



Processualidades da Circulação: Um Estudo do Canal Comer História no YouTube¹

Processes of Circulation: A Study of the "Comer História" Channel on YouTube

Paulo Antonio Stölben Junior

Viviane Borelli

Palavras-chave: Circulação; Mídia e Processos Sociais; YouTube.

O objetivo desta pesquisa é analisar como o canal Comer História desenvolve a estratégia de Afluência com as pessoas que comentam nos vídeos produzidos no YouTube. O primeiro passo desta pesquisa deu-se com uma análise no site Google Trends, que posteriormente se expandiu para o YouTube e seus canais, com o objetivo de identificar canais dedicados à realização de receitas históricas. O YouTube, alinhado com a algorítmica do Google, permite buscas computadorizadas por meio de seu sistema de classificação interno. Ao pesquisar-se o termo “canal de receitas” em sua busca, foram identificados diversos canais. Em seguida, foram selecionados canais com foco em receitas históricas, que resultaram em seis opções que se encaixavam nesse critério. Dentre eles, destacou-se o canal brasileiro Comer História, criado por acadêmicos com o propósito de divulgar conhecimentos científicos sobre gastronomia e história. Esse canal foi escolhido como objeto central da pesquisa devido ao idioma (português), ao número limitado de vídeos publicados e às transformações ocorridas em sua produção ao longo do tempo, já que a produção do conteúdo após junho de 2021 tem como prioridade os perfis do Instagram e do LinkedIn, que apesar de continuar até a realização desta pesquisa,

¹ Trabalho apresentado ao VI Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. POSCOM-UFSM e ECA-USP.



foi considerada apenas a produção de mais de um ano no YouTube — estando afetados tanto pela processualidades da mediação, quanto da circulação.

A escolha do YouTube como objeto de estudo desta pesquisa se justifica não apenas pela sua ampla utilização e influência, mas também pela sua relevância no contexto da culinária e da comunicação contemporânea. A análise dos dados do Google Trends revela padrões interessantes de busca relacionados a receitas e canais de culinária, especialmente durante períodos de restrições sociais, como a pandemia de Covid-19. Esses dados indicam uma crescente busca por conteúdo relacionado à alimentação e à gastronomia, tornando o YouTube um espaço relevante para compreender as dinâmicas de produção, circulação e consumo de informações culinárias. Além disso, a história e evolução do YouTube como plataforma de compartilhamento de vídeos, desde sua fundação até sua aquisição pelo Google e seu papel na cultura participativa e na distribuição de conteúdo, fornecem pistas para investigar suas potencialidades e limitações como um lugar de memória contemporâneo.

O YouTube, enquanto um espaço de memória, está integrado ao ecossistema de plataformas do Google, consolidando-se como uma das mais relevantes e influentes em escala global – particularmente nos Estados Unidos, como destaca Van Dijck (2021). Sua relevância é corroborada por estudos como o do Pew Research Center (2024), que aponta que a esmagadora maioria dos adultos estadunidenses já utilizou a plataforma. A ascensão do YouTube e de outras plataformas midiáticas está associada ao fenômeno da platformização – processo que, para Nieborg e Poell (2018), embora não tenha sido explorado em profundidade neste trabalho, vem reconfigurando setores culturais e econômicos como música, cinema e turismo, transformando suas lógicas de produção e consumo.

Metodologicamente, este estudo se inspira na abordagem sociosemiótica desenvolvida por Eliseo Verón, tal como apresentada em suas obras *Semiótica Social* – que recupera textos dos anos 1970 a partir de uma releitura nos anos 1990 –, *Semiótica Social 2* (2013)



e *Fragmentos de um Tecido* (2004). Seguindo a perspectiva veroniana, a análise não se limita ao conteúdo postado, mas também os modos de expressão. O termo "em relação" é utilizado, pois, como afirma Verón (2004, p. 62), um texto não deve ser examinado "em si mesmo", mas em relação a invariantes do sistema produtivo de sentido.

No campo dos estudos sobre mediação e seus processos, destaca-se uma concepção que se posiciona como categoria nodal para a análise dos discursos sociais: a de estratégia discursiva, conforme menciona Natalia Raimondo Anselmino (2011), interpretando o pensamento de Eliseo Verón. Esse conceito, em sua caracterização sociosemiótica, estabeleceu diversas discussões acerca da recuperação ou não da dimensão "intencional" dos discursos. O termo "estratégia" está etimologicamente vinculado ao âmbito militar, remetendo a procedimentos e operações para a execução de algum fim. Refletindo em termos estratégicos, especialmente na área da análise discursiva, é comum conceber a existência de um sujeito (empírico) que produz um discurso "intencionado", seja de forma consciente ou inconsciente. Dessa forma, entender a estratégia desse discurso implica deduzir qual o propósito do sujeito ao se expressar de uma forma e não de outra. Ou seja, a noção de estratégia parece estar ligada à concepção de que a encenação do "dizer" desvincula-se de uma atividade estratégica e pressupõe o entendimento do ato de comunicar como "um jogo de significação particular, como uma interação de intencionalidades" (RAIMONDO ANSELMINO, 2011, p. 2).

Para Verón (2004), as estratégias discursivas apresentam-se como variantes que se encontram dentro de um mesmo tipo de discurso ou até mesmo de um produto. Inicialmente, é necessário definir que a noção de "discurso", em sentido amplo, não se limita à matéria linguística, mas abrange qualquer conjunto significativo, como linguagem, corpo, imagem, entre outros. Em segundo lugar, a expressão "análise dos discursos" está no plural, pois o que se produz, circula e gera efeitos dentro de uma sociedade são múltiplos discursos. Em terceiro lugar, a palavra "discurso" evidencia uma abordagem de fenômenos de sentido, razão pela qual discurso e texto não são sinônimos.



Ao analisar discursos, retratam-se operações, pois uma superfície textual é constituída de marcas. Essas marcas podem ser interpretadas como "traços de operações discursivas subjacentes" (VERÓN, 2004, p. 65), referindo-se às condições de produção do discurso, onde a economia de conjunto determina o marco das leituras possíveis e dos efeitos de sentido. Portanto, as operações não são visíveis na superfície textual, devendo ser reconstruídas ou postuladas a partir das marcas presentes.

Ao assumirmos o papel de analistas dos discursos, limitamo-nos a realizar interpretações. Em outras palavras, os analistas sempre adotam uma posição de reconhecimento. O discurso analisado, ou "discurso-objeto", é uma condição de produção de discurso que os analistas geram. Ao analisar por meio da teoria, o analista encontra-se em uma posição de observação, não se sobrepondo à posição do consumidor dos discursos. Cada parte efetua sua própria interpretação do processo. Pela perspectiva sociossemiótica, um analista-observador não deve se preocupar em assumir o lugar do agente do discurso. O texto, sendo um local de "convergência de multiplicidade de sistemas de determinações" (VERÓN, 2004, p. 70), permite leituras plurais. Por meio de um texto, é possível realizar interpretações psicológicas, ideológicas, linguísticas, entre outras. A variável entre frases não é o que é dito, mas sim a sua relação com o enunciador e suas modalidades de expressão.

A análise da pesquisa foi desenvolvida a partir do embasamento teórico apresentado. Verón (2004) destaca, como parte do processo investigativo, a problematização de que as matérias significantes escolhidas para análise integram um tecido social. Contudo, cabe ao pesquisador a seleção de alguns desses fragmentos. As estratégias discursivas foram identificadas por meio dos distintos modos de dizer ao longo dos vídeos. Além da visualização dos conteúdos, os comentários também foram considerados, e registros foram feitos durante essa etapa. Conforme as repetições eram identificadas, notas eram tomadas. A partir desse detalhamento do processo de produção, mapeamento e seleção dos vídeos reconhecidos como exemplos de "desvio zero" na materialidade discursiva,



foram identificadas algumas recorrências que culminaram na definição de uma estratégia discursiva alinhada à circulação,

De nome *Afluência*, ela foi identificada tanto nos discursos da professora quanto nas imagens inseridas nos vídeos, evidenciando a transição gradual da produção do canal para outras plataformas, à medida que o conteúdo no YouTube diminui. Essa estratégia ilustra a dinâmica complexa da mediatização profunda, na qual a interação entre diversos dispositivos midiáticos e seus episódios resulta em uma comunicação contínua e adaptativa. A interconexão entre múltiplas mídias na mediatização atual, conforme discutido por Hepp e Couldry (2020), influencia a maneira como as práticas comunicativas são conduzidas, estimulando movimentos entre plataformas. Essa estratégia demonstra a busca pela expansão do alcance e engajamento, baseada na lógica do "contato entre muitos" e na transparência na circulação das mediações, como discutido por Fausto Neto (2018) e Fernández (2018).

A criação de uma atmosfera de proximidade com os participantes, por meio da ambientação da cozinha, da descrição detalhada dos sabores dos pratos, da contextualização histórica das receitas e da interação nos comentários, contribui para a construção e compartilhamento de significados. Além disso, a transição da produção do canal para outras plataformas também influencia essa circulação de sentidos. Ao examinar essas estratégias discursivas, é possível compreender como os significados relacionados à comida, à história e à memória são construídos e compartilhados entre os espectadores, contribuindo para a formação de uma narrativa coletiva em torno desses temas.

Referências

COMER HISTÓRIA. YouTube. Disponível em:
<https://www.youtube.com/@comerhistoria>. Acesso em 15 jul. 2023.



FAUSTO NETO, Antonio. Circulação: trajetos conceituais. **Edição Rizoma** - Rizoma, Santa Cruz do Sul, v. 6, n. 2, p. 2, dezembro, 2018.

FERNÁNDEZ, José Luis. **Plataformas mediáticas**: Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Crujía, 2018.

HEPP, Andreas; COULDRY, Nick. **A construção mediada da realidade**. Tradução: Luzia Araújo. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2020.

NIEBORG, David; POELL, Thomas. The platformization of cultural production: theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*, Thousand Oaks, v. 20, n. 11, p. 4275-4292, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1461444818769694>. Acesso em: 04 jul. 2023.

PEW RESEARCH CENTER. *Americans' Social Media Use*. Pew Research Center, 2024. Disponível em: https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2024/01/PI_2024.01.31_Social-Media-use_report.pdf. Acesso em: 12 fev. 2024.

RAIMONDO ANSELMINO, Natalia. **O ocaso do modelo intencional**: a noção de “estratégia discursiva” sob o olhar sócio-semiótico. Semeiosis, 2011.

VAN DIJCK, J.. *Seeing the forest for the trees*: Visualizing platformization and its governance. *New Media & Society*, n. 23, v. 9, 2021.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um Tecido**. São Leopoldo, RS: UNISINOS, 2004.

VERÓN, Eliseo. **La semiosis social**. Fragmentos de una teoría de la discursividad. Barcelona: Gedisa, 1996.

VERÓN, Eliseo. **La semiosis social 2**: ideas, momentos, interpretantes. Buenos Aires: Paidós, 2013.