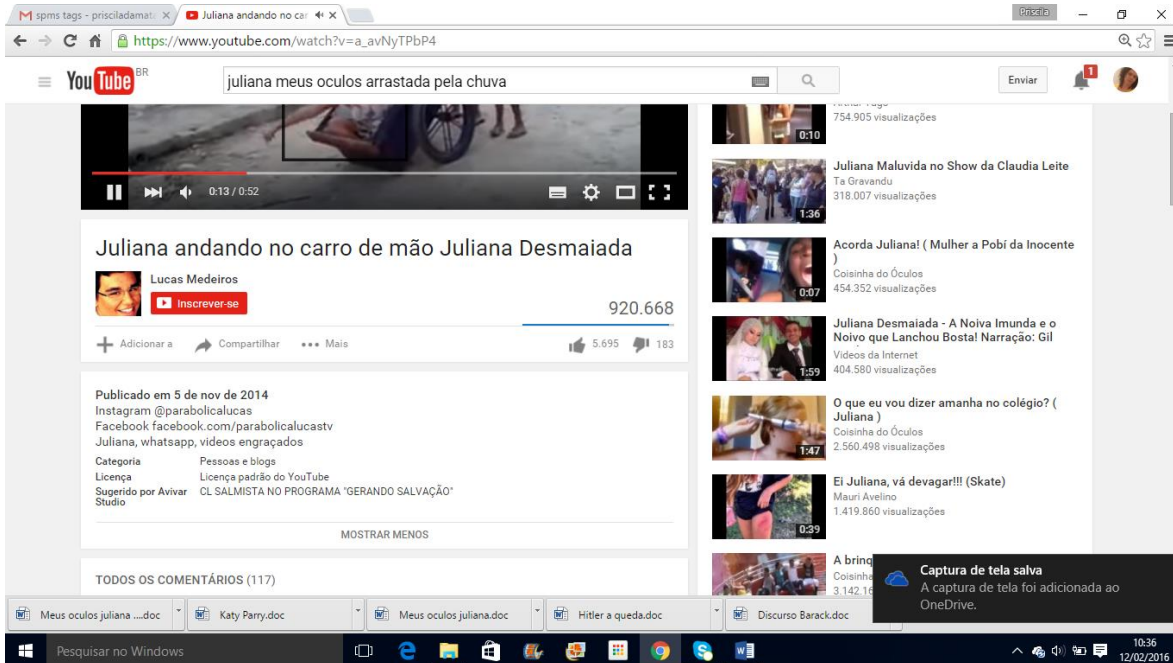
Próximo Reprodução automática

- Ei coisinha mal feita bruno aguiar 199.030 visualizações 0:53
- Eu Sei Andar de Salto! (Observa Coisinha) Coisinha do Óculos 711.360 visualizações 0:16
- EU CAGUEI MOÇO FODA - SE 600.873 visualizações 0:39
- Juliana Desmaiada - O Produto Que Deixa a Pessoa Branca, Michael Jackson Usou! Videos da Internet 354.824 visualizações 1:01
- MÃE FINGE BATER NA FILHA MAIS VELHA E IRMÃ DEFENDE Priscila Souza 4.241.255 visualizações 1:56
- O candidato mais boca suja do brasil TENTE NÃO RIR, NADA POLÍTICO - Jornal EPTV

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=AQzFJOibq7w>

Prática Spammer - Campo Descrição

Evidências: Link direcionando para outro perfil do spammer.



The screenshot shows a YouTube video player with the title "Juliana andando no carro de mão Juliana Desmaiada" by Lucas Medeiros. The video has 920,668 views and 5,695 likes. The description includes social media links and a category of "Pessoas e blogs". The page also shows a list of recommended videos on the right side.

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=a_avNyTPbP4

Categoria Música

Hit 7: Psy – Gangnam Style

Prática Spammer - Campo Título

Metadados do Hit presentes: “PSY” “Gangnam Style”; Título em Coreano

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=95Ea5aNGYxU>


Metadados do Hit presentes: “PSY” “Gangnam Style”

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=C_0qCrZW4kY

Deadpool vs Gangnam | PSY Parody

WATCH: ALL THE DEADPOOLS! WATCH: PIKACHU? PEKACHU!

Deadpool vs Gangnam Style | PSY Parody

D Piddy  **Inscrever-se** 488.555

14.249.695

+ Adicionar a Compartilhar Mais 32.887 3.909

Próximo Reprodução automática


- PSY - GENTLEMAN M/V officialpsy 927.329.284 visualizações 3:54
- Mix - Deadpool vs Gangnam Style | PSY Parody YouTube 50+ VIDEOS 3:41
- Deadpool vs Gentleman | PSY Parody D Piddy 22.828.985 visualizações 3:41
- Deadpool vs The Chicken | Family Guy Parody D Piddy 17.920.284 visualizações 4:46
- Spider-Man vs Deadpool - Cardboard D Piddy 1.295.741 visualizações 2:41
- Deadpool vs Kim Jong-un D Piddy 2.200.325 visualizações 5:06

Pesquisar no Windows 19:09 03/02/2016

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=vzhJixCzOc4>

PSY - Gangnam Style (강남스타일) Minion Cover

PSY - Gangnam Style (강남스타일) Minion Cover

David Vie  **Inscrever-se** 187

220.746

+ Adicionar a Compartilhar Mais 379 103

Próximo Reprodução automática

- minions psy gentleman therramitos 3.222.349 visualizações 4:01
- Mix - PSY - Gangnam Style (강남스타일) Minion Cover YouTube 50+ VIDEOS 3:41
- Гангнам стайл Маша и Медведь пародия (gangnam style Masha & Bear) очень Денис Богатырев 16.372.379 visualizações 3:41
- PSY - GANGNAM STYLE (강남스타일) M/V in Minecraft | Scarlet Thoughts 1.433.742 visualizações 4:13
- Rewind YouTube Style 2012 YouTube Spotlight 174.309.127 visualizações 4:15
- CAR'S 2 GANGNAM STYLE 2013... minion anthony 1.611.425 visualizações 3:40

Pesquisar no Windows 19:09 03/02/2016

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=SQK4GfLntus>

Metadados do Hit presentes: "PSY""Gangnam Style"; Título em Coreano

The screenshot shows a YouTube video player for the video "PSY - GANGNAM STYLE (강남스타일) ft. TRANSFORMERS" by the channel "ngsmoov". The video has 29,488,104 views and 36,778 subscribers. The video content features a large Transformer robot in a dark, industrial setting. The Windows taskbar at the bottom shows the date as 03/02/2016 and the time as 19:10.

Próximo

Reprodução automática

- ARPO STYLE 알포 스타일 (PSY-Gangnam Style Tribute 강남스타일 헌정MV) ARPO DiLovely 5.974.861 visualizações
- Mix - PSY - GANGNAM STYLE (강남스타일) ft. TRANSFORMERS YouTube
- Transformers Go! Henshins and Combinations Tnyronfist 12.152.609 visualizações
- Transformers Gangnam Style Parody - Oppa Autobot Style 3d Animation-cooldude5757 Cool Dude 5757 4.865.283 visualizações
- PSY - Gentleman: 4 Million View Thank you Gangnam Style ngsmoov 4.316.098 visualizações
- 3D TRANSFORMERS The Return of live action optimus prime! SPIROVERSAL 11.677.628 visualizações

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=prvA-qUtp0>

Metadados do Hit presentes: "PSY""Gangnam Style"; Título em Coreano

The screenshot shows a YouTube video player for the video "PSY - 'GANGNAM STYLE' (강남스타일) PARODY - ENGLISH VERSION" by the channel "Bart Baker". The video has 46,049,636 views and 7,457,488 subscribers. The video content features a man in a tuxedo and two women in white dresses dancing in a hallway. The Windows taskbar at the bottom shows the date as 03/02/2016 and the time as 19:11.

Próximo

Reprodução automática

- Eminem ft. Rihanna - "The Monster" PARODY Bart Baker 16.032.695 visualizações
- Mix - PSY - "GANGNAM STYLE" (강남스타일) PARODY - ENGLISH VERSION YouTube
- LMFAO - Sexy and I Know It Parody - Sexy and I'm Homeless Bart Baker 25.935.188 visualizações
- Miley Cyrus - "Wrecking Ball" PARODY Bart Baker 86.334.515 visualizações
- Pharrell Williams - "Happy" PARODY Bart Baker 21.188.993 visualizações
- PSY - GANGNAM STYLE *PARODIA* (ITA) - Hmatt & Michael Righini hmatt 13.235.012 visualizações

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=tKwdDbdPego>

Metadados do Hit presentes: “PSY””Gangnam Style”; Título em Coreano

The screenshot shows a YouTube video player for the video 'Alvin e os Esquilos Cantando - Psy Gangnam Style' by Gabriel kinner. The video has 321,514 views and 778 likes. The video player includes a search bar with 'Psy- Gangnam Style' and a search button. To the right of the video player is a sidebar with a 'FARFETCH' advertisement and a list of recommended videos, including 'Dança Kuduro (Alvin e os Esquilos - Latino e Daddy kall)', 'Mix - Alvin e os Esquilos Cantando - Psy Gangnam Style', and 'Phineas and Ferb: PSY - Gangnam Style'.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=nSVlt6pIDlg>

Prática Spammer - Campo Descrição

Evidências da Prática: Links direcionando para outros perfis do usuário

The screenshot shows a YouTube video player for the video 'PSY - GANGNAM STYLE(강남스타일) - PARÓDIA! ESTILO DO KIM JONG! | Key of Awesome #63' by Barely Productions. The video has 69,365,094 views and 160,425 likes. The video player includes a search bar with 'Psy- Gangnam Style' and a search button. To the right of the video player is a sidebar with a list of recommended videos, including 'EMINEM - Not Afraid - Paródia:Key of Awesome #26', 'Kim Jong Style -- Behind The Awesome!!', 'PSY - GANGNAM STYLE *PARODIA* (ITA) - Hmatt & Michael Righini', 'PSY - GANGNAM STYLE(강남스타일) M/V officialpsy', 'Gangnam Style - Elevator Dance - Demon version (강남스타일)', 'VOU TE ENCOXAR | Paródia PSY - GANGNAM STYLE (강남스타일)', and 'GANGNAM STYLE (강남스타일) - PSY - The Key of Awesome #26'.

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=_cG7ZVBXQII

Evidências da Prática: Links direcionando para outros perfis do usuário

Alvin e os Esquilos Cantando - Psy Gangnam Style

Gabriel kinner

321.514

Publicado em 22 de set de 2012

Como prometido :

Download Do mp3 via 4shared :

<http://www.4shared.com/get/qaWdOkdj/A...>

Aproveitem e Continuem Divulgando.

Categoria Música

Licença Licença padrão do YouTube

Música 'Gangnam style' por Psy (Google Play · iTunes)

Próximo

Reprodução automática

Alvin e os Esquilos - Vagalumes - Banda Pollo

Mix - Alvin e os Esquilos Cantando - Psy Gangnam Style

Phineas and Ferb: PSY - Gangnam Style

Jorge e Mateus / Pobreza poética.

Dança Kuduro (Alvin e os Esquilos - Latino e Daddy kall)

Alvin e os Esquilos- Camaro Amarelo

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=nSVIt6pIDlq>

Evidências da Prática: Links direcionando para Canal.

PSY - Gangnam style Sponge bob parody

Kadrin Jackson

50.117.016

Publicado em 18 de out de 2012

You should watch this! <https://www.youtube.com/watch?v=zYQrN...>

Categoria Música

Licença Licença padrão do YouTube

TODOS OS COMENTÁRIOS (5.106)

Adicionar um comentário público...

Principais comentários

Kadrin Jackson

PSY - Gentleman kazakh parody (Атырай) Kazakhstan

Съёмка Атырайского Gentleman пародий (Making film)

Alvin e os esquilos - Oppa Gangnam Style | Paródia - PSY - GANGNAM STYLE (강남스타일)

Phineas and Ferb: PSY - Gangnam Style

HULK Does GANGNAM STYLE

Perry Style - Phineas and Ferb Parody of PSY's Gangnam Style

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=C_0qCrZW4kY

Evidências da Prática: Links direcionando para outros perfis do usuário

The screenshot shows a YouTube video player for 'Deadpool vs Gangnam Style | PSY Parody' by D Piddy. The video has 14,249,695 views and 32,887 likes. The channel has 488,555 subscribers. The video was published on May 30, 2013. The description includes social media links for Facebook, Twitter, and Instagram. The recommended videos list include 'Deadpool vs Gentleman | PSY Parody', 'Deadpool vs The Chicken | Family Guy Parody', 'Spider-Man vs Deadpool - Cardboard', 'Deadpool vs Kim Jong-un', 'Cat Gangnam Style - funny animal videos', 'PSY feat IRON MAN 3D - GANGNAM STYLE (강남스타일) M/V (parody)', and 'Rewind YouTube Style 2012'.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=vzhJixCzOc4>

Prática Spammer - Campo Tags

Metadados presentes no Hit: “Psy” “Gangnam Style”

The screenshot shows a YouTube video player for 'VOU TE ENCOXAR | Paródia PSY - GANGNAM STYLE' by Galo Frito. The video has 73,279,154 views and 322,844 likes. The channel has 172,920 subscribers. The video was published on July 12, 2012. The description includes a download link and a Facebook link. The YouTube tags section is visible, showing tags like 'Galo', 'Frito', 'Gangnam', 'Style', 'Psy', 'Latino', 'Despedida', 'Solteiro', 'Encochar', 'Emcoxar', 'Música', 'Parody', 'Paródia', 'Spoof', 'Mulheres', 'Gostosas', 'Bikini', 'Biquini', 'homenagem', 'brazilian parody', 'Brazilian', and 'Comedy'.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=95Ea5aNGYxU>

PSY - Gangnam style Sponge bob parody

Kadrin Jackson 20m views / month 12,900 subscribers / month 14 Videos

50.109.711

Monetized directly by YouTube \$48,230.60 estimated earnings 331 Facebook like 703 Google +1

YouTube tags: PSY Gangnam style, sponge bob gangnam style, dance parody, Spongebob, казах гангнам стил, PSY - Hangover

Heartbeat tags by others: No tag found

My Heartbeat tags: Click here to learn more

Recommended videos:

- Mix - PSY - Gangnam style Sponge bob parody
- PSY - Gentleman Sponge bob parody
- PSY - Gentleman kazakh parody (Атырау) Kazakhstan
- Съёмка Атырауского Gentleman пародий (Making film)
- Alvin e os esquilos - Oppa Gangnam Style | Paródia - PSY - GANGNAM STYLE (2022)
- Phineas and Ferb: PSY - Gangnam Style
- HULK Does GANGNAM STYLE
- Perry Style - Phineas and Ferb Parody of PSY's Gangnam Style
- LEGO GANGNAM STYLE! (PSY-Gangnam Style Parody) By Justin Hyon

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=C_0qCrZW4kY

WATCH: ALL THE DEADPOOLS! WATCH: PIKACHU? PEKACHU!

Deadpool vs Gangnam Style | PSY Parody

D Piddy 7m views / month 16,260 subscribers / month 90 Videos

14.244.959

Monetized by YG Entertainment \$13,710.77 estimated earnings 144 Facebook like 897 Google +1

YouTube tags: gangnam style, deadpool, psy, deadpool vs gangnam style, vs, versus, gangnam, style, parody, spoof, remix, kpop, korean, korean pop, comedy, funny, reupload, marvel, comics, comic books, comic book, bane, gundam, random

Heartbeat tags by others: No tag found

My Heartbeat tags: Click here to learn more

Recommended videos:

- Mix - Deadpool vs Gangnam Style | PSY Parody
- Deadpool vs Gentleman | PSY Parody
- Deadpool vs The Chicken | Family Guy Parody
- Spider-Man vs Deadpool - Cardboard
- Deadpool vs Kim Jong-un
- Cat Gangnam Style - funny animal videos
- PSY feat IRON MAN 3D - GANGNAM STYLE (2022) M/V (parody)
- Rewind YouTube Style 2012
- Regular show Gangnam style cool edit

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=vzhJixCzOc4>

PSY - Gangnam Style (미넨 커버) Minion Cover

David Vie 138k views / month 120 subscribers / month 13 Videos

219.688

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

Gangnam Style (Musical Recording) Psy (Musical Artist) House Music (Musical Genre) K-pop (Musical Genre) Cover

Music (TV Genre) New Acoustic

Heartbeat tags by others

No tag found

My Heartbeat tags Click here to learn more

enter your tag

Publicado em 23 de ago de 2015

PSY - Gangnam Style (미넨) Minion Cover

Edit by DHV Corporation.

MOSTRAR MAIS

CK A WINNER

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=SQK4GfLntus>

Alvin e os Esquilos Cantando - Psy Gangnam Style

Gabriel Kinner 72k views / month 90 subscribers / month 2 Videos

321.478

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

psy gangnam style alvin os esquilos chimpunk and Alvin Chimpunks Simon Forever Dramatic Squirrel Voice Forever (GusGus Album) Forever (Kiss Song) Remix Dust Jay Another Forever (EP) Trance Brittany Trance Music (Musical Genre) Bites Theodore Voices Like Jeanette She's The Chipettes (Musical Artist) Daisy Caleb Psychedelic Squirrels Rave Tribe Dee Chimpunk Style Mushroom Hey Forever Sickest Golden Pitch Kyle Eleanor Dave Lyrics

Heartbeat tags by others

No tag found

My Heartbeat tags Click here to learn more

enter your tag

Publicado em 22 de set de 2012

Como prometido:

Download Do mp3 via 4shared:

MOSTRAR MAIS

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=nSVIt6pIDlg>

ITALIAN VERSION PSY BATH X

https://www.youtube.com/watch?v=8bM9d82CkuE

YouTube PSY - GANGNAM STYLE (강남스타일) PARODY - ENGLISH VERSION

Bart Baker
46.042.801 visualizações • 29.391 comments

Spider-Man vs Gangnam Style
SteveMartinable
6.880.955 visualizações • 776 comments

Deadpool vs Gentleman | PSY Parody
D Piddy
22.823.714 visualizações • 7.096 comments

YOU TE ENCOXAR | Paródia PSY - GANGNAM STYLE (강남스타일)
Galo Frito
73.269.874 visualizações • 33.374 comments

Гангнам стайл Маша и Медведь пародия (gangnam style Masha & Bear) очене
Денис Богатырев
16.350.710 visualizações • 684 comments

Deadpool vs The Chicken | Family Guy Parody
D Piddy
17.916.964 visualizações • 2.473 comments

Sheep In The Island 1 [HD]
koreastatic
156.222.629 visualizações • 9.686 comments

Perry Style - Phineas and Ferb Parody of PSY's Gangnam Style
Bub Shoboo
19.127.805 visualizações • 1.137 comments

Mr Bean Animated Episode 8 (2/2) of 47
Darkhorse
108.141.269 visualizações • 3.928 comments

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=8bM9d82CkuE>

YOU TE ENCOXAR DESEN...

https://www.youtube.com/watch?v=Qr7DlInx3Zw

YouTube PSY - GANGNAM STYLE

Monetized by programagalofrito \$6,434.65 estimated earnings 14 Facebook like 667 Google +1

VOU TE ENCOXAR DESENHO ANIMADO | Paródia PSY - GANGNAM STYLE ...

Galo Frito 36m views / month 172,920 subscribers / month 273 Videos

Inacrevor de 7.648.278

6.685.347

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed

21.030 2.663

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

Galo Frito Vou Te Encoxar Psy Gangnam Style Paródia Parodia Parody Spoof Homenagem Latino

Desenho Animado Cartoon Animação Brazilian Despedida Solteiro Clípe Oficial

Heartbeat tags by others

No tag found

My Heartbeat tags Click here to learn more

enter your tag

Publicado em 17 de nov de 2012

DOWNLOAD DO MP3: <http://www.galofrito.com.br/vou-te-en...>

Curta Galo Frito no Facebook:

GANGNAM STYLE (강남스타일)
Galo Frito
73.269.874 visualizações • 33.374 comments

Chapeuzinho Vermelho Punk
Galo Frito
15.861.468 visualizações • 11.526 comments

Fritópolis #01
Galo Frito
1.150.210 visualizações • 1.608 comments

MULHER x BALANÇA
Galo Frito
5.782.990 visualizações • 9.299 comments

Rewind YouTube Style 2012
YouTube Spotlight
174.300.350 visualizações • 232.754 comments

COMO CONTAR PRO SEU PAI QUE VOCÊ É GAY
Galo Frito
Recomendado • 8.949 comments

PEPPA PIG vs. GALINHA PINTADINHA #1
Galo Frito
4.125.329 visualizações • 4.568 comments

ANGRY BIRDS dance GANGNAM STYLE #3D animated mashup parody © FunVideoTV
FunVideoTV
71.871.497 visualizações • 4.743 comments

POKIMÃO - Jigglypuff Vs Justin Bieber
Galo Frito
2.141.506 visualizações • 3.048 comments

GANGNAM STYLE (강남스타일) - PSY - Zombie Style - Intermediltemo Crédito

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=Qr7DlInx3Zw>

Prática Spammer - Campo Conteúdo

Evidências: Enquadramento; Referências ao Brasil

VOU TE ENCOXAR | Paródia PSY - GANGNAM STYLE (강남스타일)

Galo Frito

7.649.881

73.291.107

322.953

42.738

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=95Ea5aNGYxU>

Evidências: Anotações no conteúdo do vídeo.

Waveya Twerking
"Ain't a party" David Guetta

waveya

PSY싸이 - GANGNAM STYLE (강남스타일) Waveya 웨이브야 Korean dance team

waveya2011

1.670.454

156.954.565

527.580

31.730

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=kpZhZAr1cQU>

Categoria Notícias e Política

Hit 8: President Obama on death of Osama Bin Laden

Prática Spammer - Campo Tags

Metadados: "Obama" "Morte" Bin Laden" "President" "Obama" "Osama" "Death"

Discurso Fake Obama Morte Bin Laden Chuta Porta (Legendado).wmv

Roboão Logan Channels stats not yet available - please check back in a few days 14,040 subscribers / month 10 Videos

6,444

YouTube tags Copy

Obama anunciar morte de Bin Laden

Heartbeat tags by others

No tag found

My Heartbeat tags Click here to learn more

enter your tag

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=Za_yF1veOhQ

President Obama on Death of Osama bin Laden (SPOOF) - Now on iTunes! (...)

Alphacat 248k views / month Unknown subscribers / month 132 Videos

11,578,764

YouTube tags Copy

Funny President Barack Obama rap Osama bin Laden dead raps Usama death parody spoof freestyle bush funny george note america comedy george bush sketch hiphop libya momar gadafi humor cia commercial taliban military satire peace soldiers terrorists rapper chenev baghdad army truth clinton freedom protest crimes pakistan hilarious fbi battle jobs speech economy

Heartbeat tags by others

No tag found

My Heartbeat tags Click here to learn more

enter your tag

Enviado em 4 de mai de 2011

CLICK TO SHARE ON FACEBOOK! <http://on.fb.me/ofVQVF>

CLICK TO TWEET <http://clicktotweet.com/o4jqN>

MOstrar mais

TODOS OS COMENTÁRIOS (30,389)

Adicionar um comentário público...

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=xIOly6QEbes>

This screenshot shows a YouTube video player for a spoof song. The video title is "President Obama on Death of Osama Bin Laden SPOOF Song" by Duane Saunders Jr. The video has 10,956 views and is not monetized. The description includes a disclaimer: "Enviado em 11 de mai de 2011 Here is the OFFICIAL SONG to the President Obama on Death of Osama Bin Laden SPOOF by Iman Crosson. His youtube name is: Alphacat and ***** DO NOT OWN ANY PART OF THIS SONG***** Here is his info below:". The video player shows a man in a suit. To the right, there is a list of recommended videos, including "Worst Behavior - Drake PARODY [CRAZY WEATHER]", "Sci-Fried - Looking Back At Today Music Video In HD (Animated) (2012)", and "Mortal Kombat Theme Song Original".

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=CbTYbjjC3Ak>

This screenshot shows a YouTube video player for a parody video. The video title is "President Obama on Death of Osama bin Laden Parody" by WildcTV. The video has 166,528 views and is monetized by WildcUncutTV. The description is not fully visible. The video player shows a scene with people. To the right, there is a list of recommended videos, including "Jackem Jimmy Sings National Anthem In NY After Death of Osama bin Laden", "Funny News Interview 'Not Today' Unseen Footage!", and "Is President Obama really Osama Bin Ladin?".

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=kw0T8AqDrw>

Obama Lied, Osama Bin Laden died 10 years ago - How can Osama Bin Lad...

Chuy D · -291510 views / month · 810 subscribers / month · 550 Vídeos

570.289

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed

Heartbeat moments + Add moment

YouTube tags Copy

Osama bin laden dead death killed video Al Qaeda alive Barack Obama tdancetv2 Taliban us in custody of body terrorist september 11 President White House fake photos

Heartbeat tags by others
No tag found

My Heartbeat tags [Click here to learn more](#)
enter your tag

Enviado em 9 de mai de 2011
Shout out to a very reliable source, friend and subscriber for helping me with this story.
Please go add em and subscribe to his channel now! <http://www.youtube.com/user/chidanandaji>

MOSTRAR MAIS

My Evil Toe conclusion
Chuy D
2.038 visualizações · 10 comments

The Watchers - Knight of Light (BOOK REVIEW)
Chuy D
189 visualizações · 1 comments

A Hardcore Proof that Osama Bin Laden's Death was a FRAUD
ihateiluminati
144.924 visualizações · 0 comments

BIN LADEN DIED IN 2007? America is Lying!
DXTChannel
317.190 visualizações · 478 comments

Is Obama really Osama Bin Laden?
UselessReplyVideos
493.056 visualizações · 585 comments

Osama Bin Laden's Son Has A Frightening Warning
WrathOfKhan
581.310 visualizações · 710 comments

Bin Laden's son says videos are faked
Innocentius
355.476 visualizações · 724 comments

Osama Bin Laden was killed years ago
[Benazir Bhutto]
wa3atSadik
126.004 visualizações · 133 comments

OBAMA IS OSAMA - INDISPUTABLE PROOF! PREDICTION: OBAMA WILL BE HUNG FOR
WeirFriday
277.826 visualizações · 0 comments

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=nQk9HnL2e64>

Prática Spammer - Campo Título
Metadados: "President Obama on Death of Osama bin Laden"

PRESIDENT OBAMA ON DEATH OF OSAMA BIN LADEN

Alphacat

760.091

11.598.906

Business Contact Only: ImanCross@gmail.com

Próximo Reprodução automática

Obama's Most Ghetto Moments
Imforeverone88
3.992.482 visualizações

Mix - President Obama on Death of Osama bin Laden (SPOOF) - Now on iTunes!
YouTube

I Don't Like - SPOOF (President Obama DNC Speech Parody)
Alphacat
3.452.514 visualizações

99 Problems But Mitt Ain't One (Obama Rally)
Alphacat
1.917.365 visualizações

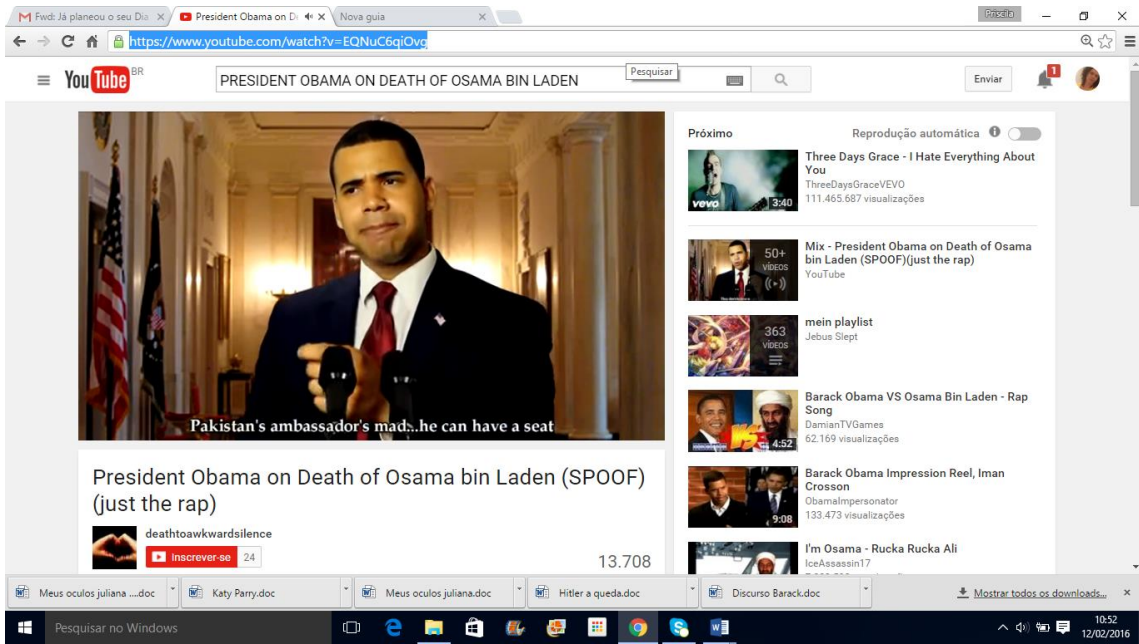
Barack Obama - "Back to Back" (@Drake Spoof)
Alphacat
5.426.535 visualizações

Barack Obama - IM GONNA WIN! (I'm Goin' in - SPOOF) Now on iTunes!
Alphacat

Meus olhos juliana...doc Katy Parry.doc Meus olhos juliana.doc Hitler a queda.doc Discurso Barack.doc

Pesquisar no Windows 10:47 12/02/2016

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=xIOly6QEbes>



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=EQNuC6qiOvc>



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=kwT0T8AqDrw>

Presidente Obama anuncia a morte de Osama Bin Laden

Presidente Obama on Death of Osama Bin Laden (Parody-Ken Laden).mp4

Daniel Graham

2.275

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=X8MmMzwhpXw>

Prática Spammer - Campo Conteúdo

Evidências da prática: Links direcionando para o Canal; Mushup combinando trechos da notícia com clipe de Michael Jackson; Mushup combinando o vídeo com um rap.

PLEASE SUBSCRIBE FOR MORE FREE VIDEOS!!!!!!

CLICK HERE FOR BEHIND THE SCENES!!!

Written, Edited & Performed by: Iman Crosson

President Obama on Death of Osama bin Laden (SPOOF) - Now on iTunes! (Momentous Day)

Alphacat

11.598.906

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=xIOly6QEbes>

Presidente Obama on Death of Osama bin Laden

President Obama on Death of Osama bin Laden (SPOOF) (just the rap)

deathtoawkwardsilence

13.708

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=EQNuC6qiOvg>

Presidente Obama on Death of Osama bin Laden

President Obama dances to the death of Osama. (President Obama on Death of Osama bin Laden)for 2012

discosean21

1.800.111 visualizações

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=DpE_A0mcbQM

Prática Spammer - Campo Descrição

Evidências: Links direcionando para outros perfis do spammer; Link divulgando o Canal; Metadados do Hit usados repetidamente campo descrição

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=xIOly6QEbes>

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=kwt0T8AqDrw>

Categoria Comédia

Hit 9: Para nossa alegria

Prática Spammer - Campo Conteúdo

Evidências: Anotações no conteúdo com links direcionando para outros vídeos do Canal

CLIQUE AQUI PARA VER O NOVO VÍDEO DO PARA NOSSA ALEGRIA DA MÚSICA "ERA UMA VEZ".

Artista: Para Nossa Alegria
Música: Dia especial
Autores: André Aceido e João Marcos Aceido
Álbum: Para crianças e adultos bem humorados
Direção: Jonathan Nemer
Salluz Productions

CLIQUE OFICIAL: Para Nossa Alegria - Feliz Dia das Mães

salluztv 29.251 inscritos

12.208.508 visualizações

83.837 likes 4.106 comentários

Próximo Reprodução automática

CLIQUE OFICIAL: Para Nossa Alegria - Era uma vez (HD) 1.517.261 visualizações

Mix - CLIPE OFICIAL: Para Nossa Alegria - Feliz Dia das Mães 50+ vídeos

Para N 15/04/2012 Canal Humorindo 768.996 visualizações

Captura de tela salva A captura de tela foi adicionada ao OneDrive.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=WnYQYK94M80>

Evidências: Enquadramento

PARA NOSSA ALEGRIA [SIMPSONS]

Emerson Lopes 3.764 inscritos

585.543 visualizações

4.831 likes 336 comentários

Próximo Reprodução automática

Os erros mais engraçados da tv 4:53 Dulter Manhaes 6.112.996 visualizações

Mix - PARA NOSSA ALEGRIA [SIMPSONS] 50+ vídeos

Para Nossa Alegria - Programa Eliana - 15/04/2012 11:09 Canal Humorindo 768.996 visualizações

Menina canta mal e apanha da mãe 1:22 Acontecem Coisas 16.388.172 visualizações

Para nossa Alegria !!!! Jefferson e Suellen 5:29 Fabio Tieri 1.279.653 visualizações

Menino de Rua- Pepe Moreno 4:14 Edney Martins 37.321.868 visualizações

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=MnZe346yy6w>

Para Nossa Alegria - Versão Chaves

Fórum Chaves

Inscrições 342.294

3.329.354

Adicionar a Compartilhar Mais

10.042 1.068

Próximo Reprodução automática

Chaves em Desenho Animado - Visita ao museu (3ª temporada) Fórum Chaves 1.955.844 visualizações

Mix - Para Nossa Alegria - Versão Chaves YouTube 50+ vídeos

Chaves em Desenho Animado - A venda da vila 2 (4ª temporada) Fórum Chaves 894.695 visualizações

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=dsevZPP225s>

Evidências: Anotações no conteúdo sugerindo outros vídeos do Canal

(Video Clipe) Para Nossa Alegria - Alvin e os esquilos

Alexandre H. Honorio

Inscrições 517

2.307.405

Adicionar a Compartilhar Mais

3.092 865

Próximo Reprodução automática

Para nossa alegria com famosos MazzeRodrigo 4.382.081 visualizações 7:36

Domingo Legal - Elenco de Carrossel na Porta dos Desesperados. Fernando Guerra 2.949.021 visualizações 12:36

Gato Safado SergioLunardi52 1.731.834 visualizações 0:47

Quatro Limões e um filme de terror CanalEngenhoca 1.197.567 visualizações 1:50

Menina canta mal e apanha da mãe Acontecem Coisas 16.388.172 visualizações 1:22

Para nossa Alegria !!!! Jefferson e Suellen Fabio Tieni 1.279.653 visualizações 5:29

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=AoBQxBOYiko>

Prática Spammer - Campo Descrição Metadados: Links direcionando para o Canal do Spammer

PARA NOSSA ALEGRIA [SIMPONS]

Emerson Lopes

Inscrições: 3.764

585.543

Adicionar a Compartilhar Mais

Publicado em 2 de abr de 2012

Segue : https://twitter.com/#/emersonlopes_

Facebook : <https://www.facebook.com/emersonlopes>

PARA NOSSA ALEGRIA [ORIGINAL] : http://youtu.be/RIM_zrNZqNc

PARA NOSSA ALEGRIA [PARÓDIA] [MTV] : <http://youtu.be/btUEygcPvFU>

Categoria: Comédia

Licença: Licença padrão do YouTube

MOSTRAR MENOS

TODOS OS COMENTÁRIOS (454)

Adicionar um comentário público...

Principais comentários

Jujuba Bajaju 5 meses atrás

Quem ta vendendo em 2017???

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=MnZe346yy6w>

Evidências: Divulgação de Show

Luciana Mello, Jair Oliveira e Jair Rodrigues | Para Nossa Alegria

Luciana Mello

Inscrições: 2.531

705.109

Adicionar a Compartilhar Mais

Publicado em 21 de mar de 2012

Inspirados pelo viral "Para nossa alegria", Luciana Mello, Jair Oliveira e Jair Rodrigues convidam você (com muito bom humor!) para o show no Cine Jóia, em São Paulo.

Site oficial: www.lucianamello.com.br

Twitter: @lumellonega

Facebook: www.facebook.com/lucianamello9

Categoria: Música

Licença: Licença padrão do YouTube

MOSTRAR MENOS

TODOS OS COMENTÁRIOS (650)

Adicionar um comentário público...

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=tguZUhiAT8M>

Prática Spammer - Campo Título
Metadados: "Para nossa alegria"

Comédia MTV Ao Vivo - Para Nossa Alegria

Yuri amt

1.118.304

Inscrever-se 160

Adicionar a Compartilhar Mais

3.265 294

Reprodução automática

Próximo

- Imitações de Guilherme Santana
Bruno Bastos Gonçalves
2.117.905 visualizações
6:57
- Mix - Comédia MTV Ao Vivo - Para Nossa Alegria
YouTube
50+ vídeos
- Jogador Sincero
christo boss
3.143.755 visualizações
1:20
- PARA NOSSA ALEGRIA [SIMPSONS]
Emerson Lopes
585.498 visualizações
2:01
- Comédia MTV 2011 - Jujá Carente
dotSanctus
2.004.032 visualizações
2:43
- Para nossa alegria com famosos
MazzeRodrigo
4.382.081 visualizações
7:36

Pesquisar no Windows

17:22 03/02/2016

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=UFymS3Fz8Fs>

Dilma canta - Para nossa alegria (HD)

Viciado Em Jogos

75.713

Inscrever-se 1.162

Adicionar a Compartilhar Mais

269 49

Reprodução automática

Próximo

- LULA CANTA, DILMA DANÇA e O BRASIL SE "Piiliiii" censurado (VÁRIAS Charges)
PedagogoSoares
212.781 visualizações
3:38
- Humor Bruno canta música pro Macarrão
zinho alves
29.450 visualizações
1:24
- Jornabo Nacional - Especial Xixirica
O Melhor Do Humor
258.737 visualizações
2:16
- DILMA ROUSSEFF CANTA #5 - BEIJINHO NO OMBRO
Gui Toledo
955.561 visualizações
1:39
- Para Nossa Alegria - Versão Chaves
Fórum Chaves
3.329.269 visualizações
1:48
- Dilma canta - Cotidiano
Viciado Em Jogos
17.111 visualizações
1:14

Pesquisar no Windows

17:23 03/02/2016

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=kHYMbNQAOh0>


PARA NOSSA ALEGRIA

https://www.youtube.com/watch?v=v2N76NlBT_o

YouTube

Para nossa alegria

Reprodução automática



PARA NOSSA ALEGRIA (COVER OFICIAL).mp4

Henrique Dutra

Inscriver-se 59

92.027

Adicionar a Compartilhar Mais

454 124

Próximo

PARA NOSSA ALEGRIA - Parodia - Os Taquaravilhas

Taquaravilhas

435.223 visualizações

2:03

menino surta na melhor parte da musica

Diego Ernesto

10.158.376 visualizações

0:46

Para nossa Alegria !!!! Jefferson e Suellen

Fabio Tieni

1.279.653 visualizações

5:23

Para nossa alegria Parte 2(o retorno)

celso654

1.643.020 visualizações

2:31

Para Nossa Alegria no Programa Eliana 15/04/2012 (1/2)

zeig3

88.380 visualizações

14:01

Para nossa alegria cover.mp4

Marcus Bass

2.014.855 visualizações

1:38

Pesquisar no Windows

17:24 03/02/2016

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=v2N76NlBT_o


Para Nossa Alegria - Bc

https://www.youtube.com/watch?v=W6-V5cZJ-bA

YouTube

Para nossa alegria

Reprodução automática



Para Nossa Alegria - Bob Esponja

BernardoSemSobrenome

Inscriver-se 149

597.702

Adicionar a Compartilhar Mais

886 203

Próximo

Pica Pau PARA NOSSA ALEGRIA!

IgorCruz90

852.617 visualizações

0:41

Quatro Limões e um filme de terror

CanalEngenhoca

1.197.567 visualizações

1:50

Bob esponja cantando pintinho piu.

Gleison Cardoso

3.220.493 visualizações

3:07

Para nossa alegria - Os Simpsons 2013

TR RCT3 Lighting

772.345 visualizações

2:00

Para nossa alegria Parte 2(o retorno)

celso654

1.643.020 visualizações

2:31

Chaves counter-strike

Joze157

13.738.790 visualizações

1:40

Pesquisar no Windows

17:25 03/02/2016

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=W6-V5cZJ-bA>

Turma do Chaves canta - Para nossa alegria (OFICIAL)

montagensgabrielcx
Inscrever-se 110.242

280.026

Adicionar a Compartilhar Mais 2.303 90

Próximo Reprodução automática

- Turma do Chaves canta YMCA do Village People
montagensgabrielcx
220.555 visualizações
- Wolverine canta Robocop Gay
montagensgabrielcx
410.094 visualizações
- THE MASK sings PSY - GANGNAM STYLE (강남스타일)
montagensgabrielcx
2.773.087 visualizações
- Chris canta: Para nossa alegria - Feliz dia das Mães (Oficial)
montagensgabrielcx
867.887 visualizações
- Jorge e Mateus / Pobreza poética.
Nando Moura
Recomendado
- Kiko recitando "Mãe Querida"
moisanaj
741.014 visualizações

Resquisar no Windows 17:26 03/02/2016

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=qo5Yt4VEE_g

Para nossa alegria. Versão Carrossel

Navarro Lopes
Inscrever-se 211

22.466

Adicionar a Compartilhar Mais 93 45

Próximo Reprodução automática

- Novela Carrossel (Personagens antes e Depois)
Gisa Lu
3.023.917 visualizações
- Domínio Legal - Elenco de Carrossel na Porta dos Desesperados.
Fernando Guerra
2.949.021 visualizações
- Casais Mais Bonitos de Carrossel!!!
Livia3906
430.300 visualizações
- Carrossel - Para Nossa Alegria
Carrossel2012
14.885 visualizações
- Especial Carrossel - Cante Se Puder - Parte 2
Carrossel2012
711.661 visualizações
- Facebook mostra video de mulher sendo decapitada
Navarro Lopes
5.985 visualizações

Resquisar no Windows 17:26 03/02/2016

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=m6_GeM6ua0o

Prática Spammer - Campo Tags Metadados: “Para nossa alegria”

PARA NOSSA ALEGRIA [SIMPSONS]

Emerson Lopes 247k views / month 270 subscribers / month 15 Videos

585.496

YouTube tags

PARA NOSSA ALEGRIA os simpsons bart marge lisa cantando cantam para nossa alegria oficial

Heartbeat tags by others

No tag found

My Heartbeat tags

Publicado em 2 de abr de 2012

Segue: <https://twitter.com/emersonlopes>, [Facebook: https://www.facebook.com/emersonlopes](https://www.facebook.com/emersonlopes), [PARA NOSSA ALEGRIA \[ORIGINAL\]: http://youtu.be/RIM_znZqNc](http://youtu.be/RIM_znZqNc)

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=MnZe346yy6w>

CLIQUE OFICIAL: Para Nossa Alegria - Feliz Dia das Mães

salluztv 3m views / month 5,850 subscribers / month 44 Videos

12.208.398

YouTube tags

para nossa alegria clipe video oficial jefferson jeferson suellen suellen mara dia das mães salluz productions album crianças adultos bem humorados jonathan nemer eliana marinha maior aná marta braga panico ao vivo humor comédia galhos secos

Heartbeat tags by others

No tag found

My Heartbeat tags

Você pode comprar essa música em .MP3 no iTunes: <http://itunes.apple.com/br/album/para-nossa-alegria-single/id525067045>

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=WnYQYK94M80>

Para Nossa Alegria - Versão Chaves

Monetized by e-motion \$3,204.42 estimated earnings 63 Facebook like 102 Google +1

3.329.269

YouTube tags: pra, nossa, alegria, chaves, animado, chave, cover, parodia, paródia, original, programa, ratinho

Publicado em 14 de abr de 2012

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=dsevZPP225e>

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=dsevZPP225e>

PARA NOSSA ALEGRIA (ORIGINAL) MIRIN

Monetized by e-motion \$717.04 estimated earnings 4 Facebook like 31 Google +1

744.979

YouTube tags: PARA, NOSSA, ALEGRIA

Publicado em 28 de mar de 2012

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=JcEbjiv10EU>

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=JcEbjiv10EU>

Shiryu - Para Nossa Alegria [ORIGINAL]

Aline Pina 60k views / month 0 subscribers / month 45 Vídeos

854.517

YouTube tags: shiryu para nossa alegria elcio sodré

Publicado em 4 de abr de 2012
Até o cavaleiro de Dragão entrou na onda do "Para Nossa Alegria"!!!
"Shiryu - Para Nossa Alegria"

Recommended videos:

- Você Não Sabia? - Cavaleiros do Zodíaco
- CDZ Resumo de toda série em 1 episódio HD
- Ikki, o mais sinistro
- Goku, Bob Esponja e Jackie Chan em um supermercado, por Wendell Bezerra
- SEIYA X SHIRYU - Duelo de Araque
- Hyoga vs Camus de Aquário
- Jefferson e Suellen - entrevista na TVBarukiana - Para Nossa Alegria
- Para nossa alegria - Os Simpsons 2013
- Brasil Urgente - Diogo e Diego: Os Gêmeos Muito Doidos

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=0BmHZ-YP41E>

Luciana Mello, Jair Oliveira e Jair Rodrigues | Para Nossa Alegria

Luciana Mello 82k views / month 420 subscribers / month 37 Vídeos

705.109

YouTube tags: Luciana Mello Luciana Mello Jair Oliveira Jairzinho Jair Rodrigues Jairzão Para Nossa Alegria Cantando em Família Para nossa alegria Família Viral

Publicado em 21 de mar de 2012
Inspirados pelo viral "Para nossa alegria", Luciana Mello, Jair Oliveira e Jair Rodrigues convidam você (com muito bom humor!) para o show no Cine Jôia, em São Paulo.

Recommended videos:

- Luciana Mello - Campanha Kickante
- Luciana Mello e Jair Oliveira | O Sorriso
- PARA NOSSA ALEGRIA (Master Vocal Gospel em Família)
- Canja: Jair Rodrigues - Disparada
- PARA NOSSA ALEGRIA (COVER)
- As rosas não falam - Luciana Mello
- Kid Abelha - Como eu quero
- Luciana Mello e Jair Rodrigues | Empório Brasil
- Luciana Mello - Assim Que Se Faz

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=tguZUhiAT8M>

Categoria Música

Hit 10: Katy Parry – Roar

Prática Spammer - Campo Tags
Metadados: “Katy Parry” Roar”

The screenshot shows a YouTube video player for the video 'Play Doh Baby Alive Super Snacks Snackin' Sara Katy Perry "ROAR" Inspired...'. The video is from the channel 'Play-Doh Craft N Toys' and has 871,863 views. The video description includes monetization information: 'Monetized by Play-Doh Craft N Toys \$839.17 estimated earnings 4 Facebook like 146 Google +1'. The video tags are listed as: 'Play Doh', 'Katy Perry Roar', 'Baby Alive', 'Super Snacks Snackin' Sara', 'playdohcraftn toys', 'play dough', 'dough', 'clay', 'art', 'barbie', 'dolls', 'barbie dolls', 'fashion', 'toys', 'games', 'play', 'craft', 'cute', 'project', 'play doh costumes', 'playdoh dress', 'how', 'how to', 'tutorial', 'video', 'kids', 'children', 'music', 'celebrity fashion', 'Do It Yourself', 'hobby', 'Doll (Collection Category)', 'Game', 'Making', 'Role', 'Crafts', 'diy', 'Wow', 'Paper', 'Smashing', 'Station', 'Playing', 'Fun', 'Hunter', 'Force'. The video was published on 25 de dez de 2015.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=fS3xwUbnDCs>

The screenshot shows a YouTube video player for the video 'Katy Perry - Roar PARODY'. The video is from the channel 'Wassabi Productions' and has 46,749,532 views. The video description includes monetization information: 'Monetized by Collective Digital Studio \$44,996.42 estimated earnings 216 Facebook like 3,558 Google +1'. The video tags are listed as: 'katy perry', 'roar', 'parody', 'music video', 'wassabi productions', 'rol', 'alex', 'rolanda', 'richard', 'funny', 'milley cyrus', 'wrecking ball', 'Lion', 'polar bear', 'crocodile', 'animals', 'how animals', 'monkey', 'Zoo', 'comedy', 'spoof', 'katy', 'perry', 'fun', 'song', 'sketch', 'sketch comedy', 'humor', 'singing', 'richard and rolanda'. The video was published on 25 de dez de 2015.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=vXSchotfufg>

Katy Perry ft. Juicy J - "Dark Horse" PARODY

Bart Baker 81m views / month 238,950 subscribers / month 273 Videos

101.670.532

YouTube tags: Katy Perry, Dark Horse, Katy, Perry, Katy Perry (Musical Artist), Dark, Horse, Juicy J, Parody, Official, Music Video, John Mayer, Miley Cyrus, Justin Bieber, Spoof, Bart Baker, BartBaker, Bart, Baker, Cats, Cat, Stripper, strippers, Egypt, King Bach

Publicado em 22 de mar de 2014

TWEET & FOLLOW TO WIN NECKLACE - <http://cct.ec/vd2vd>
BEHIND THE SCENES - <http://bit.ly/1145v7p>

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=U5gT8hf0Z_M

"Roar" || Katy Perry || Dance Fitness || REFIT® Revolution

REFITREV 2m views / month 5,730 subscribers / month 216 Videos

1.946.190

YouTube tags: choreography, katy perry, roar, REFIT, refitrev, hotzteam, dance fitness, pop, fitness, group fitness, dancers, routine, faith, faith and fitness, value fitness, positive, encouraging, inspirational, Pop Music (Musical Genre), Dance

Publicado em 9 de set de 2013

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=4UTDPILmp8E>

Roar - Drum Cover - Katy Perry

Monetized by **Universal Music Group** \$842.08 estimated earnings 104 Facebook like 38 Google +1

COOP3RDNUMM3R 8m views / month 32,340 subscribers / month 848 Videos **Inscrever-se** 871.655 **874.892**

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed 6.357 214

Heartbeat moments Add moment

YouTube tags Copy

roar katy perry drum cover roar drum cover roar drum covers katy perry drum cover katy perry drum covers drum dums drummer drummers drumming cover covers katy perry cover katy perry covers roar cover roar covers katy perry roar drum covers katy perry roar drum cover

Heartbeat tags by others No tag found

My Heartbeat tags Click here to learn more enter your tag

YouTube

- Bruno Mars - Treasure - Drum Cover COOP3RDNUMM3R 1.490.381 visualizações · 770 comments
- Wrecking Ball - Drum Cover - Miley Cyrus COOP3RDNUMM3R 2.644.688 visualizações · 2.273 comments
- Whistle - Drum Cover - Flo Rida COOP3RDNUMM3R 5.516.554 visualizações · 3.252 comments
- Numb - Linkin Park - Drum Cover COOP3RDNUMM3R 4.758.919 visualizações · 2.102 comments
- Let Her Go - Drum Cover - Passenger COOP3RDNUMM3R 1.052.951 visualizações · 446 comments
- Lorde - Royals - Drum Cover COOP3RDNUMM3R 283.725 visualizações · 435 comments
- Green Day - Basket Case - Drum Cover COOP3RDNUMM3R 2.028.401 visualizações · 1.295 comments
- Just Give Me A Reason - P!nk - Drum Cover COOP3RDNUMM3R 3.648.533 visualizações · 2.134 comments
- MAGIC! - Rude - Cover (ft. Anna Sentina) Drum Cover & Bass Cover

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=K-VRtCwy66s>

Katy Perry-Roar (Lion King)

Monetized by **Universal Music Group** \$13.84 estimated earnings 0 Facebook like 2 Google +1

trendyeffectiveness Channels stats not yet available - please check back in a few days 32,340 subscribers / month 14 Videos **Inscrever-se** 31 **14.376**

Adicionar a Compartilhar YouTube tags Mais Advanced Video Embed 82 12

Heartbeat moments Add moment

YouTube tags Copy

Lion King Katy Perry Roar

Heartbeat tags by others No tag found

My Heartbeat tags Click here to learn more enter your tag

Publicado em 30 de nov de 2013
A music video of Katy Perry's song Roar to the movie Lion King

MOSTRAR MAIS

YouTube

- Standoff LaBo Bo 723.405 visualizações · 168 comments
- Katy perry roar Barbie version AGI Frozen sisters 38.046 visualizações · 38 comments
- LION PRANK!!! SuperHollywood 33.820.683 visualizações · 14.684 comments
- Katy Perry - Roar Disney Axel 91 39.636 visualizações · 32 comments
- Scar/Shenzi - E.T. BrielyxBat 218.245 visualizações · 218 comments
- Mj Katy perry roar Erin Tompkins 18.724 visualizações · 10 comments
- Quanto eu ganho com o Blog e Youtube \$5 Ana Lidia Lopes Recomendado · 317 comments
- ROAR Katy Perry (parodia) The New Prism 2.418.554 visualizações · 0 comments
- animash roar the lion king Laurine Star 20.305 visualizações · 48 comments
- The Lion King- Roar! Katy Perry (1080P HD) LUKfan

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=B8RoFhFPv6I>

Prática Spammer - Campo Título
Metadados: "Katy Parry" Roar

The screenshot shows a YouTube video player with the following details:

- URL:** <https://www.youtube.com/watch?v=Fxp5OpH1zJ4>
- Search:** Katy Parry Roar
- Video Title:** Paródia da música da Katy Perry - 'Roar'
- Channel:** ECLÉTICOS TROLL (1.061 subscribers)
- Views:** 523.466
- Engagement:** 4.842 likes, 611 dislikes
- Thumbnail:** A cartoon illustration of a woman sitting on a couch, holding a fan, with the text "Brasileira canta: 'ROAR' Nesse verão insuportável".
- Recommended Videos:**
 - Que calor (Completo) - Paródia Frozen Let It Go (1.576.978 visualizações)
 - Mix - Paródia da música da Katy Perry - 'Roar' (50+ vídeos)
 - Roberto Carlos : Esse cara sou eu charges.com (886.392 visualizações)
 - 5 Coisas simples que tiram o ditador da Coreia do Norte do sério (8.277 visualizações)
 - Legião Urbana (Música para Trabalhar) Coletânea de músicas para ouvir no (1.2401 visualizações)
 - Katy Perry - ROAR clip 15 anos (Version OchoNucleos) (5.262.197 visualizações)

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=Fxp5OpH1zJ4>

The screenshot shows a YouTube video player with the following details:

- URL:** <https://www.youtube.com/watch?v=vXSchotfufg>
- Search:** Katy Parry Roar
- Video Title:** Katy Perry - Roar PARODY
- Channel:** Wassabi Productions (4.658.720 subscribers)
- Views:** 47.075.317
- Engagement:** 172.986 likes, 43.004 dislikes
- Thumbnail:** A woman with a surprised expression, with the text "He thinks he really has a choice".
- Recommended Videos:**
 - Miley Cyrus - Wrecking Ball PARODY (19.395.564 visualizações)
 - Mix - Katy Perry - Roar PARODY (50+ vídeos)
 - Just Girly Things (19.469.135 visualizações)
 - Do You Want To Be My Husband? (31.503.948 visualizações)
 - Robin Thicke BLURRED LINES - Rolanda & Richard (Parody) (26.107.582 visualizações)
 - Bruno Mars TREASURE - Rolanda & Richard (Parody) (10.376.611 visualizações)

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=vXSchotfufg>

Katy Perry - ROAR (CARTOON PARODY)

PopToonsTV

Inscrever-se 482.559

8.500.725

+ Adicionar a Compartilhar Mais

19.926 9.870

Próximo Reprodução automática

- Katy Perry - Roar (Official) KatyPerryVEVO 1.256.873.469 visualizações 4:30
- Mix - Katy Perry - ROAR (CARTOON PARODY) YouTube 50+ vídeos
- Miley Cyrus - Wrecking Ball (CARTOON PARODY) PopToonsTV 14.119.863 visualizações 9:30
- Katy Perry - Dark Horse (CARTOON PARODY) PopToonsTV 23.608.412 visualizações 2:37
- Ariana Grande - Break Free (CARTOON PARODY) PopToonsTV 8.037.105 visualizações 1:06
- Taylor Swift - Wildest Dreams (CARTOON PARODY) PopToonsTV 2.637.792 visualizações 8:32

Resquisar no Windows

11:46 12/02/2016

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=-bTaXk6VYPE>

Katy Perry - Roar - Parody (Thor)

VenetianPrincess

Inscrever-se 912.702

1.379.914

+ Adicionar a Compartilhar Mais

10.454 1.517

Próximo Reprodução automática

- I Kissed A Girl (Parody) - Katy Perry - Elderly Remix VenetianPrincess 41.213.555 visualizações 3:18
- Mix - Katy Perry - Roar - Parody (Thor) YouTube 50+ vídeos REPRODUZIR TODOS
- I HAD A BABY!!!!!!! VenetianPrincess 229.198 visualizações 3:33
- Parody of Taylor Swift - You Belong With Me ("Just A Zombie") VenetianPrincess 48.867.798 visualizações 1:56
- Lady Gaga - Poker Face - Parody ("Outer Space") VenetianPrincess 59.559.465 visualizações 4:32
- Katy Perry - Pharaoh's Response "Dark Horse" Parody AreWeFamousNow 3.923.686 visualizações 4:15

Resquisar no Windows

11:48 12/02/2016

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=HcQ5OwrJBEI>

ROAR Katy Perry (parodia)

The New Prism

Inscriver-se 2.698

2.448.829

Adicionar a Compartilhar Mais

5.876 4.804

Próximo Reprodução automática

- Love The Way You Lie Eminem Parody
trixie537
3.653.640 visualizações
3:30
- Mix - ROAR Katy Perry (parodia)
YouTube
50+ vídeos
- Katy Perry - ROAR clip 15 años (Version OchoNucleos)
Ocho Nucleos
6.262.197 visualizações
4:21
- ROAR by Katy Perry (Bullying story)
Micahs Filming
1.622.233 visualizações
3:54
- Katia Perez 'Maullar' (parodia de Katy Perry Roar)
freakuena
1.135.072 visualizações
4:44
- KATY PERRY "Roar" // TRADUZIONE ITA by @Fakemen
aspaganawaydeejay
1.187.415 visualizações
3:36

Resquisar no Windows

11:52 12/02/2016

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=ctu3qCFik_k

Roar Katy Perry minecraft

Minecraft Pe videos

Inscriver-se 5.614

759.736

Adicionar a Compartilhar Mais

3.794 1.425

Próximo Reprodução automática

- "Let It Go" -Frozen in Minecraft
The Jagere
2.828.374 visualizações
4:05
- Mix - Roar Katy Perry minecraft
YouTube
50+ vídeos
- Katy Perry - Dark Horse ft. Juicy J Minecraft
Minecraft Pe videos
161.608 visualizações
3:28
- All About That Bass Minecraft - Meghan Trainor
Minecraft Pe videos
141.092 visualizações
3:12
- Shake It Off Minecraft - Taylor Swift
Minecraft Pe videos
77.815 visualizações
2:31
- Uptown Funk Minecraft - Mark Ronson ft Bruno Mars
Minecraft Pe videos
315.586 visualizações
4:11

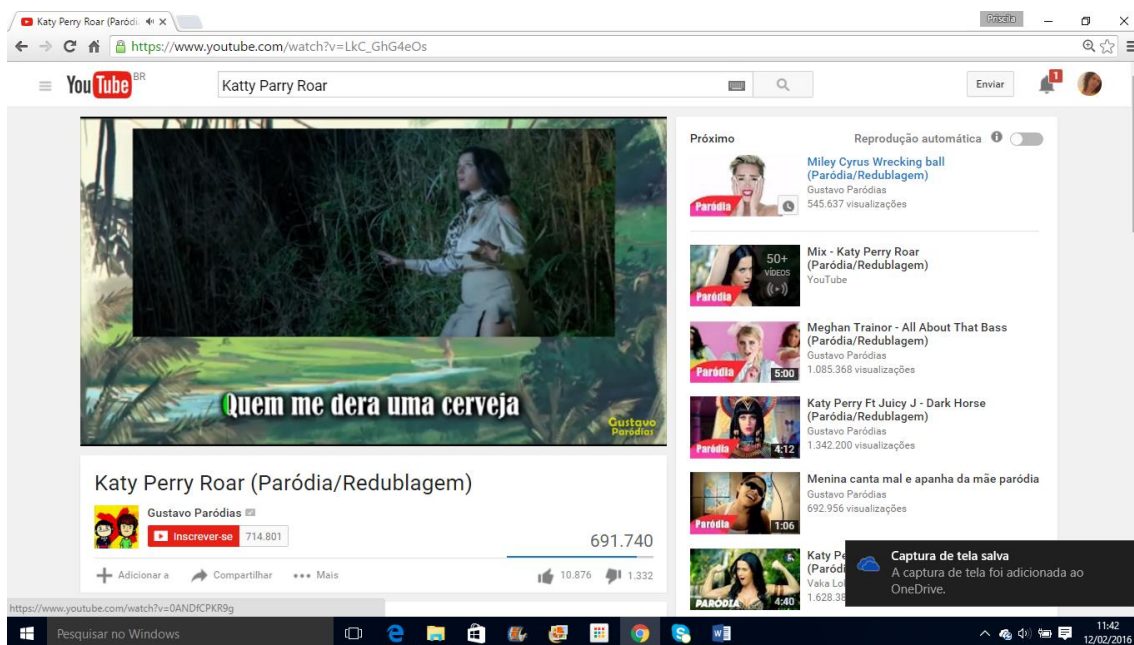
Resquisar no Windows

11:52 12/02/2016

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=gP925IRC0OU>

Prática Spammer - Campo Conteúdo

Evidências: Redubragem; Anotações no conteúdo do vídeo apontando para o Canal do spammer



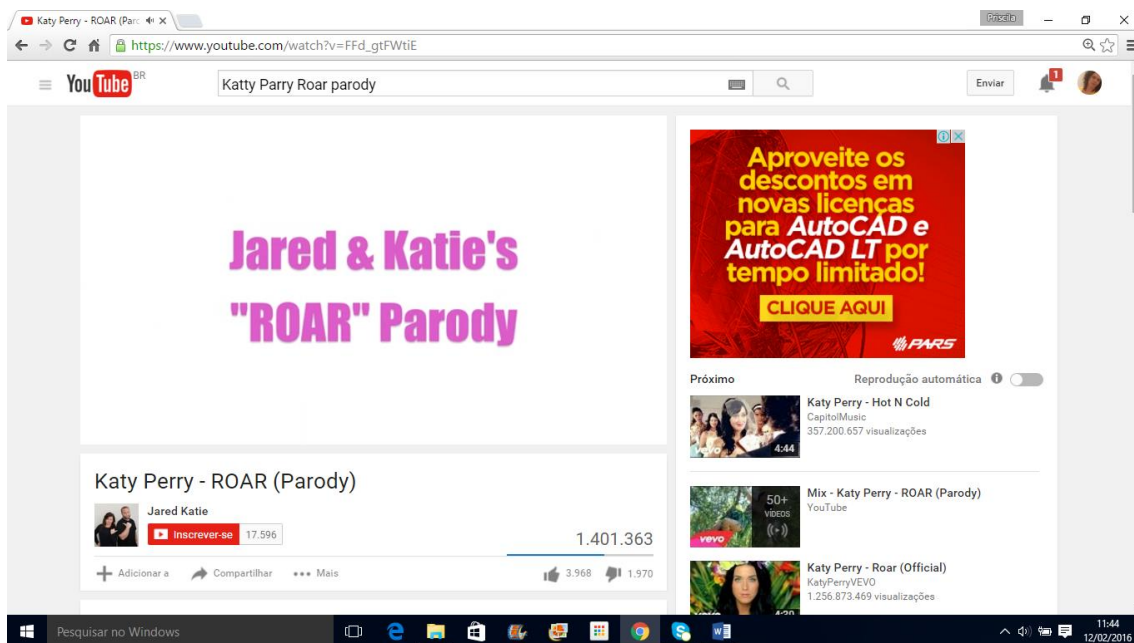
Katy Perry Roar (Paródia/Redubragem)

Gustavo Paródias

691.740

10.876 1.332

https://www.youtube.com/watch?v=LkC_GhG4eOs



Jared & Katie's "ROAR" Parody

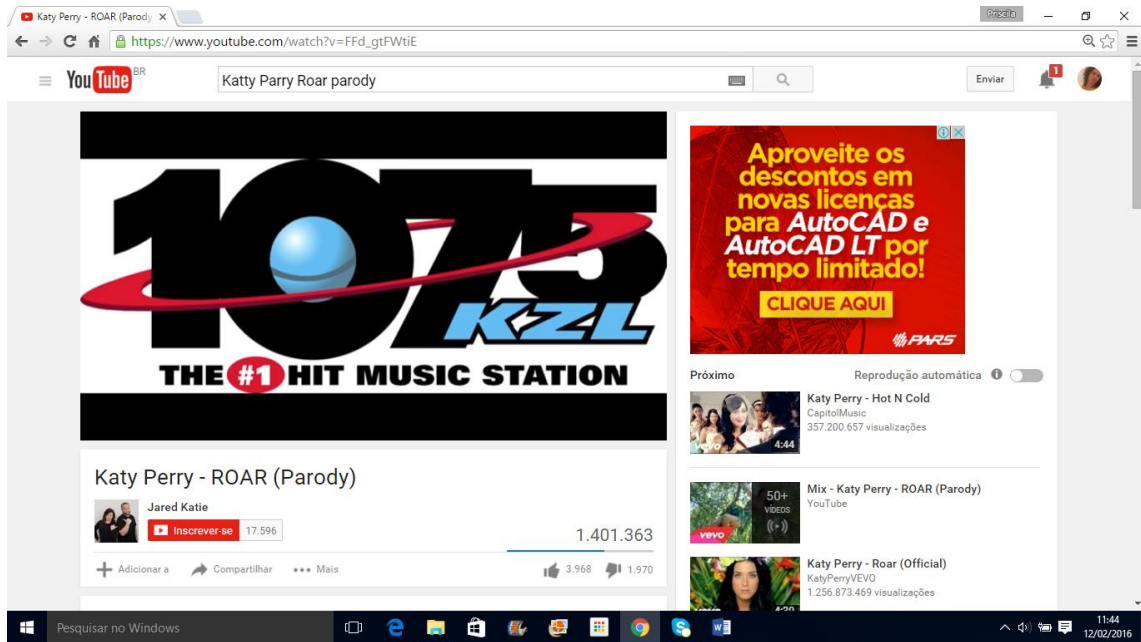
Katy Perry - ROAR (Parody)

Jared Katie

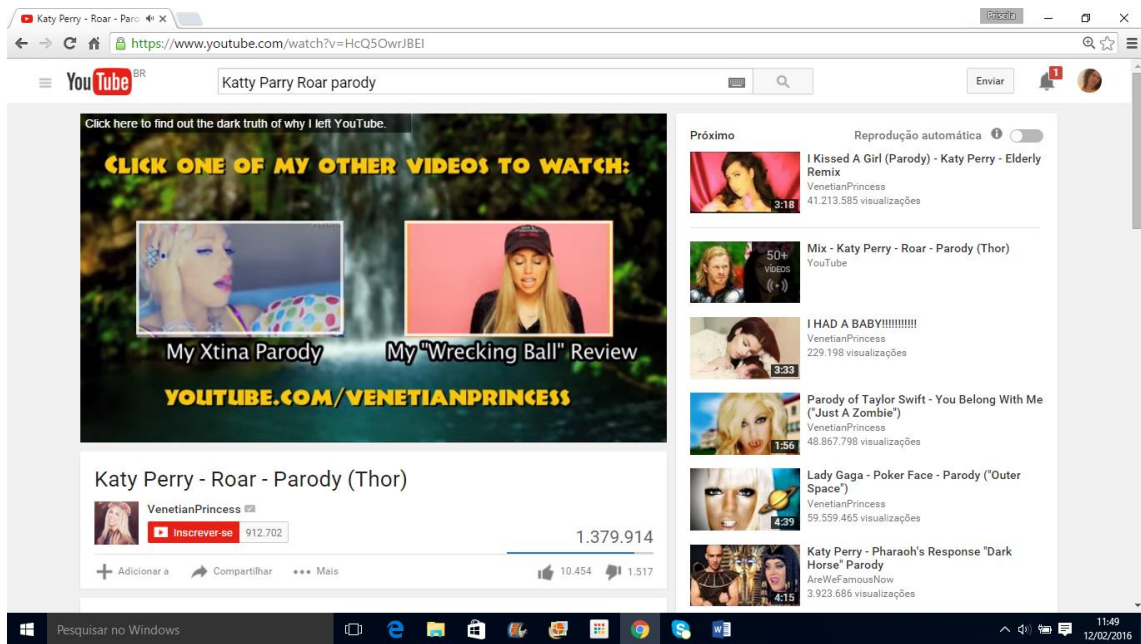
1.401.363

3.968 1.970

https://www.youtube.com/watch?v=FFd_gtFWtiE



Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=FFd_gtFWtiE



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=HcQ5OwrJBEI>

Prática Spammer - Campo Descrição

Evidências: Links apontando para outros perfis do spammer

Katy Perry Roar (Paródia/Redublagem)

Gustavo Paródias 714.801

691.740

Publicado em 29 de abr de 2014

COMPARTILHE

Me siga no Facebook: <https://www.facebook.com/GustavoParod...>

Gustavo Paródias

Não recomendado para menores 14 anos.

All rights to Katy Perry performing "Roar". © 2013 Capitol Records, LLC, a division of UMG Recordings, Inc.

I uploaded this video in order to show the parody redublagem in the same, no profit on my behalf, all rights reserved to their original owners. No Copyright INFRINGEMENT INTENDED.

Not is spam.

Categoria Comédia

Licença Licença padrão do YouTube

TODOS OS COMENTÁRIOS (723)

Menina canta mal e apanha da mãe paródia

Katy Perry - ROAR (Cadê meu Tarzan?) (Paródia/Redublagem)

Katy Perry - Roar (Official)

MC MELODY vs MAISA SILVA - BATALHA DE RAP (PARÓDIA)

Cúmplices de um Resgate do Nordeste - Parte 02 (Paródia/Redublagem)

Ludmilla - Não Quero Mais (Paródia/Redublagem)

Iggy Azalea - Black Widow Ft Rita Ora (Paródia/Redublagem)

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=LkC_GhG4eOs

Katy Perry - ROAR (CARTOON PARODY)

PopToonsTV 482.559

8.500.725

Publicado em 11 de set de 2013

Katy Perry finds out the jungle isn't just grass skirts and glitter.

Follow us on Twitter- @POPTOONSTV <https://twitter.com/PopToonsTV>

Like Us On Facebook <https://www.facebook.com/pages/PopToonsTV>

Instagram- <http://instagram.com/POPTOONSTV>

ASK QUESTIONS On Tumblr- <http://poptoonstv.tumblr.com/>

Get T-Shirts Here- <http://poptoonstv.spreadshirt.com/>

Watch all our parodies! <https://www.youtube.com/watch?v=GVtze...>

Categoria Comédia

Licença Licença padrão do YouTube

TODOS OS COMENTÁRIOS (1.220)

Katy Perry- Dark Horse (CARTOON PARODY)

Ariana Grande - Break Free (CARTOON PARODY)

Taylor Swift - Wildest Dreams (CARTOON PARODY)

ROAR Katy Perry (parodia)

Katy Perry - ROAR (Parody)

Katlia Perez 'Maullar' (parodia de Katy Perry 'Roar')

Play Doh ROAR - Katy Perry Inspired Costume (2)

<https://www.youtube.com/watch?v=bTaXk6VYPE>