Anais de Resumos Expandidos
VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

Comida de Santo: Midiatização e Memória
Comida de Santo: Mediatization and Memory

Paulo Antonio Stölben Junior
Geovanne Patrick Martins Flores

Palavras-chave: Midiatização; Alimentação; Experiência Religiosa

Ao entendermos a alimentação como um sistema de comunicação (BARTHES, 2008) e de memória, compreendemos que, como um processo comunicacional, ela articula o ser humano com a sociedade, permitindo a mútua produção entre indivíduos e em âmbitos supraindividuais, inserindo-os em teias de subjetividade (BRAGA; CALAZANS, 2017, p. 360). Para Montanari (2008), a comida é cultura quando produzida, uma vez que para humanos, não é limitada apenas ao que se encontra na natureza, como para os outros animais. A comida também é vista como cultura quando preparada, pois, quando se adquire os produtos necessários, eles são transformados com fogo e tecnologia. A comida também se manifesta como cultura no ato do consumo, pois, embora a condição onívora permita uma dieta variada, as escolhas humanas são pautadas por critérios econômicos, simbólicos e nutricionais. Desse modo, o alimento exerce um papel relevante tanto na composição da identidade quanto como um instrumento eficiente de comunicação. Essa compreensão dialoga diretamente com os estudos sobre as religiões afro-brasileiras, nas quais a alimentação ocupa posição central na relação entre seres humanos, divindades e ancestralidade.

Autores como Bastide (2001), Verger (2018) e Prandi (2001) demonstram que a comida constitui um dos fundamentos do culto aos orixás. Para Bastide (2001), os

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

alimentos ritualísticos integram uma rede simbólica que conecta o mundo material ao universo sagrado. Verger (2018), ao estudar os sistemas religiosos iorubás na África e no Brasil, evidencia que cada orixá possui alimentos específicos associados às suas características, domínios e narrativas míticas. Já Prandi (2001) destaca que os alimentos participam da própria dinâmica de transmissão dos conhecimentos religiosos, uma vez que os fundamentos dos orixás são preservados e atualizados por meio dos rituais, dos mitos e das práticas alimentares.

Nesse contexto, alimentar-se e alimentar os orixás não são práticas dissociadas. A comida constitui uma forma de comunicação com o sagrado, um elemento de manutenção do axé e uma expressão da religiosidade vivida cotidianamente nos terreiros. Conforme aponta Siqueira (1998), a alimentação ritual afro-brasileira articula dimensões materiais, espirituais e comunitárias, constituindo uma prática fundamental para a manutenção dos vínculos entre pessoas, ancestrais e divindades.

No caso das religiões afro-brasileiras como o Candomblé e a Umbanda, essa dimensão comunicacional da comida adquire uma complexidade própria. A comida não é apenas memória coletiva ou expressão cultural. Ela é também oferenda, fundamento, relação com a divindade cultuada. (BASTIDE, 2001; VERGER, 2018). Portanto, a alimentação aqui desempenha também um papel a nível teológico e ritualístico.

O alimento tem uma função não só simbólica, mas ritualística onde quantidades de ingredientes, modos de preparo e formas de entrega possuem sentidos específicos. Como observa Prandi (2001), os mitos e práticas rituais ligados aos orixás não se separam da vida cotidiana, mas atravessam modos de agir, narrar, lembrar e pertencer. Não se trata somente de cozinhar para a divindade e a comunidade religiosa, mas de cozinhar com intenção, com energia, com respeito às hierarquias e aos fundamentos de uma tradição de terreiro.

Essa dimensão torna a comida de santo um objeto particularmente fértil para os estudos da Comunicação. Ela condensa, em um mesmo processo, materialidade e

simbolização; corpo e memória; técnica e ritual; tradição e circulação. Ao ser deslocada para um dispositivo midiático (Youtube), como ocorre no quadro *Comida de Santo*, essa prática passa a integrar novos circuitos de reconhecimento, pertencimento e produção de vínculos. Essa inserção em um dispositivo midiático não deve ser compreendida, entretanto, como simples deslocamento de uma prática religiosa para um ambiente de exibição. Aqui, a midiatização é compreendida como reorganização da circulação social de uma prática, e não como análise centrada na plataforma em si (FAUSTO NETO, 2010; VERÓN, 2014).

O que se busca observar é um processo mais complexo, no qual a comida de santo passa a circular socialmente por meio de uma narrativa audiovisual que combina memória, informação, entretenimento e experiência religiosa. A comida, nesse caso, não aparece apenas como tema do episódio, mas como elemento organizador da cena comunicacional. É a partir dela que se narram fundamentos, se evocam memórias, se explicam relações com os orixás e se produzem vínculos entre quem prepara, quem apresenta e quem assiste. Essa perspectiva aproxima-se da noção de matrizes interacionais proposta por Braga (2017), na medida em que a comunicação é pensada como processo que constrói relações sociais e não apenas como transmissão de conteúdos.

A partir dessa compreensão da comida como linguagem, memória, religiosidade e prática cultural, este trabalho propõe analisar o primeiro episódio do quadro *Comida de Santo*, composto por quatro vídeos publicados no canal de Diogo Nogueira no YouTube ao longo de 2025. O episódio dedicado a Oyá/Iansã permite observar como alimentação, experiência religiosa e circulação de sentidos se articulam em um dispositivo midiático (YouTube).

O vídeo intitulado "Diogo Nogueira – Comida de Santo | Episódio: Iansã", publicado em 2 de outubro de 2024 no canal oficial do cantor Diogo Nogueira no YouTube, constitui o corpus empírico desta análise. Até a data de elaboração deste resumo expandido, o episódio acumulava mais de 104 mil visualizações e mais de 7 mil

curtidas, indicando uma circulação significativa junto ao público. Integrando a série Comida de Santo, o vídeo articula culinária, religiosidade afro-brasileira, memória e experiência cultural por meio de conversas entre Diogo Nogueira e lideranças religiosas, tendo como eixo central a relação entre Oyá/Iansã e o acarajé.

Metodologicamente, o trabalho propõe uma análise qualitativa da circulação de sentidos no episódio dedicado a Oyá/Iansã, a partir da decupagem audiovisual do material em dois eixos. O primeiro observa a comida de santo como *prática religiosa e comunicacional*, identificando como o acarajé é associado a Oyá, desde sua inscrição no axé até seus modos de preparo, gestos e fundamentos. O segundo examina como o episódio *tensiona diferentes formas de reconhecimento do acarajé para distintos atores sociais*, como alimento ritual, comida de rua, patrimônio cultural, prática de trabalho das mulheres negras e expressão da cultura afro-brasileira. Assim, a circulação não será compreendida apenas como difusão do vídeo no YouTube, mas como processo de produção, deslocamento e disputa de sentidos, em diálogo com Verón (2014), Fausto Neto (2010), Rosa (2019) e Braga (2012; 2017).

Referências

BARTHES, Roland. Toward a Psychosociology of Contemporary Food Consumption. In: COUNIHAN, Carole; VAN ESTERIK, Penny (org.). *Food and Culture: A Reader*. 2. ed. New York: Routledge, 2008. p. 28-35.

BASTIDE, Roger. *O Candomblé da Bahia: rito nagô*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina; RABELO, Leon et al. *Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade*. Campina Grande: EDUEPB, 2017.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (org.). *Mediação & Midiatização*. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012. p. 31-52.

DIOGO NOGUEIRA OFICIAL. *Diogo Nogueira: Comida de Santo | Episódio: Iansã*. YouTube, 2024. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=Ud6xYPS2GuI. Acesso em: 30 maio 2026.

FAUSTO NETO, Antônio. A circulação além das bordas. In: FAUSTO NETO, Antônio et al. (org.). *Mediatização e processos sociais: aspectos metodológicos*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2010. p. 55-69.

FERNÁNDEZ, José Luis. Plataformas mediáticas y niveles de análisis. *InMediaciones de la Comunicación*, Montevideo, v. 11, p. 71-96, 2016.

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

MONTANARI, Massimo. *Comida como cultura*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

PRANDI, Reginaldo. *Mitologia dos orixás*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

ROSA, Ana Paula da. Circulação: das múltiplas perspectivas de valor à valorização do visível. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, v. 42, n. 2, p. 21-33, maio/ago. 2019.

SIQUEIRA, Maria de Lourdes. *Agô Agô Lonan: mitos, ritos e organização em terreiros de Candomblé da Bahia*. Belo Horizonte: Mazza Edições, 1998.

VERGER, Pierre Fatumbi. *Orixás: deuses iorubás na África e no Novo Mundo*. 7. ed. Salvador: Corrupio, 2018.

VERÓN, Eliseo. *La semiosis social 2: ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós, 2014.