Anais de Artigos
VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

Processualidades da Circulação: Um Estudo do Canal Comer História no YouTube[1]

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

Paulo Antonio Stölben Junior[2]

Palavras-chave: Circulação; Midiatização; YouTube.

Resumo: O presente artigo, parte de dissertação do autor (STÖLBEN Jr., 2024), tem como objetivo analisar como o canal do YouTube *Comer História* desenvolve a estratégia discursiva de Afluência, marcada pela transição gradual da produção de conteúdo para outras plataformas digitais. A partir da perspectiva sociossemiótica de Eliseo Verón, e contemplando tanto os vídeos principais quanto os *shorts*, a pesquisa investiga a circulação de sentidos nos vídeos e comentários do canal, observando como a audiência é estimulada a migrar para outros espaços, como Instagram, TikTok e LinkedIn.

Abstract: This article, part of the author's master's thesis (STÖLBEN Jr., 2024), aims to analyze how the YouTube channel *Comer História* develops the discursive strategy of Affluence, characterized by the gradual transition of content production to other digital platforms. Based on Eliseo Verón's sociosemiotic perspective and considering both the main videos and the shorts, the study investigates the circulation of meaning in the channel's videos and comments, observing how the audience is encouraged to migrate to other spaces, such as Instagram, TikTok, and LinkedIn.

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

[2] Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Anais de Artigos
VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

Keywords: Circulation; Mediatization; 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 seus 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, foi considerada apenas a produção de mais de um ano no YouTube — estando afetados tanto pela processualidades da midiatização, 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

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

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 plataformização – 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.

Carlón (2013) propõe uma reflexão sobre o YouTube e alguns aspectos chave de sua evolução. Parte-se do pressuposto de que, em 2013, a plataforma encontrava-se em um momento decisivo de desenvolvimento, inserida em um processo de midiatização. Ao longo de sua trajetória, o site apresentou diversas questões que podem ser estendidas a outras mídias. Tais questões emergem ao se analisar os efeitos da inserção da indústria do entretenimento no YouTube.

Sobre o uso do termo “plataforma”, Gillespie (2010) discute como empresas como Google e YouTube o empregam estrategicamente para se apresentarem como “intermediários” neutros, promovendo uma circulação de informações e serviços que aparenta ser mais aberta e democrática. Fernández (2018), por sua vez, observa que, no espaço digital, “plataforma” é amplamente utilizada tanto em discursos cotidianos quanto técnicos, referindo-se a smartphones, diversas interfaces digitais, sistemas de hardware e software, bem como a ambientes como Facebook e Twitter, muitas vezes tratados como se fossem categorias naturalmente comparáveis ou claramente distinguíveis.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

Aprofundando a análise das práticas de intercâmbio nas plataformas digitais, Fernández (2016) propõe uma divisão em duas categorias. A primeira, denominada espectatorial, em que os receptores permanecem diante do dispositivo ou suporte pelo qual se realiza a emissão da midiatização escolhida ou aceita. A segunda, denominada interacional, própria das novas midiatizações. No interior das plataformas midiáticas, ocorrem distintos tipos de intercâmbios midiatizados, e, em cada uma delas, é necessário considerar os respectivos dispositivos técnicos, gêneros, estilos e formas de uso. Elementos que não se apresentem de forma evidente devem ser investigados, pois, embora as plataformas forneçam indícios contínuos de circulação (FERNÁNDEZ, 2018), essas circulações devem ser analisadas com base no conhecimento já consolidado sobre seu funcionamento.

Metodologicamente, este estudo se inspira na abordagem sociossemiótica desenvolvida por Eliseo Verón, tal como apresentada em suas obras *Semiose Social* – que recupera textos dos anos 1970 a partir de uma releitura nos anos 1990 –, *Semiose 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 midiatização 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 sociossemiótica, 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

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

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 significante, 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 semiose não está submetida às mesmas restrições presentes na circulação passageira das palavras em situações sociais interpessoais e na circulação mais "difundida" possibilitada pelos suportes tecnológicos dos meios massivos. O essencial é compreender as semioses investidas nos modos de organização social. Sem essa semiose, nenhuma forma de organização social seria possível. No entanto, isso não significa que tal semiose, ainda que perpassando toda a sociedade, esteja ancorada em um princípio de coerência interna.

O autor, com sua proposta de semiose social, considera que, ao se analisar produções, é possível identificar, no mínimo, um campo composto por múltiplos efeitos de sentido. Nesse sentido, o autor busca explicar aquilo que denominou, em diferentes momentos, como "o desajuste, a relação, a circulação e a interface que se dá entre as condições de produção e de reconhecimento dos discursos sociais" (RAIMONDO ANSELMINO, 2011, p. 7).

A obra de Eliseo Verón é relevante para a análise de problemáticas específicas da contemporaneidade. Isso se deve, principalmente, às suas reflexões acerca das transformações que impactaram a sociedade pós-moderna, da qual foi um observador (CARLÓN, 2020a). Verón (1997; 2008; 2014) reconhece o meio de comunicação social como dispositivo tecnológico de produção e reprodução de mensagens vinculadas a determinadas condições de produção e a práticas específicas de recepção.

Dado que os processos de comunicação são complexos, isso implica que são sensíveis às condições iniciais e apresentam pontos de bifurcação em suas estruturas. A história social das tecnologias da comunicação demonstra que sua instalação na sociedade produziu desdobramentos inesperados. Como consequência, um mesmo dispositivo tecnológico pode ser integrado a diferentes contextos e assumir múltiplas funções. Esse é o caso da tecnologia genericamente denominada "vídeo" (Verón, 1997), que pode ser

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

consumida por meio da televisão, utilizada em obras de videoarte produzidas por artistas de vanguarda, aplicada em sistemas de vigilância ou mobilizada em práticas de vídeo "amador". No exemplo fornecido por Verón, essa última modalidade estava associada à construção de memórias familiares por meio de registros individuais. No entanto, o foco pode ser deslocado para as produções audiovisuais compartilhadas em plataformas digitais como o YouTube, objeto central desta pesquisa.

No contexto da crise dos meios massivos (CARLÓN; SCOLARI, 2009), já não se observa a mesma capacidade de capturar e fidelizar públicos a ponto de determinar-lhes o que devem assistir, quando e de que maneira (nas palavras de Verón, já não é possível "programar a vida social"). A emergência de novos sistemas de midiatização baseados na Internet, como Twitter, Facebook, Instagram, TikTok e YouTube, transforma não apenas a paisagem da mídia, mas também a circulação. Em outras palavras, a produção de sentido na trama social tem dado origem a uma nova forma de semiose, distinta das configurações moderna e pós-moderna, que pode ser compreendida como semiose contemporânea.

A obra de Eliseo Verón passou por um desenvolvimento progressivo a partir do momento em que o autor concluiu que se vive em uma sociedade pós-midiática, na qual coletivos e indivíduos assumem um papel cada vez mais relevante. Nesse sentido, torna-se fundamental compreender, segundo o autor, como se estabelecem as relações entre esses "participantes" no processo de circulação. No capítulo "Ciclos de Vida", do livro Semiose Social 2, Verón (2013) observa que os fenômenos midiáticos exercem uma função dupla. Por um lado, contribuem para a produção e estabilidade, ao longo do tempo, de coletivos formados pelos subsistemas de um sistema social. Por outro, dão origem a coletivos próprios, como, por exemplo, as comunidades de fãs. É importante destacar que, para Verón, os coletivos não são constituídos por qualquer fenômeno midiático, mas, sobretudo, pelos meios enquanto instituições sociais.

Considerando que o ato de comunicar exige a manutenção de um "vínculo contratual no tempo" (VERÓN, 2004, p. 276), torna-se pertinente mobilizar o conceito de posição de enunciação pedagógica, proposto por Verón (2004). Tal conceito envolve

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

a constituição de um contrato de leitura que é produzido em no mínimo, duas posições: a do enunciador, que assume o papel de educador (no caso, os responsáveis pelo canal) e a dos destinatários, que ocupam a posição de discentes, com o objetivo de obter conhecimento a partir do conteúdo dos vídeos. Esse contrato, que pode ser de leitura, de audiência ou de recepção, dependendo do suporte midiático, visa ao estabelecimento e à manutenção de um hábito de consumo.

Além do YouTube, o *Comer História* estendeu sua atuação a outras plataformas, como Twitter, TikTok, *site* oficial, LinkedIn, Facebook, Instagram e Linktree. Cada qual com conteúdos específicos e características próprias voltadas à temática da história da alimentação. Com o tempo, no entanto, a produção de conteúdo nas plataformas foi descontinuada, restando como foco principal de atualização o LinkedIn e, sobretudo, o Instagram. A análise dessas plataformas permitiu o estabelecimento de uma linha do tempo que evidenciou transformações significativas para compreender o acionamento da circulação.

A partir das reflexões de Carlón e Scolari (2009) sobre a cativação do público em meio à crise dos meios massivos, observou-se o surgimento de uma nova semiose, a qual reconfigura não apenas a paisagem midiática, mas também os processos de circulação. Para responder aos objetivos desta pesquisa, tornou-se necessário definir quais vídeos comporiam o corpus de análise, tendo em vista a mudança de centralidade do canal no YouTube para outras plataformas. Assim, selecionou-se um conjunto de vídeos e *shorts* com base na recorrência de determinados formatos e estratégias discursivas, bem como em sua relevância para o projeto.

Após a descrição e uma análise preliminar das 46 produções, identificaram-se estratégias discursivas recorrentes relacionadas à ativação da memória na elaboração de pratos históricos. Tais estratégias incluem o uso de narrativas históricas contextualizadas, a exploração de fontes e referências de época, o amparo em materialidades discursivas diversas, tanto midiáticas quanto não midiáticas, para a produção de sentidos, e a apresentação das receitas em conformidade com registros históricos específicos. Além

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

disso, a interação com os espectadores, especialmente por meio da seção de comentários, evidencia aspectos significativos da circulação de sentidos em torno do conteúdo produzido. Neste artigo, o foco é a estratégia de nome *Afluência*, identificada tanto nos discursos da professora Ana Carolina Viotti 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 midiatização 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 midiatização 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 midiatizações, como discutido por Fausto Neto (2018) e Fernández (2018). Embora as interações se deem majoritariamente no YouTube, há um incentivo à migração para outras plataformas. Esse direcionamento ocorre, por exemplo, quando se indica a existência de conteúdos complementares ao que foi apresentado nos vídeos ou nos comentários, ou ainda com o objetivo de ampliar o engajamento em outros espaços vinculados ao projeto.

Abaixo, traz-se alguns exemplos identificados:

No primeiro vídeo (VÍDEO 1 - V1) do canal, intitulado “Puxe uma cadeira e tome um cafezinho - ou apresentação do canal | Receita e História #comerhistoria[3]” e que conta com 20 comentários, observa-se uma resposta a um comentário que menciona o Instagram. Nessa resposta, é informado que, naquela plataforma, são publicados com frequência vídeos curtos e conteúdos relacionados à história da alimentação quase diariamente.

[3] Disponível em: https://youtu.be/L9Uuofa_0sk. Acesso em: 23 abr. 2023.

Anais de Artigos
VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

> ‘Estava assistindo a Canja que história interessante. Obg por sua atenção 😉’ (V1, C1)[4]
> ‘estamos no Instagram também, lá rolam vídeos mais curtinhos e outras informações sobre a história da alimentação quase todo dia!’ (V1, C1, R1)
> ‘Vou seguir lá no Instagram tbm obg🤗 🤗’ (V1, C2)

O segundo vídeo do canal (VÍDEO 2 - V2), intitulado "CANJA DE GALINHA | Receita e História | #comerhistoria"[5] apresenta a elaboração de uma receita e registra 64 comentários. Embora não haja menções nos comentários, o vídeo inclui uma imagem (Figura 1) que convida o público a seguir e acompanhar o trabalho do canal em outras plataformas.

Figura 1 - Final do vídeo

Figure 1 – End of the video



Fonte: Canal do YouTube Comer História (2024)

[4] Neste trabalho, utiliza-se para o comentário do vídeo a letra C e o número do comentário (por exemplo: Vx, Cx). Já para a resposta ao comentário, acrescenta-se a letra R (por exemplo: Vx, Cx, Rx). A resposta para outro comentário será considerada como um novo comentário.

[5] Disponível em: https://youtu.be/7e8TuUSh-hU Acesso em: 23 abr. 2023.

Anais de Artigos
VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

O terceiro vídeo (VÍDEO 3 - V3) selecionado para análise, correspondente ao número 11 do canal e intitulado "A história da pamonha e uma receita do século XIX #comerhistoria"[6], apresenta 74 comentários. Ao responder um comentário (V3, C10) que elogia o canal e anuncia uma nova inscrita, a resposta dos produtores afirmam que novos episódios estão em produção e, enquanto não são publicados, o público pode acompanhar "pitadinhas e receitas curtas nas redes sociais vizinhas" (COMER HISTÓRIA, 2020). Outro comentário (V3, C11), relata que a pessoa conheceu o canal pelo TikTok e estava viciada nos vídeos, recebendo como resposta que, embora não haja atualizações frequentes no YouTube, são publicados conteúdos diariamente no Instagram.

> 'Adooooro Pamonha...👏👏👏PARABÉNS Professora pelo maravilhoso trabalho História + Culinária e pelo Canal. Ganhou mais uma inscrita no COMER HISTÓRIA esperando a próxima HISTÓRIA para eu aprender...fazer e comer com prazer 😋😋😉🙏' (V3, C1)
> 'Oi Isabel, bem vinda! Super obrigada pelos elogios! Estamos produzindo novos episódios pra cá, mas, enquanto eles ainda estão no forno, você pode acompanhar mais pitadinhas e receitas curtas nas redes sociais vizinhas, encontrando a gente pelo mesmo nome!' (V3, C1, R1)
>
> 'Achei vocês no tiktok e foi de longe um dos maiores achados de lá. Estou completamente viciada nos vídeos!!! Parabéns pelo conteúdo' (V3, C2)
> 'Ahhhhh obrigada 🥰🥰🥰 estamos meio ausentes aqui, mas vamos voltar! No insta tem conteúdo diário!' (V3, C2, R1)

O quarto e último vídeo selecionado para análise (VÍDEO 4 - V4), que também marca a publicação mais recente nesse formato, corresponde ao número 15 do canal e é intitulado "Strogonoff: uma história da Rússia pro Brasil - e a primeira receita do prato, direto do séc. XIX!"[7].O vídeo registra 79 comentários. Em resposta a dois deles (V4, C13 e V4, C14), ambos com elogios à produção, os responsáveis pelo canal destacam a atual ausência de publicações no YouTube, prometem um retorno em breve e informam que

[6] Disponível em: https://youtu.be/eIr4uhiZEiA Acesso em: 23 abr. 2023.

[7] Disponível em: https://youtu.be/1cEPVBGnFRk Acesso em: 06 jul. 2023.

Anais de Artigos
VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

estão “reformulando os formatos e testando algumas coisas nas outras redes” (COMER HISTÓRIA, 2020).

> ‘por que esse canal n é famoso mds’ (V4, C13)
> ‘hahah obrigada!! a gente está meio ausente daqui, mas reformulando os formatos e testando algumas coisas nas outras redes... se puder, segue a gente!’ (V4, C1, R1)
>
> ‘Eu não acredito que ainda não estava inscrita no canal de vocês!’ (V4, C2)
> ‘Ahhh bem vinda! Em breve vamos voltar com coisas novas pra cá!’(V4, C2, R1)

Em relação aos *shorts*, é observado apenas um comentário relacionado a essa estratégia. Intitulado "Arroz doce de 1895 #shorts"[8], o último publicado com uma receita, apresenta 11 comentários. Dentre ele, destaca-se um comentário feito por alguém que também encontra o canal por meio do TikTok e elogia o trabalho feito realizado.

> ‘Acompanho no Tik Tok e agora por aqui também. Que conteúdo maravilhoso (e delicioso). A pesquisa, o preparo... Enfim, parabéns!’ (SHORT, C1)

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

[8] Disponível em: https://youtube.com/shorts/RsgmDy9SD7o?feature=share Acesso em: 29 abr. 2023.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

CARLÓN, Mario. Tras los pasos de Verón… Un acercamiento a las nuevas condiciones de circulación del sentido en la era contemporánea. In: **Galáxia**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica. PUC SP. n. 43, 2020. Disponível em: https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/46718/31628. Acesso em: 01 mar. 2024

CARLÓN, Mario . Contrato de fundação, poder e midiatização: notícias do front sobre a invasão do YouTube, ocupação dos bárbaros. In: **MATRIZes**, [*s. l.*], v. 7, n. 1, p. 107-126, 2013. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v7i1p107-126. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/56648. Acesso em: 7 dez. 2022.

CARLÓN, Mario ; SCOLARI, Carlos A. **El fin de los medios masivos**: el comienzo de un debate. Buenos Aires: La Crujía, 2009.

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.

FERNÁNDEZ, José Luis . Plataformas mediáticas y niveles de análisis. **Mediaciones de la Comunicación**, [*s.l*] v.11, p. 71-96, 2016. Disponível em: https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6698275.pdf. Acesso em 07 jul. 2023.

GILLESPIE, Tarleton . The politics of 'platforms'. **New Media & Society**, Thousand Oaks, v. 12, n. 3, p. 347-364, 2010.

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.

STÖLBEN Jr., Paulo Antonio. **Devorando a História**: Midiatização, Circulação e Estratégias Discursivas no Canal Comer História. Universidade Federal de Santa Maria, 2024. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/31749>. Acesso em 13 de julho de 2025.

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

VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **MATRIZes**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 13-19, 2014. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v8i1p13-19. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/82928. Acesso em: 27 dez. 2022.

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

VERÓN, Eliseo. Do contrato de leitura às mutações na comunicação. In: MELO, A. L. M.; GOBBI, M. C.; HEBERLÊ, A. L. O. (org.). **A diáspora comunicacional que se fez Escola Latino-Americana**: as idéias de Eliseo Verón. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco/Metodista; Universidade Metodista de São Paulo, 2008. p. 147-152.

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

VERÓN, Eliseo . **Esquema para el análisis de la mediatización**. Diálogos de la Comunicación, Lima, 1997.

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