

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

Jonatas Rodrigues do Nascimento Santos

**MEDIAÇÕES E DISPUTAS DE SENTIDO NO YOUTUBE: O CASO DOS
COMENTÁRIOS AO CANAL EI NERD SOBRE O FILME BARBIE (2023)**

CUIABÁ-MT
2026

Jonatas Rodrigues do Nascimento Santos

MEDIAÇÕES E DISPUTAS DE SENTIDO NO YOUTUBE: o caso dos comentários ao canal Ei Nerd sobre o filme Barbie (2023)

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Poder da Faculdade de Comunicação e Artes, Universidade Federal de Mato Grosso, na Linha de Pesquisa Política e Cidadania, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre(a) em Comunicação.

Orientador(a): Prof. Dr. Cristóvão Domingos de Almeida

Cuiabá
2026

Dados Internacionais de Catalogação na Fonte.

S237m Santos, Jonatas Rodrigues do Nascimento.
Mediações e disputas de sentido no YouTube [recurso eletrônico] / Jonatas Rodrigues do Nascimento Santos. -- Dados eletrônicos (1 arquivo : 182 f., il. color., pdf). -- 2026.

Orientador: Cristóvão Domingos de Almeida.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Mato Grosso, Faculdade de Comunicação e Artes, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cuiabá, 2026.
Modo de acesso: World Wide Web: <https://ri.ufmt.br>.
Inclui bibliografia.

1. Mediações. 2. YouTube. 3. Cultura pop. 4. Disputas de sentido. 5. Plataformização. I. Almeida, Cristóvão Domingos de, *orientador*. II. Título.

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Permitida a reprodução parcial ou total, desde que citada a fonte.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

FOLHA DE APROVAÇÃO

Título: Mediações e disputas de sentido no Youtube: o caso dos comentários ao canal Ei Nerd sobre o filme Barbie (2023)

Autor: Mestrando Jonatas Rodrigues do Nascimento Santos

Dissertação defendida e aprovada em 1º de julho de 2026.

COMPOSIÇÃO DA BANCA EXAMINADORA

1. Professor Doutor Cristóvão Domingos de Almeida [Presidente Banca/Orientador]

INSTITUIÇÃO: Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT)

2. Professor Doutor Daniel Melo Ribeiro [Examinador Interno]

INSTITUIÇÃO: Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT)

3. Professora Doutora Vanessa Amália Dalpizol Valiati [Examinadora Externa]

INSTITUIÇÃO: Universidade Feevale

4. Professora Doutora Fernanda Vasques Ferreira [Examinadora Suplente]

INSTITUIÇÃO: Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT)

Cuiabá, 1º de julho de 2026



Documento assinado eletronicamente por **CRISTOVAO DOMINGOS DE ALMEIDA**, Docente da Universidade Federal de Mato Grosso, em 01/07/2026, às 18:37, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **DANIEL MELO RIBEIRO**, **Docente da Universidade Federal de Mato Grosso**, em 02/07/2026, às 16:31, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Vanessa Amalia Dalpizol Valiati**, **Usuário Externo**, em 02/07/2026, às 19:14, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufmt.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **9304866** e o código CRC **28AE76B9**.

Dedico este trabalho à Deus, não porque o concluí, mas porque sem Ele eu não teria chegado a lugar algum. Ele é a fonte da perseverança que não era somente minha, da inteligência que não se mostrou suficiente e dos *insights* que sequer calculei. Por isso, toda a glória pertence a Ele.

“O Senhor disse: o sábio não deve se orgulhar da sua sabedoria, nem o forte, da sua força, nem o rico, da sua riqueza. Se alguém quiser se orgulhar, que se orgulhe de me conhecer e de me entender.”

Jeremias 9.23-24 (NTLH)

AGRADECIMENTOS

A pesquisa é uma jornada que não se finda. É uma trajetória que se mostra enigmática em muitos momentos e repleta de desafios logísticos, emocionais, intelectuais, psíquicos e normativos. Esse descortinar do campo da comunicação em trilhar o caminho da construção do saber me desafiou de uma maneira que jamais imaginara.

Tais desafios revelaram, não com surpresa, pessoas que estiveram dispostas a compartilhar comigo essa responsabilidade. Ora era o tempo, ora a necessidade de silêncio, ora suportar as minhas oscilações emocionais que as incertezas traziam. Foram muitos momentos assim, momentos em que a escassez e a fragilidade do processo ficavam expostas, e foi exatamente nesses momentos que eu não estive só. Para cada um deles eu contei com apoio, afeto, compreensão, suporte, acalento, fé e confiança dos que me cercavam. Como essa jornada foi intensa, e justamente por isso preciso mencionar alguns nomes, mesmo correndo o risco de esquecer alguém.

Em primeiro lugar, registro minha gratidão e amor à minha esposa Andréa e à minha filha Ester. Andréa foi minha escudeira mais próxima, impedindo que o que acontecia além do meu escritório chegasse até mim com peso suficiente para me atrapalhar. Além disso, foram incontáveis as noites em que, antes de tentar dormir, eu encontrava nela uma ouvinte paciente para as minhas incertezas e ansiedades, e ela, com uma generosidade que não sei mensurar, me devolvia sempre as palavras que eu mais precisava ouvir: “você vai conseguir, amor”. Dizer somente obrigado é muito pouco diante do que isso representou para que eu encontrasse paz em meio ao caos da criação. Ester, por sua vez, me nutriu sem emitir uma só palavra sobre isso. O simples fato de ela existir, o amor que sinto por ela e o desejo de ser um pai cada vez melhor e de dar a ela um exemplo digno foram, em silêncio, uma das maiores forças que me moveram até aqui.

Ao meu irmão Igor Henrique, cujo nome de origem russa significa guerreiro, nome escolhido pelo nosso pai com aquela sabedoria silenciosa que só os pais têm, quero dizer que ele viveu à altura desse nome em cada etapa dessa jornada. Ele abriu mão da minha presença em projetos que construímos juntos, se sobrecarregou quando foi necessário e, em momentos concretos de dificuldade, estendeu a mão de formas que eu jamais esquecerei. Ele se manteve firme para que eu pudesse cumprir esse propósito, como um verdadeiro guerreiro faria.

Ao meu irmão Victor Gabriel, que carrego na memória desde o dia em que o carregava nos braços, quero registrar algo que vai além do óbvio. Somos separados por quase duas décadas de vida, e ouvir dele que se orgulha de mim não é pouca coisa. Não são somente palavras, pois suas palavras sempre estiveram acompanhadas de um abraço forte, carregado de afeto e admiração, e nesse gesto eu encontrei vitalidade para perseverar.

E o que dizer de Vanda Maria dos Santos e Hildebrando Rodrigues do Nascimento Santos, dois nordestinos que décadas atrás deixaram a cidade de Nazaré, interior do Piauí, e foram para São Paulo em busca de uma vida melhor. Na extrema humildade de quem não teve acesso pleno à educação formal, minha mãe com ensino fundamental incompleto e meu pai com ensino médio incompleto, conseguiram semear em mim a certeza de que o conhecimento seria a ferramenta capaz de nos fazer superar a pobreza e a falta de acesso que eles próprios conheceram. Lembro do meu pai sentado comigo, me ensinando a tabuada enquanto eu queria escapar para a rua. Ele não me deixava brincar enquanto eu não acertasse. Lembro também de ir a pescarias com ele, de acompanhá-lo quando ia jogar dominó com os amigos, de ser confrontado pela minha timidez e ensinado por ele a ser cortês, a dizer bom dia, obrigado, a conversar mesmo quando o pavor me dominava. Há uma linha direta entre esses momentos e o fato de que hoje sou um pesquisador da comunicação. Meu pai faleceu há mais de uma década em decorrência de um AVC, mas sua presença habita este trabalho. Obrigado, pai, por ter amado tanto sua família a ponto de dedicar sua vida a nos instruir. Carrego seu sobrenome completo comigo e o faço com orgulho.

Se ao meu pai reservo essas memórias e essa saudade permanente, à minha mãe Vanda, que transborda amor em ações mais do que em palavras e que tem esse jeitinho inigualável de fazer um bolo de fubá, uma canjica, um cuscuz ou um simples arroz com ovo só para me chamar para uma passadinha na casa dela e me nutrir de uma forma que vai muito além da comida. Esse afeto poderoso e constante foi e continua sendo um dos meus maiores sustentáculos.

Não posso deixar de mencionar meu orientador, a quem hoje chamo de amigo. Cristóvão Almeida se mostrou afetuoso e humilde em cada etapa dessa jornada, e o que encontrei nele foi muito além de orientação acadêmica. Com ele aprendi sobre pesquisa, sobre autores, sobre métodos, mas aprendi também sobre humildade, sobre ouvir com interesse genuíno e sobre compartilhar com verdade e inteireza. Não acredito em coincidências, e por isso creio que havia um propósito muito maior nessa parceria entre orientando e orientador. De tantos tem um episódio que guardo com carinho especial, foi nossa participação no Congresso Intercom

Nacional em Balneário Camboriú. Era minha primeira participação em um evento acadêmico desse porte, como mestrando, sendo interpelado por doutores e pós-doutores do campo da comunicação, e o que poderia ter sido apenas nervosismo se transformou em algo memorável pela leveza com que ele contribuiu compartilhando sua vivência nesses encontros. Como aprendi com você, Cristóvão. Espero em Deus que outras grandes coisas ocorram na sua vida, pois essa é a única forma que tenho de te agradecer à altura.

Agradeço imensamente à minha banca, ao Dr. Daniel Ribeiro e à Dra. Vanessa Valiati, que desde a qualificação se tornaram uma inspiração relevante para mim. Foi surpreendente o quanto se dispuseram a compartilhar o saber de forma tão singela e profunda e sem reservas. Quantas contribuições potentes, quanto interesse genuíno, que qualidade de tempo foi a nossa interação. A minha banca fez toda a diferença na estruturação da etapa final desta pesquisa.

Agradeço a cada colega de turma com quem compartilhei nervosismo, risadas e acolhimentos que ficam na memória. Jamais me esquecerei de vocês.

Agradeço a todo o coletivo que compõe o PPGCOM da UFMT. Valeu muito a pena esperar para realizar essa etapa da minha jornada acadêmica sob o escrutínio e a salvaguarda de vocês. Aos coordenadores, docentes, técnicos e bolsistas, meu muito obrigado.

Minha gratidão é tamanha que acredito que as palavras aqui escritas não são capazes de retribuí-los. Quero ter a oportunidade de expressá-la com ações, com atenção, com afeto, com tudo que esteja além do que a escrita alcança, porque todos vocês, de alguma forma, merecem isso. E quando eu não conseguir expressar com as minhas ações tamanha gratidão, peço a Deus que com seu infinito poder e amor os guarde e os abençoe.

RESUMO

SANTOS, Jonatas Rodrigues do Nascimento. Mediações e disputas de sentido no YouTube: o caso dos comentários ao canal Ei Nerd sobre o filme Barbie (2023). 2026. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação e Artes, Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2026.

Esta dissertação investiga como se configuram as disputas de sentido nos comentários publicados pela audiência ao vídeo "Polêmico! Assisti Barbie – O que eu achei?", do canal Ei Nerd, no YouTube. Parte-se do entendimento de que a seção de comentários funciona como microcampo em que cultura, técnica e sujeito se articulam, território no qual o filme opera como pretexto e o canal como disparador da conversação. O *corpus* reúne 4.102 comentários distribuídos em 547 *threads*, congelados em março de 2025 e submetidos à análise de conteúdo em modalidade temática e categorial, com apoio do *software* MAXQDA e sustentação metodológica em Sampaio e Lycarião (2021). Quatro categorias estruturaram a codificação, a saber, alvo da enunciação, posicionamento valorativo, matriz de sentido e estratégia interacional, lidas à luz das mediações em Martín-Barbero (2009) e Lopes (2014), da plataformização em Van Dijck, Poell e De Waal (2018) e dos estudos sobre cultura participativa em Jenkins, Ford e Green (2022). Os achados evidenciam que mais da metade dos enunciados não se dirige ao filme nem ao apresentador, mas ao próprio interlocutor, o que revela uma dinâmica de horizontalidade na qual a audiência disputa, entre pares, a legitimidade das interpretações em circulação. Demonstrou-se ainda que os repertórios de gênero e de ideologia concentram a maior parte da rejeição e operam como campos de atração capazes de sustentar o conflito em seus próprios termos, ao passo que as táticas argumentativas, sobretudo a refutação e a proposição, predominam mesmo no terreno mais inflamado do corpus. A leitura interna do thread mostra que a disputa raramente se encerra pela persuasão, e sim pelo esgotamento progressivo do campo argumentativo. Conclui-se que as disputas de sentido não constituem desvio do funcionamento da plataforma, e sim expressão de seu modo próprio de operar, no qual disputar significado é também disputar presença.

Palavras-chave: Mediações; YouTube; Cultura pop; Disputas de sentido; Plataformização.

ABSTRACT

SANTOS, Jonatas Rodrigues do Nascimento. Mediations and meaning disputes on YouTube: the case of the comments on the Ei Nerd channel about the film Barbie (2023). 2026. Dissertation (Master's in Communication) – Faculty of Communication and Arts, Federal University of Mato Grosso, Cuiabá, 2026.

This dissertation investigates how meaning disputes are configured in the comments posted by the audience on the video "Polêmico! Assisti Barbie – O que eu achei?", from the Ei Nerd channel, on YouTube. The study assumes that the comment section operates as a micro field in which culture, technique and subject intertwine, a territory where the film works as a pretext and the channel as a trigger of the conversation. The corpus gathers 4,102 comments distributed across 547 threads, frozen in March 2025 and submitted to thematic and categorical content analysis, supported by the MAXQDA software and methodologically grounded in Sampaio and Lycarião (2021). Four categories structured the coding, namely target of enunciation, evaluative positioning, meaning matrix and interactional strategy, read through the lens of mediations in Martín-Barbero (2009) and Lopes (2014), of platformization in Van Dijck, Poell and De Waal (2018) and of participatory culture studies in Jenkins, Ford and Green (2022). The findings show that more than half of the utterances are directed neither at the film nor at the presenter, but at the interlocutor, revealing a horizontality in which the audience disputes, among peers, the legitimacy of the interpretations in circulation. It was also demonstrated that gender and ideology repertoires concentrate most of the rejection and operate as fields of attraction able to sustain the conflict on their own terms, whereas argumentative tactics, especially refutation and proposition, prevail even in the most inflamed terrain of the corpus. The internal reading of the thread shows that disputes rarely end through persuasion, but rather through the progressive exhaustion of the argumentative field. It is concluded that meaning disputes do not constitute a deviation from the platform's functioning, but an expression of its own way of operating, in which disputing meaning also means disputing presence.

Keywords: Mediations; YouTube; Pop Culture, Meaning dispute; Platformization.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Penetração global da internet e redes sociais em 2025	49
Figura 2 - Uso da internet e plataformas no Brasil em 2023	50
Figura 3 - Trabalhadores em plataformas digitais no Brasil em 2022	50
Figura 4 -Principais aplicativos de vídeo (usuários ativos-tempo de uso) 2024	53
Figura 5 - Página inicial do YouTube antes da aquisição pelo Google (2005)	55
Figura 6 - Página inicial do YouTube após aquisição pelo Google (2006).....	56
Figura 7 - Relação dos canais / inscritos (FEV/2024)	72
Figura 8 - Capa da tela inicial do canal Ei Nerd (2025).....	73
Figura 9 – Captura de tela do Canal Ei Nerd no portal SocialBlade.	74
Figura 10 – Captura de Tela do Canal Ei Nerd na Nox Influencer.	75
Figura 11 - Boneca Barbie original (1959) e Bild Lilli (1955).	78
Figura 12 - Lançamento da Mattel da linha Barbie negra (1980)	80
Figura 13 - Shonda Rimes – Documentário Primeira Barbie Negra (2023)	80
Figura 14 - Lançamento da linha de bonecas com base em diversidade	81
Figura 15 - Cheeseburger recheado com uma porção de molho rosé.....	82
Figura 16 – Margot Robbie e Greta Gerwig.....	82
Figura 17 - Cillian Murphy e o Diretor Chistopher Nolan nos bastidores	83
Figura 18 - Tela inicial do YouTube Data Tools (YTDT).	89
Figura 19 -Tela da aba de extração de comentários do Youtube Data Tools.	90
Figura 20 - Captura de tela da planilha Arquivos Brutos	90
Figura 21 - Captura de Tela da planilha Arquivo Derivado	91
Figura 22 - Threads_Faixa C_Ei Nerd	101
Figura 23 - TESTE LdC [a_b_c_d]	101
Figura 24 – Intra Codificador _ LdC [a_b_c_d] no MAXQDA Pro	107
Figura 25 -Nuvem de códigos: distribuição integrada do sistema de codificação ...	112
Figura 26 - Composição valorativa da matriz de sentido	122
Figura 27 - Distribuição do alvo de enunciação por matriz de sentido	126
Figura 28 - Distribuição do código hostilidade por alvo da enunciação	129
Figura 29 - Fixação, alternância e dispersão no <i>Thread</i>	133
Figura 30 – Matriz de mudanças do alvo na primeira resposta (<i>corpus</i> robusto)	135
Figura 31 – Trajetória das categoriais alvo de enunciação e matriz de sentido (T38)	
.....	136

Figura 32 – Trajetória das categorias alvo de enunciação e matriz de sentido (T19)	137
Figura 33 – Trajetória das categorias alvo de enunciação e matriz de sentido (T42)	138
Figura 34 – Trajetória das categorias alvo de enunciação e matriz de sentido (T77)	139
Figura 35 – Trajetória das categorias alvo de enunciação e matriz de sentido (T37)	139
Figura 36 - Matriz de mudanças do sentido na primeira resposta (<i>corpus</i> robusto)	142

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - LdC _ Mediações e disputas de sentido no YouTube _ Alvo da enunciação	164
Quadro 2 - LdC _ Mediações e disputas de sentido no YouTube _ Posicionamento valorativo	168
Quadro 3 - LdC _ Mediações e disputas de sentido no YouTube _ Matriz de sentido	171
Quadro 4 – LdC _ Mediações e disputas de sentido no YouTube _ Estratégia interacional	176

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Mapeamento de dissertações em comunicação no Centro-Oeste (2020-2025).....	20
Tabela 2 - Penetração do YouTube em países selecionados da América, blocos regionais e média mundial (fevereiro de 2025)	52
Tabela 3 - Marcos da trajetória inicial do YouTube (2005-2009).....	58
Tabela 4 - Elementos que justificam o caráter exploratório da pesquisa	67
Tabela 5 - Elementos que justificam o caráter descritivo da pesquisa	67
Tabela 6 - Maiores bilheterias do cinema em 2023	70
Tabela 7 - Críticas ao filme Barbie (2023): canais listados no resultado da busca sistematizada (FEV/24)	71
Tabela 8 – Estabilidade intra-codificador por código – Rodada 01 vs. Rodada 02 .	107
Tabela 9 – Estabilidade intra-codificador por código – Rodada 02 vs. Rodada 03 .	108
Tabela 10 - Panorama dos segmentos codificados	113
Tabela 11 – Codificação da categoria alvo da enunciação.....	115
Tabela 12 – Codificação da categoria posicionamento valorativo	116
Tabela 13 – Sobreposição de categorias: alvo da enunciação e posicionamento valorativo	117
Tabela 14 – Codificação da categoria matriz de sentido	120
Tabela 15 – Matriz de sentido por posicionamento valorativo	122
Tabela 16 – Códigos prevalente da categoria matriz de sentido e alvo da enunciação	125
Tabela 17 – Codificação da categoria estratégia interacional	128
Tabela 18 – Estratégias interacionais predominantes acionadas pelo código gênero	130
Tabela 19 – Distribuição dos <i>threads</i> por porte (número de comentários)	132
Tabela 20 – Distribuição dos <i>threads</i> por porte (número de comentários)	133
Tabela 21 – Correlação da categoria alvo da enunciação (corpus geral vs corpus robusto).....	134
Tabela 22 – Correlação da categoria matriz de sentido (corpus geral vs corpus robusto)	141

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	17
2	MEDIAÇÕES E PLATAFORMIZAÇÃO: FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO EM REDE.....	24
2.1	Mediações, audiências conectadas e produção de sentidos	26
2.2	Plataformização e regimes algorítmicos da mediação	35
2.3	Fundamentos para disputas de sentido em ambientes plataformizados	44
3	O YOUTUBE NO CENÁRIO DA COMUNICAÇÃO DIGITAL	49
3.1	Trajetória e transformações do youtube: marcos históricos e redefinições institucionais	54
3.2	Cultura participativa no youtube: circulação, comentários e disputas de sentido	60
4	CONSTRUÇÃO METODOLÓGICA: DELIMITAÇÃO E CONTEXTUALIZAÇÃO DO OBJETO EMPÍRICO.....	65
4.1	Delimitação empírica: do filme barbie (2023) aos comentários no canal ei nerd.....	69
4.2	O contexto da boneca barbie como objeto cultural.....	77
4.3	Análise de conteúdo: da tradição à operacionalização com sampaio e lycarião.....	83
4.3.1	Constituição do <i>corpus</i> e definição das unidades de análise	88
4.3.2	Categorias analíticas, livro de códigos e planilha de codificação.....	92
4.3.3	Pré-teste e refinamento das categorias e das regras de codificação	99
4.3.4	Verificação intra-codificador: estabilidade do instrumento como condição da codificação integral.....	105
5	SENTIDOS EM DISPUTA: ANÁLISE DOS COMENTÁRIOS AO CANAL EI NERD.....	110
5.1	O mapa das disputas: o comentário como prática datificada	112
5.2	Mediações em ato: matrizes de sentido e o deslocamento do alvo enunciativo	120
5.3	Estratégias interacionais: táticas discursivas e a zona de fricção da plataforma	128
5.4	Dinâmica interna do <i>thread</i> : trajetórias de sentido no fio de comentários	131
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS: POLÊMICO! ASSISTI BARBIE, O QUE EU ACHEI?.....	147
6.1	As disputas de sentido no ei nerd: dimensões discursiva, conflitiva e plataformizada	147
6.2	Os limites constitutivos da pesquisa: recortes operacionais e técnicos	152
6.3	Horizontes da escuta digital: agendas e desdobramentos investigativos	154
	APÊNDICE A – MANUAL DE CODIFICAÇÃO DA ANÁLISE DE CONTEÚDO.....	164
	Instruções gerais para classificação do <i>corpus</i>	164

1 INTRODUÇÃO

As plataformas digitais são mais que canais, pois rompem com a noção clássica de um condutor linear do emissor ao receptor. Funcionam como infraestruturas programáveis que conectam grupos, regulam a circulação e mediam interações por meio de dados, algoritmos e regras próprias. (VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018; SRNICEK, 2018; VAN DIJCK, 2013; COULDRY; HEPP, 2017; GILLESPIE, 2018). No Brasil, essa presença é massiva, cerca de 171 milhões de usuários de redes sociais (cerca de 79% da população) passam em média 3 horas e 32 minutos conectados por dia (WE ARE SOCIAL; MELTWATER, 2025). É nesse volume que as plataformas afetam os hábitos de consumo, sociabilidade e informação, nesse sentido, evidencia-se que o vídeo domina nesse cenário, onde 99,63% da população consome esse formato regularmente e 94,5% dos usuários online acessam, especificamente, o YouTube. Essas características e cenários entram no cotidiano e proliferam-se em disputas de sentido, ainda que sob governança algorítmica e assim registra-se o ponto de partida desta pesquisa (KANTAR IBOPE MEDIA; STATISTA, 2024; VAN DIJCK, 2013; GILLESPIE, 2018).

Ao observar os dados disponibilizados pela Kantar Ibope (2024) e Statista (2024) é possível constatar que a cultura pop se mostra como um dos campos temáticos recorrentes na dinâmica comunicacional do YouTube. No universo do circuito dos *blockbusters* nota-se que os efeitos do sentido extrapolam fronteiras linguísticas, culturais e geográficas, por conta de ecossistemas participativos de fãs que produzem desde *fanarts*¹, memes² e debates. Essas práticas colaborativas, possivelmente, reatualizam continuamente os sentidos atribuídos às obras, fenômeno que será aprofundado no referencial teórico a partir de discussões sobre cultura participativa e mediações digitais.

A perspectiva de Lipovetsky e Serroy (2009) descrevem o cinema *blockbuster* como uma forma industrial marcada por altos orçamentos, narrativas padronizadas e estratégias globais de distribuição. Entre os exemplos recentes desse modelo, figuram produções como *Avatar* (2009), *Pantera Negra* (2018) e *Barbie* (2023), que ultrapassaram a marca de um bilhão

¹ Expressão termo em inglês que designa obras artísticas criadas por fãs, como ilustrações, colagens ou adaptações visuais, baseadas em personagens, tramas ou universos da cultura pop. Essas produções não têm vínculo oficial com os detentores dos direitos autorais.

² Termo usado para designar unidades culturais de comunicação digital, compostas por imagem, texto ou vídeo, que são replicadas e modificadas por usuários em ambientes online. Geralmente associadas ao humor, essas produções também operam como formas de comentário social e expressão coletiva em redes digitais.

de dólares em bilheteria e ilustram como essas obras alcançam grande visibilidade midiática e se inserem na estetização do mundo, tal como definida pelos autores.

Para além das telas de cinema, nota-se que a repercussão desses filmes alcança outras plataformas, inclusive no YouTube, em canais, onde influenciadores e públicos articulam análises, comentários e reações que ampliam o circuito de sentidos em torno das obras cinematográficas. Sob a égide dessa dinâmica, o ato de assistir ao filme não encerra seu consumo que passa a integrar um processo de circulação e reinterpretação que, como apontam Jenkins, Ford e Green (2022), expressa as formas contemporâneas de engajamento cultural marcadas pela participação e pelas práticas colaborativas de fãs.

A partir desse quadro, as interações que emergem no YouTube podem ser compreendidas à luz do conceito de mediação, entendido como campo de disputas de sentido e negociações culturais (Martín-Barbero, 2009). Conforme aponta Lopes (2003), a mediação não se restringe a uma conexão entre emissores e receptores, mas se constitui como um processo dinâmico de reconstrução de significados. Nesse contexto, ela não se encerra na publicação do vídeo, mas se prolonga nos comentários, nas interações subsequentes e nos deslocamentos simbólicos que configuram uma ambiência discursiva em permanente atualização.

A escolha do canal *Ei Nerd* e do filme *Barbie* (2023) como focos empíricos desta pesquisa não foi imediata, mas resultado de um percurso que partiu da observação de como certas obras da cultura pop contemporânea ativam fluxos discursivos no YouTube. Ao longo das buscas exploratórias, observou-se que determinados conteúdos apresentavam níveis particularmente altos de engajamento e densidade interpretativa, o que fundamentou o recorte final. Ainda que este movimento seja detalhado na seção metodológica, convém antecipar que o objeto não foi escolhido de forma arbitrária, mas desenhado a partir da confluência entre critérios observacionais e fundamentos teóricos.

A definição do recorte empírico, nessa direção, foi realizada a partir de buscas no YouTube com a palavra-chave “críticas ao filme *Barbie* 2023”, o que permitiu delimitar o canal *Ei Nerd* como objeto central desta pesquisa, em razão de seu volume expressivo de comentários e visibilidade na plataforma.

O canal *Ei Nerd*, criado em 2013 e comandado por Peter Jordan, reúne mais de 13 milhões de inscritos e apresenta produção contínua de vídeos sobre temas vinculados à cultura

pop, com destaque para filmes, séries e quadrinhos. Segundo dados do portal Social Blade³ (2024), o canal é classificado com nota B+ e localiza-se entre os 250 canais de maior alcance da categoria “entretenimento”, o que indica uma atividade expressiva e visibilidade consolidada na plataforma. Sua atuação combina performance opinativa com estratégias recorrentes de engajamento, configurando-se como vetor de curadoria e mediação cultural no ecossistema comunicacional do YouTube. Essa configuração se torna particularmente significativa quando o canal se posiciona sobre obras de ampla repercussão midiática, sendo esse o contexto em que se inscrevem as publicações sobre o filme *Barbie* (2023). Apesar da expressividade desse fenômeno na comunicação digital, ainda se nota uma lacuna de investigações acadêmicas voltadas a compreender como tais processos se configuram no ambiente do YouTube.

Com o intuito de verificar essa lacuna, e a fim de sistematizar essa percepção, realizou-se um levantamento exploratório nos repositórios institucionais dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação das universidades da região Centro-Oeste — Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Universidade Federal de Goiás (UFG) e Universidade de Brasília (UnB). A escolha desse recorte justifica-se não apenas pela viabilidade de acesso, mas também pela delimitação regional decorrente do vínculo institucional do pesquisador com o PPGCOM da Universidade Federal de Mato Grosso.

Ao todo, foram identificadas 203 dissertações disponibilizadas nos repositórios online dos programas de pós-graduação analisados, defendidas entre 2020 e 2025. A partir desse levantamento inicial, buscou-se compreender de que forma os temas centrais desta pesquisa aparecem no campo da Comunicação do Centro-Oeste. Para isso, procedeu-se à categorização dos trabalhos com base na leitura dos títulos das dissertações, tomados como indicadores temáticos preliminares. Essa opção metodológica, de caráter exploratório, teve como propósito mapear tendências e aproximações conceituais, sem a pretensão de realizar uma análise aprofundada dos textos. Como referência, adotaram-se cinco arcos temáticos derivados das dimensões investigativas desta dissertação: (i) YouTube; (ii) plataformas digitais; (iii) cultura pop; (iv) análise de comentários; e (v) mediação cultural e influenciadores.

A Tabela 1 sintetiza os dados obtidos. Observa-se que apenas três dissertações (1,5%) tomaram o YouTube como objeto principal, conforme os critérios de catalogação adotados. São

³ O *Social Blade* é uma plataforma pública de monitoramento de estatísticas e desempenho de canais em redes sociais, amplamente utilizada para análise comparativa de alcance, crescimento e engajamento.

elas: Narrativas em áudio: análise de conteúdo de podcasts sobre autismo na podosfera brasileira (PPGCOM/UFG), O podcast como uma nova mídia: um estudo sobre o Flow Podcast (PPGCOM/UFMS) e Ataques e alinhamentos: a imprensa e o estilo de comunicação neopopulista de Jair Bolsonaro nas “lives” do YouTube (PPGCOM/UnB). Embora essas pesquisas evidenciem interesse pela plataforma, seus enfoques se concentram em podcasts, formatos jornalísticos ou práticas políticas de comunicação, não abordando os comentários como objeto empírico nem a recepção como processo de mediação performativa.

Tabela 1 - Mapeamento de dissertações em comunicação no Centro-Oeste (2020-2025)

Dimensões investigadas	UFMT	UFMS	UFG	UNB	Total	%
YouTube	0	1	1	1	3	1,5%
Plataformas digitais	3	5	7	4	19	9,4%
Cultura pop	1	2	3	2	8	3,9%
Análise de comentários	0	1	2	1	4	2%
Influenciador Digital	1	1	1	2	5	2,4%
Dissertações nos portais dos PPGs	29	47	71	56	203	100%

Fonte: Elaboração própria a partir dos repositórios institucionais UFMT, UFMS, UFG e UNB (2025).

No conjunto geral analisado, apenas 39 dissertações (19,2%) apresentaram algum grau de aderência a pelo menos um dos cinco arcos temáticos desta pesquisa. Contudo, não foi identificado nenhum trabalho que articule, de forma integrada, as três dimensões que estruturam este estudo: os processos de mediação, plataformização e as disputas de sentido presentes na recepção. Essa constatação permite reconhecer uma lacuna teórico-empírica relevante no campo da Comunicação, especialmente na região em que se inscreve esta investigação.

À luz dessa lacuna, torna-se pertinente observar como tais processos se manifestam na dinâmica comunicacional contemporânea. A contemporaneidade é atravessada pela complexidade entre a circulação de conteúdos, dinâmica discursiva das plataformas digitais e pelos modos de apropriação simbólica mediados por influenciadores e usuários conectados. No YouTube, esse movimento se manifesta de forma particular quando obras do cinema industrial alcançam projeção global e passam a ser tematizadas em vídeos opinativos e debates em rede. O filme *Barbie* (2023), promovido por uma estratégia transmidiática da Mattel⁴ e com bilheteria global superior a um bilhão de dólares (*Box Office Mojo*, 2024), tornou-se objeto de atenção em diferentes mídias sociais, incluindo o YouTube. Com base na observação desse contexto,

⁴ A Mattel, Inc. é uma multinacional americana fundada em 1945, reconhecida mundialmente por ser a criadora de marcas icônicas como *Barbie*, *Hot Wheels* e *Fisher-Price*.

esta pesquisa busca compreender como se articulam as disputas de sentido em torno de um objeto midiático de ampla circulação.

Considerando esse cenário, em que práticas culturais participativas se articulam às lógicas das plataformas digitais e aos modos contemporâneos de atribuição de significados, esta dissertação se firma sobre a questão norteadora: como se configuram as disputas de sentido nos comentários publicados pela audiência ao vídeo “Polêmico! Assisti Barbie – O que eu achei?”, do canal Ei Nerd, no YouTube?

A partir disso, a presente pesquisa adota uma abordagem qualitativa, compreendida como um processo investigativo voltado à apreensão dos significados atribuídos aos fenômenos sociais sob a ótica dos sujeitos, como destaca Chizzotti (2018). O percurso metodológico delineia-se como exploratório e descritivo, nos termos apresentados por Gil (2017), pois investiga um objeto ainda pouco aprofundado na literatura da comunicação: as disputas de sentido presentes nos comentários da audiência do canal Ei Nerd acerca do filme Barbie (2023), no YouTube. Trata-se, portanto, de um estudo de caso, cuidadosamente delimitado para investigar os processos de mediação e a produção de sentidos no contexto da cultura digital. Para a análise do *corpus*, adota-se a análise de conteúdo, modalidade temática-categorial, fundamentada nos procedimentos metodológicos detalhados por Sampaio e Lycarião (2021). Essa estratégia permite interpretar os comentários em sua pluralidade, destacando deslocamentos e disputas de sentido que os atravessam.

Em consonância com o percurso teórico e metodológico projetado, o objetivo geral desta pesquisa é compreender as configurações e disputas de sentido expressas nos comentários publicados pela audiência ao vídeo “Polêmico! Assisti Barbie – O que eu achei?”, do canal Ei Nerd, no YouTube, considerando as dinâmicas participativas e as condições próprias das plataformas digitais. A partir dessa finalidade, e considerando o foco qualitativo e exploratório da investigação, estruturam-se os seguintes objetivos específicos: (i) mapear e categorizar os principais temas e sentidos presentes nos comentários da audiência ao canal Ei Nerd sobre o filme Barbie (2023); (ii) analisar de que modo se configuram processos de mediação na construção e circulação dos sentidos identificados no corpus; (iii) descrever e interpretar as disputas de sentido e os padrões de interação que emergem nos comentários, considerando o YouTube como ambiente plataformizado; (iv) discutir, à luz dos resultados, as implicações teóricas das mediações e das disputas de sentido para a compreensão da dinâmica comunicacional observada.

A sustentação teórica deste trabalho fundamenta-se em um conjunto de autores referenciais que permitem compreender a construção de sentidos a partir das mediações, entendidas como processos centrais para a interpretação das práticas comunicacionais nas plataformas digitais. O conceito de mediação, formulado por Martín-Barbero (2009) e aprofundado para o contexto brasileiro por Lopes (2003, 2014), orienta a leitura do YouTube como espaço de reorganização simbólica, atravessado por disputas e negociações. Na perspectiva das representações e da produção de sentidos, Stuart Hall (2016) oferece subsídios para abordar os comentários como instâncias marcadas por identidades, posicionamentos e relações de poder.

O contexto sociotécnico e a ambiência digital são analisados à luz das contribuições de Bauman (2001), Castells (2002), Santaella (2021) e Recuero (2009), que discutem a fluidez das relações, as configurações comunicacionais em rede, a hiper-hibridização e os circuitos de visibilidade afetiva. As discussões sobre cultura participativa e circulação midiática se apoiam em Jenkins, Ford e Green (2022) e Burgess & Green (2009), autores que elucidam dinâmicas de engajamento, propagação e ressignificação dos conteúdos nas plataformas.

No que diz respeito à plataformização, algoritmos e regimes de visibilidade, Gillespie (2018), Van Dijck (2013) e Van Dijck, Poell & De Waal (2018) contribuem para a reflexão sobre a curadoria automatizada e os mecanismos de organização dos fluxos de sentido no YouTube. Em continuidade, Canclini (2008), Baym (2010) e Jenkins, Ford & Green (2022) ampliam o debate sobre o consumo cultural e a circulação de significados na era das redes. Canclini (2008) evidencia que os processos de consumo são também instâncias de produção simbólica, nas quais se negociam pertencimentos e distinções culturais. Baym (2010) analisa as conexões interpessoais mediadas digitalmente, destacando as tensões entre proximidade e controle que moldam as relações nas plataformas. Já Jenkins, Ford & Green (2022), em *Cultura da Conexão*, demonstram como a lógica participativa das audiências transforma a circulação midiática em práticas colaborativas de criação, compartilhamento e disputa de sentidos.

Esses referenciais, articulados, permitem compreender o YouTube como um espaço em que o consumo cultural, as interações sociais e as dinâmicas participativas se entrelaçam, configurando novas formas de mediação e atualização simbólica. A partir disso, a análise empírica desta investigação concentra-se nos comentários publicados no vídeo do canal Ei Nerd, veiculados em julho de 2023, intitulado “Polêmico! Assisti Barbie – O que eu achei?”

(sem *spoilers*⁵)”. A coleta dos comentários será realizada por meio da ferramenta *YouTube Data Tools*⁶, e os dados organizados com apoio do programa MAXQDA⁷, utilizado para a análise de conteúdo. Os procedimentos específicos de codificação e categorização serão detalhados na seção metodológica.

A estrutura desta dissertação foi organizada para traduzir, em cada etapa, a lógica conceitual e metodológica do percurso investigativo. A Seção 2, Mediações e plataformização: fundamentos da comunicação em rede, apresenta o arcabouço teórico do estudo, iniciando-se pelas mediações como eixo epistemológico e, em seguida, articulando a plataformização como camada técnico-algorítmica que condiciona circulação e visibilidade.

Na Seção 3, YouTube no cenário da comunicação digital, o foco recai sobre seu ecossistema comunicacional híbrido, observando as dinâmicas de circulação de conteúdos, as práticas participativas da audiência e os regimes algorítmicos de visibilidade, em diálogo com a cultura pop e a lógica do cinema industrial. Essa seção ainda situa o corpus empírico e destaca a articulação entre audiovisual, cultura pop e produção de sentidos em ambientes digitais.

A Seção 4, Construção metodológica: delimitação e contextualização do objeto empírico, apresenta o percurso metodológico da pesquisa. A seção explicita a opção pela abordagem qualitativa, exploratória e descritiva, justifica a adoção do estudo de caso e descreve os procedimentos de constituição do *corpus* que é composto por 547 threads e 4.102 unidades textuais coletadas por meio do YouTube Data Tools. Em seguida, reconstrói o contexto cultural do filme *Barbie* (2023) como objeto empírico e detalha os fundamentos e a operacionalização da análise de conteúdo categorial, com base em Sampaio e Lycarião (2021), incluindo a construção das categorias analíticas e do livro de códigos, o pré-teste e o refinamento das regras de codificação, bem como o processo de verificação intra-codificador que atesta a estabilidade do instrumento.

⁵ Expressão comum na cultura digital, usada para se referir à divulgação antecipada de informações relevantes sobre a trama de uma obra de ficção, como o desfecho, reviravoltas ou momentos-chave que podem comprometer a experiência de quem ainda não teve contato com a narrativa.

⁶ Desenvolvido por Bernhard Rieder (Universidade de Amsterdã), o *YouTube Data Tools* é um conjunto de ferramentas voltado à extração e estruturação de dados públicos da plataforma YouTube.

⁷ O MAXQDA é um software de apoio à análise qualitativa e aos métodos mistos, empregado na codificação, categorização e interpretação sistemática de dados não estruturados em pesquisas acadêmicas.

A Seção 5, Sentidos em disputa: composição dos resultados e análise, integra o material empírico codificado aos referenciais teóricos que sustentam a dissertação. A seção organiza-se em dois movimentos articulados: primeiro, a composição e apresentação dos resultados, com a distribuição das frequências por categoria e código; em seguida, a análise e interpretação, em que os padrões identificados são tensionados à luz das mediações, da plataformização e das disputas de sentido. Ao longo da análise, o YouTube é examinado como espaço em que posicionamentos valorativos, matrizes simbólicas e estratégias interacionais se combinam, revelando as condições sociotécnicas e culturais que estruturam a recepção do filme Barbie (2023) na plataforma.

Por fim, a Seção 6, Considerações finais: polêmico! assisti Barbie, o que eu achei?, retoma os objetivos e os principais achados do estudo, articula os resultados empíricos às implicações teóricas para o campo das mediações e da comunicação digital e reconhece os limites inerentes ao recorte adotado. A seção encerra com a indicação de possíveis desdobramentos investigativos, sinalizando que a interseção entre plataformização, práticas de audiência e disputas de sentido constitui um campo aberto a novas perguntas.

Ao compor esse percurso, esta dissertação propõe uma leitura situada sobre os sentidos em circulação no YouTube e uma reflexão crítica sobre os modos de construção, disputa e atualização de significados nas práticas comunicacionais em plataformas digitais. A próxima seção apresenta as bases conceituais e referenciais que sustentam o estudo, com ênfase na pluralidade das mediações e na arquitetura das infraestruturas digitais.

2 MEDIAÇÕES E PLATAFORMIZAÇÃO: FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO EM REDE

O cenário comunicacional contemporâneo está imerso em transformações estruturais que ultrapassam a dimensão técnica e alcançam o tecido simbólico da vida social. Nesse contexto, as plataformas digitais afetam os modos de produção, propagação e sociabilidade ao mesmo tempo em que concentram os fluxos de informação.

Ao se consolidarem como instâncias de circulação simbólica, essas interfaces passam a operar como infraestruturas sociotécnicas atravessadas por disputas econômicas, políticas e culturais (GILLESPIE, 2018; COULDRY; HEPP, 2017).

Dado esse contexto, é pertinente retomar e a perspectiva conceitual citada na introdução sobre o conceito acerca de plataformas digitais e tensionar o conceito que as define como “uma arquitetura programável projetada para organizar interações entre usuários.” (VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018, p. 4, tradução própria)⁸. Tal tensionamento permite complexificar a definição de plataforma digital como sendo infraestruturas programáveis que organizam interações entre dois ou mais grupos em rede, codificando-as em um arranjo sociotécnico governado por dados e algoritmos, interfaces, relações de propriedade e modelos de negócio. Ao operar como mediadoras, coletam, processam e fazem circular dados, modulam visibilidade e coordenam mercados e práticas sociais no ecossistema conectivo. (VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018; SRNICEK, 2018; VAN DIJCK, 2013; COULDRY; HEPP, 2017).

Se, por um lado, essa definição nos dá as coordenadas para discutir as funções técnicas e organizacionais das plataformas, por outro, ela se insere em um cenário mais amplo de sociedade em rede, em que tudo acontece por meio de fluxos, articulações de informação, capital, tecnologia, imagens, sons e símbolos. É nesse ambiente fluido que as plataformas emergem não apenas como regiões de encontro entre oferta e demanda, mas como filtros e moduladores desses fluxos. Os quais, segundo Castells (2002) compõem as redes digitais não como canais neutros de transmissão, mas como estruturas ativas de mediação.

Nossa sociedade está construída em torno de fluxos: fluxos de capital, fluxos da informação, fluxos de tecnologia, fluxos de interação organizacional, fluxos de imagens, sons e símbolos. (CASTELLS, 2002, p. 501)

Tais fluxos, além de serem transitórios, carregam uma efemeridade perceptível nos anúncios de notícias urgentes ou *trends*⁹, que na contemporaneidade reverberam por períodos cada vez mais breves. A explosão midiática inicial, intensa e difusa, logo dá lugar ao esquecimento, sem que esses eventos se fixem de modo duradouro no repertório coletivo. Esse cenário revela um ambiente em que a instantaneidade supera o valor do que antes era considerado durável, transformando a transitoriedade em um recurso central da vida social. Trata-se de uma realidade inscrita em um tempo histórico marcado pela dissolução das estruturas sólidas que tradicionalmente sustentavam a sociedade. Ao desenvolver o conceito de modernidade líquida, Bauman (2001) enfatiza que a fluidez dos compromissos, a instabilidade

⁸ Tradução do original: [...]a programmable architecture designed to organize interactions between users. (VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018, p. 4)

⁹ *Trend* (ou *trending topic*) refere-se a temas, hashtags ou conteúdos que, devido à ressonância — ou seja, ao apelo emocional e relevância percebida pelos usuários —, ganham rápida visibilidade e circulação nas redes sociais.

dos vínculos e o enfraquecimento das referências estáveis propiciaram o surgimento de práticas comunicacionais orientadas pela velocidade e volatilidade. Como sintetiza o autor, “o tempo moderno se tornou, antes e acima de tudo, a arma na conquista do espaço” (BAUMAN, 2001, p. 14), pois “a velocidade do movimento e o acesso a meios mais rápidos de mobilidade chegaram nos tempos modernos à posição de principal ferramenta do poder e da dominação” (BAUMAN, 2001, p. 14).

Dado esse panorama de dissolução das estruturas sólidas e emergência das plataformas digitais, o conceito de mediação assume centralidade no campo comunicacional. Tradicionalmente forjado no pensamento latino-americano, sobretudo a partir das contribuições de Jesús Martín-Barbero (2009) e Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2014), mediação é compreendida não como mera passagem linear de mensagens entre emissores e receptores, mas como um campo dinâmico de práticas culturais, técnicas e políticas, onde sentidos são negociados, disputados e reconfigurados. Essa abordagem se diferencia do modelo transmissivo clássico ao destacar as interações sociais e os processos de significação que atravessam os meios de comunicação.

Diante tais, a mediação passa a incorporar novas camadas de complexidade. Essas tecnologias introduzem dispositivos técnicos e algoritmos que modulam, de forma automatizada, os circuitos de visibilidade, reconhecimento e pertencimento. Nessa nova configuração, a mediação deixa de ser apenas um processo social para também se tornar infraestrutural e operacional, atravessada por lógicas de curadoria automatizada, filtros algorítmicos e regimes de dados (Silverstone, 2007; Couldry & Hepp, 2017).

Diante disso, o desenvolvimento teórico desta seção organiza-se em dois momentos complementares. O primeiro examina as mediações e as audiências conectadas, tomando a recepção como espaço de negociação de sentidos e de articulação entre cultura, técnica e experiência. O segundo discute a plataformização enquanto dimensão infraestrutural dessas mediações, explorando as formas pelas quais as lógicas algorítmicas e os arranjos institucionais configuram novos modos de visibilidade e circulação no ecossistema comunicacional em rede.

2.1 Mediações, audiências conectadas e produção de sentidos

Conforme anunciado, este primeiro momento dedica-se a examinar as mediações e as audiências conectadas, situando-as como eixo epistemológico da comunicação em rede. A seção busca compreender os deslocamentos teóricos que reformularam a noção de audiência,

superando o modelo informacional e a concepção de recepção passiva para reafirmar o sujeito comunicante como agente simbólico e interpretativo. Nessa direção, as mediações deixam de representar um simples elo entre emissor e receptor e passam a designar um campo de práticas culturais, técnicas e políticas no qual os sentidos são continuamente negociados.

Durante as décadas de 1930 e 1940, a pesquisa em comunicação de massa focou predominante os emissores e os efeitos diretos das mensagens, conformando um modelo comunicacional centrado na transmissão unidirecional da informação. Essa abordagem, ancorada na teoria da informação e na cibernética, atribuía à audiência um papel meramente receptivo e descontextualizado. Como critica Jesús Martín-Barbero:

A delimitação operada pelo modelo informacional deixa de fora coisas demais. Não somente a questão do sentido, mas também a do poder. Fica de fora toda a gama de perguntas que vêm da informação como processo de comportamento coletivo (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 280).

A oposição de Martín-Barbero a esse modelo não se esgota na denúncia de seus limites, mas se projeta na construção de uma proposta alternativa. Ao apontar que o modelo informacional exclui “as condições sociais de produção do sentido”, ele evidencia que a comunicação não pode ser reduzida à codificação e decodificação de mensagens, pois envolve disputas sobre os significados que circulam socialmente e os processos pelos quais se definem as interpretações legítimas da realidade (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 280).

Em sua trajetória, Martín-Barbero investigou a mediação nos meios de massa — “desde as transmissões de rádio e antenas de televisão”, explorando seus “dispositivos de produção e seus rituais de consumo, seus aparatos tecnológicos e suas encenações espetaculares [...] de percepção e reconhecimento” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 15, grifo nosso). Esse caminho analítico desloca progressivamente o campo comunicacional do foco na estrutura da mídia e no conteúdo da mensagem para os modos de apropriação cultural. É nesse movimento que se adensam os fundamentos sobre mediação cultural enquanto eixo de interpretação do processo comunicativo.

Ao refletir sobre a cultura de massa, Martín-Barbero reconhece que esse espaço, muitas vezes reduzido a uma lógica de manipulação ou alienação, também desempenhou um papel ativo na constituição das subjetividades modernas. Segundo o autor, a sociedade de massa “suscitou e intensificou a individualidade, isto é, a disponibilidade para as experiências, o florescimento de sensações e emoções” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 58). Tal formulação

reposiciona o sujeito comunicante não como mero receptor de mensagens, mas como agente sensível, imerso em tramas culturais e afetivas. Com isso, o autor reconfigura a recepção como território de apropriação e ressignificação, deslocando a análise para os processos simbólicos que ocorrem no entrelaçamento entre sujeitos, dispositivos midiáticos e práticas sociais.

É nesse horizonte que emerge a noção de mediação, conceito central de sua proposta epistemológica. Para Martín-Barbero (2009, p. 16), “a comunicação se tornou uma questão de mediações mais do que de meios, questão de cultura e, portanto, não só de conhecimentos, mas de reconhecimento”. A mediação, nesse contexto, não é compreendida como um canal ou instância intermediária entre emissão e recepção, mas como o espaço de articulação entre cultura, poder e sentido, um campo onde se desenham as disputas pelo reconhecimento e pelas formas legítimas de representação. Ao reposicionar o receptor como sujeito cultural ativo, Martín-Barbero inaugura um paradigma em que as mediações são compreendidas como espaços de negociação simbólica e de disputa de sentidos, fundando uma epistemologia comunicacional que articula cultura, técnica e poder.

É pertinente destacar que essa modulação conceitual na América Latina dialoga com contribuições formuladas simultaneamente nos Estudos Culturais britânicos. Em particular, Stuart Hall amplia o campo ao deslocar a atenção para os significados, revelando que não são meramente transmitidos, mas produzidos, negociados e contestados. Como afirma o autor: “eles organizam e regulam práticas sociais, influenciam nossa conduta e consequentemente geram efeitos reais e práticos” (HALL, 2016, p. 20). A partir desse postulado, sua obra evidencia que a audiência deixa de ser compreendida como um polo terminal para se tornar um agente ativo, situado em práticas interpretativas que podem tanto reconstituir quanto resistir aos discursos.

Tal perspectiva se consolida quando o autor evoca o conceito de que “o sentido é visto como algo a ser produzido - construído - em vez de simplesmente 'encontrado'” (HALL, 2016, p. 25). Tal concepção reconhece que a audiência participa ativamente do processo de produção de sentido, reinterpretando e retroalimentando o ato comunicativo a partir de suas próprias posições de enunciação. Essa perspectiva dialoga diretamente com a proposta de Martín-Barbero sobre mediações, que é retomada e expandida por Maria Immacolata Lopes.

Para Lopes, essa reconceitualização do ato comunicativo tem alcance mais amplo, como adverte: “a teoria barberiana das mediações não se confunde com uma teoria da recepção e seu alcance está em compreender o inteiro processo da comunicação” (LOPES, 2018, p. 14). Para

a autora, a mediação constitui uma categoria epistemológica e não apenas um recurso metodológico. Tal perspectiva reforça a noção de que a comunicação se configura como processo relacional, articulando cultura, técnica e sujeito em campos de produção e disputas de sentido.

À luz dessas articulações teóricas, torna-se possível restituir à audiência uma centralidade analítica antes negligenciada. Não mais pensada como receptora passiva, mas reconhecida nas mediações que a constituem, ela passa a ser compreendida como agente simbólico que interpreta, ressignifica e negocia os conteúdos a partir de suas práticas cotidianas. Desse modo, delinea-se a comunicação como a produção de sentido articulada com os modos de vida, os repertórios culturais e os dispositivos técnicos que integram a experiência comunicacional.

Se a perspectiva das mediações restitui à audiência seu papel ativo na produção de sentidos, o ambiente digital radicaliza essa condição. Nele, as funcionalidades técnicas reconfiguram o próprio ato comunicacional, estabelecendo redes de conexão que prescindem de centralidade geográfica e superam o modelo massivo unidirecional, operando sob lógicas distribuídas e relacionais próprias das arquiteturas *peer-to-peer*¹⁰.

Com base nessa premissa, Lopes propõe uma mudança no lugar das perguntas investigativas: em vez de indagar pelos efeitos da emissão, é necessário explorar os modos de apropriação, resistência e proliferação que operam na recepção.

Isto é, os processos de recepção devem ser vistos como parte integrante das práticas culturais que articulam processos tanto subjetivos como objetivos, tanto de natureza micro (o ambiente imediato controlado pelo sujeito) como macro (a estrutura social que escapa a esse controle) (LOPES, 2014, p. 67).

Diante das transformações contemporâneas, a autora enfatiza que “é preciso reconhecer a envergadura que a tecnicidade tem hoje, não mais como instrumento, mas incrustada na estrutura mesma do conhecimento e da vida cotidiana” (LOPES, 2018, p. 21). Essa afirmação desloca a tecnicidade do plano instrumental para o plano ontológico da experiência social, abrindo margem para discutir como as mediações passam a ser organizadas por plataformas.

¹⁰ O termo *peer-to-peer* (P2P), literalmente "par-a-par" ou "entre pares", designa um modelo de comunicação em rede no qual todos os nós possuem capacidades e responsabilidades equivalentes, diferindo fundamentalmente do modelo cliente-servidor ou da difusão massiva (*broadcasting*). Sob essa lógica se manifesta a possibilidade de cada usuário ser, simultaneamente, produtor e consumidor de conteúdo.

Ao observar que “novas formas de ação e novos tipos de relacionamentos sociais emergiram por meio do desenvolvimento dos meios de comunicação” (LOPES, 2018, p. 21), Lopes antecipa a necessidade de rever a noção de audiência. As práticas de recepção já não operam sob a lógica unidirecional do consumo, mas envolvem participação ativa, reinterpretação e engajamento simbólico em rede.

Isso implica tensionar ainda mais as dimensões inerentes a mediação, sobre a qual Lopes afirma que “ela exige pensar ao mesmo tempo o espaço da produção, assim como o tempo do consumo, ambos articulados pela vida cotidiana (usos/consumo/práticas) e pela especificidade dos dispositivos tecnológicos e discursivos das mídias envolvidas (LOPES, 2018, p.17)”. No entanto, para entender como esses processos se operacionalizam em ambientes digitais conectados, especialmente diante das transformações espaciais, temporais e relacionais provocadas pela comunicação em rede, é necessário recorrer a uma abordagem estrutural mais ampla.

Nesse contexto, as formulações de Manuel Castells oferecem um enquadramento pertinente, não como eixo teórico central, mas como lente auxiliar para compreender o ambiente técnico no qual essas mediações se inscrevem.

O autor observa que “como a informação é uma parte integral de toda atividade humana, todos os processos de nossa existência individual e coletiva são diretamente moldados (embora, com certeza, não determinados) pelo novo meio tecnológico” (CASTELLS, 2002, p. 108). Essa constatação situa a informação não apenas como conteúdo, mas como elemento constitutivo das práticas sociais, delineando o que o autor denomina sociedade informacional. Vale ressaltar, no entanto, que para Castells a sociedade informacional não constitui um modelo homogêneo, assumindo configurações variadas “tão atenta à especificidade histórica/cultural quanto às semelhanças estruturais referentes a um paradigma econômico e tecnológico amplamente compartilhado” (CASTELLS, 2002, p. 555). É nesse horizonte que as mediações culturais passam a articular-se às dinâmicas em rede, sem que isso implique determinismo tecnológico, mas reconhecendo a materialidade das condições de circulação dos sentidos.

No interior desse mesmo quadro, Castells identifica a emergência de uma cultura da virtualidade real, que altera nossa experiência do tempo e do espaço. Ele observa que essa cultura “contribui para a transformação do tempo em nossa sociedade de duas formas diferentes: simultaneidade e intemporalidade” (CASTELLS, 2002, p. 553). A simultaneidade

se manifesta na comunicação em rede, “que possibilita o diálogo em tempo real, reunindo pessoas com os mesmos interesses em conversa interativa multilateral, por escrito” (CASTELLS, 2002, p. 553), enquanto a intemporalidade se inscreve na persistência dos conteúdos e na recombinação incessante de mensagens, pois “a intemporalidade do hipertexto de multimídia é uma característica decisiva de nossa cultura, modelando as mentes e memórias” (CASTELLS, 2002, p. 554).

Lidas à luz das mediações, essas formulações não descrevem uma ruptura, mas uma ampliação do campo comunicacional. A virtualidade real e a sociedade informacional constituem o pano de fundo infraestrutural sobre o qual se atualizam as práticas interpretativas e as disputas de sentido, conferindo densidade técnica às mediações culturais e políticas.

Com o cenário das redes já delineado, *Tsunami digital: el nuevo poder de las audiencias* (Eduardo Arriagada, 2013) devolve o tema ao plano das práticas: as descrições mostram audiências que conversam em público, fazem circular conteúdos e assumem papéis antes concentrados nas redações, enquanto a atenção compartilhada surge como atmosfera de leitura e participação que aproxima produção, recepção e distribuição. Nessa chave, o livro oferece um apoio preciso para esta seção ao tornar visíveis dinâmicas de uso e vínculo pertinentes à audiência conectada e às disputas de sentido

Arriagada argumenta que “com a explosão das mídias sociais, o papel do sujeito da mensagem muda. Nasce um papel ativo que será ainda mais acentuado com a popularização dos celulares.”¹¹ (ARRIAGADA, 2013, p. 25, tradução própria). A partir disso o autor vai compor um cenário em que a comunicação se expande em ações de participação da audiência sendo “este mais um passo no avanço do poder das mídias sociais. Neste caso, as ferramentas digitais da rede existente e o espírito colaborativo predominante estão sendo aproveitados para trafegar informações.”¹² (ARRIAGADA, 2013, p. 26, tradução própria).

Para o autor, essa perspectiva indica uma relação simbiótica entre participação e distribuição, dado que a audiência “aproxima o conteúdo das pessoas e impulsiona sua

¹¹ Tradução do original: Com a explosão das mídias sociais, está mudando o papel do sujeito das mensagens. Nace un rol activo que se acentuará todavía más cuando se masifiquen los celulares.

¹² Tradução do original: Se trata de un paso más en el avance del poder de las redes sociales. En este caso, se están aprovechando las herramientas digitales de la red existente y el espíritu colaborativo reinante para «traficar» información.

distribuição.”¹³ (ARRIAGADA, 2013, p. 30, tradução própria). Aqui, o autor supera a noção de audiência individual para alcançar uma compreensão da produção de sentido entrelaçada. Nesse caso, a inteligência coletiva não é soma de contribuições isoladas, mas emergência de novos significados através da interação.

Como proposição resultante desse processo, o autor menciona que "na nova lógica, essa audiência antes silenciosa está assumindo o centro do palco, compartilhando e conversando publicamente"¹⁴ (ARRIAGADA, 2013, p. 35). Cabe ressaltar que o silêncio rompido não era ausência de voz, mas impossibilidade estrutural de fala.

Ainda que tais contribuições apresentem um mapeamento que amplia a capacidade de observação analítica sobre a audiência e o ambiente que a circunda, é preciso estar atento a fluidez dos fenômenos que ocorrem nas plataformas. Nesse sentido é que as contribuições de Livingstone (2005) são acionadas, justamente por oferecer caminhos que complexificam a comunicação nesses ambientes como um ato relacional, em que os vínculos entre mídia e sociedade são construídos menos por postulados fixos e mais por práticas e processos culturais em constante negociação.

As audiências são constituídas através dos seus processos mediados de construção de significado, que podem ser individuais e coletivos, e que podem ocorrer na privacidade do lar ou no trabalho, bem como em espaços públicos.¹⁵ (LIVINGSTONE, 2005, p. 191, tradução própria)

Sua observação avança ao reconhecer que ser audiência não se trata de uma atividade pontual, restrita a momentos específicos de consumo midiático, mas sim trata-se de uma condição existencial “que incluem pensar, sentir, falar, interagir e agir e ocorrem em um ambiente completamente mediado.”¹⁶ (LIVINGSTONE, 2005, p. 12, tradução própria)

¹³ Tradução do original: El *engagement* de los lectores no solo mejora nuestros contenidos por la acción de la inteligencia colectiva; también acerca estos contenidos a la gente y potencia su distribución.

¹⁴ Tradução do original: En la nueva lógica toman protagonismo estas audiencias antes mudas, que comparten y conversan en forma pública sobre los contenidos mediales, sobre las autoridades, las instituciones y las marcas.

¹⁵ Tradução do original: Audiences are constituted through their mediated meaning-making processes, that can be individual as well as collective, and that can take place in the privacy of the home or on the job, as well as in public spaces.

¹⁶ Tradução do original: Since these activities – which include thinking, feeling, talking, interacting, acting – occur in a thoroughly mediated environment, they also cannot be divorced from the activities of people as audiences.

Em decorrência disso é possível sinalizar que a audiência não é uma entidade monolítica, mas um fenômeno múltiplo e situado, cujos processos de significação transitam fluidamente entre escalas (individual/coletiva) e territorialidades (privada/pública). Essa complexidade constitutiva torna-se ainda mais evidente quando a autora adverte que "as audiências, geralmente, não são tão passivas quanto tradicionalmente imaginadas [...] nem tão organizadas e efetivas quanto se espera" (LIVINGSTONE, 2005, p. 31, grifo nosso)¹⁷. Entre esses dois polos, passividade absoluta e agência plena, desenha-se um campo ambivalente de práticas e possibilidades.

Essa ambivalência ganha perspectiva histórica quando Martino (2023) delinea a trajetória conceitual da audiência:

de massa alienada, torna-se um receptor ativo e, posteriormente, uma audiência produtiva que, usando as mídias digitais, não apenas articula os produtos da mídia com seu próprio cotidiano e estilo de vida, mas também 'reproduz', recria os conteúdos e ideias a partir de suas concepções. (MARTINO, 2023, p. 161)

Tais perspectivas de Livingstone (2005) e Martino (2023) evidenciam que a condição da audiência conectada não deve ser lida como narrativas lineares de progresso ou emancipação, mas como campo de forças em permanente negociação, onde avanços e retrocessos, potências e limitações se articulam de forma complexa e contraditória.

A complexidade dessa condição se intensifica quando consideramos a dimensão espacial desse ato comunicativo. Santaella (2021) captura essa nuance ao afirmar que a audiência se comporta como "navegantes nômades em um oceano sem margens, no qual o logos cede ao *hiperlog*¹⁸ dos contínuos *logins*" (SANTAELLA, 2021, p. 37). A transitoriedade dessas práticas não implica superficialidade, mas aponta para modos de participação que se adaptam continuamente aos fluxos informacionais e às funcionalidades tecnológicas.

A radicalização digital dessa condição, mapeada por Castells (2002) por meio dos conceitos de sociedade informacional e virtualidade real, encontra materialidade nas análises de Arriagada (2013) sobre o protagonismo em rede. Livingstone (2005) complexifica esse

¹⁷ Tradução do original: Audiences are, generally, neither so passive and accepting as traditionally supposed by those who denigrate them nor generally so organised and effective as to meet the high standards of those defining public participation.

¹⁸ O termo *hiperlog* é empregado por Santaella (2021) para designar um regime cognitivo característico da cultura digital, no qual múltiplos sistemas de signos — textuais, visuais, sonoros, gráficos — se articulam de forma não linear e hipertextual, favorecendo conexões multissensoriais e navegação em rede.

quadro ao mostrar que tais audiências se movem entre o espaço de lugares e o espaço de fluxos, atuando como participantes que negociam ativamente os protocolos comunicativos.

Aqui delimita-se com precisão o campo desta observação: não se trata de qualquer audiência, mas daquela que emerge e se mantém nas redes digitais, operando sob a lógica do espaço de fluxos e da simultaneidade global. Essa compreensão reforça que a mediação, conceito central desta seção, não foi substituída pela digitalização; ao contrário, foi ampliada para incorporar dimensões técnicas, espaciais e performáticas que se entrelaçam às culturais. Nesse sentido, é necessário reconhecer que tais dinâmicas não são estáticas nem universais.

Novas mídias estão em constante desenvolvimento, novas populações estão adotando essas ferramentas e novos usos estão surgindo. Quem é excluído ou beneficiado pela interação mediada digitalmente não é aleatório nem irrelevante. As mesmas ferramentas podem assumir significados muito diferentes para diferentes populações em diferentes contextos ou épocas¹⁹ (BAYM, 2010, p. 21, tradução própria).

Assim, a atribuição de sentidos em rede pode ser lida como um processo situado, no qual o sujeito conectado atua simultaneamente como criador e intérprete, movendo-se entre autonomia e condicionamentos, individualidade e coletividade. Essa tensão entre técnica e cultura orienta o olhar desta pesquisa para o YouTube, cuja trajetória histórica, arquiteturas de visibilidade e dinâmicas participativas oferecem um campo privilegiado para compreender como se produzem, circulam e disputam sentidos na comunicação digital contemporânea.

Em síntese, parte-se das mediações como eixo para compreender a audiência conectada produzindo sentidos em contextos concretos, atravessados por cultura, técnica e poder. Ao tratar da plataformização, não se muda o foco, explicita-se a camada em que essas mediações hoje se atualizam. Formatos, métricas, dados e algoritmos influenciam a circulação e a visibilidade, condicionam, sem determinar, os modos de apropriação dos conteúdos. Assim, ao transitar de mediações para plataformização, não se separa o social do técnico; reconhece-se o técnico como parte do social. Com essa chave, observa-se o YouTube: lógicas de recomendação, indicadores de engajamento e modelos de negócio modulam práticas interpretativas e disputas de sentido nos comentários, preservando a centralidade dos sujeitos e de seus contextos culturais.

¹⁹ Traduzido do original: New media are constantly developing, new populations are taking up these tools, and new uses are emerging. Who is excluded from or enabled by digitally mediated interaction is neither random nor inconsequential. The same tools may take on very different meanings for different populations in different contexts or different times.

2.2 Plataformização e regimes algorítmicos da mediação

Dando continuidade à discussão das mediações enquanto processos socioculturais de produção de sentido, esta seção desloca o foco para a sua dimensão infraestrutural. A noção de plataformização é aqui compreendida como um arranjo sociotécnico que parametriza interações por meio de formatos padronizados, métricas de engajamento, coleta e tratamento de dados e procedimentos de recomendação. Em termos gerais, tal camada não substitui as mediações, mas as aciona e modula, ao condicionar curadoria, ordenação e modos de participação. O escopo permanece estritamente conceitual: delineiam-se, a seguir, quatro dimensões: (i) dados e algoritmos; (ii) regimes de visibilidade; (iii) modelos de negócio e governança e (iv) formatos e métricas.

A onipresença das plataformas digitais no cotidiano dos sujeitos, aliada à sua multifuncionalidade e diversidade de usos, fundamenta a constituição de um campo comunicacional cujas dinâmicas se tornam inteligíveis apenas pela análise de suas infraestruturas digitais. Nesse cenário de crescente centralidade da digitalização, que, conforme Castells (2009), marca a contemporaneidade, torna-se essencial problematizar o conceito de plataforma, elemento crucial para a compreensão das dinâmicas comunicacionais contemporâneas.

A digitalização da comunicação impulsionou a difusão de um sistema de mídia tecnologicamente integrado no qual produtos e processos são desenvolvidos em diversas plataformas que suportam uma variedade de conteúdo e expressões de mídia dentro da mesma rede de comunicação global/local. (CASTELLS, 2009, p. 72, tradução própria)²⁰

Dada a complexidade inerente às tecnologias de comunicação digital, impõe-se uma abordagem crítica que evite tanto o entusiasmo do avanço tecnológico quanto ao alarmismo moral. Como argumenta Baym (2010), “elas não são inerentemente boas ou ruins para os relacionamentos. Pelo contrário, são ferramentas que podem ser usadas de maneiras que podem ajudar ou prejudicar” (BAYM, 2010, p. 44, tradução própria)²¹. Tal ambivalência constitui uma premissa central nesta discussão, pois impede que se compreenda a plataformização como um processo unívoco ou determinista. Ao contrário, trata-se de uma dinâmica comunicacional

²⁰ Tradução do original: The digitization of communication has prompted the diffusion of a technologically integrated media system in which products and processes are developed on diverse platforms that support a variety of content and media expressions within the same global/local communication network.

²¹ Tradução do original: New media are neither inherently good nor bad for relationships. Rather, they are tools that can be used in ways that may help or harm.

profundamente contextual, cujos efeitos são mediados pelas práticas sociais, culturais e políticas dos sujeitos. Reconhecer essa polissemia das plataformas é fundamental para situar os sentidos que emergem de seu uso, preparando o terreno para a conceituação da noção de plataforma no que se segue.

Ainda que tais apontamentos e contribuições legitimem os aspectos centrais para o ato comunicacional e político que ocorre no ambiente digital, faz-se necessário explicitar a definição de Danah Boyd e Nicole Ellison, por tornar nítida a moldura em que se situam as enunciações, endereçamentos e sentidos possíveis no YouTube.

Um site de rede social é uma plataforma de comunicação em rede na qual os participantes: (1) possuem perfis de identificação única, compostos por conteúdos produzidos pelo usuário, conteúdos fornecidos por outros usuários e/ou dados providos pelo sistema; (2) podem articular publicamente conexões que podem ser vistas e cruzadas por outros; e (3) podem consumir, produzir e/ou interagir com fluxos de conteúdo gerado pelos usuários fornecidos por suas conexões no site (ELLISON; BOYD, 2013, p. 158, tradução própria).²²

Para os fins desta pesquisa, o YouTube é compreendido como plataforma sociotécnica híbrida, no sentido de Ellison e Boyd (2013): um arranjo centrado em perfis, conexões publicamente articuláveis e fluxos de conteúdo entre tais conexões. Esta é a categoria tipológica que acompanha o restante do trabalho.

Embora a literatura especializada distinga nuances entre "plataformas de comunicação em rede" (Ellison & Boyd, 2013) e "plataformas online" (Van Dijck, Poell & De Waal, 2018), esta pesquisa compreende tais formulações como dimensões complementares de um mesmo fenômeno. O YouTube será tratado, portanto, como uma plataforma sociotécnica híbrida: um ambiente que articula simultaneamente (i) as dinâmicas de perfil, conexão e fluxo de conteúdo entre participantes e (ii) a infraestrutura algorítmica de governança, datificação e modulação da visibilidade. Essa abordagem integrada permite observar tanto as interações discursivas dos sujeitos quanto os condicionamentos infraestruturais que as emolduram, sem estabelecer uma hierarquia artificial entre o social e o técnico.

²² Tradução do original: A social networking site is a networked communication platform in which participants: (1) have uniquely identifiable profiles composed of user-generated content, content provided by other users, and/or system-provided data; (2) can publicly articulate connections that can be viewed and cross-referenced by others; and (3) can consume, produce, and/or interact with streams of user-generated content provided by their connections on the site.

Ao deslocar o foco para dados e algoritmos como camada infraestrutural das mediações, torna-se necessário evitar que a análise recaia em narrativas totalizantes que, ao enfatizarem a hegemonia e o controle midiático, terminam por obscurecer a dimensão vivida das práticas comunicacionais. Nessa direção, Ignácio Siles observa que:

o foco nas mediações algorítmicas desafia as narrativas dominantes da hegemonia midiática que negligenciam o estudo das experiências e práticas das próprias pessoas e como elas se reconhecem nas tecnologias midiáticas²³ (SILES, 2023, p. 8, tradução própria).

Essa chave permite qualificar a noção de datificação não como um processo unilateral, mas como dinâmica ambivalente que se efetiva no uso e nas rotinas de interação. Como enfatiza Siles, “a multiplicidade e a dualidade da datificação depende do reconhecimento adequado de como os usuários a implementam, tanto sustentando-a quanto modificando-a” (SILES, 2023, p. 183)²⁴. Assim, a datificação pode ser compreendida como um regime que se alimenta das práticas por meio de sistemas de recomendação, métricas de engajamento e hierarquizações de visibilidade, modulando a circulação simbólica sem eliminar a agência situada dos usuários.

No plano macro-infraestrutural, aponta-se o termo plataforma online, tal como discutido por Van Dijck, Poell e De Waal (2018), não em substituição à tipificação anterior, mas para explicitar o ambiente programável e orientado a dados em que as plataformas, como o YouTube, operam.

Uma plataforma online é uma arquitetura digital programável projetada para organizar interações entre usuários, não apenas usuários finais, mas também entidades corporativas e órgãos públicos. Ela é orientada para a coleta sistemática, o processamento algorítmico, a circulação e a monetização de dados do usuário. As plataformas individuais não podem ser vistas separadamente umas das outras, mas evoluem no contexto de um ambiente online que é estruturado por sua própria lógica.²⁵ (VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018, p. 04, tradução própria).

²³ Tradução do original: a focus on algorithmic “mediations” challenges dominant accounts of media hegemony that forsake the study of people’s own experiences and practices, and how they recognize themselves in media technologies.

²⁴ Tradução do original: the multiplicity and duality of datafication relies on the appropriate recognition of how users enact it by both sustaining and modifying it.

²⁵ Tradução do original: An online ‘platform’ is a programmable digital architecture designed to organize interactions between users—not just end users but also corporate entities and public bodies. It is geared toward the systematic collection, algorithmic processing, circulation, and monetization of user data. Single platforms cannot be seen apart from each other but evolve in the context of an online setting that is structured by its own logic.

Desse modo, a definição de plataforma online não revoga, a concepção de plataforma sociotécnica híbrida adotada por esta pesquisa, situando-a em um ecossistema interconectado e economicamente orientado.

Gillespie (2018) aprofunda esse entendimento ao observar que a funcionalidade estratégica das plataformas digitais reside, no nível infraestrutural das plataformas online, em sua ambivalência. Embora se configurem como espaços propícios à expressão e à conexão, elas operam através de algoritmos e políticas que exercem influência direta sobre os processos de visibilidade, silenciamento e curadoria de conteúdos. Essa dinâmica complexa revela que as plataformas não são meramente espaços neutros, mas sim mediadores ativos na construção simbólica da realidade, uma vez que, como destaca o autor, “as plataformas de mídia social envolvem não apenas a promessa de visibilidade, mas também a ameaça da invisibilidade” (GILLESPIE, 2018, p. 179, tradução própria)²⁶.

Diante dessa complexa atuação que as posiciona como agentes e mediadores ativos na realidade simbólica, as plataformas digitais não devem ser encaradas unicamente como ferramentas de comunicação. Conforme formulam Couldry e Hepp (2017), elas funcionam como infraestruturas sociotécnicas, pois articulam elementos técnicos como algoritmos, interfaces e sistemas de recomendação a dimensões institucionais, políticas e culturais. É precisamente essa articulação que se torna evidente quando os algoritmos estruturam e gerenciam a visibilidade dos conteúdos, dinâmica potencializada pela arquitetura reticular dessas plataformas.

Nesse sentido, Castells (2009, p. 21, tradução própria) observa que “redes seguem a lógica de 'mundo pequeno'²⁷, onde os nós conseguem se conectar a toda a rede mesmo em um número limitado de etapas”²⁸, o que implica que qualquer conteúdo, mesmo originado em nós periféricos da rede, pode alcançar difusão em larga escala. Essa lógica estrutura o funcionamento algorítmico de plataformas digitais, que, ao associar critérios como retenção de

²⁶ Tradução do original: Social media platforms are about not only the promise of visibility but also the threat of invisibility.

²⁷ O conceito de “small worlds” (mundos pequenos), tal como mobilizado por Manuel Castells em *Communication Power* (2009), refere-se a uma propriedade estrutural das redes digitais em que quaisquer dois nós estão conectados por um número relativamente pequeno de passos. Esse princípio é usado por Castells para explicar como a informação pode circular de forma rápida e expansiva, mesmo em redes muito grandes e distribuídas globalmente.

²⁸ Tradução do original: Networks follow the logic of small worlds’ properties: nodes are able to connect with a limited number of steps to the entire network.

audiência, tempo de exibição e engajamento aos sistemas de recomendação, potencializa conexões em espiral, encadeando visualizações sucessivas a partir de conteúdos interligados por temáticas ou padrões de interesse. Trata-se de um modelo comunicacional no qual a topologia da rede não apenas conecta, mas hierarquiza conteúdos com base em métricas de performance.

Embora tais sistemas sejam frequentemente apresentados sob a lógica da personalização, pesquisas apontam que seus critérios operam com base em objetivos de otimização da experiência do usuário, prolongamento do tempo de permanência e rentabilização de dados comportamentais. Trata-se de um modelo técnico-operacional cuja lógica nem sempre é plenamente transparente, mas que influencia diretamente a forma como os discursos ganham visibilidade.

Em continuidade, considera-se a questão dos regimes de visibilidade, entendidos como modos de aparecimento e hierarquização de conteúdos em ambientes plataformizados. Nesta chave, interessa delinear a moldura conceitual pela qual visibilidade e invisibilidade são condicionadas por infraestruturas e políticas.

A mídia online nos apresenta aparências que são altamente consequentes e com as quais passamos uma quantidade crescente de nosso tempo. Mas essas aparências não são "fatos sociais" no sentido de Durkheim, emergindo do fluxo de interações interpessoais: em vez disso, elas são moldadas, pelo menos em parte, pelos imperativos econômicos e outros externos das plataformas por meio das quais aparecem. (COULDRY; HEPP, 2017, p. 178, tradução própria)²⁹

Por fim, os regimes de visibilidade dizem respeito aos modos pelos quais conteúdos e interpretações aparecem, são hierarquizados e reconhecidos publicamente, indicando como a plataformização estrutura as condições de ordenação simbólica a partir das quais se negociam sentidos.

Se por um lado as plataformas operam sob regimes algorítmicos que condicionam a circulação simbólica (GILLESPIE, 2018; COULDRY; HEPP, 2017), por outro, elas também abrem brechas para a inscrição de sentidos contra-hegemônicos e reconfigurações discursivas. Essa ambivalência é destacada por Castells (2009), ao afirmar:

²⁹ Tradução do original: Online media present us with appearances which are highly consequential and with which we spend increasing amounts of our time. But these appearances are not 'social facts' in Durkheim's sense, emerging from the flow of interpersonal interactions: rather, they are shaped, at least in part, by the economic and other external imperatives of the platforms through which they appear.

[...] é que quanto maior for a autonomia proporcionada aos usuários pelas tecnologias de comunicação, maiores serão as chances de que novos valores e novos interesses entrem no âmbito da comunicação socializada³⁰. (CASTELLS, 2009, p. 8, tradução própria, grifo nosso)

Isso denota que, ao ranquearem e recomendarem conteúdos, as interfaces digitais podem exercer uma forma de governança algorítmica que se aproxima da regulação simbólica. Isso não significa que todo conteúdo seja previamente censurado ou controlado de maneira centralizada, mas sim que os parâmetros de visibilidade e engajamento são orientados por modelos opacos e assimétricos de decisão, sustentados por essas infraestruturas.

O aprofundamento do conceito de plataformização implica, portanto, compreender não apenas os dispositivos técnicos que a sustentam, mas também os projetos sociopolíticos e econômicos embutidos em sua lógica operacional. Srnicek (2018), ao analisar o modelo de negócios das grandes interfaces digitais, define esse fenômeno como parte do que denomina capitalismo de plataforma, caracterizado pela extração e mercantilização de dados comportamentais em larga escala.

Na sequência, introduz-se o plano econômico-organizacional, no qual modelos de negócio e arranjos de governança condicionam usos e participações. Em linhas gerais, sublinha-se a articulação entre incentivos econômicos, políticas e moderação como parte do desenho infraestrutural.

No plano econômico-organizacional, modelos de negócio e arranjos de governança contribuem para definir incentivos, políticas e mecanismos de moderação que podem condicionar usos e participações, compondo a base institucional sobre a qual as dinâmicas de mediação se desenrolam.

Novas e vastas extensões de dados em potencial foram abertas, e novas indústrias surgiram para extrair esses dados e usá-los para otimizar processos de produção, obter insights sobre as preferências dos consumidores, controlar trabalhadores, fornecer a base para novos produtos e serviços (por exemplo, Google Maps, carros autônomos, Siri) e vender para anunciantes. (SRNICEK, 2017, p. 41, tradução própria)³¹

³⁰ Tradução do original: is that the greater the autonomy provided to the users by the technologies of communication, the greater the chances that new values and new interests will enter the realm of socialized communication.

³¹ Traduzido do original: Massive new expanses of potential data were opened up, and new industries arose to extract these data and to use them so as to optimise production processes, give insight into consumer preferences, control workers, provide the foundation for new products and services (e.g. Google Maps, self-driving cars, Siri), and sell to advertisers.

Nesse sistema, a informação deixa de operar apenas como recurso simbólico e passa a constituir matéria-prima de acumulação, o que implica uma mutação nas relações entre produtores, usuários e mediadores culturais. A comunicação, convertida em ativo de mercado, passa a ser monitorada, quantificada e reorganizada sob lógicas determinada por interesses corporativos.

Por fim, delimitam-se formatos e métricas como elementos de arquitetura da interação, pelos quais se orientam expectativas de participação e se mensuram performances. Em termos gerais, trata-se de circunscrever seu papel estrutural na operação das mediações em ambiente plataformizado.

É nesse ponto que a análise de Bucher (2018) se torna particularmente elucidativa, ao evidenciar que os algoritmos não apenas organizam fluxos informacionais, mas orientam a própria experiência dos sujeitos conectados. “Algoritmos são implantados para tomar decisões, para ordenar e tornar significativamente visível a vasta quantidade de dados produzidos e disponíveis na Web” (BUCHER, 2018, p. 3, tradução própria)³². Longe de operar como camadas técnicas neutras ou invisíveis, esses sistemas induzem comportamentos sugerindo que “a enumeração onipresente de tudo na interface do usuário funciona como um recurso de retórica, ensinando aos usuários que mais é melhor” (BUCHER, 2018, p. 12, tradução própria)³³. Assim, a plataformização não apenas modula o que se vê, mas também ensina o sujeito a performar socialmente dentro de regimes de legibilidade algorítmica.

Como desdobramento das lógicas de plataformização (VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018) e da infraestruturalização algorítmica descrita por Couldry e Hepp (2017), as formas de mediação operadas pelas plataformas digitais tendem a estruturar, de maneira cada vez mais difusa e automatizada, os processos de circulação em nas redes. Ainda que, para muitos sujeitos, seus efeitos se manifestem de forma imperceptível ou mesmo como aprimoramentos desejáveis da experiência cotidiana, tal naturalização encobre o fato de que, progressivamente, elementos biológicos e sensoriais da existência são incorporados aos

³² Traduzido do original: [...] algorithms are deployed to make decisions, to sort and make meaningfully visible the vast amount of data produced and available on the Web.

³³ Traduzido do original: [...] the pervasive enumeration of everything on the user interface function as a rhetorical device, teaching users that more is better.

circuitos comunicacionais. O corpo, que por séculos foi objeto de análise biomédica, é agora codificado, indexado e interpretado por sistemas computacionais em tempo real.

Esse deslocamento epistêmico da linguagem para o corpo encontra respaldo na análise de Paraguai (2010), que examina os dispositivos móveis como tecnologias capazes de transformar a movimentação corporal em insumo comunicacional. Como enfatiza a autora:

Os dispositivos móveis, vestíveis ou não, vêm promovendo uma mediação humano/máquina peculiar aos usuários, marcadamente em suas atividades diárias, de forma que a gestualidade e/ou o contato físico dos mesmos com as interfaces transformam-se literalmente em informação para os sistemas computacionais. Assim, o que parece diferenciá-los de outros dispositivos, não apenas como sistemas de representação, é a forma determinante como o corpo do interator, em movimento, atua e constitui-se como dados de entrada e de saída. (PARAGUAI, 2010, p. 157)

Mais do que reiterar a centralidade do corpo nos circuitos comunicacionais, a contribuição de Paraguai (2010) evidencia que os gestos, movimentos e contatos físicos não apenas operam a mediação, mas constituem, eles próprios, os dados que alimentam as lógicas computacionais. Ao deslocar o foco da representação simbólica para a ação incorporada, a autora introduz uma chave interpretativa na qual o corpo se configura como unidade operativa dos sistemas digitais.

Na experiência cotidiana, as inflexões da plataformização se evidenciam em práticas cada vez mais naturalizadas, nas quais o corpo atua como elemento sensível e codificável das interações. Em grandes centros urbanos brasileiros, é comum que o acesso a edifícios, condomínios ou instituições ocorra por meio de sistemas de portaria digital com reconhecimento facial ou biométrico, incorporando o rosto ou a digital como chave de entrada. Em dispositivos móveis, a ativação por voz de assistentes como Siri ou Alexa desloca a linguagem falada do campo da intimidade para a esfera do comando técnico, convertendo entonações, frases e ruídos em fluxos operacionais. Os relógios digitais conectados, cada vez mais populares entre trabalhadores de diferentes faixas etárias, monitoram batimentos cardíacos, qualidade do sono e padrões de deslocamento, produzindo um retrato algorítmico da vida orgânica. Adicionalmente, interfaces gráficas acessíveis, como aplicativos de edição que geram vídeos ou retratos hiper-realistas a partir de uma única *selfie*, revelam que o corpo passou a ser também insumo visual para sistemas criativos baseados em inteligência artificial. Essas práticas não apenas testemunham a crescente integração entre corpo e máquina, mas ilustram como o gesto, a presença e a voz se tornam dados passíveis de extração, análise e retroalimentação.

Além disso, a plataformização não opera apenas no nível da visibilidade dos conteúdos ou da interação simbólica com as interfaces. Ela reconfigura também os regimes de espacialidade e temporalidade da comunicação ao articular mobilidades físicas e fluxos informacionais em uma lógica contínua e mutuamente constituinte. Lemos (2010), ao discutir os efeitos da chamada “pós-mídia de massa”, argumenta que vivenciamos uma sobreposição entre território físico e território eletrônico, na qual novas formas de lugar emergem da articulação entre presença corpórea e presença digital. Segundo o autor:

No final do século 20, com a emergência das funções pós-mídia de massa, a relação entre mobilidade, lugar e mídia mudou. Nós enfrentamos uma nova mobilidade que une mobilidades físicas e virtuais e permite a ascensão de novas formas de lugares como resultado da relação entre territórios informacionais e os territórios que os constituem. Essa espacialização cresceu a partir de sua função pós-mídia de massa através da criação de um território informacional e da sobreposição de espaço físico e eletrônico em mobilidades físicas e informacionais temporárias. (LE MOS, 2010, p. 107)

Na prática cotidiana, essas inflexões se tornam perceptíveis em ações simples, como desbloquear o celular por reconhecimento facial, interagir com a tela por gestos táteis ou utilizar um *smartwatch* que traduz batimentos cardíacos em gráficos de desempenho. O corpo, nesse circuito, não apenas opera a máquina, ele é integrado como fonte de dados, resposta e interface. Da mesma forma, os deslocamentos urbanos mediados por aplicativos de geolocalização, a navegação assistida por mapas digitais e o uso de filtros georreferenciados em redes sociais revelam a sobreposição entre espaços físicos e territórios informacionais, criando ambientes híbridos nos quais a experiência comunicacional se dá de modo simultaneamente localizado e conectado. Tais processos não são marginais à plataformização; ao contrário, constituem a forma pela qual os sujeitos habitam, performam e significam a rede a partir de suas materialidades cotidianas.

A plataformização, tal como delineada ao longo desta seção, tensiona os modelos consolidados de mediação na teoria da comunicação ao introduzir dimensões técnicas, corporais e infraestruturais que escapam às abordagens centradas exclusivamente nos polos da emissão e da recepção. Embora contribuições como a de Stuart Hall (2016), ao destacar a mediação discursiva na relação entre codificação e decodificação, e a de Martín-Barbero (2004), ao enfatizar os trânsitos culturais nos processos de construção de sentido, ainda iluminem aspectos fundamentais das práticas comunicacionais, as arquiteturas digitais contemporâneas operam deslocamentos que desafiam esses enquadramentos. A mediação torna-se, nesse contexto, uma zona de fricção entre técnica e linguagem, entre algoritmos e

afetos, entre visibilidade e opacidade. Ao reposicionar a circulação simbólica sob o signo do cálculo e da automatização, as plataformas suscitam não apenas uma reorganização estrutural dos fluxos, mas também inquietações quanto à própria natureza da comunicação em rede. Longe de se esgotar em um novo modelo explicativo, esse cenário convida à ampliação crítica do repertório conceitual do campo, abrindo espaço para análises que reconheçam os conflitos, as ambivalências e as camadas imbricadas que atravessam a experiência comunicacional contemporânea.

Indícios sugerem que a plataformização, para além de sua dimensão infraestrutural, pode incidir sobre modos de experiência e circulação nas redes. As arquiteturas digitais tendem a organizar rotinas de visibilidade, recomendação e engajamento que podem influenciar como conteúdos e relações se atualizam. Nessa chave, mobiliza-se a literatura sobre participação e *fandom*³⁴ para delimitar descrições recorrentes de como, em contextos plataformizados, se organizam práticas de engajamento e negociações públicas de sentido, preservando a centralidade das disputas de sentido que orientam este estudo. A seção seguinte circunscreve esse enquadramento.

2.3 Fundamentos para disputas de sentido em ambientes plataformizados

Dando continuidade à compreensão do sujeito conectado enquanto criador e intérprete, parte-se da premissa de que o sentido não existe por si só nem se limita a espelhar o mundo. Em consonância com a perspectiva construcionista de Stuart Hall, a representação é compreendida como um processo produtivo por meio do qual significados são construídos social e historicamente. Nessa perspectiva, o sentido não precede a linguagem, mas emerge do seu uso social: “o sentido é produzido pela prática, pelo trabalho, da representação” (HALL, 2016, p. 54).

A partir dessa concepção da representação como prática produtiva, a linguagem deixa de ser entendida como um meio neutro de transmissão e passa a ocupar um papel constitutivo da vida social. Os significados não se restringem ao plano cognitivo individual, pois “organizam e regulam práticas sociais, influenciam nossa conduta e conseqüentemente geram efeitos reais e práticos” (HALL, 2016, p. 21). O interesse analítico desloca-se, assim, do que as coisas são para como passam a significar em contextos específicos, nos quais códigos e convenções são

³⁴ Termo usado para designar o conjunto de fãs de uma obra, personagem, franquia ou universo cultural, bem como as práticas, interações e produções simbólicas associadas a esse engajamento coletivo, especialmente em ambientes digitais.

mobilizados para estabilizar, ainda que provisoriamente, determinadas leituras. Como observa Hall, “na linguagem, faz-se uso de signos e símbolos [...] para significar ou representar [...] conceitos, ideias e sentimentos” (HALL, 2016, p. 19, grifo nosso), em práticas que são sempre socialmente reguladas.

Se os significados são socialmente produzidos e regulados, isso implica reconhecer seu caráter histórico e, portanto, instável. “Palavras mudam seus sentidos” (HALL, 2016, p. 59) e se transformam ao longo do tempo. Desse modo, os repertórios interpretativos com que uma audiência lê uma obra cultural em determinado momento histórico não são idênticos aos de outros períodos, pois se alteram referências, antagonismos e critérios de validação. No plano da recepção, isso se traduz no fato de que “o sentido que nós captamos, como espectadores, leitores ou público, nunca é exatamente o sentido que foi dado” (HALL, 2016, p. 59).

Diante dessa instabilidade do sentido, a interpretação não pode ser concebida como um ato passivo de recepção. “Produzir sentido depende da prática da interpretação” (HALL, 2016, p. 109), sustentada por processos de codificação e decodificação que se dão sob regras e convenções compartilhadas, mas nunca plenamente consensuais. Em ambientes plataformizados, esse trabalho interpretativo tende a se tornar visível e publicizado, permitindo observar como leituras são propostas, contestadas e negociadas em interação.

Hall ressalta que o sujeito contemporâneo não se organiza em torno de uma identidade unificada, mas fragmentada e relacional, de modo que “a identidade torna-se uma ‘celebração móvel’” (HALL, 2020, p. 11) e a identificação “pode ser ganhada ou perdida” conforme as interpelações em jogo (HALL, 2020, p. 16). Assim, os embates em torno do sentido de uma obra cultural são também embates por reconhecimento simbólico, nos quais diferentes posições disputam legitimidade.

À luz dessas formulações, representação, interpretação e identidade passam a ser compreendidas como dimensões indissociáveis dos processos de significação. Tal enquadramento abre caminho para a discussão do consumo midiático enquanto prática comunicativa, em que esses processos se manifestam de modo socialmente situado.

No campo da comunicação, o consumo é compreendido como prática social dotada de densidade simbólica, na qual se articulam representações, valores e modos de pertencimento. Nessa perspectiva, Rocha e Barros afirmam que “o fenômeno do consumo define um sistema

de representações e de práticas fundamental na cultura contemporânea” (ROCHA; BARROS, 2008, p. 186). Tal formulação permite situar o consumo como instância de produção de sentidos, em continuidade com a compreensão da representação como prática socialmente situada.

Essa abordagem afasta a noção de consumo como recepção passiva ou mero reflexo de dinâmicas mercadológicas. Para Rocha e Barros, “o consumo não pode ser explicado apenas a partir de sua dimensão econômica”, uma vez que ocupa lugar central na organização de valores, práticas e relações sociais (ROCHA; BARROS, 2008, p. 187). Consumir implica selecionar, interpretar e atribuir valor, acionando repertórios culturais compartilhados e produzindo posicionamentos simbólicos. Nesse sentido, o consumo opera como mediação, pois conecta sujeitos, objetos e narrativas em circuitos nos quais o sentido é continuamente negociado.

Os produtos midiáticos, filmes, personagens e franquias culturais, não circulam de forma isolada. Eles são apropriados em meio a redes de interpretações que extrapolam o texto original e se constituem socialmente. Como observam Rocha e Barros, “no consumo nada se cria ou se frui que não tenha substrato a significação pública” (ROCHA; BARROS, 2008, p. 189). A fruição individual é atravessada por discursos, avaliações e controvérsias que tornam o consumo uma prática discursiva. Assim, assistir a um filme não se reduz ao ato de vê-lo, mas envolve comentá-lo, avaliá-lo e reinscrevê-lo em debates culturais mais amplos.

Essa dimensão torna-se ainda mais evidente quando se considera o papel das narrativas na organização do consumo midiático. Casaqui observa que “consumimos os produtos cada vez mais inseridos em narrativas” (CASAQUI, 2008, p. 209), o que amplia o horizonte interpretativo das práticas de consumo. Obras de grande circulação passam a funcionar como dispositivos narrativos capazes de mobilizar debates, afetos e posicionamentos diversos, articulando-se a repertórios culturais mais amplos. Nesses termos, o consumo deixa de ser compreendido como etapa final do processo comunicacional e passa a integrar a própria dinâmica de produção e circulação de sentidos.

Por essa razão, Rocha e Barros sintetizam que “o consumo é a arena onde, efetivamente, este sentido ocorre” (ROCHA; BARROS, 2008, p. 192). Em ambientes plataformizados, essa arena tende a adquirir maior visibilidade: comentários, compartilhamentos e outras performances digitais tornam públicas as interpretações associadas aos produtos midiáticos. Ao

consumir, os sujeitos não apenas acessam conteúdos, mas participam ativamente da circulação e da reconfiguração dos sentidos que lhes são atribuídos.

A compreensão do consumo como prática comunicativa evidencia um conjunto de ações em que esse consumo se torna publicamente rastreável: comentar, reagir, compartilhar, responder. Não se trata de afirmar uma ruptura total com modelos anteriores, mas de observar como, em ambientes digitais, a recepção passa a se articular a dinâmicas de circulação e visibilidade que tornam a interpretação um componente mais explícito do processo comunicacional.

Nesse contexto, Martino observa que “não há divisão entre emissores e receptores”, pois a recepção tende a configurar-se como uma “produção-recepção em rede” (MARTINO, 2015, p. 106). Essa formulação não elimina assimetrias nem sugere participação uniforme; ela indica, antes, que as fronteiras entre dizer e responder tornam-se mais imbricadas, o que favorece a inscrição das leituras do público no próprio fluxo comunicacional.

Esse deslocamento ajuda a reposicionar o estatuto das audiências. Em lugar de uma “massa alienada”, Martino destaca a emergência de uma audiência produtiva (MARTINO, 2015, p. 161), cuja atuação se expressa também em gestos cotidianos tais como enquadrar um vídeo com uma avaliação, disputar o sentido de uma cena nos comentários ou selecionar trechos para recirculação. Ainda que tais não correspondam necessariamente à criação de um algo novo, eles interferem no modo como o conteúdo é interpretado e socialmente disponibilizado.

Jenkins, Green e Ford afirmam que o YouTube é “um espaço em que todos podem ver o público realizando trabalhos” de “interpretação, avaliação e circulação” (JENKINS; GREEN; FORD, 2022, p. 233). Essa visibilidade não garante consenso; ao contrário, expõe o caráter situado das leituras e permite acompanhar como interpretações se encontram, se tensionam e adquirem (ou não) reconhecimento em interação.

A circulação, por sua vez, não deve ser tratada como simples automatismo sociotécnico. Os autores lembram que a propagação ocorre porque “atende a algum propósito comunicativo” (JENKINS; GREEN; FORD, 2022, p. 360). Compartilhar ou comentar envolve escolhas orientadas por repertórios culturais, afetos e posicionamentos; o que se torna relevante é entender como esses propósitos se materializam em práticas discursivas públicas.

Além disso, ao circular, conteúdos tendem a ser recontextualizados. Jenkins, Green e Ford indicam que a circulação pode “ampliar o potencial significado” e “aumentar o valor” dos textos midiáticos (JENKINS; GREEN; FORD, 2022, p. 366). Essa ampliação não precisa ser lida como progresso linear, mas como multiplicação de enquadramentos, onde leituras, ênfases e avaliações coexistem e se reorganizam conforme interações e dinâmicas de visibilidade.

Ao longo do percurso teórico apresentado, delineia-se o entendimento de que tais processos configuram disputas de sentido em ambientes plataformizados. A partir disso, entendem-se as disputas de sentido como processos comunicacionais nos quais diferentes interpretações sobre objetos culturais passam a circular e a se confrontar publicamente, sem que se estabeleça um fechamento estável do significado. Não se trata de divergências pontuais ou de leituras isoladas, mas de dinâmicas recorrentes de negociação simbólica, próprias de contextos em que a significação se constitui socialmente.

As disputas de sentido dizem respeito, portanto, às tentativas de estabilização momentânea do significado em ambientes marcados pela coexistência de múltiplas leituras, as quais competem por visibilidade, adesão e reconhecimento.

Em contextos plataformizados, tais disputas tendem a se tornar mais observáveis, uma vez que práticas de consumo e participação como comentar, responder, avaliar e compartilhar, tornam público o trabalho interpretativo das audiências. A circulação dessas interpretações não apenas amplia seu alcance, mas expõe os sentidos ao confronto, permitindo acompanhar como determinadas leituras se fortalecem, são tensionadas ou perdem legitimidade ao longo das interações.

Em síntese, o percurso até aqui delineado permite compreender as disputas de sentido como processos que articulam três dimensões complementares: são discursivas, porque envolvem a enunciação pública de leituras sobre um mesmo objeto cultural; são conflitivas, porque implicam tentativas de legitimar uma interpretação em detrimento de outras, acionando repertórios e capitais simbólicos distintos (HALL, 2016); e são infraestruturalmente moduladas, porque se desenrolam em ambientes plataformizados cujos regimes de visibilidade e arquiteturas de participação condicionam a circulação e o alcance dessas vozes (GILLESPIE, 2018; VAN DIJCK, 2013). Nas seções seguintes, essa compreensão orientará não apenas a análise do YouTube como plataforma, mas sobretudo a construção do esquema de codificação

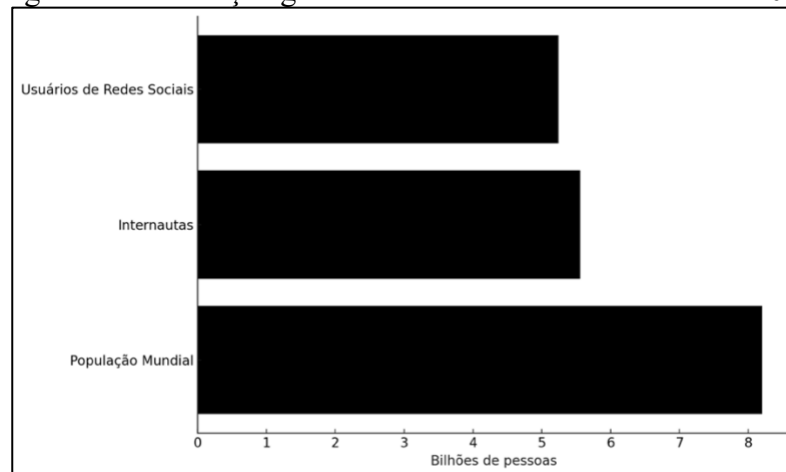
metodológica, definindo os critérios precisos para identificar e classificar como tais disputas se materializam empiricamente nos comentários.

3 O YOUTUBE NO CENÁRIO DA COMUNICAÇÃO DIGITAL

Nesta seção os indicadores, abaixo mencionados, não serão mobilizados aqui como fins descritivos em si mesmos, mas como condições estruturais que ajudam a compreender a participação do YouTube na mediação contemporânea da produção, circulação e disputa de sentidos em escala ampliada.

Em fevereiro de 2025, estimou-se que a população mundial era de 8,20 bilhões de pessoas, das quais 5,56 bilhões eram internautas e, destes, 5,24 bilhões utilizavam redes sociais, ou seja, 63,9% da população global e 94,2% dos usuários de internet (STATISTA, 2025; DATAPORTAL, 2025). Esses dados são sintetizados na figura 1, a qual ilustra a proporção entre a população mundial, os internautas e os usuários de redes sociais. Tais números evidenciam que praticamente todo internauta está inserido em alguma plataforma de comunicação em rede, o que reforça o papel dessas estruturas na mediação das práticas comunicacionais, políticas, econômicas e culturais em escala mundial.

Figura 1 - Penetração global da internet e redes sociais em 2025

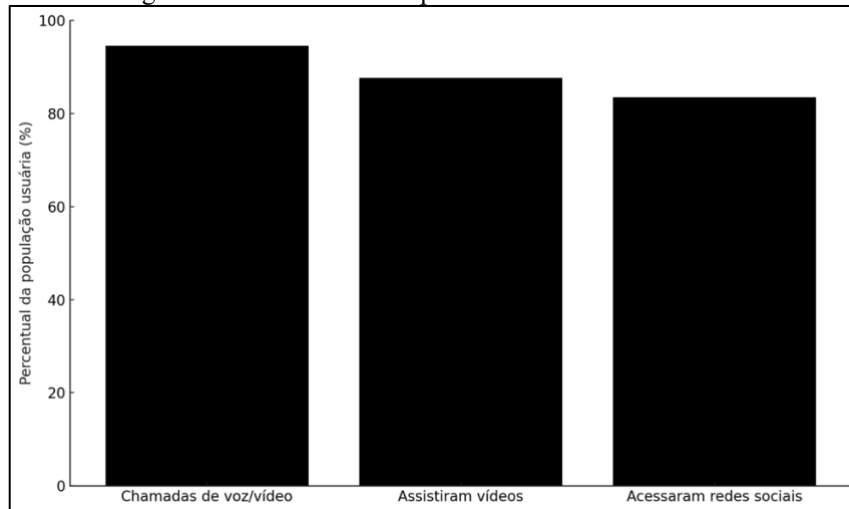


Fonte: STATISTA (2025); DATAREPORTAL (2025). Adaptado pelo autor.

Já no Brasil, 88,0% da população com 10 anos ou mais acessou a internet em 2023, um acréscimo de 0,8 p.p. em relação a 2022, sendo que 98,8% dos usuários utilizam predominantemente o telefone celular (IBGE, 2023). Entre os principais usos, 94,6% realizaram chamadas de voz ou vídeo, 87,6% assistiram a vídeos, como programas, séries e filmes, e 83,5% acessaram redes sociais ao menos uma vez no ano. A figura 2 sintetiza esses dados, evidenciando os principais tipos de uso da internet no Brasil. Esses números atestam a

penetração das plataformas de comunicação em rede na sociedade brasileira quanto as rotinas de entretenimento, sociabilidade e acesso à informação.

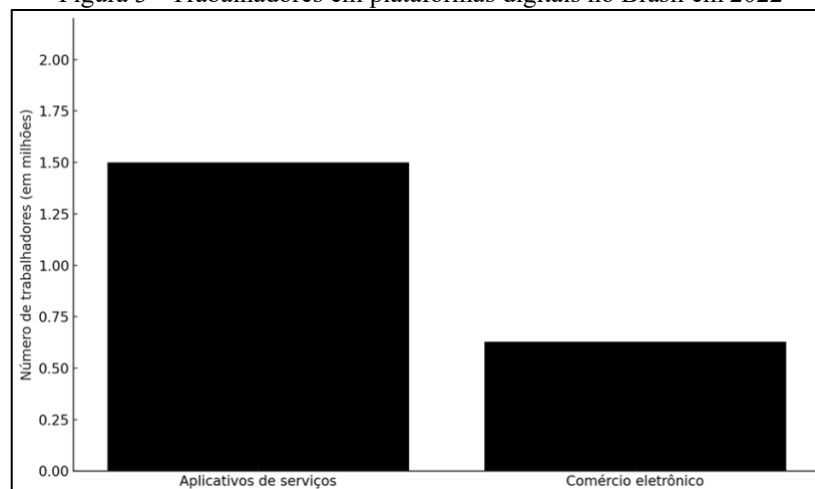
Figura 2 - Uso da internet e plataformas no Brasil em 2023



Fonte: IBGE, 2023. Adaptado pelo autor.

Para além do consumo cultural, a plataformização manifesta-se também nas dinâmicas laborais. No quarto trimestre de 2022, 2,1 milhões de brasileiros prestavam serviços por meio de plataformas digitais, sendo 1,5 milhão em aplicativos de serviços e 628 mil em comércio eletrônico, o que representa 1,7% dos trabalhadores do setor privado (IBGE, 2023). Esses números, tal qual ilustra a figura 3, apontam que elas não apenas intermediam fluxos simbólicos, mas penetram os regimes de trabalho e de remuneração da vida social contemporânea.

Figura 3 - Trabalhadores em plataformas digitais no Brasil em 2022



Fonte: IBGE (2023) – PNAD Contínua. Adaptado pelo autor.

A relevância desses dados reside menos em sua dimensão quantitativa isolada e mais no fato de que tais escalas de uso configuram ambientes nos quais práticas comunicacionais,

formas de visibilidade e interações discursivas passam a ocorrer de maneira contínua, pública e observável.

O YouTube, lançado em 2005 e incorporado ao Google em 2006, consolidou-se como ambiente de publicação, circulação e consumo de vídeos em escala global. Nesse período, o cenário mundial de comunicações caracterizava-se pela hegemonia da televisão tradicional no cotidiano social e por um intenso processo de fusões entre grandes conglomerados de mídia como *Time Warner*, *Viacom* e *News Corporation*, que consolidavam o controle sobre múltiplas plataformas de distribuição. Paralelamente, a infraestrutura de internet banda larga expandia-se gradualmente, atingindo um ponto de maturidade que viabilizaria a emergência de plataformas digitais disruptivas.

Após ter sido concebido em uma garagem do Vale do Silício em 2005, o YouTube foi cultivado como uma plataforma para compartilhar vídeos amadores feitos pelos próprios usuários, uma ‘alternativa’ à televisão. A partir de 2006, o ‘pai adotivo’ do YouTube, o Google, pareceu fomentar a imagem jovem e rebelde da plataforma.³⁵ (VAN DIJCK, 2013, p. 110, tradução própria)

A plataforma é concebida para reunir a produção e descoberta de conteúdos audiovisuais online, integrar canais e públicos distintos por meio de funcionalidades, políticas e recursos técnicos. Entre seus marcos inaugurais estão a incorporação de vídeos em páginas externas, a criação de canais, mecanismos de avaliação e comentários, além da personalização vinculada ao uso autenticado. Esses elementos favoreceram a difusão de vídeos em múltiplos ambientes da web e introduziram formas de participação que acompanham o consumo, registrando interações como curtidas e respostas públicas. (VAN DIJCK, 2013)

Ao observar esse processo, nota-se que as dinâmicas de participação são apropriadas pela tecnologia e passam a compor uma infraestrutura comunicacional que articula criadores, usuários e organizações. É nesse ponto que a perspectiva de Matos (2020) contribui para a compreensão desse fenômeno ao argumentar que, sendo as interações entre usuários parte essencial do funcionamento desse ecossistema, elas podem ser interpretadas como um "capital comunicacional digital", o qual sustentaria a expansão do YouTube como plataforma global.

³⁵ Traduzido do original: After YouTube was conceived in a Silicon Valley garage in 2005, the site was nurtured as a platform for sharing self-made amateur videos, an ‘alternative’ to watching television [...] Starting in 2006, YouTube’s adoptive parent, Google, appeared to foster the platform’s youthful, rebellious image [...]

Essa dimensão de plataforma global pode ser ilustrada por estimativas de sua base de usuário. Em fevereiro de 2025, dados consolidados pelas organizações *We Are Social*, *DataReportal* e *Meltwater* indicam aproximadamente 2,53 bilhões de usuários ativos mensais do YouTube. Esses números se expandem em uma distribuição geográfica que evidencia a taxa de penetração³⁶ do YouTube com índices diferentes em cada região do mundo.

No contexto das Américas, destacam-se valores como 86,7% no Canadá, 83,8% no Chile, 83,3% na Argentina, 81,5% nos Estados Unidos e 78,3% no Brasil. Embora os percentuais variem entre países, observa-se que a América Latina se mantém acima da média mundial (39%), com destaque para Chile e Argentina. A Tabela 2 organiza esses dados em um recorte que evidencia os países do continente americano, ao lado das faixas de penetração estimadas para Europa e Ásia, e a média global.

Tabela 2 - Penetração do YouTube em países selecionados da América, blocos regionais e média mundial (fev/25)

País/Bloco	Penetração (%)
Canadá	86,7
Chile	83,8
Argentina	83,3
Estados Unidos	81,5
Brasil	78,3
México	78,2
Colômbia	67,4
Peru	67,4
Europa (bloco)	Faixa entre 70 e 95
Ásia (bloco)	Faixa entre 35 e 92
Mundo (média)	39

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados publicados no portal Statista (2025).

Esses percentuais indicam que mais de três quartos da população adulta brasileira podem ser impactados por conteúdos e anúncios no YouTube. Quando comparado à média mundial de 39%, o cenário latino-americano, e particularmente o brasileiro, apresenta índices notadamente superiores.

Se, no caso regional, os números já indicam a presença maciça da plataforma como canal de acesso e circulação de conteúdos, em escala mundial a mesma tendência se reafirma. Entre setembro e novembro de 2024, o YouTube ocupou a primeira posição tanto em número

³⁶ Taxa de penetração refere-se à porcentagem da população adulta (18 anos ou mais) que pode ser alcançada por anúncios no YouTube, em comparação à população adulta total de cada país. Trata-se de uma estimativa de alcance publicitário baseada em dados disponibilizados por Statista, DataReportal, We Are Social e Meltwater (2025).

de usuários ativos mensais quanto em tempo total de uso, superando concorrentes como TikTok, Instagram e Netflix. A Figura 4 ilustra esse comparativo e aponta para a centralidade da plataforma no consumo audiovisual contemporâneo, conectando a dimensão local à global.

Figura 4 -Principais aplicativos de vídeo (usuários ativos-tempo de uso) 2024

Principais aplicativos de entretenimento em vídeo por usuários ativos mensais		Principais aplicativos de entretenimento em vídeo por tempo total de uso	
APLICATIVO	EMPRESA	APLICATIVO	EMPRESA
01 YOUTUBE	GOOGLE	01 YOUTUBE	GOOGLE
02 INSTAGRAM	META	02 TIK TOK	BYTEDANCE
03 TIKTOK	BYTEDANCE	03 INSTAGRAM	META
04 NETFLIX	NETFLIX	04 NETFLIX	NETFLIX
05 MX PLAYER	AMAZON	05 MX PLAYER	AMAZON
06 AMAZON PRIME VIDEO	AMAZON	06 KWAH	KUAISHOU
07 JIOCINEMA	VIACOM 18	07 VK	VK
08 MI VIDEO - VIDEO PLAYER	MI VIDEO	08 HOTSTAR	DISNEY
09 HOTSTAR	DISNEY	09 JIOCINEMA	VIACOM 18
10 GOOGLE PLAY MOVIES AND TV	GOOGLE	10 PLAYIT	PLAYIT

Fonte: Elaboração própria a partir de dados compilados por We Are Social e Meltwater (2025).

A plataforma, ao ocupar o primeiro lugar em ambos os levantamentos, evidencia a dimensão de sua atuação na circulação de conteúdos culturais e de entretenimento. Em articulação com os números de uso e penetração, esse conjunto de indicadores delineia uma configuração empírica da presença do YouTube no cotidiano dos usuários. A combinação entre uma ampla base de usuários, a capilaridade territorial e as rotinas de busca voltadas ao audiovisual compõe esse quadro observável, sem que isso exclua a diversidade de usos e práticas que se desenvolvem em paralelo.

No que se refere a essas práticas diversas, o YouTube combina persistência pública dos arquivos de vídeo com formatos de publicação contínua, de *vlogs*³⁷ a análises, passando por críticas e transmissões ao vivo. O mesmo serviço reúne canais institucionais, corporativos e independentes, o que contribui para a convivência de distintas estratégias de produção, periodicidade e tratamento temático. Pesquisas brasileiras registram que esse arranjo viabiliza circuitos em que publicação, circulação e recepção coocorrem em um ambiente único, com interações observáveis e passíveis de sistematização (SILVA, 2017; MATOS, 2020).

Este panorama reúne elementos históricos e métricos úteis à contextualização do objeto empírico desta pesquisa. Na sequência, a seção avança para a descrição de marcos históricos e

³⁷ Abreviação de *video blog*, formato de publicação audiovisual caracterizado pela produção recorrente de vídeos em primeira pessoa, nos quais o criador se dirige diretamente à audiência, geralmente em tom informal e confessional.

transformações institucionais do YouTube, organizando cronologicamente funcionalidades e políticas que compõem o contexto de funcionamento atual da plataforma.

3.1 **Trajetória e transformações do YouTube: marcos históricos e redefinições institucionais**

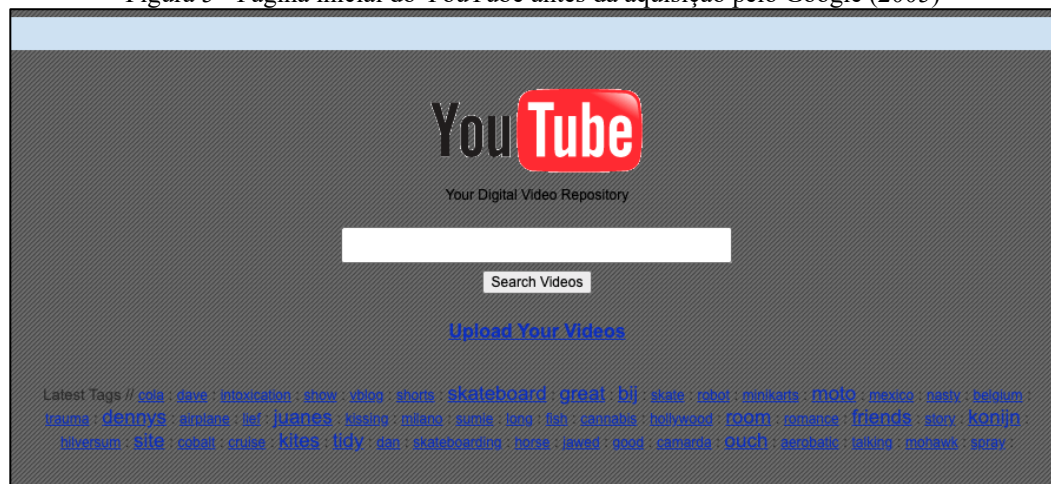
A trajetória do YouTube apresenta marcos recorrentes identificados na literatura: lançamento (2005), aquisição pelo Google (2006), implementação de programas de monetização, formulação e atualização de políticas de conteúdo (incluindo diretrizes e sistemas de identificação), bem como integrações com outros serviços. Esses elementos são discutidos como transformações institucionais que reconfiguraram a relação do YouTube com criadores, empresas de mídia e audiências, como a criação do Programa de Parceiros em 2007 que estabeleceu um modelo de remuneração para criadores, ou as sucessivas atualizações de algoritmos de recomendação que alteraram a visibilidade de conteúdos, em diálogo com processos mais amplos de plataformização (BURGESS; GREEN, 2009; VAN DIJCK, 2013; VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018; ALLOCCA, 2018; SRNICEK, 2018; MATOS, 2020). Esses marcos, ao serem revisitados, evidenciam a passagem de um estágio de experimentação em 2005 para uma fase de reorganização institucional em 2006, transição fundamental para os desdobramentos que viriam.

Seu lançamento, em abril de 2005, representou uma resposta a limitações técnicas e culturais que já se manifestavam no início da década. Episódios como o vazamento do vídeo do show do Super Bowl de 2004, a circulação amadora de registros do tsunami no Sudeste Asiático e a repercussão de trechos de programas televisivos em fóruns digitais evidenciavam a demanda reprimida por um espaço de compartilhamento audiovisual acessível e escalável. Nesse contexto, a publicação do vídeo *Me at the zoo*³⁸, em 23 de abril de 2005, tornou-se o marco inaugural e simbólico da plataforma. Segundo Allocca (2018), o vídeo evidencia a espontaneidade e a ausência de polimento técnico que caracterizaram a gênese da cultura participativa no YouTube. A interface inicial, descrita como *Your Digital Video Repository*, privilegiava a função de repositório digital, mais do que uma identidade cultural consolidada.

³⁸ Em fevereiro de 2025, o canal “Jawed”, responsável pela publicação do vídeo *Me at the zoo* (23 abr. 2005), contabilizava 5,65 milhões de inscritos. O vídeo, com 19 segundos de duração e resolução máxima de 240p, registrava 369 milhões de visualizações e 10.449.833 comentários.

Conforme ilustra a Figura 5, a estética simples, a presença de tags soltas e a ausência de mecanismos sofisticados de recomendação demonstram o caráter embrionário de um projeto que ainda não antecipava a magnitude de seus desdobramentos. Nesse sentido, o YouTube exemplifica como a lógica computacional, criatividade humana e estratégias corporativas se entrelaçam. Sua missão institucional, definida como o compromisso de "dar voz a todos e mostrar-lhes o mundo" (YOUTUBE, 2025) traduz uma declaração que convive com as tensões inerentes ao funcionamento de uma plataforma que opera simultaneamente como espaço de expressão criativa e infraestrutura de negócios.

Figura 5 - Página inicial do YouTube antes da aquisição pelo Google (2005)



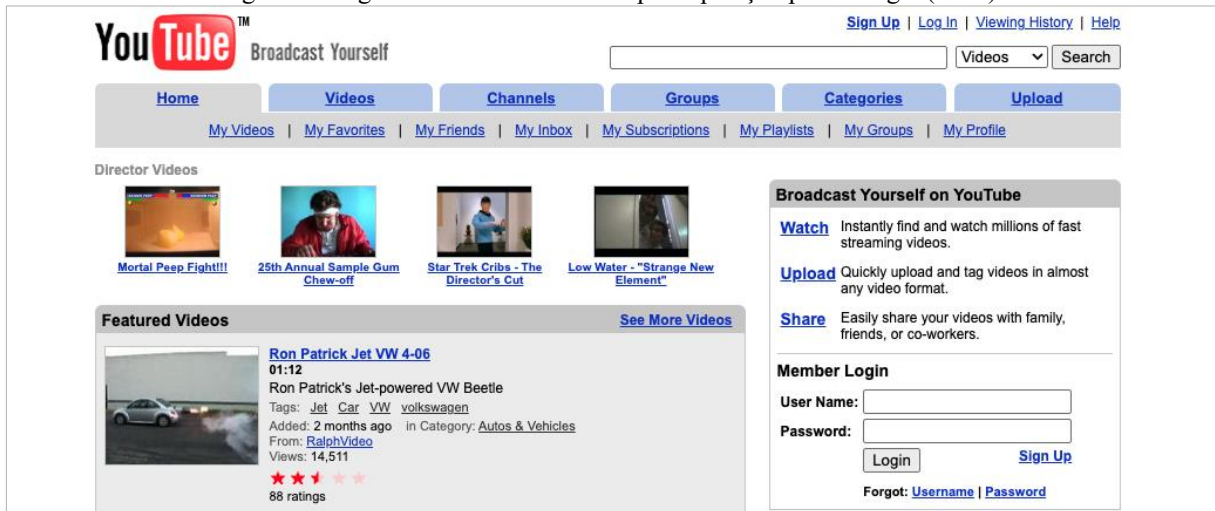
Fonte: Internet Archive (2005). Wayback Machine

Esse ambiente de experimentação cultural dialoga com o que Burgess e Green (2009) denominaram de cultura participativa, em que práticas amadoras adquirem visibilidade e legitimidade em rede. Nesse sentido, o YouTube, já em seu primeiro ano, estabeleceu um espaço de circulação simbólica que, embora limitado em escala, antevia a lógica de apropriação coletiva que marcaria sua trajetória posterior.

O ano de 2006 representou uma virada decisiva na trajetória do YouTube. O crescimento acelerado da base de usuários e a circulação de vídeos virais transformaram rapidamente a plataforma em um espaço central da cultura digital. Nesse período, surgiram recursos que se tornariam característicos da experiência no site, como a possibilidade de incorporar vídeos em páginas externas (*embed*), a listagem de vídeos relacionados e mecanismos de compartilhamento mais intuitivos. Ao mesmo tempo, o slogan *Broadcast Yourself* consolidava a promessa de que qualquer pessoa poderia se expressar diante de uma audiência global. Como mostra a Figura 6, a interface já refletia maior cuidado estético e comunicacional, acompanhando o processo de aquisição pelo Google no mesmo ano. Estimativas indicam que,

já em meados de 2006, eram publicados cerca de 20 mil vídeos por dia, sinal de uma expansão impressionante em tão pouco tempo, que confirmava a vitalidade do projeto (GOLNARI; LI; ZHANG, 2013).

Figura 6 - Página inicial do YouTube após aquisição pelo Google (2006)



Fonte: Internet Archive (2006). Wayback Machine

A aquisição pelo Google, em 2006, marcou um divisor de águas na trajetória do YouTube, deslocando-o de um repositório experimental de vídeos amadores para uma infraestrutura estratégica da economia digital. Conforme observado por Van Dijck (2013), esse reposicionamento não ocorreu de forma isolada, pois fazia parte de uma reconfiguração mais ampla do ambiente online.

Entre 2006 e 2010, o ecossistema gravitou em direção a uma cultura de conectividade, uma cultura na qual um punhado de plataformas em crescimento explosivo estabeleceu padrões técnicos e normativos para práticas sociais online³⁹ (VAN DIJCK, 2013, p. 108, tradução própria).

Esse enquadramento enfatiza a historicidade a partir da qual a empresa Google incorporou o YouTube como parte de um conjunto de suas soluções e plataformas que, entre 2006 e 2010, consolidaram padrões de funcionamento e sociabilidade digital. Neste contexto, o lançamento do Programa de Parceiros do YouTube (*YouTube Partner Program* — YPP) em 2007 representa um marco na consolidação de um modelo econômico que fundamenta a relação entre plataforma e criadores de conteúdo. Ao estabelecer um sistema de compartilhamento de

³⁹ Tradução do original: Between 2006 and 2010, the ecosystem gravitated toward a culture of connectivity, a culture in which a handful of explosively growing platforms set technical and normative standards for online social practices.

receitas publicitárias, o YPP inseriu o YouTube no "modelo de negócio *reach business*⁴⁰" característico das mídias tradicionais, onde a empresa "estabelece parcerias com produtores e oferece acordos de participação nas receitas com alguns de seus provedores de conteúdo mais populares" (BURGESS; GREEN, 2009, p. 53). Esta mudança estrutural não apenas viabilizou a monetização da criação de vídeos, mas também promoveu uma transição gradual do conteúdo amador para produções mais profissionalizadas, alinhadas aos interesses publicitários. O programa, que hoje "conta com mais de dois milhões de membros", consolida um ecossistema que "busca atrair e garantir a lealdade desses criadores de conteúdo através de diferentes incentivos econômicos" e "desafia a caracterização das plataformas como exploradoras de trabalho gratuito" (RIEDER, 2023, p. 3). Essa iniciativa não apenas abriu espaço para a emergência de carreiras ligadas à produção de conteúdo, mas também reposicionou a relação entre criadores e a própria plataforma, que passava a gerir contratos, fluxos de receita e critérios de elegibilidade.

Em 2007, a trajetória da plataforma foi marcada pela institucionalização do Programa de Parceiros do YouTube, "na tentativa de elevar a qualidade dos vídeos e aumentar o volume de conteúdo produzido profissionalmente" (VAN DIJCK, 2013, p. 116, tradução própria).

Esse movimento não resultou na supressão da dimensão amadora que caracterizava a plataforma desde sua origem, mas inaugurou um regime híbrido em que vídeos caseiros continuaram a coexistir com produções broadcast, videocliques musicais e conteúdos corporativos. Isso evidencia um espaço de circulação marcado tanto pela experimentação cultural de usuários comuns quanto pela inserção sistemática de atores profissionais e conglomerados midiáticos, delineando um cenário de crescente convergência entre lógicas participativas e industriais.

Entre 2005 e 2009, a plataforma obteve marcas decisivas que vão desde a publicação do primeiro vídeo até a implementação de programas de monetização e a conquista de indicadores inéditos de audiência. Esses eventos iniciais não apenas demarcam a expansão do serviço, mas também evidenciam como a plataforma se tornou um espaço de experimentação cultural e de

⁴⁰ Esse tipo de atividade comercial viabiliza o contato entre o consumidor e o produto. As empresas que compõem esse mercado podem assumir a forma de veículos de comunicação, plataformas digitais ou estruturas intermediárias de relacionamento, atuando como interfaces entre oferta, demanda e processos de decisão de consumo.

legitimação dos criadores de conteúdo. A Tabela 3, a seguir, sintetiza os principais acontecimentos desse período.

Tabela 3 - Marcos da trajetória inicial do YouTube (2005-2009)

Ano	Marco Histórico	Descrição
2005	Primeiro vídeo	Me at the zoo é o primeiro vídeo enviado à plataforma, inaugurando o modelo de compartilhamento aberto de conteúdo audiovisual.
2006	Formato vlog	A série <i>Lonelygirl15</i> populariza os <i>vlogs</i> e introduz narrativas seriadas, aproximando YouTube da cultura pop <i>mainstream</i> ⁴¹ .
2007	Programa de Parceiros do Youtube	O Programa de Parceiros do YouTube (YouTube Partner Program — YPP) inaugura a monetização, transformando criadores em profissionais da mídia digital.
2007	Viral ‘ <i>Chocolate Rain</i> ’	O vídeo de <i>Tay Zonday</i> viraliza e exemplifica como conteúdos amadores podem gerar carreiras sustentadas na plataforma.
2008	Vídeo atinge 100 milhões de visualizações	<i>Evolution of Dance</i> estabelece novo marco de audiência, consolidando a lógica dos virais globais.
2009	Canal atinge 1 milhão de inscritos	O canal Fred torna-se o primeiro a atingir a marca de 1 milhão de inscritos, demonstrando a presença das comunidades digitais na plataforma.
2009	YouTube ultrapassa 1 bilhão de visualizações/dia	A plataforma alcança mais de 1 bilhão de visualizações diárias, consolidando-se como ecossistema do audiovisual online.

Fonte: Elaboração própria a partir do painel YouTube Culture & Trends (2025)

Nesse curto intervalo, YouTube combinou avanços técnicos (incorporação de vídeos em páginas externas, criação de canais, mecanismos de avaliação e comentários) com novas rotinas de participação, com a promessa de convertê-las em circuitos públicos de visibilidade. Virais,

⁴¹ Diz-se do pensamento atual da maioria da população. O termo define o que é comum, familiar ou que está disponível para as massas.

séries de vlogs e a consolidação de canais com milhões de assinantes, conforme listados na Tabela 3, ilustram a emergência de uma cultura participativa na qual fãs, públicos e criadores passam a coconstruir repertórios, linguagens e tendências (BURGESS; GREEN, 2009; JENKINS; FORD; GREEN, 2022). Ao mesmo tempo, a plataforma se afirma como infraestrutura sociotécnica de circulação, regulando fluxos por políticas e dispositivos próprios e integrando-se ao ecossistema conectado descrito pela literatura sobre plataformização (VAN DIJCK, 2013). Esses eventos iniciais, portanto, não apenas demarcam a expansão do serviço, mas evidenciam a conexão entre comunicação, tecnologia e participação (JENKINS; FORD; GREEN, 2022).

Além dos marcos econômicos e técnicos que demarcam a transformação do YouTube, a consolidação institucional da plataforma também envolve a formalização de um regime normativo que enquadra práticas e conteúdos. As Diretrizes da Comunidade explicitam que essas políticas se aplicam a todos os tipos de conteúdo, incluindo materiais privados e não listados, comentários, links, posts e miniaturas, para preservar a confiança do ecossistema. Nesse arcabouço, observam-se eixos como práticas enganosas, conteúdo sensível, conteúdo violento ou perigoso, produtos regulamentados e desinformação, entre outros, articulando parâmetros de permissibilidade e risco (YOUTUBE, 2024).

Esse mesmo regime combina mecanismos de denúncia e possibilidades de sanção que podem variar desde restrições de privilégios até o encerramento de contas em casos considerados prejudiciais à comunidade (YOUTUBE, 2024). Em paralelo, a Comunidade de Ajuda do YouTube funciona como uma instância pública de suporte, concentrando comunicados, tópicos recorrentes e links institucionais que possibilitam aos usuários postarem perguntas e obter respostas, o que evidencia uma camada documental e comunitária que acompanha a governança da plataforma (YOUTUBE, 2024).

Desse modo, práticas aparentemente simples, como reagir, comentar, responder e compartilhar, não operam apenas como “expressão espontânea” do público: elas também se inscrevem em um ambiente regulado por diretrizes, métricas e dispositivos de visibilidade. A partir dessa articulação entre possibilidade de participação e enquadramentos sociotécnicos, a seção seguinte discute como as funcionalidades do YouTube configuram espaços de apropriação simbólica.

3.2 Cultura participativa no YouTube: circulação, comentários e disputas de sentido

A seção anterior reconstituiu a trajetória institucional do YouTube, evidenciando como a plataforma se consolidou a partir de marcos econômicos e normativos. Interessa, agora, examinar de que modo as funcionalidades características desse ambiente, em especial, os comentários, se articulam às práticas de apropriação simbólica das audiências, configurando espaços nos quais os sentidos circulam, se reconfiguram e se confrontam publicamente.

Essa dimensão institucional aparece nos próprios discursos corporativos sobre a plataforma. Na teleconferência de resultados do 3º trimestre de 2025, a Alphabet Inc. afirmou ter ultrapassado 300 milhões de assinaturas pagas, impulsionadas por Google One e YouTube Premium, e destacou que a transmissão global exclusiva de um jogo da NFL ao vivo a partir do Brasil registrou mais de 19 milhões de espectadores e um recorde de visualizações simultâneas em transmissão ao vivo no YouTube (ALPHABET INC., 2025). Esse discurso evidencia como a plataforma mobiliza métricas de audiência e assinatura como indicadores de valor, reforçando a centralidade de regimes de visibilidade e monetização. Assim, a participação se dá em um ambiente em que a circulação é simultaneamente cultural e economicamente governada. Nessa direção:

O caráter “gerativo” do YouTube parece ter pouco a ver com suas estruturas tecnológicas e muito a ver com os meios pelos quais a plataforma tem sido adotada por várias culturas participativas (BURGESS; GREEN, 2009, p. 152).

Assim, é no acoplamento entre funcionalidades, práticas e repertórios culturais que se desenham as dinâmicas de circulação, apropriação e disputas de sentido.

Para organizar a reflexão, esta subseção articula três eixos interligados: (i) a passagem de um modelo centrado na distribuição para um modelo orientado pela circulação, conforme discutido por Jenkins, Ford e Green (2022); (ii) contribuições que descrevem práticas híbridas de produção e consumo, situando *produsage* e remixagem como formas recorrentes de participação cultural em ambientes digitais (BRUNS, 2008; LESSIG, 2008), em diálogo com a compreensão do YouTube como espaço híbrido de envolvimento com a cultura pop (BURGESS; GREEN, 2009); e (iii) os espaços concretos de disputas de sentido que emergem de funcionalidades como comentários e reações, entendidas tanto como práticas expressivas quanto como registros públicos que estabilizam interações em rede (RECUERO, 2009; SANTAELLA, 2021; TOALDO; JACKS, 2013; CANCLINI, 2008; AMARAL, 2016). O fio

condutor desses eixos é compreender a circulação como prática cultural situada, na qual diferentes leituras se encontram, se tensionam e adquirem (ou não) reconhecimento público.

Nesse sentido, cabe enfatizar o deslocamento de distribuição para circulação apontado por Jenkins, Ford e Green (2022) nos seguintes termos:

Essa mudança – de distribuição para circulação – sinaliza um movimento na direção de um modelo mais participativo de cultura, em que o público não é mais visto como simplesmente um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídias (JENKINS; FORD; GREEN, 2022, p. 24).

Esse deslocamento dialoga diretamente com a perspectiva de cultura participativa delineada por Burgess e Green (2009):

Cultura participativa é um termo geralmente usado para descrever a aparente ligação entre tecnologias digitais mais acessíveis, conteúdo gerado por usuários e algum tipo de alteração nas relações de poder entre os segmentos de mercado da mídia e seus consumidores. [...] As novas configurações econômicas e culturais que a ‘cultura participativa’ representa são tão contestadoras e incômodas quanto potencialmente libertárias (BURGESS; GREEN, 2009, p. 28, grifo nosso).

Tais apontamentos permitem sinalizar que o ato de “participar” no YouTube pode ser compreendido como um conjunto de práticas de recontextualização e disputas de sentido que não se encerra na simples publicação de vídeos. Essas práticas são orientadas por funcionalidades que viabilizam a circulação de conteúdos, como sistemas de inscrição em canais, notificações, listas de reprodução, recomendações automatizadas e possibilidades de compartilhamento ou incorporação de vídeos em outros ambientes. Esses recursos tendem a inserir conteúdos em fluxos e contextos diversos, ainda que não determinem, por si, os modos ou a intensidade desse processo. Desse modo, abrem-se possibilidades para que os sentidos associados a esses fluxos sejam disputados, tensionados e rearticulados nas práticas sociais que se desenvolvem em torno do que é publicado.

Ao mesmo tempo, é preciso reconhecer a ambivalência constitutiva dessa dinâmica: embora o YouTube viabilize práticas expressivas, ele também opera como empreendimento comercial, com incentivos próprios e dispositivos de hierarquização. Diante desse panorama cabe considerar que “o YouTube é um empreendimento comercial. Mas também é uma plataforma projetada para viabilizar a participação cultural dos cidadãos comuns” (BURGESS; GREEN, 2009, p. 105).

Essa dupla inscrição ajuda a compreender por que a participação do usuário, por si só, não assegura que a circulação se efetive nos termos pretendidos por quem cria e compartilha, pois ela é atravessada por uma articulação entre práticas situadas dos públicos e condições de governança e visibilidade próprias do empreendimento. Ainda assim, essa articulação não implica determinação completa dos usos, apropriações e reinterpretações.

O modo como o conteúdo é disposto e apresentado no site do YouTube não determina como aquele conteúdo será reagregado, reinterpretado e organizado para exposição pelos usuários (BURGESS; GREEN, 2009, p. 122).

Dessa forma, participar não é apenas “falar”: é falar em um ambiente que quantifica, ordena e torna visível a fala conforme lógicas sociotécnicas específicas, como já discutido nas seções dedicadas à plataformização e aos regimes de visibilidade. A partir disso, convém mobilizar duas noções que nomeiam práticas híbridas de criação e apropriação em ambientes digitais: *produsage* (BRUNS, 2008) e remix (LESSIG, 2008). Em Bruns, o ponto de partida é recusar a equivalência automática entre interatividade e participação.

Uma distinção entre interatividade e participação [...] a participação é moldada pelos protocolos culturais e sociais [...] mais aberta, menos controlada pelos produtores de mídia (BRUNS, 2008, p. 16, tradução própria).⁴²

Essa contribuição conduz a discussão para as condições socioculturais do engajamento e sustenta porque participação não pode ser tratada como simples efeito da conectividade. O próprio autor enfatiza que o movimento em direção a formas mais distribuídas de inteligência coletiva “depende crucialmente da ampla implementação das tecnologias, ferramentas, conhecimentos e capacidades para a *produsage*” (BRUNS, 2008, p. 405, tradução própria)⁴³.

Essa é uma perspectiva que Lessig (2008) corrobora e avança ao explicitar como a cultura digital amplia as possibilidades de escrita e circulação ao permitir que “qualquer pessoa pode começar a ‘escrever’ usando imagens, música ou vídeo, e qualquer pessoa pode compartilhar esse texto com qualquer outra pessoa.” (LESSIG, 2008, p. 69, tradução própria)⁴⁴. Nesse horizonte, a remixagem se apresenta como operação cultural estruturante em que o “remix é colagem” e o seu êxito depende de “aproveitar o significado criado pela referência

⁴² Traduzido do original: a distinction between interactivity and participation [...] participation is shaped by the cultural and social protocols [...] more open-ended, less under the control of media producers.

⁴³ Tradução do original: depends crucially on the wide deployment of the technologies, tools, literacies, and capacities for produsage.

⁴⁴ Tradução do original: anyone can begin to ‘write’ using images, or music, or video” e “anyone can share that writing with anyone else.

para construir algo novo.” (LESSIG, 2008, p. 76, tradução própria)⁴⁵. Ao mesmo tempo, essa ampliação recodifica as condições da expressão pública, na medida em que “as formas e o alcance da fala são agora maiores.” (LESSIG, 2008, p. 83, tradução própria)⁴⁶ e se orienta por dinâmicas de atenção em que “o público está constantemente à procura de mais.” à medida que lê o que foi escrito pelo remixador (LESSIG, 2008, p. 93, tradução própria)⁴⁷.

Essa reflexão pode ser aprofundada em diálogo com Canclini (2008), ao caracterizar o internauta é um sujeito que transita entre regimes de leitura, visualização e participação, ao afirmar que “se falarmos de internauta, fazemos alusão a um agente multimídia que lê, ouve e combina materiais diversos” (CANCLINI, 2008, p. 22).

Nesse tocante, sua contribuição legítima a multimodalidade como condição prática de consumo, interação e combinação de formas comunicacionais, reforçando o quadro delineado por Lessig (2008) sobre remixagem. Como aponta o autor, a comunicação sem fio rearticula formas antes separadas ao reuni-las em um mesmo dispositivo, no qual:

O celular permite marcar compromissos presenciais, substituí-los, mandar e-mails ou mensagens instantâneas, lê-los ou ouvi-los, conectar-se com informação e diversão em textos e imagens, arquivar ou eliminar a história dos encontros pessoais. (CANCLINI, 2008, p. 52)

Articulados esses conceitos, o interesse se volta a explicitar uma implicação epistemológica para pensar circulação e participação em ambientes digitais: a possibilidade de acompanhar empiricamente as trocas sociais tal como se inscrevem e permanecem disponíveis na rede. No YouTube, essas práticas não se restringem à edição de vídeos: também se expressam em camadas discursivas (comentários e respostas) que recontextualizam, avaliam e disputam leituras do conteúdo. Nesse sentido, Recuero (2009) formula um ponto decisivo ao deslocar o olhar para as expressões sociais em rede enquanto expressões de grupos e, com isso, situar uma condição de observação que diferencia a mediação digital de formas interacionais menos registráveis:

Quando se focam as expressões sociais na Rede como expressões de grupos sociais, temos um ecossistema único: na Internet, é possível examinar em minúcias boa parte das trocas sociais que são mediadas pelo computador. Isso porque essas trocas, suas

⁴⁵ Tradução do original: remix is collage [...] succeeds by leveraging the meaning created by the reference to build something new.

⁴⁶ Tradução do original: the ways and reach of speech are now greater.

⁴⁷ Tradução do original: the audience is constantly looking for more.

conversações e interações, ao contrário, por exemplo, da linguagem oral, tendem a permanecer gravadas nesse espaço. (RECUERO, 2009, p. 164)

Tomada como reflexão, essa permanência relativa do registro não determina sentidos nem assegura transparência das interações; ela, contudo, cria condições para acompanhar como interpretações se encontram, se tensionam e, por vezes, se estabilizam publicamente. É nesse quadro que a arquitetura do YouTube se torna particularmente relevante: entre suas funcionalidades, os comentários constituem um espaço privilegiado de disputas de sentido, na medida em que materializam essas trocas como conversação pública.

No conjunto dessas interações, os comentários não são o único ponto de inscrição pública: reações como curtir e não curtir também integram esse arranjo de participação e visibilidade, embora operem por outra gramática, a valoração rápida, que pode funcionar como pista social para outros usuários e como insumo para regimes de visibilidade.

Feito esse encaminhamento, importa situar que circulação, participação e valoração se desenham em condições mais amplas do cotidiano conectado. Nesse ponto, Santaella (2021) oferece um enquadramento decisivo:

A emergência das mídias móveis dotadas de conexão aboliu os rituais, instaurou a hipermobilidade e dissipou a dicotomia entre real e virtual, uma dicotomia cartesianamente ainda renitente, mesmo diante da evidência de que, em qualquer lugar e qualquer momento, no movimento dos afazeres cotidianos, a entrada e saída do ciberespaço tornou-se ato corriqueiro e imperceptível. (SANTAELLA, 2021, p. 99).

Se a conexão se torna ordinária e quase imperceptível, então o registro do vivido também passa a integrar, de modo contínuo, as práticas de interação e exposição pública. É nessa direção que a autora sintetiza: “abriu-se o horizonte da vida em estado da simultaneidade, ou seja, ao mesmo tempo que é vivida, a vida pode ser registrada e contada.” (SANTAELLA, 2021, p. 101)

Em síntese, ao articular cultura participativa, *produsage* e remixagem, esta subseção evidencia que as funcionalidades do YouTube não se limitam a viabilizar a publicação de vídeos, pois elas configuram um ecossistema no qual os conteúdos podem ser recontextualizados pelas audiências. Nesse ecossistema, os comentários ocupam uma posição estratégica. Diferentemente de outras formas de participação, como a criação de vídeos-resposta, os comentários operam como uma camada discursiva adjacente ao conteúdo principal, permitindo

que interpretações, valorações e contestações sejam registradas no mesmo espaço de exibição do vídeo.

Contudo, seria analiticamente ingênuo tratar os comentários como expressão "pura" ou "espontânea" das audiências. Conforme discutido na seção anterior, a plataformização implica que essas interações são moduladas por regimes algorítmicos de visibilidade (GILLESPIE, 2018). No YouTube, a ordenação dos comentários, seja por "mais relevantes" ou "mais recentes", a possibilidade de curtir, responder ou denunciar, e a própria sinalização de engajamento que os comentários geram para o algoritmo de recomendação constituem uma infraestrutura de participação que condiciona quais vozes ganham destaque e quais permanecem em segundo plano. Assim, as disputas de sentido que emergem nos comentários são também leituras moduladas pelas lógicas da plataforma, que podem amplificar determinados posicionamentos em detrimento de outros com base em critérios opacos de engajamento.

Essa compreensão, que articula a dimensão expressiva dos comentários com sua condição infraestrutural, oferece a chave para o tratamento do *corpus* empírico. Na seção metodológica a seguir, serão explicitados os procedimentos da análise de conteúdo categorial adotados para identificar, segmentar e classificar os modos como essas disputas de sentido se materializam discursivamente nos comentários ao vídeo do canal Ei Nerd, em um ambiente que é, a um só tempo, espaço de participação cultural e infraestrutura de governança algorítmica.

4 CONSTRUÇÃO METODOLÓGICA: DELIMITAÇÃO E CONTEXTUALIZAÇÃO DO OBJETO EMPÍRICO

Para orientar o percurso analítico desta pesquisa, convém explicitar o que se entende por método. Longe de ser um processo hermético ou puramente técnico, o método constitui-se como o princípio que organiza caminhos, etapas e decisões da investigação. É ele que confere direção, consistência e coerência ao trabalho científico, funcionando como um fio condutor que liga escolhas teóricas a procedimentos empíricos. Nesse sentido, adota-se a formulação de Maldonado (2002), segundo a qual o método “constrói caminhos, definindo planos, sistematizações, operacionalizações, testes”, com o objetivo de “produzir conhecimento sobre fenômenos e processos do cosmos” (MALDONADO, 2002, p. 4). Tal definição permite compreender que o método não é um esquema fixo, mas um modo de organizar percursos investigativos que buscam apreender a complexidade dos fenômenos.

Delineada essa concepção, cabe enfatizar que a construção metodológica desta pesquisa resulta da articulação entre referenciais gerais das Ciências Sociais e linhas centrais do campo da Comunicação, de modo a explicitar, com clareza, as escolhas e os procedimentos adotados para examinar as mediações e disputas de sentido no YouTube.

Bonin (2008) argumenta que a metodologia em Comunicação não pode ser reduzida a uma transposição de técnicas das Ciências Sociais, mas deve ser compreendida como um percurso marcado por ações investigativas que “precisam, portanto, ser trabalhadas concomitante e articuladamente – de modo a colocar o sujeito investigador pensante no centro da tensão entre estes movimentos” (BONIN, 2008, p. 123). No campo da Comunicação, essa perspectiva implica reconhecer a investigação como um processo em curso, no qual o pesquisador lida continuamente com a tensão criativa entre teoria e empiria.

À luz dessa perspectiva metodológica, a pesquisa adota uma abordagem qualitativa voltada à apreensão dos significados atribuídos pelos sujeitos em plataformas digitais. Trata-se de um percurso investigativo que privilegia a interpretação dos sentidos em sua complexidade contextual, rejeitando simplificações empiristas ou reducionistas. Como explica Chizzotti (2018, p. 118), a pesquisa qualitativa parte do pressuposto de que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, uma interdependência viva entre objeto e pesquisador.

Na sequência, destaca-se o caráter simultaneamente exploratório e descritivo desta pesquisa. Essa dupla natureza decorre do próprio objeto em estudo, os comentários produzidos por sujeitos na plataforma digital YouTube, que demanda tanto movimentos de aproximação inicial quanto a descrição sistemática de padrões discursivos. De um lado, o caráter exploratório expressa-se no reconhecimento de que ainda há lacunas de sistematização acadêmica sobre o fenômeno, o que requer aproximações empíricas (GIL, 2017; MALDONADO, 2002; BONIN, 2018). De outro, o caráter descritivo manifesta-se na intenção de mapear, organizar e analisar os sentidos expressos pelos sujeitos, preservando o contexto em que emergem (GIL, 2017; YIN, 2001; CHIZZOTTI, 2018; LOPES, 2014).

Com o objetivo de tornar mais clara ao leitor essa caracterização, apresentam-se, a seguir, as Tabelas 4 e 5, que sintetizam, respectivamente, os elementos que fundamentam os caracteres exploratório e descritivo da investigação, com base nos referenciais teóricos adotados.

Tabela 4 - Elementos que justificam o caráter exploratório da pesquisa

Elemento	Definição/Autor	Aplicação na pesquisa
Finalidade	Busca familiaridade com o problema (Gil, 2017)	Explorar as apropriações simbólicas e disputas de sentido nos comentários sobre <i>Barbie</i> (2023) no YouTube
Movimento	Construção de caminhos, testes, explorações (Maldonado, 2002)	Aproximação ao fenômeno emergente sem pretensão de esgotamento
Prática investigativa	Aproximação empírica, reconhecimento de contornos e singularidades (Bonin, 2018)	Identificação dos sentidos atribuídos pelos usuários nos comentários registrados

Fonte: Do próprio autor a partir de Gil (2017), Bonin (2008; 2018) e Maldonado (2002)

Tabela 5 - Elementos que justificam o caráter descritivo da pesquisa

Elemento	Definição/Autor	Aplicação na pesquisa
Finalidade	Levantar opiniões, atitudes e crenças de uma população (Gil, 2017)	Mapear padrões de sentido atribuídos nos comentários
Movimento	Preservar características holísticas e significativas de eventos reais (Yin, 2001)	Considerar o contexto discursivo e as interações entre usuários registradas no canal Ei Nerd
Prática investigativa	Relação dinâmica entre sujeito e objeto (Chizzotti, 2018)	Descrever as disputas de sentido emergem nos comentários

Fonte: Do próprio autor a partir de Gil (2017), Yin (2001; 2016), Chizzotti (2018) e Lopes (2014)

Essa organização mostra que os caracteres exploratório e descritivo não operam como classificações isoladas, mas como dimensões complementares do percurso analítico. Enquanto a exploração orienta a aproximação ao fenômeno e o reconhecimento inicial dos sentidos em circulação, a descrição sustenta o esforço de mapear, organizar e analisar esses sentidos em seu contexto de produção. Desse modo, a articulação entre essas duas dimensões deixa de aparecer como escolha arbitrária e se apresenta como parte constitutiva do desenho teórico-metodológico da pesquisa.

Nessa direção, a pesquisa adota o estudo de caso, estratégia pertinente à compreensão de fenômenos complexos situados em contextos específicos. Nos termos de Yin (2001, p. 30), o estudo de caso é definido como a investigação de “um fenômeno contemporâneo dentro de

seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”. Essa formulação se ajusta à lógica desta pesquisa, que considera indissociáveis os comentários publicados, a ambiência do YouTube e os regimes de visibilidade digital que organizam o debate em torno da obra cinematográfica.

No campo da Comunicação, porém, a compreensão desse caso requer situá-lo no horizonte dos estudos de recepção, que tomam os processos de produção de sentido como inseparáveis das mediações que os constituem. Lopes (2003, 2014) ressalta que os estudos de recepção latino-americanos deslocam o olhar dos meios para as mediações, concebendo a comunicação como espaço de produção de sentido atravessado por disputas culturais e políticas. Essa tradição metodológica, consolidada ao longo de décadas, oferece um enquadramento que privilegia a historicidade e a densidade cultural dos processos comunicacionais.

Entretanto, ao lidar com objetos midiáticos contemporâneos, que se apresentam de forma híbrida e multifacetada, a simples aplicação de modelos consagrados mostra-se insuficiente. É nesse ponto que se insere a contribuição de Barichello e Rublescki (2014), ao destacar que a investigação em Comunicação exige adaptações criativas, pois os produtos midiáticos não podem ser examinados isoladamente de seus contextos de enunciação e circulação. Como observa a autora:

Os produtos midiáticos não podem ser analisados independentemente do processo comunicativo/enunciativo que os conforma, o que obriga a um permanente ir e vir entre teoria, metodologia e prática analítica, passando pela revisão, ampliação e adequação de conceitos. (BARICHELO; RUBLESCKI, 2014, p. 85).

Esse movimento revela que a criatividade metodológica não é um gesto arbitrário, mas uma exigência do próprio objeto, que resiste a enquadramentos rígidos e convoca o pesquisador a articular teoria e empiria em tensão produtiva. Nesse sentido, tal posição aproxima-se da tradição latino-americana inaugurada por Martín-Barbero e continuada por Lopes, mas amplia seu alcance ao propor que a prática metodológica seja constantemente revisitada, repensada e reconfigurada diante da complexidade dos fenômenos comunicacionais. Trata-se, portanto, de uma postura investigativa que reconhece o caráter processual da pesquisa, entendendo-a como um exercício de invenção teórica e analítica em diálogo permanente com os desafios do campo.

Assim, a presente investigação ancora-se na tradição dos estudos de recepção em Comunicação, considerando a audiência como produtora de sentidos em interação com conteúdos midiáticos e seus mediadores digitais. A escolha do recorte empírico, os comentários

ao canal Ei Nerd sobre Barbie (2023), e da técnica de Análise de Conteúdo Temática Categorical (BARDIN, 2002; SAMPAIO; LYCARIÃO, 2021) inscrevem-se nesse horizonte, articulando rigor técnico, reflexão epistemológica diante das disputas de sentido que se configuram no ambiente digital.

As seções seguintes detalham a delimitação empírica do corpus, a contextualização do objeto, a operacionalização da análise de conteúdo e os procedimentos de interpretação adotados, reforçando o compromisso deste trabalho com a coerência metodológica e com a densidade analítica necessária para compreender os sentidos em disputa no YouTube.

4.1 **Delimitação empírica: do filme Barbie (2023) aos comentários no canal Ei Nerd**

No campo da Comunicação a definição de um objeto de pesquisa ultrapassa a dimensão técnica e envolve escolhas em que o pesquisador constrói o objeto em diálogo direto com as práticas culturais. Barrichello (2014) acrescenta que essa complexidade demanda percursos metodológicos abertos e criativos, capazes de escapar à rigidez de protocolos e acompanhar as mutações próprias dos fenômenos midiáticos contemporâneos. Dessa forma, mais do que aplicar um roteiro fixo, a delimitação empírica nesta pesquisa resultou de um processo gradual, construído em camadas sucessivas de observação, reflexão e escolhas fundamentadas.

Entre 2019 e 2021, antes do ingresso no mestrado, a inquietação que orienta esta pesquisa começou a se delinear a partir do contato frequente com o universo dos *blockbusters* e da cultura pop. A partir desse contato observou-se que, mesmo após o encerramento da janela de exibição nos cinemas, os filmes continuavam a circular em fóruns de fãs, grupos de WhatsApp, redes sociais e plataformas digitais. Essa persistência simbólica, prolongada para além do cronograma de exibição, sugeria que essas obras eram apropriadas como matéria-prima para finalidades discursivas diversas. Tal dinâmica, longe de se limitar ao consumo imediato, evidencia o que Lopes (2014, p. 69) define ao apresentar a teoria da recepção “como uma perspectiva que pretende integrar todos os âmbitos da comunicação, tanto a produção e o produto como a recepção”. Essa formulação sugere que a permanência dos *blockbusters* para além do circuito de exibição não é apenas um resíduo cultural, mas um indício metodologicamente relevante para compreender processos de apropriação simbólica.

A partir dessa perspectiva, em 2023, a inquietação deixou de operar apenas no plano empírico para tornar-se passível de operacionalização científica. Desta forma, mostrou-se

necessário estabelecer parâmetros que permitissem delimitar qual obra se destacava no cenário do cinema industrial.

Para conferir rigor a essa escolha, adotou-se como critério inicial o desempenho em bilheteria mundial. Nesse cenário, o filme *Barbie*, dirigido por Greta Gerwig, destacou-se como recorte incontornável. Segundo dados obtidos no portal Box Office Mojo, o filme alcançou cerca de US\$ 1,44 bilhão em bilheteria global em 2023, figurando como a maior arrecadação do ano e superando títulos consolidados como *Super Mario Bros.* (US\$ 1,36 bilhão) e *Oppenheimer* (US\$ 975,8 milhões). A Tabela 6 reúne as dez maiores bilheterias mundiais do cinema em 2023 e dimensiona a centralidade comercial do filme naquele período.

Tabela 6 - Maiores bilheterias do cinema em 2023

Posição	Filme	Bilheteria	Estúdio
01	Barbie	\$ 1.447.038.421	Warner Bros.
02	Super Mario Bros.	\$ 1.360.847.665	Universal
03	Oppenheimer	\$ 975.811.333	Universal
04	Guardiões da Galáxia Vol. 3	\$ 845.555.777	Walt Disney
05	Velozes e Furiosos 10	\$704.875.015	Universal
06	Homem-Aranha: Atráves do Aranhaverso	\$ 690.542.303	Columbia
07	Missão Impossível: Acerto de Contas, parte 1	\$ 571.125.435	Paramount
08	A Pequena Sereia	\$ 569.626.289	Walt Disney
09	Elementos	\$ 496.444.308	Walt Disney
10	Homem-Formiga e a Vespa: Quantumania	\$ 476.071.180	Walt Disney

Fonte: Dados do Box Office Mojo (iMDB)

Os dados reunidos na Tabela 6 confirmam a dimensão alcançada por *Barbie* em 2023, situando o filme como a maior bilheteria mundial daquele ano. Esse resultado justificou sua incorporação ao percurso desta pesquisa, ao indicar sua centralidade no circuito do cinema industrial e da cultura pop. Ainda assim, a delimitação empírica não se encerrou nesse dado, exigindo novas etapas que tornassem viável a observação de sua repercussão em outros espaços midiáticos.

A etapa seguinte consistiu em deslocar a observação para o YouTube, plataforma na qual a circulação de conteúdos audiovisuais se articula a práticas de participação e valoração. A escolha decorreu da possibilidade de acompanhar, em um mesmo ambiente, tanto a publicação dos vídeos quanto as interações organizadas em torno deles. No caso de Barbie (2023), essa repercussão se distribuiu em análises críticas, reações e comparações, o que tornou o YouTube um recorte empírico adequado para observar como tais disputas se publicizam e circulam na seção de comentários.

Em fevereiro de 2024, realizou-se uma busca controlada no YouTube com a palavra-chave “críticas ao filme Barbie 2023”. O procedimento foi executado no navegador Google Chrome, em sessão logada com um ID exclusivo criado para esta pesquisa, com o objetivo de garantir a rastreabilidade das operações e reduzir interferências decorrentes dos rastros digitais de outros usuários. Ainda assim, os dados não podem ser tomados como neutros, dada a natureza algorítmica das plataformas e seus regimes de visibilidade.

O procedimento resultou no mapeamento inicial dos canais retornados pela busca, organizado como panorama preliminar dos produtores de conteúdo mobilizados em torno do filme. Como critério de delimitação, considerou-se a primeira tela de resultados exibida pela plataforma, que reuniu 22 canais tais como foram apresentados pelo YouTube no momento da busca.

Com isso, a Tabela 7 apresenta o conjunto desses canais, distribuídos entre diferentes países e com perfis variados de alcance, volume de produção e público inscrito.

Tabela 7 - Críticas ao filme Barbie (2023): canais listados no resultado da busca sistematizada (FEV/24)

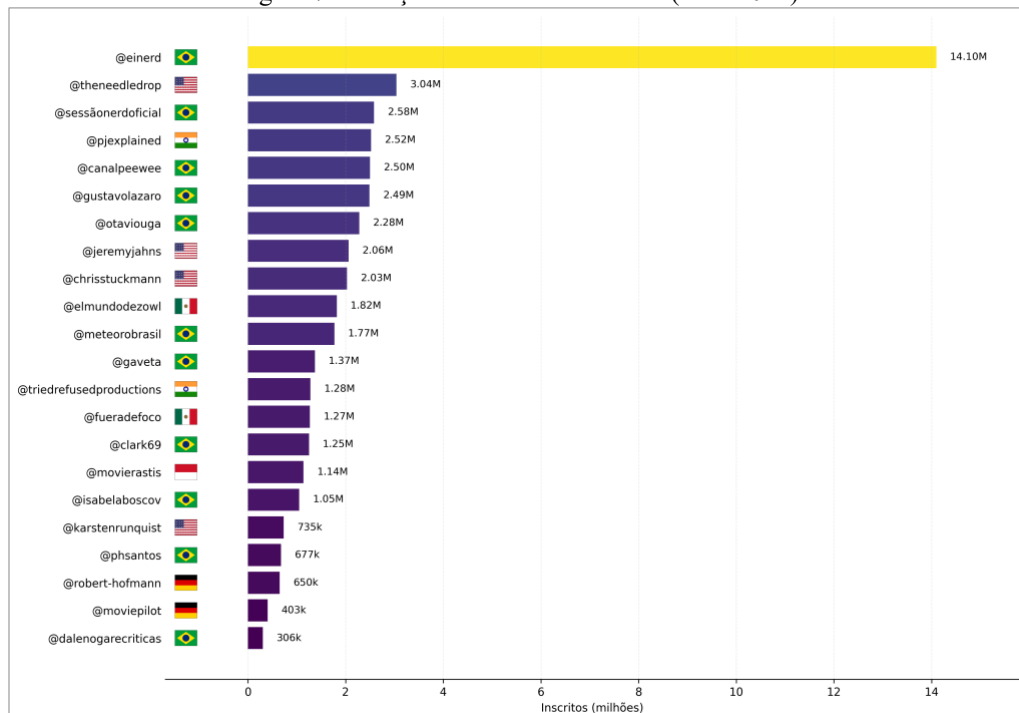
Canal do YouTube	Desde	País	Inscritos	Vídeos	Visualizações
@chrisstuckmann	2011	Estados Unidos	2.03 M	1.900	786.248.894
@jeremyjahns	2007	Estados Unidos	2.06 M	2.241	952.225.411
@isabelabosco	2015	Brasil	1.05 M	835	96.870.730
@clark69	2016	Brasil	1.25 M	397	242.547.141
@sessãonerdo	2018	Brasil	2.58 M	416	582.163.223
@theneedledrop	2009	Estados Unidos	3.04 M	4.826	1.142.194.234
@otaviougua	2013	Brasil	2.28 M	860	378.144.085
@elmundodezowl	2009	México	1.82 M	463	365.557.962
@karstenrunquist	2014	Estados Unidos	735 K	388	123.567.881
@canalpeewee	2016	Brasil	2.50 M	1.226	817.605.863

Canal do YouTube	Desde	País	Inscritos	Vídeos	Visualizações
@einerd	2013	Brasil	14.1 M	8.697	4.220.912.756
@fueradefoco	2011	México	1.27 M	2.242	250.346.498
@movierastis	2020	Indonésia	1.14 M	466	147.596.678
@gaveta	2006	Brasil	1.37 M	1.123	249.829.831
@triedrefusedproductions	2015	Índia	1.28 M	1.656	653.253.071
@gustavolazaro	2010	Brasil	2.49 M	1.344	422.156.906
@phsantos	2008	Brasil	677 K	2.280	106.818.369
@robert-hofmann	2011	Alemanha	650 K	8.263	478.308.291
@dalenogarecriticas	2014	Brasil	306 K	2.186	63.087.063
@pjexplained	2017	Índia	2.52 M	2.424	1.694.304.451
@meteorobrasil	2017	Brasil	1.77 M	9.739	788.538.732
@moviepilot	2007	Alemanha	403 K	2.935	217.844.535

Fonte: Do próprio autor a partir de dados extraídos do YouTube.

Entre os 22 canais retornados pela busca, 11 eram brasileiros. Esse conjunto reuniu perfis de diferentes portes, com variação de 306 mil a 14,1 milhões de inscritos, o que evidenciou a heterogeneidade dos produtores mobilizados em torno do filme, como se observa na Figura 7.

Figura 7 - Relação dos canais / inscritos (FEV/2024)



Fonte: Do próprio autor a partir de dados extraídos do YouTube.

Nesse panorama, o Ei Nerd destacou-se pelo alcance numérico, com 14,1 milhões de inscritos e 4.220.912.756 visualizações registradas no momento do levantamento. A partir desse ponto, o canal passou a integrar a etapa seguinte da delimitação empírica, orientada pela repercussão de Barbie no recorte temporal de 2023. Como registro ilustrativo posterior ao levantamento de fevereiro de 2024, incluiu-se a Figura 8 com captura da arte de capa usada na página inicial do canal.

Figura 8 - Capa da tela inicial do canal Ei Nerd (2025)



Fonte: Canal do YouTube Ei Nerd

Segundo a descrição publicada na página inicial do canal, o Ei Nerd se apresenta como “o maior canal de cultura pop do Brasil” e informa estar em atividade desde 2013. A autodescrição destaca a publicação recorrente de conteúdos sobre o universo nerd (animes, quadrinhos, filmes, séries, games e mangás) e menciona reconhecimentos associados ao campo do entretenimento digital, incluindo a afirmação de figurar, desde 2018, entre os 50 canais mais influentes do Brasil. Tomados como elementos de autoapresentação, esses dados reforçam a pertinência metodológica do Ei Nerd como estudo de caso para observar a circulação de sentidos sobre cultura pop no contexto brasileiro.

Antes de avançar na caracterização quantitativa do canal, convém situar brevemente a própria insígnia "nerd" que o canal Ei Nerd reivindica em sua autodescrição. Longe de constituir um rótulo estável ou meramente descritivo, o termo passou por significativas transformações nas últimas décadas. Originalmente associado a um estigma social do jovem introvertido, obsessivo por tecnologia e socialmente desajeitado, o "nerd" foi progressivamente ressignificado na virada do século XX para o XXI. Benjamin Woo (2018), ao analisar esse fenômeno, afirma que "geeks e nerds são construídos discursivamente como uma fração dominada do grupo dominante da sociedade"⁴⁸ (WOO, 2018, p. 12, tradução nossa). O autor adverte, contudo, que a narrativa midiática que celebra um suposto "triunfo" ou "vingança dos

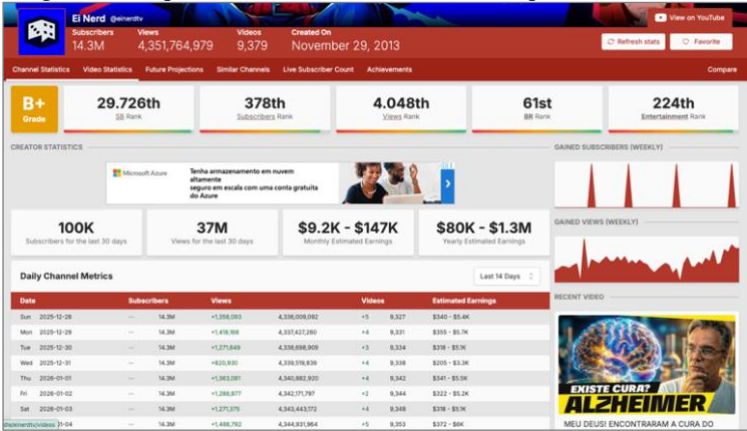
⁴⁸ Tradução do original: *geeks and nerds are discursively constructed as a dominated fraction of society's dominant group.*

nerds" é "profundamente falha" e "altamente ideológica"⁴⁹ (WOO, 2018, p. 13, tradução nossa). Para Woo, todo esse discurso de ascensão "servem de fachada" para as “apropriações culturais que financia a culpa pop”⁵⁰ (WOO, 2018, p. 12, tradução nossa), ou seja, revela mais sobre as projeções da cultura *mainstream* do que sobre as experiências concretas dos sujeitos assim categorizados.

Então, o que significa se autodenominar geek ou nerd? Evidentemente, depende de quem pergunta. Para alguns, essa subcultura agora é vista como parte da cultura dominante – na verdade, como o coração pulsante ou o motor potente da cultura pop contemporânea⁵¹ (WOO, 2018, p. 27, tradução nossa).

Essa compreensão é relevante, uma vez que parte das disputas de sentido observadas no *corpus* pode mobilizar justamente noções concorrentes sobre o que caracteriza uma leitura "nerd" legítima da obra cinematográfica ou um embate sobre o que significa pertencer a essa cultura. Dito isso, para complementar a caracterização do canal selecionado, recorreu-se a portais especializados em estatísticas e monitoramento, aqui tratados como bases secundárias. Um deles é o Social Blade, plataforma que reúne dados de desempenho e engajamento. A Figura 9 apresenta o painel do canal Ei Nerd nesse portal⁵².

Figura 9 – Captura de tela do Canal Ei Nerd no portal SocialBlade.



Fonte: Social Blade. Consulta realizada em 16 de outubro de 2024.

⁴⁹ Tradução do original: However, this narrative is deeply flawed. [...] Second, in repeatedly depicting geeks as straight, white cisgender men — thereby erasing actually existing forms of diversity within various geek media cultures [...] — and celebrating a trajectory from allegedly subordinate to allegedly dominant positions, it is highly ideological.

⁵⁰ Tradução do original: Represented as white men who are too white and not masculine enough, these caricatures provide cover for the racialized and gendered economy of cultural appropriations that funds pop culture.

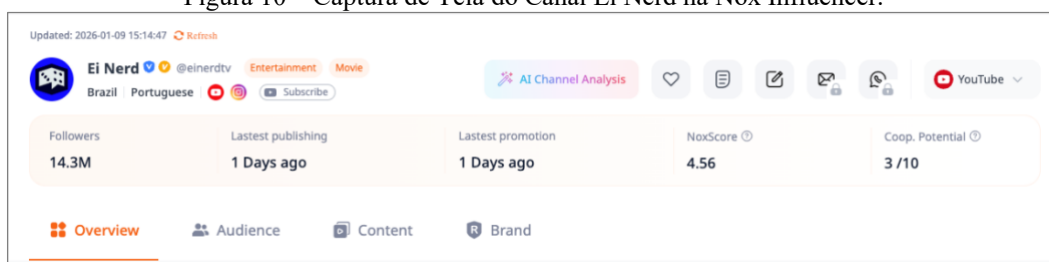
⁵¹ So, what does it mean to call yourself a geek or nerd? It evidently depends on who's asking. For some, this subculture is now perceived as part of the mainstream – indeed, as the beating heart or roaring engine of contemporary pop culture.

⁵² Os dados aqui reproduzidos foram extraídos durante a mesma etapa exploratória no decorrer do ano de 2024. Embora métricas como número de inscritos e visualizações sejam dinâmicas, os valores registrados cumprem a função metodológica de caracterizar a relevância relativa do canal no momento da seleção do objeto, não constituindo um fim analítico em si mesmos.

No portal Social Blade, o canal Ei Nerd aparece com classificação B+ e ocupa a 61ª posição geral no mercado nacional. Segundo a descrição do próprio portal, essa classificação sintetiza múltiplas métricas do canal, como número de visualizações, quantidade de inscritos, volume de curtidas e estimativas associadas à monetização. Na escala adotada pela plataforma, faixas como A+, A e A- correspondem aos níveis superiores, enquanto C- ocupa a faixa inferior.

A NoxInfluencer, por sua vez, é uma plataforma dedicada ao monitoramento de métricas públicas e à elaboração de relatórios sobre criadores de conteúdo. Entre seus indicadores, reúne dados sobre inscritos, visualizações, estimativas de receita e engajamento. Na Figura 10 correspondente, o canal Ei Nerd aparece com pontuação 4,56 em uma escala de 1 a 5, calculada, segundo a própria plataforma, a partir de indicadores como crescimento de seguidores, frequência de publicação e taxa de engajamento.

Figura 10 – Captura de Tela do Canal Ei Nerd na Nox Influencer.



Fonte: NoxInfluencer. Consulta realizada em 23 de outubro de 2024.

Consideradas em conjunto, essas duas bases secundárias oferecem leituras complementares onde o Social Blade enfatiza indicadores de crescimento e influência relativa, enquanto a NoxInfluencer agrega parâmetros multidimensionais associados ao engajamento. Sem tomar essas métricas como medida definitiva do fenômeno, elas contribuem para situar o Ei Nerd, no momento do levantamento, como um canal de grande alcance no segmento de entretenimento do YouTube. Com essa caracterização estabelecida, passou-se à etapa seguinte da delimitação empírica: identificar, no interior do próprio canal, os vídeos relacionados a Barbie (2023) e selecionar aquele que concentrava maior volume de comentários.

Na sequência realizou-se a busca ativa dentro do canal Ei Nerd, por meio da ferramenta interna de pesquisa com o termo “Barbie”. O levantamento mostrou que, entre 2023 e 2024, o canal publicou oito vídeos relacionados ao filme. Desses, apenas dois coincidiram com o período de estreia, em julho de 2023. O primeiro, “Polêmico! Assisti Barbie – O que eu achei? [Sem spoilers]”, publicado em 22 de julho, alcançou mais de 722 mil visualizações e 7.026 comentários. O segundo, “Barbie tem muito mais por trás do que você pensa [Análise com

spoilers]”, publicado em 27 de julho, somou 358 mil visualizações e 2.510 comentários. Embora o canal tenha retomado o tema em outros momentos, inclusive em 9 de fevereiro de 2024, foi o primeiro vídeo que concentrou a maior repercussão e a maior densidade de opiniões, configurando-se como o recorte empírico mais adequado. Desse modo, a delimitação empírica foi sendo definida em níveis sucessivos: filme, plataforma, canal, vídeo e, por fim, comentários.

Assim, o recorte desta pesquisa concentra-se nos comentários públicos presentes no vídeo “Polêmico! Assisti Barbie – O que eu achei? [Sem *spoilers*]”, selecionado por reunir simultaneamente representatividade temporal (publicado no mês da estreia) e densidade interacional (maior volume de comentários). Essa decisão está em sintonia com a natureza da pesquisa qualitativa que conforme Chizzotti (2018, p. 126), trata-se de um trabalho que mobiliza a “habilidade artesanal” do pesquisador e exige “expor e validar os meios e técnicas adotadas”, de modo a demonstrar a cientificidade dos dados e dos conhecimentos produzidos.

O vídeo que ancora a coleta dos comentários apresenta a avaliação de Peter Jordan sobre o filme *Barbie* (2023) em formato de *review* sem *spoilers*, alternando elogios e ressalvas ao longo de pouco mais de dez minutos. O apresentador reconhece o fenômeno cultural provocado pelo longa-metragem e destaca aspectos que considera positivos, como a direção de arte, que, segundo ele, reproduz com fidelidade a experiência de brincar de Barbie na infância, e a atuação de Margot Robbie, descrita como capaz de conferir personalidade e carisma à personagem. Ryan Gosling também é mencionado como surpresa positiva no papel de Ken. Ao mesmo tempo, Jordan manifesta desconforto com o que identifica como tratamento depreciativo dos personagens masculinos, afirmando que o filme apresenta os homens como “bobos” e “opressores”, sobretudo nas cenas envolvendo a jornada de Ken e os executivos da Mattel, o que, em suas palavras, empobrece a obra. Ele situa essa ressalva em um argumento mais amplo sobre os riscos comerciais e estéticos de filmes que, ao assumirem pautas sociais, optam por abordagens que podem afastar parcela do público pagante. Ao final, Jordan atribui nota seis ao filme, declarando que se divertiu apesar das restrições apontadas, e encerra convidando os espectadores a registrarem suas impressões na seção de comentários.

Embora o vídeo reúna 7.026 comentários no momento do levantamento, a composição final do *corpus* demanda um refinamento posterior, orientado pelas formas de interlocução observadas no material, contudo, na subseção a seguir, antes de explicitar esse recorte operacional, torna-se pertinente suscitar o contexto histórico-cultural em torno da boneca Barbie.

4.2 O contexto da boneca Barbie como objeto cultural

Como etapa de contextualização do objeto empírico esta subseção reúne elementos histórico-culturais para situar *Barbie* (2023) para além da obra cinematográfica. Em termos metodológicos, trata-se de construir o contexto do objeto, uma vez que os comentários do YouTube se ancoram em processos simbólicos, mercadológicos e culturais. A Mattel, empresa que, desde 1959, detém os direitos da boneca, consolidou a Barbie como ícone da cultura pop, com presença internacional e reconfigurações constantes ao longo do tempo (GERBER, 2023). Nesse sentido, o filme de 2023 esteve associado a ações de comunicação e licenciamento que ampliaram a presença da marca em diferentes circuitos, incluindo iniciativas de participação, como o *Barbie Selfie Generator*⁵³, além de parcerias com marcas e plataformas. As Figuras 10 a 13 ilustram exemplos dessas ações.

Figura 10 - Burger King (Barbie 2023)



Fonte: Uol Economia – Mídia e Marketing (2024)

Figura 12 - Console Xbox (Barbie 2023)



Fonte: Uol Economia – Mídia e Marketing (2024)

Figura 11 - Personalidades (Barbie 2023)



Fonte: Barbie selfie generator (2024)

Figura 13 - Casa temática (Barbie 2023)



Fonte: Google imagens (2024)

Desde seu lançamento em 1959, a boneca Barbie ocupa um lugar singular no imaginário cultural ocidental, atuando simultaneamente como brinquedo, marca global e artefato simbólico. A trajetória histórica da personagem acompanha transformações (e permanências) nas expectativas sociais em torno do feminino, do corpo, do trabalho e do consumo ao longo da segunda metade do século XX e início do XXI. Nesse sentido, situar o filme *Barbie* (2023) como fenômeno cultural implica compreendê-lo dentro de um percurso mais amplo, em que a

⁵³ O Barbie Selfie Generator é uma ferramenta online gratuita, desenvolvida pela Warner Bros e PhotoRoom, que utiliza inteligência artificial para criar pôsteres personalizados do filme da Barbie.

revitalização recente da marca resulta de sucessivas reconfigurações simbólicas, mercadológicas e discursivas (TAMKIN, 2023; BOWLER, 2023).

A gênese da Barbie vincula-se ao contexto sociocultural do pós-Segunda Guerra Mundial, marcado pela expansão do consumo de massa e pela consolidação da classe média norte-americana, em um cenário de redefinição de papéis de gênero. Ruth Handler, cofundadora da Mattel, concebeu a boneca a partir da observação de sua filha, Barbara, brincando com bonecas de papel que representavam mulheres adultas, projetando nelas aspirações futuras (TAMKIN, 2023; GERBER, 2009). Em contraste com as bonecas-bebê predominantes à época, associadas à simulação de cuidados maternos, Barbie foi apresentada como uma figura feminina adulta, abrindo espaço para narrativas de futuro que extrapolavam a maternidade como horizonte exclusivo (TAMKIN, 2023).

Do ponto de vista formal, a Barbie teve como referência a boneca alemã *Bild Lilli*, derivada de uma personagem de quadrinhos e originalmente voltada ao entretenimento adulto masculino. Conforme relata Javaid (2023), *Lilli* circulava como objeto de humor e desejo para homens, e não como brinquedo infantil. A adaptação que culminou na Barbie envolveu mudanças deliberadas de design e de enquadramento narrativo, de modo a ajustá-la ao mercado estadunidense e aos valores de respeitabilidade e consumo da época (JAVAID, 2023; GERBER, 2009). Ainda assim, a origem da *Lilli* permaneceu como ponto recorrente em debates públicos sobre sexualização e padrões corporais associados à boneca, especialmente quando tais discussões se intensificaram em décadas posteriores (JAVAID, 2023).

Figura 11 - Boneca Barbie original (1959) e Bild Lilli (1955).



Fonte: Reprodução (Portal G1).

A partir dos anos 1960, o universo Barbie se expandiu rapidamente por meio de personagens, cenários e uma vasta gama de acessórios, consolidando um ecossistema narrativo e comercial articulado à lógica do consumo. A introdução de *Ken* (1961), seguida por personagens como *Midge* (1963) e *Skipper* (1964), ampliou a sociabilidade ficcional e o repertório de situações imagináveis, ao mesmo tempo em que fortaleceu a estratégia de venda por linhas e coleções (TAMKIN, 2023). Esse arranjo se complementou com itens como a *Dreamhouse*, apresentada em 1962, que se tornou um dos produtos mais emblemáticos da marca (SINGLETARY, 2023).

Nessa etapa de consolidação, a *Barbie* não era apenas uma boneca, mas um conjunto de objetos e narrativas que ensinava formas de desejar e de consumir. Singletary (2023) enfatiza essa dimensão ao associar Barbie à ideia de “consumo conspícuo”, destacando como a marca promove, desde cedo, a aspiração a um estilo de vida composto por bens e experiências. A autora observa, por exemplo, a recorrência de produtos associados ao “lar ideal” e a intensidade do ciclo de renovação comercial: a *Dreamhouse*, introduzida em 1962, tornou-se um item continuamente atualizado e comercializado em grande escala (SINGLETARY, 2023). Em paralelo, a projeção global da personagem se ampliou a ponto de, em 2021, a marca ter enviado dezenas de milhões de bonecas a diversos países, indicando a permanência do alcance industrial e cultural da Barbie (TAMKIN, 2023).

Ao longo das décadas, a Mattel também buscou alinhar a personagem a mudanças sociais, sobretudo por meio da ampliação das carreiras e identidades profissionais atribuídas à Barbie. Tamkin (2023) destaca a variedade de ocupações associadas à boneca, incluindo Astronauta (1965) e Presidente (1992), em diálogo com transformações do trabalho feminino e com a presença crescente de mulheres em esferas historicamente masculinas. Esse repertório de profissões alimentou a narrativa institucional de que “Barbie pode ser tudo”, reforçando a dimensão aspiracional do brinquedo (TAMKIN, 2023).

Entretanto, as estratégias de atualização ocorreram de forma desigual, especialmente no que se refere à diversidade racial. A introdução de *Christie* (1968) é frequentemente mencionada como um marco, mas também como um limite: tratava-se de uma “amiga” da *Barbie*, e não da própria *Barbie* enquanto personagem central em versão negra, o que mantinha a branquitude como referência hegemônica (CHAPPET, 2023; WAKEMAN, 2024). Apenas em 1980 a Mattel lançou a primeira *Black Barbie*, desenvolvida com participação decisiva da designer Kitty Black Perkins, em resposta a demandas por representatividade e à percepção dos

efeitos da ausência de identificação racial nos brinquedos infantis (WAKEMAN, 2024). A importância simbólica desse debate aparece vinculada, no texto de Wakeman (2024), aos experimentos de *Kenneth* e *Mamie Clark*, que evidenciaram impactos na autoimagem de crianças negras quando confrontadas com padrões de valor associados à branquitude.

Figura 12 - Lançamento da Mattel da linha Barbie negra (1980)



Fonte: *Smithsonian Magazine*

Figura 13 - Shonda Rimes – Documentário Primeira Barbie Negra (2023)



Fonte: *Smithsonian Magazine*

Mesmo com avanços pontuais, a imagem “clássica”, branca, loira e magra, permaneceu dominante por décadas, sustentando críticas sobre normatividade corporal, exclusão de corpos diversos e efeitos sobre autoestima e percepção de beleza (CHAPPET, 2023; STONE, 2023). Chappet (2023) descreve a Barbie como um objeto capaz de concentrar disputas culturais em torno de feminismo, sexismo, padrões de corpo e consumo, indicando a multiplicidade de significados sobre o que a boneca “representa” em diferentes conjunturas.

Na década de 2010, tais disputas se somaram a mudanças geracionais no consumo e nas expectativas parentais, com impacto direto sobre o desempenho de mercado. *Bowler* (2023) registra que, em 2015, a *Barbie* atingiu seu pior resultado de vendas em mais de 25 anos, em meio a narrativas midiáticas que sugeriam perda de relevância cultural. Em resposta, a Mattel implementou um reposicionamento estratégico estruturado no chamado *Mattel Playbook*,

sustentado por quatro eixos: propósito institucional, inovação orientada pelo design, relevância cultural e excelência na execução (BOWLER, 2023). Nesse processo, a empresa ampliou investimentos em diversidade, incorporando múltiplos tons de pele, diferentes tipos corporais e bonecas portadoras de deficiências visíveis, articulando novos objetivos de mercado e comunicação (BOWLER, 2023). Essa iniciativa da Mattel criou versões diversificadas da boneca com 24 tons de pele diferentes e nove tipos de corpo para serem incorporadas à linha Barbie.

Figura 14 - Lançamento da linha de bonecas com base em diversidade



Fonte: Portal *The Drum* (Arquivo)

Paralelamente à diversificação física das bonecas, a Mattel expandiu sua presença transmidiática com iniciativas como o lançamento do Mattel Creations em 2020, uma plataforma de e-commerce voltada a colecionadores adultos e incursões no mercado de NFTs, incluindo coleções digitais de Barbie em parcerias com marcas como *Balmain* e *Boss Beauties* (BOWLER, 2023). Essas estratégias digitais exemplificam a adaptação da marca a ecossistemas midiáticos fragmentados, nos quais o consumo se estende do objeto tangível para experiências virtuais, nostalgia geracional e circulação em *blockchain*, ampliando o engajamento em um contexto pós-pandemia de aceleração digital.

A partir desse reposicionamento ocorre, gradualmente, o fortalecimento da identidade visual da *Barbie* e a reativação pública do “rosa” como signo da marca. Collins (2023) analisa como o rosa se consolidou historicamente como elemento distintivo, intensificando-se a partir dos anos 1970 e reaparecendo com força no período recente em associação a tendências de moda e comportamento. No contexto pós-pandemia, a estética do *Barbiecore* tornou-se visível como forma de nostalgia, escapismo e afirmação identitária, conectando consumo, memória cultural e circulação digital (COLLINS, 2023). A autora também registra a padronização

cromática vinculada ao “*Barbie Pink*” (inclusive com referência ao tom Pantone 219C associado à marca), o que evidencia como a cor opera como recurso comunicacional e mercadológico (COLLINS, 2023).

Figura 15 - Cheeseburger recheado com uma porção de molho rosé.



Fonte: Burger King Brasil

É nesse cenário cultural que o filme *Barbie* (2023) se insere. Dirigido por *Greta Gerwig*, o longa-metragem se distancia de uma adaptação convencional ao incorporar tom satírico e autorreflexivo, mobilizando debates sobre gênero, feminismo, patriarcado e as contradições associadas à própria personagem enquanto ícone pop (STONE, 2023; CHAPPET, 2023). Em lugar de “resolver” a história da Barbie, o filme dialoga com seu repertório simbólico acumulado, ativando tanto elementos de celebração quanto de contestação (STONE, 2023; CHAPPET, 2023).

Figura 16 – Margot Robbie e Greta Gerwig.



Fonte: Portal The Guardian. Fotografia de Chris Pizzello.

O impacto comercial do filme foi imediato. Segundo reportagem do *The Guardian*, *Barbie* registrou US\$ 162 milhões na América do Norte e US\$ 356 milhões globalmente em seu primeiro fim de semana, configurando um marco de bilheteria no período. Além disso, o lançamento simultâneo com *Oppenheimer*, com forte presença nas redes sociais, consolidou o

fenômeno midiático conhecido como “Barbenheimer”, como acontecimento cultural em escala global (THE GUARDIAN, 2023).

Figura 17 - Cillian Murphy e o Diretor Chistopher Nolan nos bastidores



Fonte: Portal The Guardian. (Arquivo)

A ampla recepção do filme também pode ser situada no modo como a *Barbie*, historicamente, opera como superfície de projeção de expectativas, disputas e leituras concorrentes. Kingson (2023) sintetiza essa característica ao descrever *Barbie* como um “teste de Rorschach cultural”, no qual diferentes públicos interpretam a personagem a partir de repertórios ideológicos e experiências sociais diversas. Assim, o filme de 2023 se articula a um processo histórico-cultural mais amplo: ao mesmo tempo em que integra uma estratégia contemporânea de reposicionamento da marca, também reativa debates antigos sobre corpo, gênero, consumo e representatividade, que atravessam a história da *Barbie* desde suas origens (JAVOID, 2023; CHAPPET, 2023; BOWLER, 2023).

Ao reunir esses elementos, esta subseção cumpre uma função metodológica de contextualização do objeto, delimitando o contexto histórico-cultural necessário para situar *Barbie* (2023) como acontecimento midiático e cultural. Esse enquadramento opera como horizonte analítico para a leitura das disputas de sentido que emergem nos comentários que compõem o *corpus* desta pesquisa. Diante disso, a subseção seguinte apresenta a operacionalização da análise de conteúdo, mobilizada para examinar os sentidos historicamente acumulados e socialmente disputados em torno do filme nos comentários publicados no vídeo selecionado do canal Ei Nerd.

4.3 Análise de conteúdo: da tradição à operacionalização com Sampaio e Lycarião

A análise de conteúdo, como técnica de pesquisa, foi escolhida por sua capacidade de realizar inferências a partir de textos (comentários no YouTube) e seus contextos de produção

e recepção. Krippendorff (2019) destaca que os textos devem ser entendidos dentro do contexto em que são produzidos e consumidos, o que é essencial para a análise das disputas de sentido nos comentários. Bardin (2002) complementa ao oferecer a base para a codificação e categorização dos dados, enquanto Neuendorf (2002) reforça a necessidade de garantir objetividade e replicabilidade no processo analítico. Já Sampaio e Lycarião (2021) oferecem o manual prático de aplicação, essencial para garantir que o processo de codificação seja sistemático e transparente.

Em Krippendorff (2019), a definição de análise de conteúdo desloca essa técnica de uma compreensão centrada no conteúdo manifesto para uma perspectiva contextual e inferencial.

A análise de conteúdo é uma técnica de pesquisa para fazer inferências replicáveis e válidas a partir de textos (ou outros materiais significativos) e seus contextos de uso⁵⁴ (KRIPPENDORFF, 2019, p. 24, tradução própria).

O ponto chave, aqui, não é apenas a noção de inferência, mas o fato de que ela só se torna metodologicamente consistente quando o texto é relacionado ao contexto em que circula e produz sentido. Não por acaso, o autor adverte que “todos os textos são produzidos e lidos por outros e espera-se que sejam significativos para eles, não apenas para o analista⁵⁵” (KRIPPENDORFF, 2019, p. 27, tradução própria). Em seguida, reforça que “toda análise de conteúdo requer um contexto no qual os textos disponíveis sejam examinados⁵⁶” e que o analista precisa “construir um mundo no qual os textos façam sentido e possam responder às suas questões de pesquisa⁵⁷” (KRIPPENDORFF, 2019, p. 29, tradução própria).

Essa formulação é central para esta pesquisa porque os comentários do YouTube não podem ser lidos como frases isoladas. Eles são produzidos por sujeitos concretos em resposta a um vídeo, publicados em um canal com repertório e audiência próprios, organizados por uma plataforma que condiciona a visibilidade das interações e mobilizados por um filme que concentra disputas históricas sobre gênero, consumo, feminilidade e cultura pop. Em termos

⁵⁴ Tradução do original: Content analysis is a research technique for making replicable and valid inferences from texts (or other meaningful matter) to the contexts of their use.

⁵⁵ Tradução do original: All texts are produced and read by others and are expected to be significant to them, not just to the analyst.

⁵⁶ Tradução do original: Every content analysis requires a context within which the available texts are examined.

⁵⁷ Tradução do original: Construct a world in which the texts make sense and can answer the analyst’s research questions.

metodológicos, isso significa que a análise dos comentários não pode restringir-se à superfície verbal das mensagens, pois precisa considerar que esses enunciados são textos situados, inscritos em um circuito comunicacional específico.

É também em Bardin que a análise categorial é definida como “a classificação dos elementos de significação constitutivas, da mensagem” (BARDIN, 2002, p. 37). Associado a isso, a autora destaca que tal análise precisa estar sustentada “por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção” (BARDIN, 2002, p. 42). Tal contribuição torna-se relevante para um estudo voltado às disputas de sentido em comentários de plataforma, pois o *corpus* não é tratado como evidência transparente, mas como vestígio discursivo a partir do qual se podem inferir posicionamentos, recorrências, tensões e formas de disputa.

Sem reduzir Bardin (2002) a uma leitura positivista, importa reconhecer, com Sampaio e Lycarião (2021), que sua sistematização opera em nível mais amplo e didático, exigindo detalhamento adicional para pesquisas com *corpus* digitais densos e interacionalmente complexos.

Uma das maiores lacunas do manual de Laurence Bardin está justamente na excessiva simplificação do desenho e do processo da análise de conteúdo [...] a autora resume a AC em apenas três fases, nomeadamente: (1) pré-análise, (2) codificação e (3) inferência e interpretação (SAMPAIO; LYCARIÃO, 2021, p. 46).

Em sua divisão do processo analítico conserva-se grande utilidade didática, contudo, não basta, por si só, para orientar todas as operações requeridas por um *corpus* digital denso e discursivamente conflitivo como o desta pesquisa.

Posto isso, passa-se a considerar as contribuições de Neuendorf (2002) que é reconhecida por trazer um rigor estatístico e uma perspectiva mais voltada para as comunicações de massa. Segundo a autora, a análise de conteúdo é definida como:

uma análise quantitativa e resumida de mensagens que se baseia no método científico (incluindo atenção à objetividade, intersubjetividade, planejamento a priori, confiabilidade, validade, generalização, replicabilidade e teste de hipóteses) e não se limita aos tipos de variáveis que podem ser medidas ou ao contexto em que as mensagens são criadas ou apresentadas⁵⁸ (NEUENDORF, 2002, p. 10, tradução nossa).

⁵⁸ Tradução do original: Content analysis is a summarizing, quantitative analysis of messages that relies on the scientific method (including attention to objectivityintersubjectivity, a priori design, reliability, validity,

Nota-se, então, que a autora desloca o debate para a arquitetura do desenho de pesquisa. Mesmo quando sua ênfase na quantificação torna sua formulação mais restritiva do que aquela que orienta esta dissertação, sua contribuição permanece decisiva por explicitar que a análise de conteúdo exige um percurso controlável, passível de exame e justificável em seus critérios. Na mesma direção, ao afirmar que “um dos principais objetivos de qualquer investigação científica é fornecer uma descrição ou explicação de um fenômeno de forma a evitar os vieses do investigador⁵⁹” (NEUENDORF, 2002, p. 11, tradução própria), ela reforça a necessidade de reduzir arbitrariedades e tornar visíveis as mediações metodológicas do próprio pesquisador.

Para esta pesquisa, a contribuição de Neuendorf (2002) é menos a adoção integral de sua definição e mais a incorporação de sua exigência de sistematicidade. Os comentários do YouTube, pela própria heterogeneidade de forma, extensão e posicionamento, demandam um desenho analítico em que as decisões de leitura não fiquem implícitas. Isso envolve delimitar unidades, formular categorias com nitidez, explicitar critérios de inclusão e exclusão e tornar rastreável o caminho entre problema de pesquisa, *corpus* e interpretação. Assim, a autora fornece um ponto de inflexão entre a tradição interpretativa da análise de conteúdo e a necessidade de um método analítico com desenho claramente formulado.

É justamente dessa reflexão teórica e metodológica que emerge a escolha final por Sampaio e Lycarião (2021), a qual não representa uma reinauguração do método, mas o torna operacionalmente mais adequado para pesquisas que dependem de análise categorial com alto grau de explicitação procedimental.

Análise de conteúdo é uma técnica de pesquisa científica baseada em procedimentos sistemáticos, intersubjetivamente validados e públicos para criar inferências válidas sobre determinados conteúdos verbais, visuais ou escritos (SAMPAIO; LYCARIÃO, 2021, p. 6).

Embora o manual de Sampaio e Lycarião (2021) esteja voltado prioritariamente à análise de conteúdo categorial quantitativa, seus procedimentos mostram-se particularmente úteis nesta pesquisa no plano da operacionalização analítica, sobretudo na definição de categorias, códigos, regras de codificação e critérios de validação.

generalizability, replicability, and hypothesis testing) and is not limited as to the types of variables that may be measured or the context in which the messages are created or presented.

⁵⁹ Tradução do original: A major goal of any scientific investigation is to provide a description or explanation of a phenomenon in a way that avoids the biases of the investigator.

Essa concepção apresenta, de modo articulado, a inferência presente em Bardin (2002), a exigência de validade e replicabilidade enfatizada por Krippendorff (2019) e a necessidade de publicização metodológica tornada central em Neuendorf (2002).

Diante disso, Sampaio e Lycarião (2021) revelam-se pertinentes a esta dissertação por defenderem que “a validade de uma AC pressupõe que ela seja cuidadosamente elaborada, de modo a fazer com que conceitos possam converter em operações de codificações de textos” (SAMPAIO; LYCARIÃO, 2021, p. 32). Esse ponto é decisivo para esta pesquisa porque o problema metodológico não consiste apenas em reconhecer que há disputas de sentido nos comentários, mas em construir um caminho analítico capaz de demonstrar como tais disputas serão identificadas, segmentadas e interpretadas.

A precisão operacional proposta pelos autores torna-se ainda mais útil quando definem código e categoria. Para eles, o código é “um rótulo ou uma etiqueta que usamos para classificar, qualificar, registrar partes do conteúdo de acordo com os objetivos da pesquisa” (SAMPAIO; LYCARIÃO, 2021, p. 45), ao passo que as categorias são os elementos pelos quais se descreve o fenômeno investigado, agrupando códigos relacionados “em termos de conteúdo ou contexto” (SAMPAIO; LYCARIÃO, 2021, p. 46). Essa formulação ajusta-se diretamente ao *corpus* desta pesquisa, uma vez que os comentários exigem um trabalho de segmentação e reagregação analítica capaz de apreender recorrências discursivas, conflitos interpretativos e posicionamentos em disputa no *corpus*. A vantagem de Sampaio e Lycarião, nesse sentido, não está em oferecer um esquema abstrato, mas em explicitar como o problema de pesquisa se transforma em referencial de codificação, livro de códigos, planilha analítica e critérios de validação.

Diante disso, a presente dissertação adota a análise de conteúdo categorial como método de análise, ancorando-se epistemologicamente em Krippendorff (2019) para pensar a relação entre texto e contexto, em Bardin (2002) para fundamentar a dimensão inferencial e categorial da técnica, em Neuendorf (2002) para reforçar a necessidade de explicitação do desenho metodológico e, de modo central, em Sampaio e Lycarião (2021) para a operacionalização do percurso analítico.

Com esse enquadramento, as subseções seguintes detalham a coleta e a preparação do corpus, a leitura exploratória, a construção do esquema de codificação e os critérios de validação mobilizados nesta pesquisa.

4.3.1 Constituição do *corpus* e definição das unidades de análise

A definição do *corpus* e das unidades de análise não se apresenta, nesta pesquisa, como uma etapa dissociada do problema investigado. Nesse ponto, o encaminhamento proposto por Sampaio e Lycarião (2021) torna-se decisivo, uma vez que, ao apresentarem o desenho da análise de conteúdo, os autores assinalam que “uma das decisões mais importantes [...] é a definição da unidade de análise e de possíveis subunidades de análise” e que, para isso, é necessário explicitar “qual é a unidade de conteúdo sendo investigada” (SAMPAIO; LYCARIÃO, 2021, p. 51). Sendo assim, a presente subseção parte dessa exigência. Seu objetivo é mostrar como os comentários foram extraídos, preparados e organizados como *corpus* de pesquisa e, ao mesmo tempo, tornar clara a escala em que esse material passa a ser observado.

Posto isso, é necessário explicitar quais são as unidades a serem mobilizadas para análise. Em vez de deixar essa definição diluída no processo, a presente pesquisa a organiza em três planos articulados, fundamentados teoricamente. A unidade amostral tida como “unidades de texto mutuamente exclusivas que são incluídas seletivamente para uma análise⁶⁰” (KRIPPENDORFF, 2019, p. 392, tradução nossa), corresponde aos *threads* de comentários extraídos do vídeo selecionado, a partir das porções conversacionais estruturadas por um comentário inicial e suas respostas. No nível operacional, a unidade de codificação corresponde ao comentário individual completo, tomado como elemento unitário de conteúdo a ser classificado, alinhando-se à premissa de que “são unidades que podem ser descritas, transcritas, categorizadas ou codificadas independentemente⁶¹” (KRIPPENDORFF, 2019, p. 411, tradução nossa). Já a unidade de contexto corresponde ao próprio *thread*, considerado o escopo mínimo de leitura necessário para situar cada comentário na dinâmica interlocutiva em que se estabelece. Tal delimitação parte do pressuposto de que “unidades de contexto são unidades de matéria textual que estabelecem limites para a informação a ser considerada na descrição de unidades de registro⁶²” (KRIPPENDORFF, 2019, p. 105, tradução nossa).

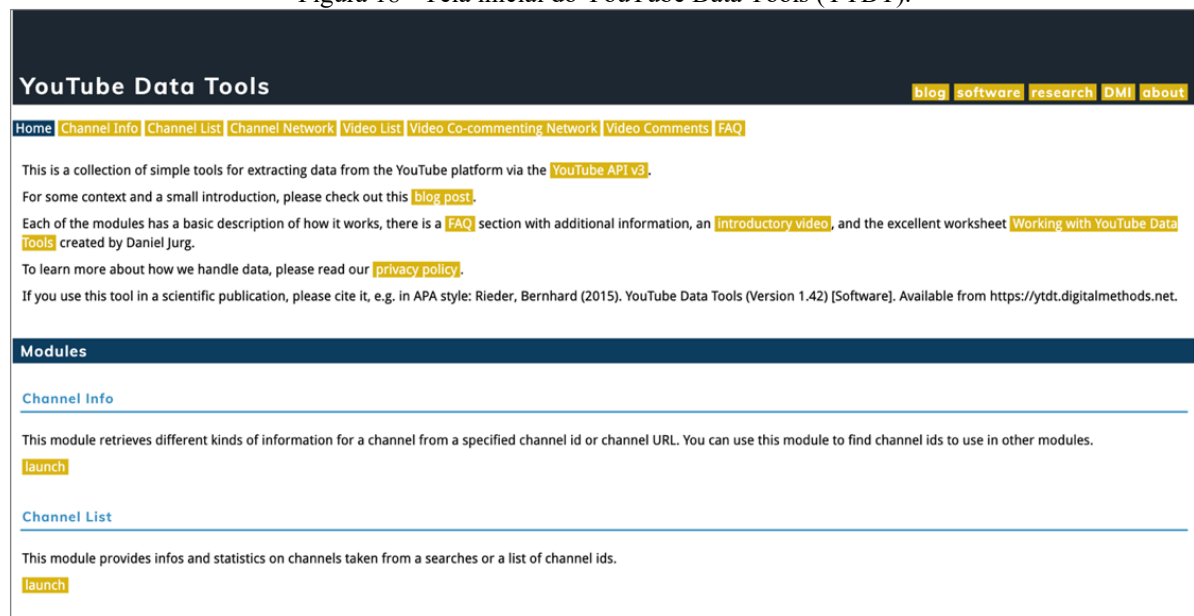
⁶⁰ Traduzido do original: Sampling units are mutually exclusive units of text that are selectively included in na analysis.

⁶¹ Traduzido do original: Recording units are indepently decribable, transcribable, categorizable, or codable units.

⁶² Traduzido do original: Context units are units of tetxtual matter that set limits on the information to be considered in the description od Recording units.

Com esse enquadramento metodológico definido, a captura do *corpus* se deu por meio do YouTube Data Tools, doravante YTDT, por intermédio do módulo “Video Comments” a partir do ID do vídeo selecionado (onviZ-ELKA0), conforme a tela que a Figura 18 demonstra. A extração é congelada em 12 de março de 2025, com 7178 comentários, de modo a fixar um estado empírico verificável dos dados e a assegurar que o *corpus* seja tratado em regime de captura datada. Essa decisão delimita com precisão o material efetivamente submetido à análise e evita que oscilações posteriores da plataforma alterem o universo empírico tomado como base desta pesquisa.

Figura 18 - Tela inicial do YouTube Data Tools (YTDT).



Fonte: Captura de tela em <https://ytdt.digitalmethods.net> (2025).

Operacionalmente, o YTDT se conecta à infraestrutura de dados do YouTube por meio da YouTube Data API, especificamente pela função *commentThreads/list*, que recupera comentários e respostas em formato exportável. No módulo *Video Comments*, como se demonstra na Figura 19. A ferramenta disponibiliza informações estatísticas do vídeo, tabela de comentários recuperáveis, tabela de autores com contagem de comentários e arquivo de rede em formato GDF. Embora essas saídas permitam diferentes formas de exploração do material, esta pesquisa não toma “quem responde quem” como variável interpretativa. Interessa, antes, a estrutura de respostas como recurso de recomposição do *corpus* em threads, preservando a integridade do material e o contexto necessário à leitura e à codificação.

Figura 19 - Tela da aba de extração de comentários do Youtube Data Tools.

Parameters	
Video selection and comment cutoff:	
Video id:	(video ids can be found in URLs, e.g. https://www.youtube.com/watch?v=aXNaHh40xnM)
Limit to:	top level comments (ranked by relevance, leave empty for no limit)
Output option:	
HTML output:	☐ (displays HTML result tables in addition to file exports)
Pseudonymize:	☐ (replaces usernames and comment ids with irreversible hashes)
File format:	csv ☒ / tab ☐
Run:	

Fonte: Captura de tela em https://ytdt.digitalmethods.net/mod_video_comments.php (2025).

O arquivo exportado pelo YTDT é obtido originalmente em formato CSV e convertido para XLSX, a fim de viabilizar tratamento, conferência e posterior importação ao MAXQDA. Desde esse ponto, distingue-se entre arquivo bruto⁶³ e arquivo derivado⁶⁴ de trabalho. O primeiro permanece preservado e inalterado para fins de conferência, rastreabilidade e eventual auditoria, o segundo concentra apenas as intervenções necessárias à organização analítica do *corpus*. Para manter o vínculo entre ambos, preserva-se o identificador único de cada comentário (id) e acrescentam-se campos auxiliares de organização (*seq_global*, *Thread_n*) voltados ao agrupamento estrutural dos comentários e identificação dos *threads*. Nesse processo, o conteúdo textual dos comentários permanece como eixo central, enquanto metadados de autoria, data, curtidas e vínculos de réplica permanecem visíveis no arquivo bruto para fins de auditoria, se necessário. A Figura 20, abaixo, exhibe como as colunas e os dados são organizados pelo YTDT.

Figura 20 - Captura de tela da planilha Arquivos Brutos

id	replyCount	likeCount	publishedAt	authorName	text	isReply	isReplyTo	isReplyToName
591e609dbcc4a8bb59e7118eb2559a2d71a	0	0	13/05/2024 13:59	7b949002608e70de153b24e7340a52944c2a2f	Cara o filme é muito bom um pouco lacrador ? Sim! Mas é muito bom se você enxergar o	0		
c01e1e5f8e9a956987ec9b3e44cc0d442dab6	0	0	09/01/2024 00:35	d94f0c4b0e460e4c762d4f9e1e5980b084ed	Anda não entendi o objetivo da Barbie	0		
07a9e02914e4921a501718505a2c11a2d3b0d	0	0	08/01/2024 14:43	4211a2b44a37a7a7a7a7a7a7a7a7a7a7a7	O por filme que eu já vi (Fui obrigado a ver) na minha vida. Que real cocô. Filme débil me	0		
c17d3d48160727280a0003740fca827365c	0	0	02/01/2024 21:47	605259653c951b0d5f715747f1c5ab2767c881	Eu amei esse filme é muito bom	0		
85a65208a222c25e7a5454547102d15e8bb0d41ef	0	0	27/12/2023 17:56	1397bc479a7962996a7b21c3ba73bd5dc63e	"Barbie, você pode me ensinar o que é patriarcado, eu sou tão peitudo, tão burrinho"	0		
49a4b701b1a3709456423c7139a8a4a7d50e	0	0	23/12/2023 15:39	a4f12b3a65f9b1448b9e15cda4b9b93aaf72	Esse filme é feminino kô	0		
29135e3d348173c4dc4c9c903a9868aa284	0	1	18/12/2023 05:05	121a38f830c8f8a5f95e4d075d07a2ee	Eu peguei um rango desse filme, que nunca mais vou assistir, eu fui ver inocente, depois	0		
20939f070c0a1a77059a74ea10aaab342d	0	2	16/12/2023 02:56	a6d58073d0c6a38f9807d373a79c2870a31c	Filme ruim ... Esperei tanto na HBO, mas que filme ruim...	0		
34a2b4e4d71f7c4b71a1106a3ba033a0d	0	0	01/12/2023 03:22	7d44e4f8e4d6d4c29933315d0d9d1780d10	As mulheres criticam os homens por ser opressores, mais no final elas que querem ser a	0		
571f1a1d3a7b71102d6117a173a2c3b4c	0	0	23/11/2023 17:27	6ba7b7b9f0d67393408b1447ea3647102bd	"Esculacho aos homens" ???!! a gente viu o mesmo filme?	0		
e112a8a53e32d47110a8b6a4110accc0b0bf	0	0	03/11/2023 13:11	6a0b083442723360d18f0c40b7631a7546	Assistam a barbie maconheira é bem loko	0		
a3a3e4a53331e45d9d77a4a3108b8b703d	0	0	13/10/2023 20:45	8a8a67a5e1777205e4d93513a5d5942cc3e	eu assisti e achei ruim	0		
ebcc27740a5b35245d234236a2232425874	0	1	08/10/2023 05:10	0f02b0c2d4f0eae9560c249d48b67ac2c87	V varias analises, a sua representa a minha, obrigado.	0		
cc45461c7b13a71b2d2a6e12aa54a99d719c	0	1	01/10/2023 06:27	861119928334c53acc5128027634a213b1898	O filme da Barbie tinha tudo pra ser ótimo, mas se perdeu na lacração. Assim como as fil	0		
0d4f51e5d4c4a4d038457d655c214e13419	0	0	01/10/2023 00:26	b41692d459770029a783c0625a35a50c58af	Lacração, progressismo e ideologia! Filme muito vazio, perdeu muito tempo com ideologi	0		
8935a6b3abbcbcc474a4dc22a0787b7936f	0	0	30/09/2023 20:33	bac36c70a75d6d16c8033c99073c27a5f3c8	Eu real não entendi pq agalera desceu tanto q lenha nessa filme. O filme critica o machis	0		
0c34b90a2405727463475c3a2b2a3e3d36e	0	0	30/09/2023 04:38	d5a0ac0b3c9d3a45315064289d305d356a3d	Esse filme é perfeito, não achei risco eu entendi que eles estavam querendo passar um ri	0		
781a35ba0a208a6444702c3a25c7570f5f	1	2	20/09/2023 04:30	310a44f13461133736a9c28937a4511b374f	Petter como sempre pensando no bolso e agindo como empresa... parabéns por emitir st	1	781a35ba0a208a6444702c3a25c7570f5f	
23a38bba35a165a6b83545454c144f197a48	0	0	01/10/2023 00:33	b41892a659770029a783c0625a35a50c58af	Concorde com você plenamente!	0		
b258a0e0a0b0d0b0d1947f1e4c12a6350c	0	2	17/09/2023 02:12	83392aac0d25c505ee1c4c0b8994e723942d	Os caras são bobos, assediadores ou gays no filme.	0		
06a0c20ca39c71148040c3e4e020a4c19629	0	0	13/09/2023 14:27	1c8b1d4e02a4c40b0a5d4a7f9687b3c05d6d	Se o Peter ficou doo o filme é bom. CADE OS GUER LACRA NAO LACRA HAHHAH	0		
08a8b242f29f9608a0a0a733311402c54	0	0	06/09/2023 12:00	2fa02a0f06d40c58b8f8a7b057553317c2	Eu gosto muito do brinquedo barbie ate coleciono porq faz parte da minha infancia lembro r	0		
e7ca041a0c01c0a0302a3704d4b0d10118c	0	1	28/08/2023 12:26	2c0f0b9b0c3702d74b43a2a0f956344402c	FILME EM FORMATO DE LACRAÇÃO. LOBO EM PELE DE CORDEIRO. As mães e pes	0		
18060c33a07104a0287a703ba7223b1e4f	0	0	28/08/2023 00:19	8a0d04007049e11d4d4d4b786a7b3429b0c	O CHANG XI TA ESQUISTO	0		
b100010d14000145c40b8f79d08f8d3d3a0e1	0	1	23/08/2023 20:48	0c5ab0c73a397f3aa91d234762804c800b4b	Eu que não assisti posso dizer: não assisti.	0		
95a0c3438a0f970a0a4141715a0a5d4a0	0	0	17/08/2023 19:53	6403a172995d2b04c222b7c3b22bfc026	Assisti e me arrependo	0		
99a07fabc22a097f020363e5c711b0d0f136c	0	0	15/08/2023 08:38	8271402a02b4e4982ca0a44d8118a42ba4	Sou homem e fui assistir com mais 2 amigos. O filme é um 10/10 O pessoal que tá faland	0		
76a8ba045a3a3a8118c3534a22988d0b	0	0	14/08/2023 02:19	6802075a478a3c0a0f05895e1a5c3a4d5e99	PODRE FILME PODRE	0		
4a413b125a1977719a022168e0e8483571	1	0	12/08/2023 18:23	7c0f3951a7a71a03a3c9000373a20b0b31c	vc não é opressor, afinal, parafusando o VIL Ferrel "vc é filho de uma mãe, sobrinho de	1	4a413b125a1977719a022168e0e8483571	
c2d705c0a00e0c98a04b0f0e0c0b7116b09	0	0	20/08/2023 03:08	40a0a0c3c3a731310308a27a3a0a4d27650	Anda bem que o Islamismo está crescendo	0		
7a0b79d075b8a8a818402a706271762c4c	1	0	12/08/2023 03:21	2a0f8a0b11f130ac55591e489a020903ab4d49	filme muito ruim, lacração total, aprendizados do filme: mulheres tem que competir com h	1	7a0b79d075b8a8a818402a706271762c4c	
ad99530ba0a6a2200505b583483360c3d08	0	1	12/08/2023 19:53	7f95a0b1c1dc1c3c7c580c4c203b3c0c29b1f	Você falando são apenas confirmo que não entendo por4 nenhuma do filme	1	7a0b79d075b8a8a818402a706271762c4c	
8514b0e4a393140211a0d3a22386a4f09	0	0	11/08/2023 23:48	d1a0b3c7b05d50b0e0f1250ac7b72a0a1c	"eu sou fil da turma da molecã" kkkkk...	0		

⁶³ Arquivo gerado pela plataforma YouTube Data Tools, YTDT, em sua formatação original: `videoinfo_onviZ-ELKA0_2025_03_12-20_18_35_comments`. Leitura disponibilizada publicamente, basta acessar o link: https://drive.google.com/drive/folders/1VlrSZQ_euiDvRGRMTaaR47FW11dJbUag?usp=sharing.

⁶⁴ Arquivo editado e organizado para codificação e categorização: `videoinfo_onviZ-ELKA0_2025_03_12-20_18_35_Threads`. Leitura disponibilizada publicamente, basta acessar o link: https://drive.google.com/drive/folders/1VlrSZQ_euiDvRGRMTaaR47FW11dJbUag?usp=sharing.

Fonte: Do próprio autor (Planilha Excel)

A preparação do arquivo derivado se deu à partir da coluna *replyCount* como indicador de encadeamento, onde comentários com *replyCount* maior que zero indicam o início de *thread*, por serem comentários que geram interlocução. A identificação dos comentários tidos como respostas são aqueles que possuem *replyCount* vazio, o qual passa a ser tratado como agrupamento de interlocução ao *thread* e que compõe o *corpus* na caracterização e preservação do contexto.

Como resultado desse processamento, o arquivo de trabalho consolida 4.102 unidades textuais, organizadas em 547 *threads* com 3.555 comentários de interlocução. Assim a Figura 21 exibe as colunas dispostas após tratamento inicial para posterior aferição de códigos e categorias.

Figura 21 - Captura de Tela da planilha Arquivo Derivado

ARQUIVO DERIVADO THREADS [onviZ-ELKAO]				
seq_global	id	thread_code	replyCount	Comentário
1	781e336a0ba528f8d04d447f2c03adc25790f37	T01	1	Petter como sempre pensando no bolso e agindo como empresa... parabéns por omitir sua verdadeira opinião, nunca criticando os wokes, ama o universo mágico dos heróis e se acovarda em não defendê-lo, film completamente feminista que destruiu a imagem da Barbie, feito por uma diretora frustrada com si mesma, que sempre odiou o próprio corpo (palavras dela), colocando no filme suas frustrações pessoais e sua decepção com os homens, dizer que o filme, as piadas foram feitos para as crianças e de uma desonestidade intelectual voraz, nada nesse filme é para crianças, que medo é esse Petter, já é milionário, não vai viver para gastar, solta o verbo. "ps covarde.
2	23b38bbba35a1659eb835347546cc614af197e48	T01.1		Concorde com você plenamente!
3	4a6413b125a1977c7199a022169ee5b848357a50	T02	1	vc não é opressor, afinal, parafraseando o Will Ferrell "vc é filho de uma mãe, sobrinho de uma tia e irmão de uma irmã" o filme não tá dizendo q vc, individualmente é opressor, tá dizendo que a sociedade baseada no patriarcado é opressora. Isso é tão expositivo no filme que é cansativo ter que repetir. nós, mulheres, há muito tempo assistimos filmes onde as mulheres são apenas objetificadas, sexualizadas e imbecilizadas e vcs por causa de um único filme já tão fazendo bico, batendo os pés no chão e chorando? nem o desenvolvimento do Ken no filme (espetacular) fez vcs entenderem que o q a gnt quer é q vcs cresçam e entendam que a gnt só quer existir sem algemas ou esporas como ainda acontece com a maioria de nós até hj. vcs são livres e a gnt não quer q vcs deixem de ser, só queremos o direito de sermos tbm
4	c2df355c8ed06ecf68fb24bef6acecd97c186b9	T02.1		Ainda bem que o islamismo está crescendo 🙄🙄🙄
5	7aab79de07b58a8aa81ff402a7062f717d2c4c2	T03	1	filme muito ruim, lacração total...aprendizados do filme: mulheres tem que competir com homens, homens são uns babacas machistas tem que ser efeminados, e todo mundo só pensa no próprio ego. Homens e mulheres são complementares, não inimigos.
6	a03f53d6e6a26d22005fcd55839483360cd3d26	T03.1		Você falando isso apenas confirmou que não entendeu por4 nenhuma do filme
7	b4673469f710b13a24d7856d9602a2be7fa2b73	T04	3	Nunca achei que um filme da Barbie ia fazer tanto marmanjo chorar 🙄🙄🙄🙄 Red Pill se revira
8	f7a78e4956a253ef1f8487bba6cd0d21ed11cda1	T04.1		Hahaahaha tem que ver quem são esses marmanjos, pois assisti e achei muito tanto faz tanto fez.
9	0a41b3d2270571126919446d286a2b0ef332048a	T04.2		Não exatamente, eu sou o maior Hater q existe dos Red Pills e tbm estou chorando
10	8d98094b3999cc6cf7d4f300beb81dbd2f30cb06	T04.3		Chorar...?...chorar...? Mano...? O mundo está doente, que tipo de retardado mental iria chorar em um filme desses... mulher adulta... vá lá, brincou tem memórias, agora marmanjos chorando... você vive em um hospício?

Fonte: Do próprio autor (Planilha Excel)

Esse recorte exclui comentários isolados, sem resposta, não por irrelevância temática, mas porque o problema de pesquisa privilegia a observação das disputas de sentido que se tornam visíveis na interlocução. Em vez de tratar o *corpus* como sequência linear de comentários soltos, a pesquisa o recompõe em *threads* nos quais os sentidos são retomados, confirmados, negados, deslocados ou confrontados.

No arquivo derivado de trabalho, procede-se à supressão manual das menções diretas entre usuários, marcadas pelo caractere @ seguido do nome do perfil, preservando-se integralmente o restante do comentário. Ao todo, são removidas 2.401 marcações nominativas

e substituídas por “[usuário anonimizado]”, uma vez que o de endereçamento entre perfis não integra o objeto analítico desta pesquisa.

A análise de conteúdo, muitas vezes precisa, pelo propósito da pesquisa e pela natureza mesma do tipo de população estudada, descartar boa parte do material do texto inicialmente coletado, justamente por ele não se constituir como parte do objeto da pesquisa e, portanto, por não possuir relevância dentro do escopo de interesse previamente definido (SAMPAIO; LYCARIÃO, 2021, p. 76).

Com esse procedimento delineado, a análise passa a operar sobre um *corpus* datado, rastreável e organizado em unidades compatíveis com o problema de pesquisa. Em termos metodológicos, isso significa que os comentários extraídos do vídeo delimitado na subseção 4.1, e lidos à luz do horizonte histórico-cultural construído na 4.2, ingressam na Análise de Conteúdo como material textual já preparado para a leitura exploratória. É a partir desse *corpus*, e não mais da etapa de delimitação, que se desenvolvem o esquema inicial de codificação e a posterior consolidação do sistema categorial.

A etapa seguinte consiste na leitura exploratória do *corpus* que, em diálogo com Sampaio e Lycarião (2021), trata-se do contato inicial do pesquisador que precede o esquema inicial de codificação do material empírico, sem dissociá-las do problema de pesquisa nem dos eixos teóricos que orientam a dissertação.

4.3.2 Categorias analíticas, livro de códigos e planilha de codificação

A presente subseção descreve a conversão da pesquisa em um instrumento analítico capaz de operar sobre o *corpus* de comentários. Em termos metodológicos, essa passagem corresponde à operacionalização das variáveis de pesquisa, isto é, ao movimento pelo qual conceitos como mediação, disputa de sentido, participação, plataformização e objeto cultural são convertidos em dimensões observáveis no material empírico. Na análise de conteúdo categorial, tal operação não constitui uma etapa meramente técnica, mas um momento decisivo de mediação entre teoria, problema de pesquisa e *corpus*, uma vez que é nela que se define o que será observado, por quais critérios será observado e de que forma as inferências serão sustentadas.

Como técnica, a análise de conteúdo envolve procedimentos especializados. É aprendível e separável da autoridade pessoal do pesquisador. Como técnica de pesquisa, a análise de conteúdo proporciona novas perspectivas, aumenta a compreensão do pesquisador sobre fenômenos específicos ou orienta ações práticas.

A análise de conteúdo é uma ferramenta científica.⁶⁵ (KRIPPENDORF, 2019, p. 24, tradução nossa).

Tomada nesse horizonte, a operacionalização exige distinguir com precisão os termos centrais do procedimento analítico. A priori delinea-se a definição do termo código como sendo "um rótulo ou uma etiqueta que usamos para classificar, qualificar, registrar partes do conteúdo de acordo com os objetivos da pesquisa" (SAMPAIO e LYCARIÃO, 2021, p. 45). Ao passo que a categoria opera em nível mais abrangente, reunindo códigos em torno de uma dimensão de análise pertinente ao fenômeno investigado.

Categorias são elementos que nos dão meios para descrever o fenômeno sobre investigação, aumentando o conhecimento e gerando conhecimento. Essencialmente, os códigos são agrupados em categorias quando são relacionados em termos de conteúdo ou contexto (SAMPAIO E LYCARIÃO, 2021, p. 46).

No escopo desta dissertação, tal distinção é particularmente importante porque o interesse não reside em contabilizar ocorrências isoladas de palavras ou temas, mas em identificar como sentidos são disputados nos comentários, como se deslocam entre filme, vídeo e interlocutores, e como se articulam a repertórios mais amplos da cultura pop, do consumo e das controvérsias contemporâneas em torno de gênero e representação.

Embora o manual de Sampaio e Lycarião (2021) se volte prioritariamente para a análise de conteúdo categorial quantitativa, sua contribuição mostra-se plenamente pertinente a este estudo no plano da construção do instrumento analítico. Em diálogo com Krippendorff (2019), parte-se do entendimento de que o comentário não é tomado como evidência transparente em si, mas como texto situado, a partir do qual se inferem contextos de uso, posicionamentos e matrizes de interpretação.

Tais distinções orientaram diretamente a elaboração do livro de códigos desta pesquisa. Como sintetizam Sampaio e Lycarião (2021, p. 59), "as categorias de uma análise de conteúdo devem ser: 1) exclusivas, 2) exaustivas e 3) homogêneas, nesta ordem de importância". Nessa direção, a exclusividade foi compreendida no interior de cada variável, de modo que, para uma mesma dimensão analítica, o comentário seja classificado por um único código preponderante, evitando-se sobreposições que enfraqueçam a consistência do instrumento. No plano operacional, Neuendorf (2002, p. 118-119) reforça esse duplo requisito ao afirmar que "deve

⁶⁵ Tradução do original: As a technique, content analysis involves specialized procedures. It is learnable and divorceable from the personal authority of the researcher. As a research technique, content analysis provides new insights, increases a researcher's understanding of particular phenomena, or informs practical actions. Content analysis is a scientific tool.

haver apenas um código apropriado para toda e qualquer unidade", e, ao mesmo tempo, que "deve haver um código apropriado para cada unidade codificada" (tradução nossa). Em outros termos, a robustez do instrumento depende simultaneamente da exclusividade interna dos códigos e da exaustividade do sistema classificatório, razão pela qual a previsão de categorias residuais, como "Outros/Não se aplica", não constitui um expediente acessório, mas uma condição metodológica para que todo o material pertinente possa ser adequadamente abarcado.

Isso, contudo, não autoriza uma leitura simplificadora do *corpus*. Ao contrário, Krippendorff adverte que "textos não possuem significados únicos" e lembra que diferentes leituras podem ser "válidas, mas diferentes"⁶⁶ (2019, p. 28, tradução nossa). Por essa razão, a presente dissertação não trata a exclusividade como supressão da polissemia, mas como regra de codificação: o comentário pode mobilizar sentidos múltiplos, porém cada variável deve operar com categorias mutuamente excludentes, precisamente para tornar analiticamente controlável aquilo que, no plano hermenêutico, permanece aberto à interpretação. A complexidade do comentário, assim, não é anulada, mas redistribuída e consolidada pela leitura do *thread* em que o enunciado se insere. Esse fio de respostas atua, metodologicamente, como o que Krippendorff (2019) define como "unidade de contexto", garantindo que a riqueza e as nuances da interação não se percam na classificação.

Nessa direção, o livro de códigos foi concebido como documento operativo e argumentativo. Para cada categoria, registraram-se: nome, ancoragem teórica, definição operacional, critérios de inclusão e exclusão, regra de decisão para casos ambíguos, exemplos prototípicos e categoria residual. Em coerência com o foco qualitativo da dissertação, não se adotaram números como códigos analíticos principais. Em vez disso, empregaram-se atributos textuais padronizados, mais adequados à inteligibilidade interpretativa da seção analítica.

A partir da leitura exploratória do *corpus* e em consonância com o referencial teórico estabelecido, o sistema de classificação foi estruturado em quatro categorias analíticas. O objetivo é fornecer uma grade estável para identificar o alvo da enunciação, o posicionamento valorativo, a matriz de sentido e a estratégia discursivo-interacional, assegurando a

⁶⁶ Traduzido do original: Texts do not have single meanings that could be "found," "identified," or "described" for what they are or correlated with states of their sources. Just as texts can be read from numerous perspectives, so signs can have several designations, and data can be subjected to various analyses. One can count the characters, words, or sentences of a text. One can categorize its expressions, analyze its metaphors, describe the logical structure of its compositions, and ascertain its associations, connotations, denotations, and commands. One can also offer psychiatric, sociological, political, or poetic interpretations of that text. All of these accounts may be valid but different.

exclusividade mútua e a exaustividade dos códigos, conforme os critérios de Sampaio e Lycarião (2021). A codificação incide sobre o comentário individual, sempre lido em relação ao *thread* em que se insere, que funciona como unidade de contexto. Essas categorias compõem o primeiro livro de códigos da pesquisa e orientam a organização da planilha de codificação.

Na apresentação sintética a seguir, explicitam-se o nome, a ancoragem teórica, a definição operacional e o sistema de códigos de cada categoria. Os critérios de inclusão e exclusão, a regra de decisão para casos ambíguos, os exemplos prototípicos de comentário e a categoria residual permanecem detalhados no livro de códigos da pesquisa.

Categoria: alvo da enunciação.

Ancoragem teórica: fundamenta-se na articulação teórica entre os estudos de plataformização e a teoria das mediações. Em infraestruturas digitais conectadas como o YouTube, a recepção abandona a linearidade do modelo informacional e materializa-se como prática interacional. Por conseguinte, a enunciação no comentário não possui um destinatário fixo; o sujeito comunicante pode endereçar sua manifestação à obra cultural consumida, à instância mediadora (o canal ou seu apresentador) ou disputar sentido horizontalmente com outros membros da audiência. Essa multiplicidade de endereçamentos exige a identificação precisa do polo focal que ancora o ato enunciativo.

Definição operacional: identifica a entidade primária à qual o comentário dirige sua avaliação, crítica, concordância ou interpelação. Em unidades de codificação (comentários) que apresentem múltiplos alvos simultâneos, a regra de decisão determina o registro do alvo preponderante, ou seja, aquele que estrutura o eixo central e ocupa a maior parte da argumentação textual.

Sistema de códigos:

- a) filme: o foco exclusivo ou preponderante da enunciação é a obra cinematográfica *Barbie* (2023), seus personagens, seu roteiro ou sua produção;
- b) canal: o foco exclusivo ou preponderante é o vídeo em análise, o canal Ei Nerd ou o seu apresentador, tomados como instâncias discursivas;
- c) interlocutor: o foco exclusivo ou preponderante é o endereçamento a outro usuário na própria seção de comentários, seja para responder, corrigir, confrontar ou demonstrar adesão;

- d) outros: o comentário possui um alvo claro de enunciação, porém ele não se enquadra nas opções listadas;
- e) não se aplica: o comentário não apresenta um alvo de enunciação identificável;

Categoria: posicionamento valorativo.

Ancoragem teórica: baseia-se na noção de valência atitudinal articulada aos processos de decodificação e negociação de sentidos (HALL, 2016). Em um ecossistema de disputas discursivas, a recepção não é passiva; ela se materializa por meio de tomadas de posição. Esta categoria permite aferir a polaridade dessas posições, identificando como os sujeitos constroem regimes de aprovação, rejeição ou ambivalência diante do alvo com o qual interagem (obra, canal ou interlocutor).

Definição operacional: mensura a valência explícita (conteúdo manifesto) da opinião emitida pelo usuário estritamente em relação ao alvo identificado na categoria anterior. A codificação não deve presumir intenções latentes. Quando o comentário apresenta, de forma manifesta, elogios e críticas dirigidos ao mesmo alvo em proporções que impedem uma classificação unipolar, a regra de decisão determina o registro do código Misto.

Sistema de códigos:

- a) favorável: expressa aprovação, apoio, endosso, defesa ou valoração positiva explícita em relação ao alvo;
- b) desfavorável: expressa rejeição, crítica negativa, oposição, ataque ou intenção de boicote em relação ao alvo;
- c) misto: o comentário aborda o alvo, mas adota uma postura declaradamente imparcial, de ponderação equilibrada ou de constatação descritiva que reconhece o alvo sem emitir juízo de valor pendente para o positivo ou negativo;
- d) outros: o comentário possui uma valência manifesta, mas ela não se ajusta com clareza aos parâmetros de favorável, desfavorável, misto ou neutro;
- e) não se aplica: o comentário não emite qualquer tipo de opinião, avaliação ou valência sobre o alvo (ex: formulação de perguntas diretas, marcações residuais ou textos incompreensíveis).

Categoria: matriz de sentido.

Ancoragem teórica: fundamenta-se na premissa de que a interpretação não é um ato passivo, mas uma prática produtiva na qual o sujeito mobiliza seus referenciais culturais para decodificar a mensagem (HALL, 2016). No ecossistema plataformizado, essas leituras tornam-se visíveis e disputam legitimidade. Esta categoria identifica qual repertório estruturante é acionado pelo usuário para ancorar seu argumento e negociar sentidos em relação à obra ou à temática em questão.

Definição operacional: identifica o referencial simbólico estruturante acionado no comentário para embasar sua opinião ou argumento. Em unidades de codificação que apresentem mais de uma matriz discursiva, a regra de prevalência exige o registro do enquadramento que organiza o eixo central da argumentação. Caso a centralidade seja indistinguível ou os temas se misturem organicamente, a regra de decisão orienta a priorizar o código mais específico da disputa sobre a obra em detrimento do mais amplo.

Sistema de códigos:

- a) gênero: interpretação estruturada a partir de tensões sobre papéis de gênero, feminismo, masculinidade, patriarcado ou dinâmicas de poder entre homens e mulheres;
- b) ideologia: interpretação que desloca o debate para a esfera político-partidária, acusando a obra, os criadores ou outros interlocutores de promoverem uma agenda político-ideológica específica, que seja dissociada de qualquer insinuação sobre gênero;
- c) cultura pop: interpretação amparada no capital subcultural "nerd" e na identidade de fã ou consumidor nostálgico. O argumento mobiliza regras de universos ficcionais (*lore*⁶⁷), comparações com outras franquias de entretenimento e quadrinhos, ou o histórico canônico dos brinquedos.
- d) mercado: interpretação fundamentada estritamente em aspectos industriais, corporativos ou financeiros, como volume de bilheteria, táticas de marketing, estratégias de lucro e decisões do estúdio produtor;
- e) estética: interpretação focada nos elementos técnicos, formais e artísticos da obra cinematográfica em si, como roteiro, atuação, fotografia, figurino ou direção;

⁶⁷ O termo *lore* refere-se ao conjunto de conhecimentos, mitologias, histórias pregressas e regras internas que compõem o universo simbólico de uma obra de ficção ou marca.

- f) outros: o comentário possui uma matriz de sentido identificável que estrutura seu argumento, mas não se enquadra nas opções listadas;
- g) não se aplica: o comentário não mobiliza nenhum referencial ou repertório interpretativo identificável que embase uma leitura.

Categoria: estratégia interacional

Ancoragem teórica: apoia-se na concepção de audiência produtiva (MARTINO, 2015) e na cultura participativa, que entende o público não como mero consumidor, mas como agente que molda, compartilha e disputa sentidos (JENKINS; FORD; GREEN, 2022). Na arquitetura reticular da plataforma, que preserva a permanência do registro conversacional (RECUERO, 2009), esta participação materializa-se por meio de ações táticas. A categoria identifica a modalidade retórica primordial empregada pelo utilizador para construir a sua posição, confrontar adversários ou forjar alianças no embate público.

Definição operacional: classifica o modo de ação retórica ou tática discursiva primordial empregada na unidade de codificação. Para garantir a exclusividade mútua perante a polissemia dos comentários, aplica-se a seguinte regra de precedência (hierarquia) em casos de táticas simultâneas: a violência verbal anula o debate lógico, logo, ataques diretos têm precedência absoluta; táticas figuradas ou humorísticas têm precedência sobre a simples discordância; a resposta argumentativa estruturada sobrepõe-se à mera declaração de opinião.

Sistema de códigos:

- a) proposição: apresentação autônoma de uma tese, argumento ou ponto de vista, em que o eixo central é expor uma premissa própria sem o intuito manifesto de desconstruir a fala de um alvo específico;
- b) refutação: ação reativa fundamentada no debate lógico, em que o eixo central é desconstruir, contestar ou invalidar diretamente a premissa de um posicionamento anterior (do vídeo ou de outro utilizador), sem recorrer a ataques pessoais.
- c) adesão: ação de endosso, concordância explícita ou validação de um posicionamento já existente no espaço interacional;
- d) ironia: ação retórica que mobiliza o sarcasmo, a sátira ou a inversão de sentido como tática central para desqualificar uma ideia ou sujeito de forma figurada;

- e) hostilidade: ação de ataque direto, rompendo a normatividade do debate por meio do uso literal e explícito de insultos, xingamentos, ameaças ou agressões *ad hominem*;
- f) outros: o comentário apresenta uma tática discursiva clara e manifesta, mas que não se enquadra de forma exaustiva nas opções anteriores;
- g) não se aplica: o texto não configura nenhuma estratégia interacional identificável, limitando-se a marcações residuais, apenas emojis soltos ou menções sem texto de acompanhamento.

Essa primeira arquitetura categorial permite transformar o *corpus* em um instrumento analítico coerente com o problema de pesquisa e com os fundamentos da análise de conteúdo. O livro de códigos (LdC), elaborado a partir dessas definições, e a planilha de codificação é organizada para registrar, em cada comentário, um único código por categoria, preservando a consistência classificatória e a rastreabilidade das decisões analíticas. A etapa seguinte consiste em submeter esse sistema ao pré-teste, com vistas ao refinamento das categorias e das regras de codificação antes da aplicação integral ao corpus.

4.3.3 Pré-teste e refinamento das categorias e das regras de codificação

A etapa de pré-teste do livro de códigos foi conduzida como momento intermediário entre a formulação inicial do sistema categorial, apresentada na subseção anterior, e sua aplicação integral ao corpus da pesquisa. Não se tratou, portanto, de uma etapa acessória, mas de uma operação metodológica necessária para verificar se as categorias, os códigos e as regras de decisão eram capazes de responder às ocorrências empíricas observadas nos comentários. Essa decisão encontra respaldo em Sampaio e Lycarião, para quem “um livro de códigos precisa ser testado antes de a codificação final ser realizada” (SAMPAIO; LYCARIÃO, 2021, p. 79). Nessa direção, o pré-teste permitiu submeter a versão inicial do LdC a um conjunto controlado de *threads*, com o objetivo de identificar insuficiências, sobreposições, lacunas de exaustividade e pontos de ambiguidade que poderiam comprometer a consistência da codificação final.

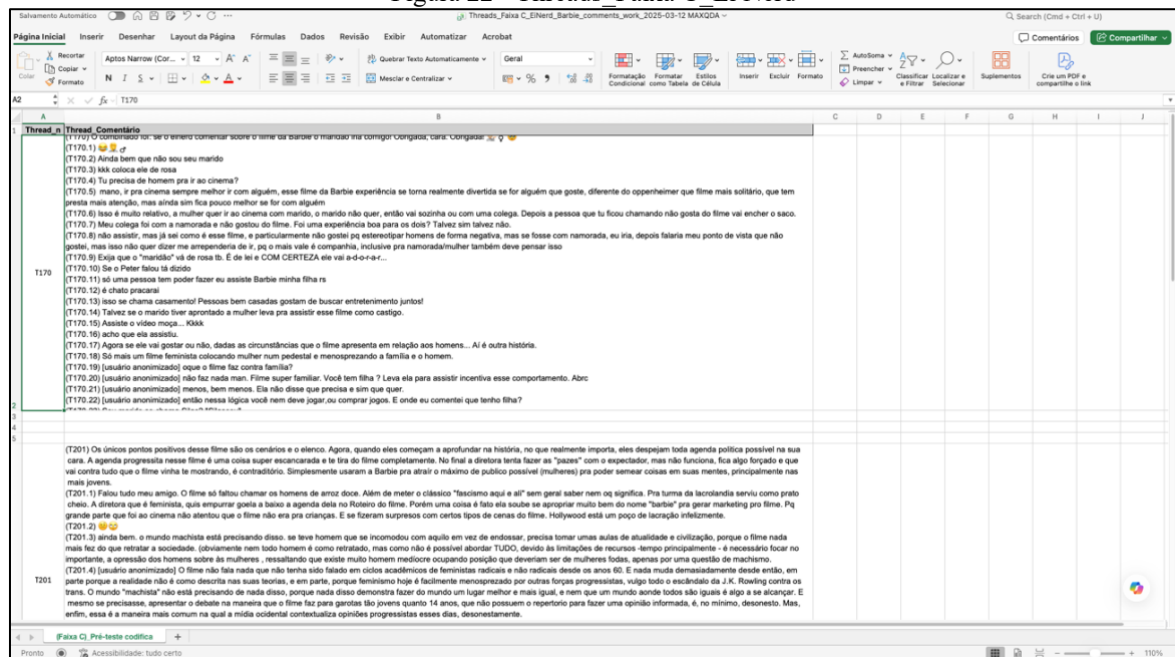
Para compor essa etapa, adotou-se uma amostragem estratificada a partir do arquivo bruto congelado “videoinfo_onviZ-ELKA0_2025_03_12-20_18_35_Threads”, preservando o vínculo com o material já organizado na etapa anterior. A escolha por esse tipo de amostragem decorreu da necessidade de contemplar *threads* com diferentes densidades interacionais,

evitando que o pré-teste se concentrasse apenas em fios muito curtos ou apenas em conversações extensas. Nos termos de Sampaio e Lycarião, a estratificação “ocorre quando suas unidades são coletadas ou manipuladas (após a coleta) com base em algum critério que subdivida a amostra em diferentes estratos” (SAMPAIO; LYCARIÃO, 2021, p. 74). No caso desta pesquisa, o critério de estratificação foi o tamanho dos fios de comentários, identificado pela coluna Thread_n, já utilizada para garantir rastreabilidade entre o arquivo bruto, o arquivo derivado e a posterior codificação no MAXQDA.

O primeiro movimento consistiu em agrupar os fios conforme a quantidade de respostas. Foram identificados 18 threads com 10 a 14 respostas, 17 threads com 15 a 24 respostas, 12 threads com 25 a 49 respostas e 12 *threads* com 50 respostas ou mais, totalizando 59 threads elegíveis para a etapa de pré-teste. A partir desse conjunto, foram constituídas quatro faixas, cada uma composta por quatro threads, combinando fios de diferentes limiares de extensão e um sorteio aleatório. O sorteio foi realizado pelo portal sorteio.com, a partir da faixa numérica correspondente aos 59 *threads* estratificados, resultando nos números 482, 492, 270 e 128. A composição final ficou distribuída em Faixa A, formada por T81, T133, T232 e T482; Faixa B, formada por T172, T263, T492 e T499; Faixa C, formada por T170, T201, T270 e T339; e Faixa D, formada por T128, T251, T321 e T439. Essa composição permitiu observar tanto interações menos extensas quanto fios de maior densidade argumentativa, preservando a variação necessária para testar a robustez do instrumento.

A preparação operacional dessas faixas também demandou ajustes específicos para leitura pelo MAXQDA. Os arquivos foram organizados em planilhas Excel com duas colunas principais, Thread_n e Thread_comentário, de modo que cada linha correspondesse ao identificador do fio e ao conjunto de comentários daquele thread, preservado em linhas internas por meio de quebras inseridas no próprio campo textual. Como pode ser observado na Figura 22 que apresenta parcialmente a Faixa C da amostra estratificada.

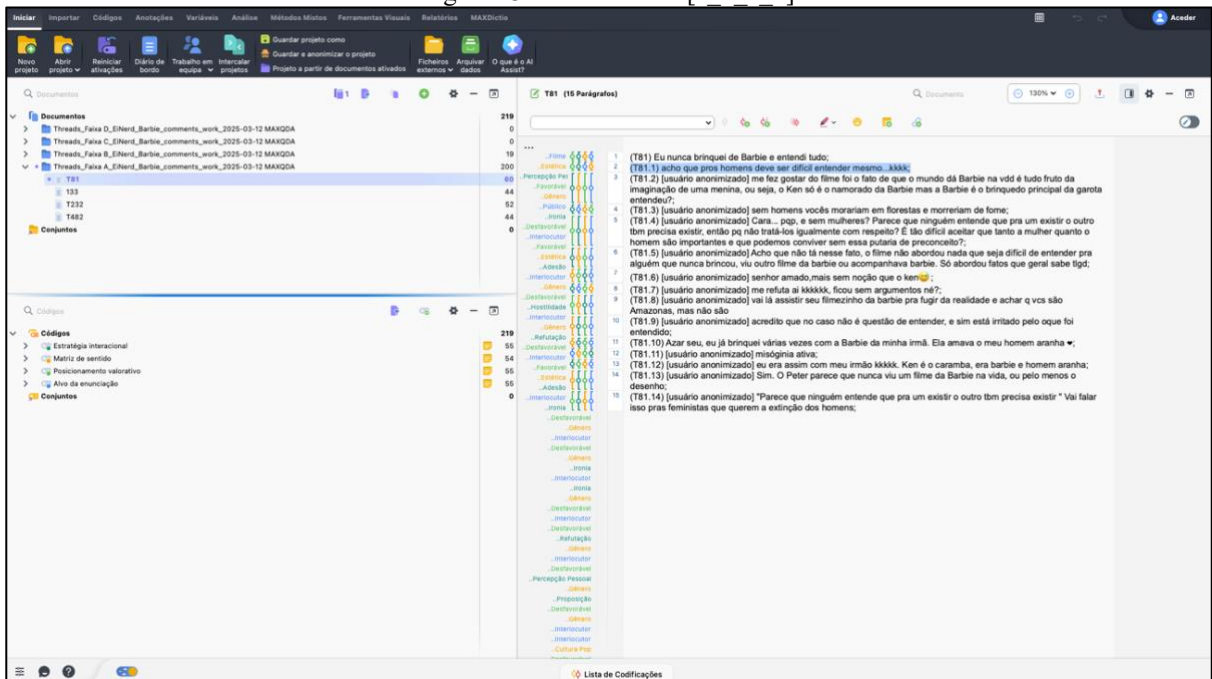
Figura 22 - Threads Faixa C Ei Nerd



Fonte: captura de tela de planilha Excel (2026)

Esse procedimento foi necessário para que a unidade de contexto, definida pelo fio conversacional, fosse mantida no software MAXQDA, sem dissolver os comentários em uma sequência desconectada. Assim, a unidade de registro permaneceu sendo o comentário individual, mas sua leitura foi condicionada pela unidade de contexto, conforme já estabelecido na subseção 4.3.1. Observe na Figura 23 como essa preparação do arquivo é lida no MAXQDA.

Figura 23 - TESTE LdC [a b c d]



Fonte: Captura de tela software MAXQDA (2026).

A aplicação da versão inicial do sistema categorial às quatro faixas evidenciou que o instrumento era funcional em sua arquitetura geral, mas ainda não suficientemente exaustivo para abarcar recorrências relevantes do corpus. O primeiro refinamento resultou da identificação de comentários cuja enunciação central não se organizava apenas pelo capital subcultural da cultura pop, mas pela memória afetiva associada à infância, à experiência anterior com a marca ou ao repertório lúdico do usuário. Comentários como “Vou assistir pela nostalgia, tô nem aí para a mensagem do filme kkkk” (T339.3) e “[usuário anonimizado] eu era assim com meu irmão kkkkk. Ken é o caramba, era barbie e homem aranha” (T81.12) indicaram que a memória não aparecia como elemento acessório, mas como matriz estruturante da atribuição de sentido. A partir dessa recorrência, criou-se o código “Nostalgia”, incorporado à categoria “Matriz de sentido”, de modo a diferenciar leituras baseadas em conhecimento do universo simbólico da cultura pop daquelas ancoradas na recordação afetiva acumulada com a Barbie ou com objetos culturais associados.

Em seguida, o pré-teste mostrou que a categoria “Alvo da enunciação” precisava contemplar enunciados dirigidos não a um usuário individual, nem diretamente ao filme ou ao canal, mas a grupos difusos, segmentos sociais ou coletividades interpretativas. Comentários como “[usuário anonimizado] Olha, eu nem me surpreendo. O pessoal no Brasil não se liga na classificação do filme e depois quer reclamar” (T232.5) e “Você percebe que um filme é muito bom quando tem conservador antifeminista falando mal dele” (T270.24) evidenciaram um endereçamento voltado a públicos coletivos, sem que o alvo pudesse ser reduzido à figura de um interlocutor específico. Por essa razão, foi criado o código “Público”, consolidado no Apêndice A como o alvo correspondente a enunciações direcionadas de forma difusa à audiência, a comunidades de espectadores, a grupos sociais ou à sociedade em sentido amplo. Essa inclusão refinou a capacidade do instrumento de distinguir a disputa horizontal entre usuários da interpelação dirigida a coletividades mais amplas.

Na sequência, foram identificadas ocorrências nas quais a estratégia central do comentário não consistia em argumentar, refutar ou aderir, mas em narrar uma percepção subjetiva, uma experiência pessoal ou uma reação individual diante do filme e de seu universo simbólico. Comentários como “eu pensava que c tava falando mal KKKKKK” (T172.4), “Eu nunca brinquei de Barbie e entendi tudo” (T81) e “Vou assistir pela nostalgia, tô nem aí para a mensagem do filme kkkk” (T339.3) indicaram a necessidade de um código voltado ao registro da experiência do sujeito, sem exigir que tal manifestação fosse convertida artificialmente em

proposição argumentativa. No sistema final, essa decisão foi consolidada no código “Percepção pessoal”, alocado na categoria “Estratégia interacional”, definido como estratégia estruturada por relatos de experiência individual, emoções, sensações ou expressões de gosto frente à obra ou ao tema. Desse modo, o instrumento passou a diferenciar a formulação de uma tese, própria da proposição, da manifestação subjetiva centrada na vivência do comentador.

O pré-teste também exigiu a revisão das regras de decisão da categoria “Matriz de sentido”. Durante a aplicação inicial, observou-se que as figuras de Barbie e Ken podiam ser mobilizadas em dois registros distintos: ora como personagens ou elementos da obra cinematográfica, ora como alegorias para discutir comportamentos atribuídos a homens e mulheres. Essa segunda ocorrência não dizia respeito prioritariamente à avaliação estética do filme, mas à leitura social dos papéis de gênero. Por isso, a regra foi refinada para evitar que referências aos personagens fossem automaticamente classificadas como estética ou cultura pop quando, na verdade, operavam como mediação discursiva para tensões em torno de masculinidade, feminismo, patriarcado ou dinâmicas de poder entre os sexos. Esse ajuste aumentou a precisão do instrumento ao aproximar a classificação da matriz interpretativa efetivamente mobilizada pelo comentário.

Outro refinamento ocorreu na categoria “Alvo da enunciação”, com a criação do código “Objeto cultural externo”. A necessidade desse código surgiu de comentários que deslocavam o eixo da enunciação para obras, marcas, brinquedos ou franquias situadas fora do filme Barbie (2023), mas pertencentes ao repertório da cultura pop e do universo nerd/geek. As ocorrências relacionadas a Hot Wheels e Max Steel, como em T263.10 e T263.17, mostraram que tais objetos não apareciam apenas como comparações laterais, mas como alvos centrais de expectativa, rejeição ou projeção imaginativa. Assim, o sistema final passou a distinguir os casos em que outra obra ou franquia funciona apenas como comparação acessória daqueles em que o comentário tem como núcleo argumentativo um objeto cultural externo ao escopo imediato da pesquisa. Essa decisão preservou a centralidade do filme Barbie como objeto empírico, ao mesmo tempo em que reconheceu os deslocamentos próprios de uma audiência inserida em repertórios ampliados de cultura pop.

Na categoria “Estratégia interacional”, a aplicação inicial revelou que o código “Ironia” não era suficiente para abarcar manifestações cômicas que não operavam pelo sarcasmo, pela inversão de sentido ou pelo escárnio. Comentários como “Dei até umas cochiladas kkkkk” (T232.9), “Talvez se o marido tiver aprontado a mulher leva pra assistir esse filme como

castigo” (T170.14), “Seu marido se chama Silas? Silascou” (T170.23) e “Ou seja ele queria ir, só estava esperando uma desculpa kkk” (T170.27) indicaram uma modalidade de comicidade cujo propósito principal era produzir humor ou alívio cômico, sem necessariamente desqualificar um alvo por meio de deboche figurado. Por essa razão, foi criado o código “Humor”, diferenciando-o de “Ironia”. No Apêndice A, essa fronteira aparece como regra de decisão: a ironia mobiliza o não literal para afirmar ou consolidar uma ideia, enquanto o humor expressa o lado cômico da situação como fim central da enunciação.

Ainda na categoria “Estratégia interacional”, o pré-teste evidenciou manifestações simples de concordância e discordância que não se ajustavam plenamente aos códigos “Adesão” e “Refutação”. Expressões como “Concordo” (T172.2), “Justo” (T492.2) e “Certíssima” (T339.1) demonstraram formas de acordo sem elaboração argumentativa, ao passo que ocorrências como “Tú não entendeu o filme, simplesmente” (T270.30), “[usuário anonimizado] bah n apoio isso não” (T270.31) e “Quanta bobagem” (T439.152) indicaram rejeições igualmente simples, sem contra-argumento desenvolvido. A manutenção desses casos dentro de “Adesão” ou “Refutação” enfraqueceria a precisão conceitual dos dois códigos, pois ambos estavam vinculados a formas de endosso ou contestação com algum grau de elaboração. Assim, foram criados os códigos “Concordância” e “Discordância”, destinados a manifestações simples de acordo ou desacordo, reservando “Adesão” e “Refutação” para situações em que o comentário acrescenta elaboração argumentativa.

Após essas inserções, as regras de decisão foram revisadas com o objetivo de preservar a coerência interna do LdC. Essa revisão foi orientada pelo princípio de que “as categorias de uma análise de conteúdo devem ser: 1) exclusivas, 2) exaustivas e 3) homogêneas, nesta ordem de importância” (SAMPAIO; LYCARIÃO, 2021, p. 59). No contexto desta pesquisa, a exclusividade foi tratada como regra de codificação no interior de cada categoria, impedindo que um mesmo comentário recebesse dois códigos na mesma dimensão analítica; a exaustividade orientou a criação de novos códigos quando o material empírico apresentava recorrências não cobertas pela versão inicial; e a homogeneidade serviu para evitar que códigos de níveis distintos fossem agrupados indevidamente, como ocorreria se manifestações simples de concordância fossem mantidas no mesmo código destinado ao endosso argumentado.

Com o refinamento, o sistema categorial final passou a apresentar maior aderência ao corpus. Na categoria “Alvo da enunciação”, a versão inicial, composta por Filme, Canal, Interlocutor, Outros e Não se aplica, foi ampliada com os códigos Público e Objeto cultural

externo. Em “Posicionamento valorativo”, o Apêndice A consolida Favorável, Desfavorável, Misto, Neutro, Outros e Não se aplica, distinguindo a coexistência equilibrada de aprovação e rejeição, própria do Misto, da postura informativa ou descritiva sem polaridade manifesta, própria do Neutro. Na categoria “Matriz de sentido”, a versão inicial formada por Gênero, Ideologia, Cultura pop, Mercado, Estética, Outros e Não se aplica foi acrescida de Nostalgia e teve suas regras ajustadas para lidar com usos alegóricos de Barbie e Ken. Por fim, em “Estratégia interacional”, a estrutura inicial composta por Proposição, Refutação, Adesão, Ironia, Hostilidade, Outros e Não se aplica foi ampliada com Humor, Percepção pessoal, Concordância e Discordância, permitindo classificar de forma mais precisa as táticas discursivas observadas nos comentários.

Ao todo, o pré-teste envolveu 747 comentários, distribuídos entre 50 comentários da Faixa A, 79 da Faixa B, 158 da Faixa C e 460 da Faixa D. Esse procedimento não teve a finalidade de antecipar resultados analíticos do *corpus* integral, mas de estabilizar o instrumento de codificação antes de sua aplicação ampla. A versão resultante do LdC, consolidada no Apêndice A, passa a operar como instrumento final desta pesquisa. Com essa etapa concluída, torna-se possível avançar para a codificação do corpus e para a verificação intra-codificador, procedimento adotado em razão de a pesquisa não contar com codificador externo.

4.3.4 Verificação intra-codificador: estabilidade do instrumento como condição da codificação integral

Concluído o pré-teste e estabilizado o livro de códigos na versão consolidada no Apêndice A, a etapa seguinte do percurso metodológico consiste em assegurar que a aplicação desse instrumento ao *corpus* produza resultados consistentes ao longo do tempo. Em uma pesquisa conduzida por um único pesquisador, sem a possibilidade de contar com codificador externo, a confiabilidade do instrumento exige ser verificada por outra via, voltada não ao acordo entre codificadores distintos, mas à estabilidade das decisões do próprio pesquisador em diferentes momentos de aplicação. É a essa exigência que respondem os procedimentos para pesquisadores individuais propostos por Sampaio e Lycarião (2021), nos quais a confiabilidade passa a ser verificada por meio da intra-codificação: a recodificação das mesmas unidades pelo mesmo codificador, em rodadas espaçadas no tempo, com o objetivo de evidenciar se as categorias, os códigos e as regras de decisão se mantêm operacionalmente estáveis. Esse procedimento articula-se diretamente ao que foi estabelecido na subseção 4.3.3, na medida em que toma como ponto de partida a versão refinada do LdC e busca demonstrar que o

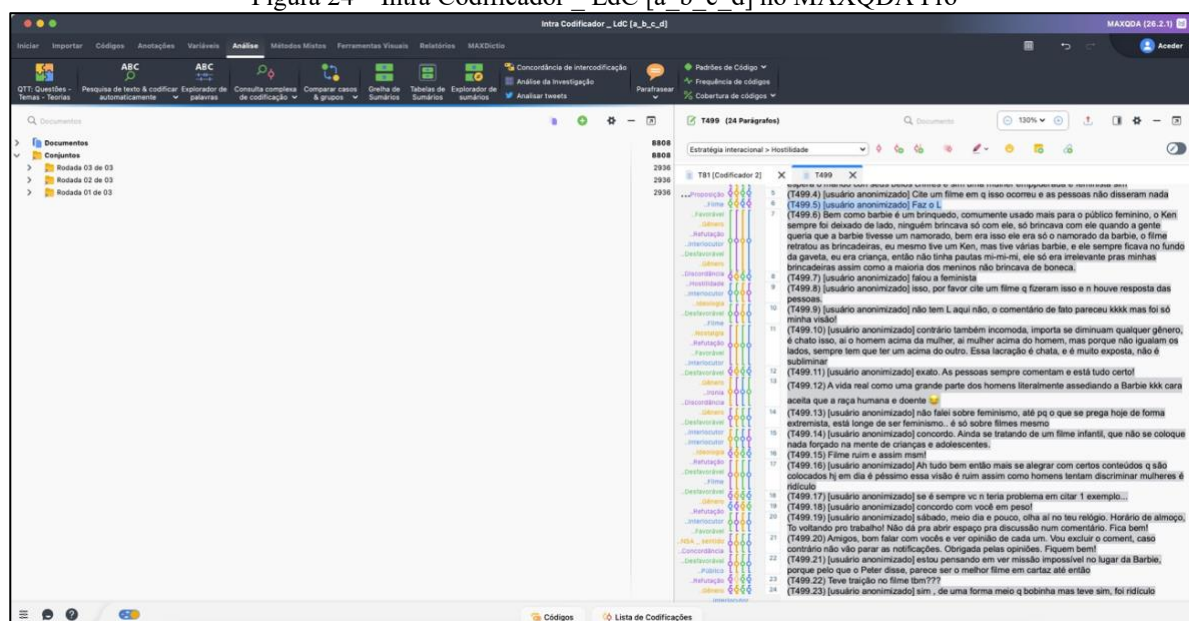
instrumento, tal como estabilizado após o pré-teste, é capaz de sustentar codificações convergentes em momentos sucessivos, condição necessária para que se possa avançar à codificação integral do *corpus*.

Operacionalmente, a verificação intra-codificador foi conduzida sobre a mesma amostra utilizada na etapa de pré-teste, composta pelas Faixas A, B, C e D já apresentadas na subseção 4.3.3, totalizando 747 comentários e 5.872 aplicações de código. A reutilização da amostra preservou o vínculo metodológico com a etapa anterior e permitiu observar a estabilidade das decisões de codificação sobre um conjunto cujo perfil interacional já havia sido caracterizado. No software MAXQDA Pro, o procedimento foi organizado por meio de três rodadas distintas sobre a mesma amostra, identificadas como Rodada 01, Rodada 02 e Rodada 03. Essa estrutura preserva a independência entre as rodadas dentro do próprio ambiente do MAXQDA Pro, condição necessária para que cada nova aplicação ocorresse sem consulta às codificações anteriores. As rodadas foram aplicadas em três momentos sucessivos, respeitando intervalo de 17 dias entre cada uma delas: Rodada 01 em 16 de março de 2026, Rodada 02 em 02 de abril de 2026 e Rodada 03 em 19 de abril de 2026. O intervalo adotado atende e excede o limite mínimo recomendado pelos autores, segundo os quais:

Após finalizada a codificação desse material, realize, após o intervalo de, ao menos, uma semana, uma nova codificação das mesmas unidades, mas sem consultar a primeira codificação. De posse da nova codificação, realize teste de confiabilidade contrastando a primeira com a segunda. (SAMPAIO; LYCARIÃO, 2021, p. 101)

A comparação entre as rodadas foi realizada por meio do módulo concordância de intercodificação do MAXQDA Pro que opera tanto para a verificação inter-codificadores quanto para a verificação intra-codificador, a qual se deu pela codificação da amostra em três rodadas independentes e temporalmente espaçadas, como já mencionado. Por essa funcionalidade, foram geradas duas comparações sucessivas: Rodada 01 contra Rodada 02 e Rodada 02 contra Rodada 03, ambas tomando como índice de confiabilidade a concordância percentual simples, exportada diretamente pelo *software*. A Figura 24, a seguir, exhibe a interface do MAXQDA Pro com a organização das três rodadas no mesmo projeto e a aplicação do módulo de concordância sobre o documento da amostra.

Figura 24 – Intra Codificador LdC [a b c d] no MAXQDA Pro



Fonte: Captura de tela software MAXQDA Pro (2026).

Os resultados das duas comparações foram exportados diretamente do MAXQDA Pro, preservando-se o detalhamento por código gerado, e estão sintetizados nas Tabelas 8 e 9, organizadas segundo a estrutura do LdC consolidado no Apêndice A, com agrupamento por categoria analítica e linha de total geral ao final. Os arquivos com os resultados do teste de confiabilidade das rodadas encontram-se disponíveis em pasta pública compartilhada via Google Drive⁶⁸.

Tabela 8 – Estabilidade intra-codificador por código – Rodada 01 vs. Rodada 02

Categoria / Código	Correlações	Divergências	Total	%
Alvo da enunciação				
Filme	284	2	286	99,30%
Canal	6	0	6	100,00%
Interlocutor	942	3	945	99,68%
Público	118	4	122	96,72%
Objeto cultural externo	84	1	85	98,82%
NSA _ Alvo	24	0	24	100,00%
Posicionamento valorativo				
Favorável	272	1	273	99,63%
Desfavorável	1064	0	1064	100,00%
Misto	32	0	32	100,00%
Neutro	70	1	71	98,59%
NSA _ valorativo	28	0	28	100,00%

⁶⁸ Pasta pública compartilhada via Google Drive, disponível em: https://drive.google.com/drive/folders/1VlrSQ_cuiDvRGRMtaaR47FW1IdjBuag?usp=sharing.

Categoria / Código	Correlações	Divergências	Total	%
Matriz de sentido				
Gênero	890	1	891	99,89%
Ideologia	80	0	80	100,00%
Cultura Pop	104	0	104	100,00%
Mercado	56	0	56	100,00%
Estética	68	1	69	98,55%
Nostalgia	10	0	10	100,00%
Cotidiano relacional	48	0	48	100,00%
Outros _ sentido	4	0	4	100,00%
NSA _ sentido	206	0	206	100,00%
Estratégia interacional				
Proposição	74	0	74	100,00%
Refutação	540	0	540	100,00%
Adesão	86	0	86	100,00%
Concordância	104	0	104	100,00%
Discordância	102	0	102	100,00%
Ironia	158	1	159	99,37%
Humor	26	0	26	100,00%
Hostilidade	272	1	273	99,63%
Percepção pessoal	76	0	76	100,00%
Outros _ interacional	2	0	2	100,00%
NSA _ interacional	26	0	26	100,00%
Total geral	5856	16	5872	99,73%

Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado pelo MAXQDA Pro (2026).

Tabela 9 – Estabilidade intra-codificador por código – Rodada 02 vs. Rodada 03

Categoria / Código	Correlações	Divergências	Total	%
Alvo da enunciação				
Filme	286	1	287	99,65%
Canal	6	0	6	100,00%
Interlocutor	944	2	946	99,79%
Público	118	3	121	97,52%
Objeto cultural externo	84	0	84	100,00%
NSA _ Alvo	24	0	24	100,00%
Posicionamento valorativo				
Favorável	272	1	273	99,63%
Desfavorável	1064	0	1064	100,00%
Misto	32	0	32	100,00%
Neutro	70	1	71	98,59%
NSA _ valorativo	28	0	28	100,00%
Matriz de sentido				
Gênero	892	0	892	100,00%
Ideologia	80	0	80	100,00%
Cultura Pop	104	0	104	100,00%

Categoria / Código	Correlações	Divergências	Total	%
Mercado	56	0	56	100,00%
Estética	68	0	68	100,00%
Nostalgia	10	0	10	100,00%
Cotidiano relacional	48	0	48	100,00%
Outros _ sentido	4	0	4	100,00%
NSA _ sentido	206	0	206	100,00%
Estratégia interacional				
Proposição	74	0	74	100,00%
Refutação	540	0	540	100,00%
Adesão	86	0	86	100,00%
Concordância	104	0	104	100,00%
Discordância	100	1	101	99,01%
Ironia	158	0	158	100,00%
Humor	26	0	26	100,00%
Hostilidade	274	1	275	99,64%
Percepção pessoal	76	0	76	100,00%
Outros _ interacional	2	0	2	100,00%
NSA _ interacional	26	0	26	100,00%
Total geral	5862	10	5872	99,83%

Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado pelo MAXQDA Pro (2026).

Os resultados evidenciam alta estabilidade do instrumento nas duas comparações. Na primeira, entre Rodada 01 e Rodada 02, registraram-se 5.856 correlações e 16 divergências em um total de 5.872 aplicações de código, resultando em 99,73% de concordância geral. Na segunda, entre Rodada 02 e Rodada 03, o número de correlações subiu para 5.862 e as divergências reduziram-se a 10, elevando a concordância geral para 99,83%. A progressão entre as duas comparações sinaliza não apenas estabilidade, mas também ganho de consistência da codificação ao longo das rodadas, com diminuição contínua das oscilações residuais. Cabe registrar, ainda, que a maior parte dos 31 códigos atingiu 100% de concordância nas duas comparações e que códigos como Nostalgia e Cultura Pop mantiveram-se em 100% em ambas, o que reforça a robustez do instrumento em áreas previamente sensíveis durante o pré-teste. As poucas oscilações residuais concentraram-se no código Público, da categoria Alvo da enunciação, responsável por quatro divergências na primeira comparação e três na segunda, comportamento coerente com a própria natureza do código, voltado a enunciações difusamente direcionadas a coletividades, cuja fronteira em relação ao Interlocutor exige decisão interpretativa em casos limite.

A escolha pela concordância percentual simples, em detrimento do *alpha* de Krippendorff, decorre de três ordens de razões articuladas. Em primeiro lugar, o procedimento

aqui adotado é de verificação intra-codificador, e não de verificação inter-codificadores a qual trata-se de comparar duas aplicações do mesmo codificador em momentos distintos, e não de medir o acordo entre codificadores independentes, contexto para o qual o *alpha* foi originalmente desenhado. Em segundo lugar, com percentuais de concordância próximos de 100%, o próprio Sampaio e Lycarião (2021) advertem que os índices baseados em correção por acaso, como o *alpha*, tornam-se tecnicamente instáveis, podendo retornar valores baixos ou erráticos mesmo diante de elevada concordância observada. Em terceiro lugar, o próprio protocolo para pesquisadores individuais proposto pelos autores não exige a adoção do *alpha* como critério para essa modalidade de verificação, bastando que se demonstre, por meio do teste de confiabilidade entre rodadas, que o instrumento alcançou níveis satisfatórios de concordância. É precisamente esse o critério operacional que orienta o avanço do percurso analítico, pois “uma vez alcançado níveis ótimos de confiabilidade (acima de 0.9)”, passa-se a “codificar todas as unidades da pesquisa”. (SAMPAIO; LYCARIÃO, 2021, p. 102)

Os patamares de 99,73% e 99,83% obtidos nas duas comparações situam-se confortavelmente pertencentes a esse limiar, autorizando, nos termos do próprio manual, o avanço à codificação integral do *corpus*. Assim, delimita-se que o sistema categorial final, com suas quatro categorias e 31 códigos, encontra-se integralmente consolidado no Apêndice A desta dissertação, o qual exhibe ao leitor o detalhamento das definições operacionais e das regras de decisão utilizadas em cada categoria. Demonstrada, portanto, a estabilidade dos códigos por meio das rodadas de verificação intra-codificador, procede-se à codificação integral do *corpus* da pesquisa, cujos procedimentos e resultados serão tratados na seção seguinte.

5 SENTIDOS EM DISPUTA: ANÁLISE DOS COMENTÁRIOS AO CANAL EI NERD

A passagem da construção metodológica à análise não representa a troca de um terreno técnico por outro interpretativo, mas o reencontro do *corpus* codificado com as questões que motivaram esta investigação. Antes de percorrer as distribuições e os cruzamentos que os comentários revelam, convém reativar dois conceitos que sustentam toda a leitura a seguir e que foram desenvolvidos nas Seções 02 e 03. O primeiro deles é o de sentido. Conforme assinalado a partir de Hall (2016), o sentido não antecede a linguagem nem está inerte nas coisas, pois emerge do uso social e se produz na prática da representação. Daí decorre que as opiniões manifestas nos comentários ao vídeo do canal Ei Nerd não funcionam como reflexos

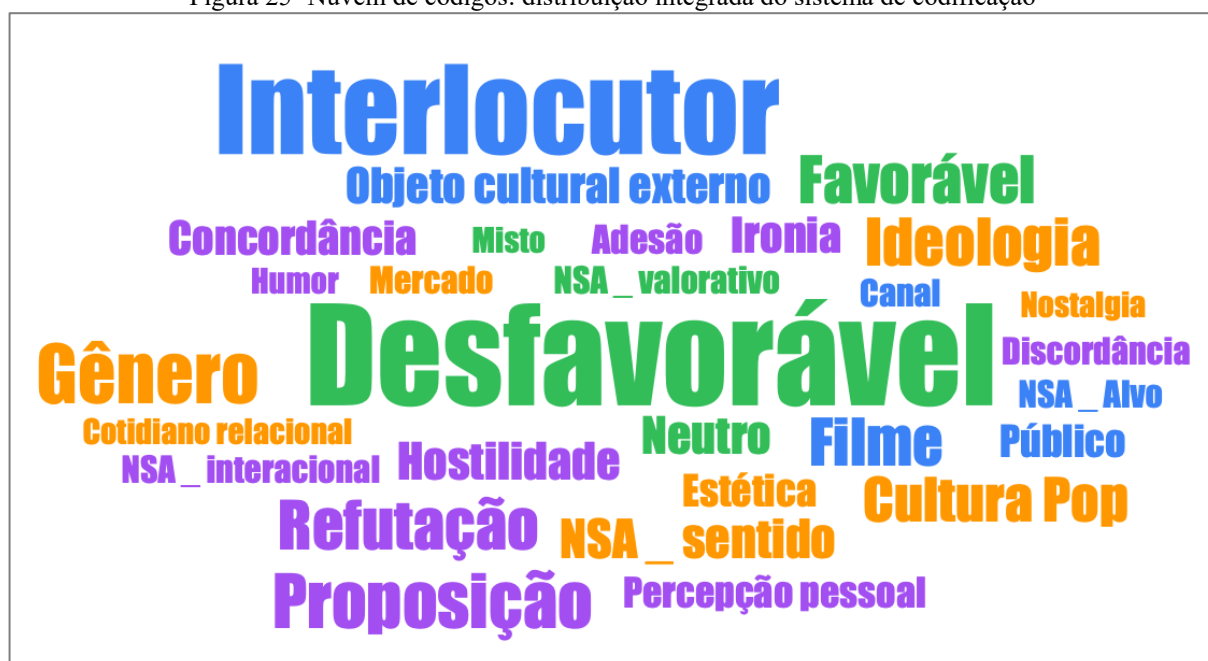
de um significado fixo da obra, e sim como construções situadas, atravessadas por repertórios culturais e por condições sociais de enunciação.

O segundo conceito é o de mediação. Em diálogo com Martín-Barbero (2009) e com Lopes (2014), esta pesquisa a compreende menos como ponte entre emissor e receptor e mais como campo no qual cultura, poder e sentido se articulam. A mediação, nessa acepção, opera como categoria epistemológica capaz de iluminar o processo comunicacional em sua inteireza, e não como simples etapa intermediária de transmissão. No ambiente do YouTube, esse campo incorpora a tecnicidade e a plataformização como camadas em que as mediações sociais se atualizam, configurando aquilo que a Seção 02 nomeou zona de fricção entre técnica e linguagem, entre algoritmos e afetos. É sob esse horizonte que os 4.102 comentários passam a ser lidos.

Dito isso, a análise avança em quatro movimentos. O primeiro compõe o mapa quantitativo das disputas, descrevendo a quem a audiência dirige seus comentários e com que tom valorativo o faz. O segundo desloca-se para o núcleo das mediações culturais, examinando as matrizes de sentido que organizam os argumentos. O terceiro observa as estratégias interacionais pelas quais os sentidos circulam e colidem. O último recompõe a dinâmica interna do *thread*, unidade em que essas dimensões se entrelaçam. Cada movimento responde, de modo articulado, aos objetivos específicos que orientam a dissertação.

Antes de percorrer cada uma dessas camadas em separado, a Figura 25 oferece uma primeira visão de conjunto do sistema de codificação aplicado ao *corpus*. A nuvem reúne os 31 códigos distribuídos pelas quatro categorias analíticas, com tamanho proporcional à frequência de atribuição nos 4.102 comentários codificados. As cores diferenciam as categorias, e não os valores dos códigos pois cada agrupamento cromático corresponde a uma das quatro dimensões do livro de códigos. A nuvem não constitui análise, e sim panorama, um primeiro retrato do *corpus* antes de qualquer segmentação por categoria. As subseções seguintes desdobrarão cada camada em tabelas, cruzamentos e interpretações. Desse modo, a Figura 25 oferece, em si, a possibilidade de perceber quais termos dominam o campo e quais ocupam posição periférica.

Figura 25 -Nuvem de códigos: distribuição integrada do sistema de codificação



Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado do MAXQDA Pro (2026).

5.1 O mapa das disputas: o comentário como prática datificada

O comentário publicado sob um vídeo no YouTube carrega uma dupla natureza que esta subseção procura tornar visível. De um lado, ele é gesto comunicativo, manifestação de quem assistiu, discordou, riu ou se irritou. De outro, converte-se de imediato em dado, isto é, em código que a plataforma recolhe e devolve ao circuito. Siles (2023) descreve essa condição ao tratar a datificação como dinâmica ambivalente que se realiza no próprio uso, sustentada e ao mesmo tempo modificada pelos sujeitos. Comentar é, portanto, dizer algo e simultaneamente alimentar a engrenagem que nutre as plataformas digitais. Ao lidar com esse insumo datificado e a partir da delimitação metodológica dessa pesquisa, sabe-se que o corpus se consolidou em 4.102 comentários distribuídos em 547 threads, dos quais 3.555 correspondem a respostas inseridas no interior dos fios de conversa.

Esse universo empírico, ao ingressar no ambiente do MAXQDA Pro, exigiu um ajuste operacional que precisa ser registrado antes de qualquer leitura dos resultados. O software impôs limite de extensão para cada documento importado, o que demandou subdividir os fios mais longos em dois ou três blocos com vistas a preservar a leitura integral de seu conteúdo. Sete threads passaram por esse desdobramento técnico, T313, T321, T380, T439, T451, T501 e T527, gerando treze subsegmentos adicionais. Em consequência, o ambiente de codificação operou sobre 560 unidades documentais, ainda que o universo analítico tenha permanecido correspondente aos 547 *threads* originais. O ajuste alterou apenas o suporte de leitura no

software, sem qualquer impacto sobre a unidade de contexto, sobre a unidade de registro ou sobre o quantitativo final de comentários codificados.

A codificação aplicada a esse arranjo produziu 16.408 atribuições de código. O número resulta da regra de exclusividade interna fixada na subseção 4.3.2, segundo a qual cada comentário recebe um único código por categoria. Assim, a Tabela 10 sintetiza o volume total de atribuições.

Tabela 10 - Panorama dos segmentos codificados

Categoria	Segmentos codificados	Percentual
Alvo da enunciação	4.102	25%
Posicionamento valorativo	4.102	25%
Matriz de sentido	4.102	25%
Estratégia interacional	4.102	25%
Total	16.408	100%

Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado do MAXQDA Pro (2026).

A simetria evidenciada traduz a arquitetura categorial do instrumento, onde cada um dos 4.102 comentários atravessa, no ato da codificação, quatro planos analíticos distintos, organizados como camadas paralelas que se sobrepõem sobre o mesmo enunciado. Ao mesmo tempo em que se registra que nenhuma das categorias hierarquiza ou condiciona as demais, pois elas respondem a perguntas diferentes sobre o mesmo objeto.

Antes de adentrar essas camadas, importa destacar que a leitura aqui empreendida não tomou o comentário como vestígio neutro de uma opinião pronta. Tomou-o como ato discursivo situado, prática de produção de significado que se realiza no encontro entre repertórios culturais, condições sociotécnicas e interpelação de outros sujeitos. Esse olhar é adotado a partir da concepção construcionista proposta por Stuart Hall (2016), para quem o significado não está depositado nas coisas nem antecede a linguagem, mas se produz na prática da representação e se sustenta no uso social. Assim sendo, comentar o filme Barbie sob o vídeo do canal Ei Nerd não consiste em revelar uma opinião pronta, e sim em construir um sentido que disputa espaço com outros sentidos igualmente em construção.

Já a mediação, a partir das perspectivas de Martín-Barbero (2009) e Lopes (2018), opera como base epistemológica que organiza essa construção, posto que mediar não é conectar quem emite a quem recebe, e sim instituir o campo dinâmico de práticas culturais, técnicas e políticas

no qual sentidos são negociados, reconfigurados e disputados. Tal concepção permite afirmar que comunicar é mediar, e mediar é sempre disputar interpretações da realidade. Tal arcabouço volta-se ao ambiente do YouTube onde essa disputa se realiza sobre uma infraestrutura específica, que ordena visibilidades, condiciona engajamentos e estabelece zonas de fricção entre algoritmos e afetos. Lido sob essa dupla ancoragem, o comentário deixa de ser tratado como dados a se quantificar e passa a ser parte integrante do processo de mediação a interpretar.

Desta forma, cada uma das quatro categorias do livro de códigos é apresentada com o cuidado de explicitar primeiro o conceito que a sustenta, para depois mencionar o tipo de manifestação que ela recolhe no *corpus* e, por fim, a distribuição que dela emerge. Em vez de uma sequência hierárquica de descobertas, assim se estabelece planos analíticos complementares, cuja sobreposição é o que efetivamente produz interpretação.

A partir disso aciona-se a camada que observa a quem o comentário se dirige, quem se releva como alvo da enunciação no ato da expressão textual sob o vídeo do canal Ei Nerd, ainda que seja de modo implícito. Sabe-se que o sujeito pode dirigir-se, neste contexto, ao filme *Barbie*, enquanto obra cinematográfica que o vídeo analisa. Pode dirigir-se ao apresentador, contestando ou endossando a leitura proposta por Peter Jordan. Pode responder a outro espectador, em uma manifestação inserida no mesmo fio conversacional. Pode interpelar uma coletividade difusa, mobilizando marcadores como "os homens", "as mulheres", "os feministas". E pode, ainda, falar a outras obras e franquias, o acionar um repertório cultural mais amplo. Cada um desses destinos define um polo enunciativo distinto e revela algo sobre como a discussão se distribui no *thread*.

Essa multiplicidade de endereçamentos não é um mero detalhe, pois é sabido que a enunciação em plataformas digitais não se perpetua a linearidade do modelo informacional, no qual um receptor recebe a mensagem emitida pela fonte. Sob a especificidade do YouTube, o comentário se realiza como prática interacional cuja direção compõe o próprio ato. Isso pode ser verificado ao observar que quem escreve "VIXII tu vai fazer tanta diferença, o filme em 8 dias já ultrapassou 500 milhões ngm precisa do seu dinheiro não" (T09.1) não fala ao filme, fala ao autor de um comentário anterior, para quem direciona o comentário. Quem escreve "Homem se dói com tão pouco kkkkkkk" (T20) já não apresenta destinatário específico, por conta de interpelar uma coletividade. E quem escreve "Acho que é a primeira crítica do Peter que eu não concordo" (T25) faz recair o foco sobre o apresentador, sobre a produção audiovisual que ele disponibiliza no canal para marcar a sua opinião acerca da obra cinematográfica.

Reconhecer as diversas possibilidades sobre o endereçamento é reconhecer que a recepção do filme Barbie se distribui entre múltiplos polos enunciativos, cada um deles convocando repertórios distintos e configurações próprias de engajamento. Falar ao filme, ao canal, ao interlocutor, ao público ou a outras franquias mobiliza, em cada caso, uma operação peculiar. Posto isso, a Tabela 11 apresenta como esses cinco polos se distribuem nos 4.102 comentários codificados.

Tabela 11 – Codificação da categoria alvo da enunciação

Código	Frequência	Percentual
Interlocutor	2.144	52,27%
Filme	806	19,65%
Objeto cultural externo	465	11,34%
Público	333	8,12%
Canal	192	4,68%
NSA Alvo	162	3,95%
Total	4.102	100%

Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado do MAXQDA Pro (2026).

Os dados evidenciam que mais da metade dos comentários encontra seu alvo em outro comentário e não no filme, não no canal, mas em outro sujeito da audiência. Isso sugere que há um deslocamento do eixo da discussão sobre Barbie, no canal Ei Nerd, para o plano horizontal das interações entre pares. Já a obra cinematográfica em si aparece com 806 ocorrências, na segunda posição da tabela de frequência e divide espaço com objetos culturais externos, com a coletividade difusa do público e, por último, com o próprio canal, alvo de 192 manifestações.

Nota-se que a instância que originou o debate concentra menos de 5% das interpelações diretas. Esse quadro sugere que o Peter Jordan, ao emitir a opinião por ele intitulada como polêmica, abre um campo significativo de comentários, porém, tendo sua atuação mais como gatilho do que como destinatário. Assim constata-se que a audiência opera um deslocamento enunciativo que retira o canal da centralidade, cabe enfatizar que essa leitura ainda é parcial. Saber para quem o comentário se dirige é apenas a primeira camada. Resta saber também com que disposição ele se manifesta diante desse destinatário, uma vez que um endereçamento ao interlocutor pode tanto endossar quanto refutar, e uma manifestação dirigida ao filme pode tanto enaltecer quanto recusar.

Nesse sentido é essencial observar com que disposição se diz e aquilo que se diz pois o sentido atribuído ou contestado no comentário não se define apenas pela identificação de seu alvo, define-se também, em camada adicional, pelo tom com que este se posiciona. Para essa pesquisa esse tom não opera em chave binária de aprovação ou rejeição, e sim em um gradiente

que vai da adesão entusiástica à recusa contundente, passando por avaliações descritivas, por construções ambivalentes e por enunciações sem carga valorativa identificável. Essa gradação permite a captação da modulação dada pela audiência do canal Ei Nerd desde posicionamentos mais sutis do que a oposição entre gostar e não gostar permite supor.

Tais exemplos a seguir contextualizam empiricamente a existência de uma valoração aplicada ao comentário expresso. No trecho, "Eu brinquei de Barbie e adorei o filme. Acho que quem nunca bricou perdeu várias referências" (T15) nota-se em uma manifestação de aprovação enfática. No extremo oposto, "Não dou um real para assistir... Ele tá passando pano, o ponto mais positivo desse filme deve ser a hora que termina" (T09) mobiliza-se uma expressão contundente de rejeição. Além do arcabouço contemplado por esses dois exemplos, há comentários como "Hahaahaha tem que ver quem são esses marmanjos, pois assisti e achei muito tanto faz tanto fez" (T04.1), em que se percebe uma indiferença expressa que não se confunde com aprovação nem com recusa. Outros enunciados combinam ressalvas e elogios no mesmo movimento, a exemplo de "Eu achei assim o Ken era tóxico ficava no pé o tempo todo da Barbie mulher nenhuma gosta de homem grudento, tem que ser ignorante e que não de atenção, o Ken aí foi massacrado" (T13.3), em que a opinião se constrói sob a existência de avaliações concorrentes.

Justamente por esse cenário evidenciado é que a modulação importa para que se possa operar na captura como gesto de tomada de posição diante de um campo simbólico em disputa, em que cada manifestação se inscreve em algum ponto de um espectro avaliativo. Desse modo, a Tabela 12 sintetiza a distribuição dos comentários nesse espectro.

Tabela 12 – Codificação da categoria posicionamento valorativo

Código	Frequência	Percentual
Desfavorável	2.507	61,12%
Favorável	810	19,75%
Neutro	486	11,85%
NSA_Valorativo	164	4,00%
Misto	135	3,29%
Total	4.102	100%

Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado do MAXQDA Pro (2026).

Este quadro torna evidente que o polo desfavorável domina o *corpus* com 2.507 ocorrências, o que corresponde a mais de seis em cada dez comentários. De forma isolada, a primeira interpretação possível diante de um número dessa magnitude é a de que o filme Barbie foi recebido sob reprovação massiva pela audiência do canal Ei Nerd. Contudo, como já

delimitado, a análise isolada de qualquer camada é precipitada e incabível, pois o posicionamento valorativo informa apenas o tom da manifestação sem considerar contra quem, ou em favor de quem, esse tom se construiu.

A frequência dessas duas camadas, alvo da enunciação e posicionamento valorativo, quando sobrepostas oferecem densidade suficiente para uma primeira interpretação. É nesse momento que as mediações começam a aparecer com objeto efetivo da leitura, no entanto, a sobreposição dessas duas categorias não pretende reduzir a pluralidade do *corpus*, mas sim reconhecer que o ato enunciativo se constitui simultaneamente como endereçamento e como avaliação. Bardin (2002) lembra que o cruzamento entre camadas categoriais é o que permite a análise de conteúdo escapar do inventário descritivo e avançar para a inferência interpretativa. Assim sendo, a Tabela 13 apresenta o cruzamento dessas duas camadas para iluminar como elas se articula no *corpus*.

Tabela 13 – Sobreposição de categorias: alvo da enunciação e posicionamento valorativo

	Desfavorável	Favorável	Neutro	Misto	NSA Valorativo	Total
Interlocutor	1.426	371	301	45	1	2.144
Filme	372	290	81	62	1	806
Objeto Cultural Externo	338	69	46	12	0	465
Público	259	31	36	7	0	333
Canal	112	49	22	9	0	192
NSA_Alvo	0	0	0	0	162	162
Total	2.507	810	486	135	164	4.102

Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado do MAXQDA Pro (2026).

Quando se observou, acima, que mais de 50% do *corpus* direcionou o posicionamento valorativo como desfavorável, obteve-se uma leitura totalizante, contudo sem qualificação. Agora a leitura avança e se depara com o fato de que dos 2.507 comentários desfavoráveis, 1.426 se dirigem a outro usuário, evidenciado pelo código interlocutor, e não ao filme. Proporcionalmente, mais da metade da modulação desfavorável que prevalece nos segmentos codificados circula horizontalmente entre os interlocutores. Destes, 372 comentários desfavoráveis se voltam efetivamente contra a obra cinematográfica Barbie. Quando em, outrora, cogitou-se que a rejeição massiva poderia se relacionar ao filme passa a ser detectada como fricção entre quem comenta ao vídeo de análise ao filme.

Outro achado que se torna evidente é o de que quando o filme é o alvo direto da enunciação a frequência do código desfavorável é de 372 e a frequência do código favorável é de 290. Nota-se a diferença, mas é estreita, e situa-se na margem de 46,2% contra 36%. Do corpus, o filme é o único alvo em que a aprovação e a rejeição se aproximam dessa maneira, o que pode configurar um ambiente de tensionamento em disputa, sem uma propensão clara de tendência. Esse equilíbrio, para além da descrição quantitativa, pode ser contemplado no comentário "Greta alcançou o que queria. Incomodar os homens. Adoro!! 😊❤️" (T07) convive, no mesmo ambiente, com "Esculachar todos os homens? Sei não, viu... Tem pitada de ideologia feminista! Não recomendo para crianças" (T17).

Agora quando os comentários são endereçados ao público, isto é, a coletividades como "os homens", "as mulheres", "os brasileiros" ou "os feministas", o posicionamento valorativo como desfavoráveis são 77,8% dos casos. É a fração mais alta de toda a matriz. Manifestações como "Homem se dói com tão pouco kkkkkkk" (T20) e "Nunca achei que um filme da Barbie ia fazer tanto marmanjo chorar 😂😂😂😂😂 Red Pill se revira" (T04) operam por interpelação coletiva e por desqualificação grupal. O alvo difuso, ao contrário do filme, autoriza ao sujeito comunicante uma generalização que dispensa contraditório, e essa autorização discursiva se traduz em um tom marcadamente mais hostil.

O terceiro achado recai sobre o objeto cultural externo. Dos 465 comentários que comparam Barbie a outras obras e franquias, 338 carregam tom desfavorável, o que corresponde a 72,7%. As comparações intertextuais funcionam, no corpus, menos como reconhecimento de filiações culturais e mais como recurso para ampliar a rejeição. Enunciados como "A verdade é uma só a Disney está mais preocupada em LACRAR do que agradar aos fans!! Por isso ela vem de um fracasso atrás do outro" (T99) e "A Disney ta fracassando por causa de roteiro merda" (T241.1) acionam outras franquias como prova retórica de uma tese sobre o estado da cultura pop contemporânea. O objeto externo opera como recurso de reforço, e raramente como objeto de elogio em si.

O canal ocupa uma posição peculiar nessa matriz. Em volume absoluto, atrai poucos comentários, apenas 192. Em distribuição valorativa, é o alvo que mais se aproxima do equilíbrio depois do filme, com 58,3% desfavorável e 25,5% favorável. Há tanto manifestações como "Que análise medíocre, esperava mais de você" (T08) quanto manifestações como "Peter tá numa fase q ele não precisa passar pano com medo de ninguém. É assim q esse canal será sempre o melhor no seu nicho" (T146). A mediação encarnada por Peter Jordan é alvo menor

em frequência, e ambivalente em recepção. Disparou o debate, e em seguida recuou para a margem.

Esse recuo, porém, não significa indiferença da audiência em relação ao enquadramento que o canal propôs. O que os dados revelam é que, quando o sujeito se dirige ao canal, o faz predominantemente pela via argumentativa, já que 48,7% dos comentários com alvo canal são proposições, a maior concentração dessa estratégia entre todos os polos enunciativos codificados. Não se trata, portanto, de um alvo que provoca ataque ou ironia em primeiro lugar, provoca posicionamento. A audiência que interpela Peter Jordan o faz para reposicionar o quadro interpretativo que ele ofereceu, para contestar ou ratificar a leitura que o vídeo construiu sobre o filme. Martino (2015) observa que o consumo cultural no ambiente digital é atravessado pela presença de mediadores que organizam a atenção e constroem enquadramentos de sentido, e o que o *corpus* torna visível é precisamente essa dinâmica, onde o canal Ei Nerd não é recebido como árbitro neutro da discussão, mas como posição a ser disputada de forma argumentativa. Nota-se que a presença do influenciador, nesse sentido, não encerra o debate, ela o estrutura.

A leitura conjunta dos cinco polos sugere uma reorganização da geografia da disputa que a Tabela 12 isoladamente não permitia ver. A rejeição que satura o *corpus* não é homogênea, e tampouco recai sobre o objeto cultural declarado do vídeo. Ela se distribui em direções específicas, e essas direções revelam algo sobre o modo como a audiência do canal Ei Nerd opera a recepção do filme Barbie. Falar do filme, no canal, é entrar em zona de disputa equilibrada. Falar a outros espectadores ou a coletividades difusas é entrar em zona de hostilidade dominante. Falar de outras franquias é convocar reforços para uma tese já formada. Falar ao apresentador é, antes de tudo, falar pouco.

Esse desenho tem consequência teórica. Hall (2016) lembra que o sentido não está depositado na obra, mas se produz na prática da representação, no encontro entre o que se diz e quem diz. Os dados confirmam essa formulação em registro empírico. A audiência do canal Ei Nerd não recusa o filme Barbie em si. Recusa, contesta e reforça posições de outros sujeitos a propósito do filme. A obra opera como condensador simbólico em torno do qual se organiza uma trama de réplicas, e o conflito propriamente dito se realiza na fala entre pares. Martín-Barbero (2009) ofereceria uma chave análoga ao sublinhar que a comunicação se constitui como questão de mediações mais do que de meios, isto é, como campo de articulação entre cultura, poder e sentido. O que essa subseção evidencia é precisamente um campo. Um campo

em que o filme é pretexto, o canal é disparador, e a disputa real se trava entre quem ocupa a seção de comentários.

Resta saber, agora, sob que repertórios simbólicos essa disputa se organiza. Saber que o tom hostil circula horizontalmente entre espectadores é um achado. Identificar as matrizes culturais que sustentam esse tom é o próximo passo, e é dele que se ocupa a subseção 5.2.

5.2 Mediações em ato: matrizes de sentido e o deslocamento do alvo enunciativo

Saber a quem a audiência se dirige e com que valência o faz responde ao onde e ao quê da disputa, porém deixa intacta a pergunta mais decisiva para esta pesquisa, a do porquê. Falta compreender o repertório cultural que cada sujeito aciona para traduzir o filme Barbie segundo sua própria experiência. É nessa lacuna que a teoria das mediações encontra sua aplicação mais produtiva, pois, como adverte Martín-Barbero, o modelo informacional deixa de fora justamente "as condições sociais de produção do sentido" (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 280). O sentido atribuído à obra cinematográfica não brota dela mesma, e sim das referências pelas quais os sujeitos a leem, referências forjadas em trajetórias sociais, afetivas e ideológicas distintas.

Aciona-se, portanto, a camada que observa qual referencial simbólico estruturante organiza cada argumento. Quando um sujeito defende ou ataca o filme, fá-lo a partir de um enquadramento que pode ser de gênero, de ideologia político-partidária, de capital subcultural nerd, de memória afetiva ou de apreciação técnica da obra enquanto produto audiovisual. Lopes (2018, p. 14) sintetiza o alcance dessa perspectiva ao sustentar que a teoria das “mediações não se confunde com uma teoria da recepção e que seu alcance está em compreender o inteiro processo da comunicação.” Assim sendo, a Tabela 14 apresenta a distribuição dos 4.102 segmentos codificados nessa camada.

Tabela 14 – Codificação da categoria matriz de sentido

Código	Frequência	Percentual
Gênero	1.206	29,40%
Ideologia	829	20,21%
Cultura Pop	727	17,72%
NSA_sentido	572	13,94%
Estética	319	7,78%
Mercado	196	4,78%
Cotidiano Relacional	138	2,36%
Nostalgia	115	2,80%
Total	4.102	100%

Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado do MAXQDA Pro (2026).

O código gênero presente em 1.206 comentários corresponde a quase um terço do *corpus* sinaliza uma conexão com o percurso histórico-cultural da Barbie, traçado nas seções anteriores, onde foi descrita como esse objeto acionou debates sobre corpo, feminilidade e patriarcado. Na sequência as demais frequências que aparecem são o código ideologia, com 829 ocorrências, e o código cultura pop, com 727. Já o código nostalgia, que se poderia imaginar mobilizada em maior escala por conta de se tratar de uma obra ancorada numa boneca de mais de seis décadas, comparece de forma discreta em apenas 115 comentários. Esse quadro sugere que o público que se reúne sob o vídeo do canal Ei Nerd não chega ali movido por reminiscências da infância, e sim disposto a coproduzir com o espectro acerca do que a obra reverbera no presente.

Ainda assim observar somente essa distribuição por frequência da categoria matriz de sentido não expõe as razões ou percursos pelos quais essa configuração, capturada pela codificação, se concretiza. Da mesma forma que a predominância do código gênero não elucida a natureza da que estabelece sua presença no ato da disputa pelo sentido. Para que se avance nesse intuito é preciso observar como esses códigos se associam ao posicionamento valorativo aferido pelos sujeitos. A partir desse entrelaçamento do repertório acionado e a modulação da avaliação é que se torna possível identificar onde a mediação cultural produz adesão e onde produz rejeição. Nesse sentido, a Tabela 15 cruza as duas camadas para os sete códigos dessa categoria em que um referencial simbólico foi efetivamente identificado. O código NSA_sentido, cujos 572 segmentos não apresentaram repertório interpretativo passível de articulação com a valência do comentário, foi excluído do cruzamento, uma vez que, como advertem Sampaio e Lycarião, "o pesquisador usa construtos analíticos para se mover do texto para as respostas de questões de pesquisa" (SAMPAIO; LYCARIÃO, 2021, p. 108), e onde não se identificou construto simbólico não há base para esse movimento inferencial. Pelos mesmos motivos, a tabela concentra a leitura nos polos favorável e desfavorável, posto que a questão norteadora desta pesquisa interroga como se configuram as disputas de sentido, e é na manifestação polarizada que essa configuração se torna analiticamente apreensível. Os polos neutro e misto permanecem contabilizados no percentual total de cada matriz, porém não oferecem a direcionalidade que o cruzamento requer.

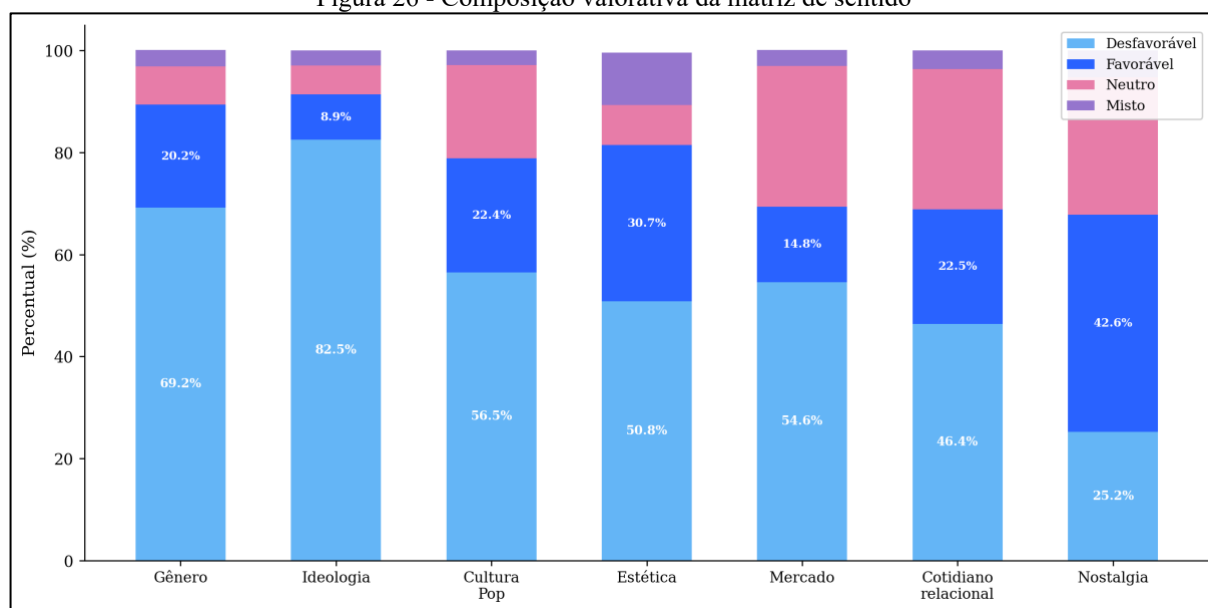
Tabela 15 – Matriz de sentido por posicionamento valorativo

	Favorável	Desfavorável	% Fav.	% Desfav.
Gênero	244	834	20,2%	69,2%
Ideologia	74	684	8,9%	82,5%
Cultura Pop	163	411	22,4%	56,5%
Estética	98	162	30,7%	50,8%
Mercado	29	107	14,8%	54,6%
Cotidiano Relacional	31	64	22,5%	46,4%
Nostalgia	49	29	42,6%	25,2%
Total	2.507	810	486	135

Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado do MAXQDA Pro (2026). Os percentuais referem-se ao total de cada matriz, incluindo os polos misto, neutro e residual não exibidos na tabela.

Antes de percorrer cada código separadamente, vale dimensionar o que a tabela expõe em conjunto. Dos 2.507 comentários desfavoráveis do corpus, 33,2% estão ancorados na matriz de sentido gênero e 27,4% na matriz ideologia, isso sugere que 60,6% de toda a recusa registrada na codificação se organiza por esses dois repertórios simbólicos. Os demais campos, cultura pop, estética, mercado, cotidiano relacional e nostalgia, dividem entre si os 39,4% restantes. Esse desequilíbrio não é detalhe de distribuição, pois indica que a rejeição produzida nos comentários ao vídeo do canal Ei Nerd não é difusa nem aleatória, mas se concentra precisamente nos campos em que a obra cinematográfica interpela identidades de gênero e de posição política. É a partir dessa concentração que cada código merece ser lido em separado. Desse modo, a Figura 25 dispõe a composição valorativa interna de cada código acionado na Tabela 15, permitindo perceber onde a rejeição se concentra e onde a aprovação ganha terreno.

Figura 26 - Composição valorativa da matriz de sentido



Fonte: Elaboração própria a partir de dados obtidos do MAXQDA Pro (2026).

O escrutínio do cruzamento revela que, quando o sujeito lê o filme pela chave político-partidária, a modulação acionada pelo código desfavorável, da categoria posicionamento valorativo, alcança 82,5% das ocorrências no código ideologia, da categoria matriz de sentido, o índice mais alto de rejeição entre todas as camadas simbólicas, haja visto manifestações como "Ainda bem que o Islamismo está crescendo" (T02.1) e "feminista lacrador detectado" (T12.1). Esse cenário expõe que a disputa de sentido acionada pelo código ideologia opera como filtro que dissolve a obra cinematográfica na trincheira política, o que ilustra com nitidez a advertência de Martín-Barbero (2009) acerca das interpretações da realidade que a comunicação põe em jogo.

Após examinar o código ideologia nota-se, que no extremo oposto do espectro, o achado se inverte por completo. Essa inversão está atrelada ao código nostalgia ao qual é o único em que a aprovação supera a rejeição, com 42,6% de comentários favoráveis contra 25,2% de desfavoráveis. Para esses casos nota-se que a memória afetiva conduz a leitura, a crítica social do filme cede diante da lembrança da boneca e das brincadeiras de infância. O comentário "Chorei litros e achei que riria, fiquei meio depressiva, mas lembrei de quando brincava e que fui levar minha filha pra assistir comigo e o quão isso é representativo demais" (T45.1) flagra esse acolhimento, no qual a experiência vivida com a marca pavimenta a recepção positiva. A escala do fenômeno é modesta, com apenas 115 ocorrências, e por isso o achado não deve ser superdimensionado, mas o padrão é nítido o bastante para evidenciar que a mediação afetiva tende a suspender o juízo crítico que outros códigos acirram.

O código gênero constitui o caso mais revelador da dinâmica de disputas presente no *corpus*, e por razões que vão além da simples prevalência numérica. Trata-se do código com maior frequência na categoria matriz de sentido, com 1.206 ocorrências, e ao mesmo tempo do único em que 69,2% dos comentários codificados expressam rejeição à mensagem do filme ou à leitura que outros interlocutores fazem de ambos. Essa conjunção entre volume e tensão é analiticamente decisiva, porém, ela não autoriza qualquer leitura que reduza o debate sobre gênero a um nicho militante ou a uma disputa de minoria. O que os dados revelam é que esse código se configura como um eixo relevante em torno do qual a audiência se organiza para negociar o sentido do vídeo e da obra imbricando-a com as questões de gênero.

Mais do que indicar o tema mais comentado, a categoria matriz de sentido sob o código gênero expõe um campo em que a obra cinematográfica funciona como pretexto para a afirmação de identidades em conflito. Essa característica fica evidente na heterogeneidade

interna dos próprios comentários codificados nesse referencial, pois sob o mesmo código convivem, sem qualquer síntese possível, a celebração expressa em "Greta alcançou o que queria. Incomodar os homens. Adoro!!" (T07) e a recusa de "Mas o ponto não é esse todos os homens são tratados como lixo assediadores e opressores dentro e fora da barbilândia" (T36.2). Não se trata aqui de lados opostos de um debate equilibrado, mas sim a assimetria entre os 69,2% desfavoráveis e os demais posicionamentos o que indica que a obra mobiliza, sobretudo, uma audiência resistente ao enquadramento feminista que lhe é atribuído.

Esse movimento corresponde ao que Jenkins, Ford e Green (2022) descrevem como traço constitutivo da recepção contemporânea: o público não apenas consome mensagens pré-construídas, mas as molda, compartilha, reconfigura e remixa segundo suas próprias posições. No contexto analisado, reconfigurar o sentido do filme *Barbie* significa, para uma parcela expressiva dos comentaristas, rejeitar o enquadramento de gênero que a obra propõe e substituí-lo por contranarrativas que ora minimizam o caráter político da obra, ora o atacam frontalmente.

Em análise contínua, nota-se que o código estética desenha perfil distinto e por isso merece registro próprio. Com 50,8% de rejeição e 30,7% de aprovação apontado por um segmento de sujeitos voltado a roteiro, atuação e direção, menos preso às pautas identitárias e mais atento ao filme enquanto produto audiovisual. Esse perfil aproxima-se do que os estudos de cultura pop descrevem ao sustentar que investigar uma obra fílmica significa examiná-la em “detalhes do ponto de vista de sua audiovisualidade” (SOARES et al., 2025, p. 43). A presença dessa crítica de viés técnico atua como contraponto ao tensionamento polarizado evidenciado.

Esse deslocamento da disputa identitária para a obra enquanto produto audiovisual, não é, contudo, necessariamente neutro. O cruzamento com o alvo da enunciação revela que 60,5% dos comentários codificados em estética se dirigem ao filme, e não ao interlocutor, proporção que destoa de forma expressiva do padrão geral mapeado, onde o alvo interlocutor concentra mais de 52% dos endereçamentos. Tal configuração sugere que o repertório estético opera, em parte, como campo de deslocamento por ancorar a avaliação no roteiro, na atuação ou na direção, o sujeito comunicante mantém o debate no terreno da apreciação artística e se distanciar das disputas de gênero e de ideologia. Esse movimento pode expressar uma postura genuinamente centrada na obra, mas pode igualmente funcionar como recurso de esquiva onde a crítica técnica oferece ao enunciador uma posição de legitimidade cultural que a crítica ideológica não oferece na mesma medida. Afirmar que o roteiro é fraco é socialmente mais neutro do que afirmar que o filme carrega uma agenda feminista, ainda que a avaliação

subjacente seja, em alguns casos, a mesma. Hall (2016) já havia advertido que o sentido não está depositado no texto, mas se produz na prática da representação e o que o código estética expõe, nesse registro, é que a própria escolha do repertório avaliativo é um ato de posicionamento, mesmo quando sua superfície parece desideologizada.

Posto isso, cabe agora avançar sobre uma camada que o cruzamento entre a categoria matriz de sentido e a categoria posicionamento valorativo não alcança. Constatar que a ideologia rejeita e que a nostalgia acolhe informa sobre a modulação, mas não sobre o alvo da enunciação para o qual os comentários catalogados em cada código de matriz de sentido se dirigem. Na subseção anterior constatou-se que mais de 50% dos comentários se endereçam ao interlocutor, porém resta saber como essa concentração horizontal se configura dentro do arco da categoria matriz de sentido. Assim sendo, a Tabela 16 cruza a categoria matriz de sentido com a categoria alvo da enunciação, com foco nos quatro códigos mais frequentes.

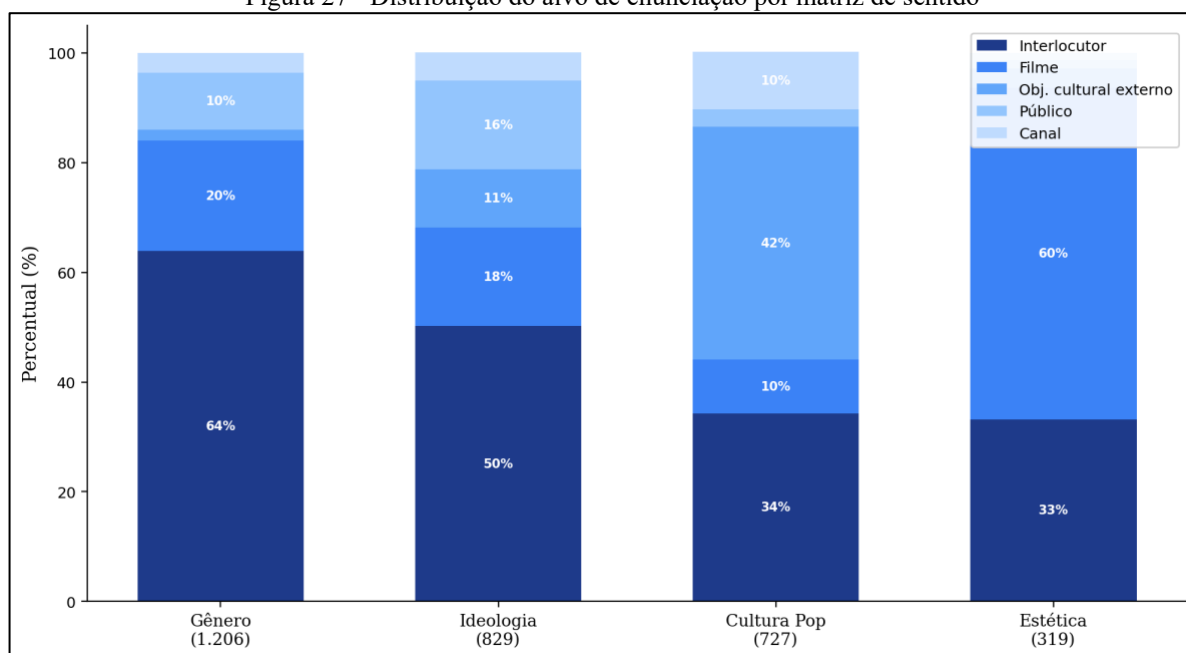
Tabela 16 – Códigos prevalente da categoria matriz de sentido e alvo da enunciação

	Interlocutor	Filme	Obj. cultural externo	Público	Canal	Total
Gênero	771 (63,9%)	242 (20,1%)	24 (2%)	126 (10,4%)	43 (3,6%)	1.206
Ideologia	416 (50,2%)	149 (18%)	88 (10,6%)	134 (16,2%)	42 (5,1%)	829
Cultura Pop	249 (34,3%)	71 (9,8%)	308 (42,4%)	23 (3,2%)	76 (10,5%)	727
Estética	112 (33,2%)	193 (60,5%)	11 (3,4%)	5 (1,6%)	4 (1,3%)	319

Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado do MAXQDA Pro (2026).

O cruzamento torna visível um padrão que a Tabela 15 sozinha não permitia identificar. A visualização exposta pela Figura 26 torna mais imediata essa distribuição.

Figura 27 - Distribuição do alvo de enunciação por matriz de sentido



Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado do MAXQDA Pro (2026).

O código estética da categoria matriz de sentido é o único em que o filme é o alvo majoritário, com 60,5% dos 319 comentários dirigidos diretamente à obra cinematográfica. Trata-se de um dado que contrasta com os demais, onde o interlocutor concentra a maior fatia dos alvos. Quando o sujeito aciona o repertório estético para comentar o filme, ele tende a falar da obra em si, avaliando roteiro, direção, atuação e estrutura narrativa, como se observa em "Eu gostei muito da evolução da Barbie e do Ken. A Barbie perdoou o Ken e o ajudou a encontrar o sentido da existência dele enquanto ela seguiu seu caminho também" (T23). Já quando aciona o repertório de gênero, 63,9% dos comentários se dirigem a outro sujeito, e apenas 20,1% ao filme. A trajetória em que se configura o código gênero desloca a fala da obra para o confronto entre pares.

Já o código cultura pop revela que dos 727 comentários enquadrados, 42,4% se dirigem ao alvo objeto cultural externo, o que a torna a única camada simbólica em que o direcionamento não é nem o interlocutor nem o filme, e sim outras obras e franquias. Enunciados como "A Disney ta fracassando por causa de roteiro merda" (T241.1) e "max steel menino melhor nem fazer" (T263.3) evidenciam que o capital subcultural nerd opera por comparação intertextual, mobilizando um repertório de franquias para posicionar Barbie dentro de um circuito cultural mais amplo.

Esse movimento argumentativo tem uma lógica que vai além da comparação estética. Ao invocar outras franquias e objetos da cultura pop para enquadrar, e frequentemente invalidar, a proposta do filme, o sujeito comunicante aciona o que Woo (2018) descreve como a construção identitária do geek a qual se define pelo domínio de um campo cultural específico e que reage com desconforto quando esse campo é reinterpretado por vetores externos ao seu sistema de valores. O filme de Greta Gerwig, ao transformar a Barbie em veículo de crítica feminista e cultural, ingressou num território cuja curadoria uma parcela da audiência do canal Ei Nerd reivindica para si. A comparação intertextual funciona, nesse registro, menos como recurso de apreciação do que como instrumento de demarcação, o capital subcultural opera como critério de legitimidade para decidir quem tem autoridade para ler o objeto e de que modo ele deveria ter sido produzido. Que 72,8% dos comentários nesse polo carreguem tom desfavorável não surpreende, pois, a rejeição, aqui, é constitutiva da posição identitária que o sujeito ocupa.

Quando se observa o código ideologia, este combina duas direções enunciativas que a distinguem das demais. O código interlocutor concentra 50,2% dos endereçamentos, corroborando um cenário de alta rejeição, mas o código público aparece com 16,2%, a segunda maior proporção para essa categoria entre todas as camadas simbólicas. Nota-se com isso que no ato em que o sujeito lê o filme pela chave político-partidária, ele tanto disputa com outros sujeitos do *thead* quanto interpela coletividades difusas como "os feministas", "os Red Pills" ou "os brasileiros". O comentário "Vai sim mano é um filme pra pessoas com problemas mentais ou seja 90% dos brasileiros" (T19.2) ilustra essa generalização que a mediação ideológica autoriza, projetando sobre uma coletividade o juízo que se recusa a particularizar.

Há, por fim, um achado que costura esta subseção à anterior e prepara a seguinte. Os códigos de gênero e de ideologia, somados, respondem por mais da metade dos comentários do *corpus*, e é justamente nelas que a rejeição se adensa e que o alvo da enunciação tende a deslizar do filme para o código interlocutor. Isso demonstra que quando o sujeito lê a obra pela chave ideológica ou pela disputa de gênero, ele raramente se detém na narrativa, pois logo se volta contra quem pensa de outro modo. O deslocamento do alvo, já figurado no mapa quantitativo da subseção anterior, encontra agora sua explicação cultural. Não é a obra que organiza a disputa, são os repertórios que a audiência projeta sobre ela, comportamento coerente com a leitura de Barbie como superfície sobre a qual públicos diversos inscrevem expectativas concorrentes (KINGSON, 2023). Canclini (2008, p. 34) oferece a formulação que encerra o raciocínio, ao lembrar que “os textos e as imagens vão existindo à medida que o leitor ou o

sujeito os usa ou reinterpreta.” Resta examinar as estratégias pelas quais esses sentidos divergentes entram em colisão na superfície técnica da plataforma que possibilita a formação dos *threads* ao mesmo tempo que os gerencia em ato contínuo.

5.3 Estratégias interacionais: táticas discursivas e a zona de fricção da plataforma

Mapeado o terreno e compreendidos os repertórios que sustentam as leituras, falta observar o gesto pelo qual o sentido entra em circulação e colide com outros. Toda opinião, para existir socialmente na seção de comentários, precisa assumir uma forma tática, um modo de dizer que ora propõe, ora contesta, ora ridiculariza, ora agride. Martino (2015, p. 271) oferece o enquadramento necessário para situar esse fenômeno como sendo o resultado da apropriação das “mídias sociais pelas pessoas, grupos, comunidades e sociedades como parte de suas atividades, de seus relacionamentos, suas vidas.” O comentário é, nessa perspectiva, menos uma opinião solta e mais uma prática incorporada ao cotidiano digital onde o sujeito que comenta não apenas registra um ponto de vista, mas habita um espaço de interlocução que estrutura como, com quem e de que modo ele fala. A categoria, Estratégia interacional, expõe essa modalidade discursiva que cada sujeito adota ao intervir na conversa. Assim, a Tabela 17 apresenta a distribuição dos 4.102 segmentos codificados nessa dimensão.

Tabela 17 – Codificação da categoria estratégia interacional

Código	Frequência	Percentual
Proposição	1.010	24,62%
Refutação	843	20,55%
Hostilidade	498	12,14%
Ironia	428	10,43%
Concordância	382	9,31%
Percepção pessoal	297	7,24%
Adesão	197	4,80%
Discordância	193	4,71%
NSA_interacional	164	4%
Humor	90	2,19%
Total	4.102	100%

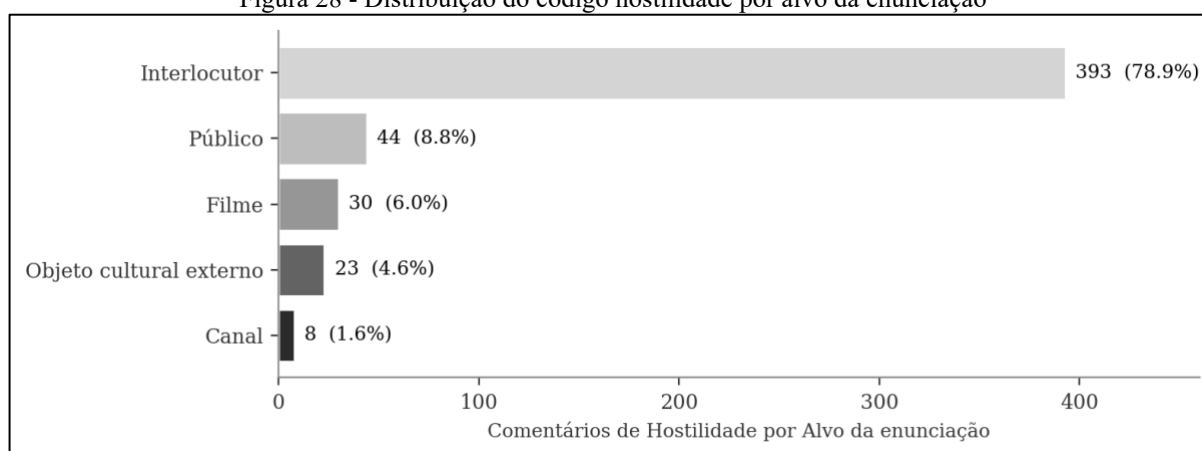
Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado do MAXQDA Pro (2026).

As duas táticas mais frequentes desenharam um primeiro retrato da conversa. A proposição, com 1.010 ocorrências, e a refutação, com 843, somam mais de quatro em cada dez comentários, o que aponta para uma audiência disposta a argumentar — seja afirmando uma tese própria, seja desmontando a do outro. O dado contraria a imagem corrente de que as caixas de comentário abrigam apenas reações impulsivas e desprovidas de elaboração. Há, no corpus, um esforço argumentativo consistente, ainda que aceso. A hostilidade aparece logo em seguida,

com 498 registros, seguida da ironia, com 428, e é precisamente nessa zona que a conversa revela seu lado mais áspero.

A frequência isolada, contudo, não diz contra quem essas táticas se voltam. Para responder a essa questão é preciso cruzar a estratégia interacional com o alvo da enunciação, e o resultado reorienta a leitura. Entre os 498 comentários hostis, 393 dirigem-se ao interlocutor, ao passo que somente oito atingem o canal. Desse modo, a Figura 27 evidencia para onde a agressividade se desloca.

Figura 28 - Distribuição do código hostilidade por alvo da enunciação



Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado pelo MAXQDA Pro (2026).

O achado desfaz uma suposição tentadora. Seria natural imaginar que a hostilidade tivesse como alvo preferencial o apresentador que se posiciona como autor da opinião polêmica que deu origem ao vídeo, ou ao próprio filme, objeto cultural marcado por controvérsias, contudo, não é o que ocorre. A agressão se concentra quase por inteiro na relação entre os interlocutores, num percentual que beira os 79% das ocorrências hostis. A disputa, portanto, não se trava verticalmente contra o canal, e sim horizontalmente, entre pares que se enfrentam a propósito do filme. Tal dinâmica está presente no comentário "Você falando isso apenas confirmou que não entendeu porr4 nenhuma do filme" (T03.1), o qual revela que o adversário não é a obra nem o canal, mas o outro usuário que ousou interpretá-la de modo distinto.

Essa fricção horizontal não é acidental, ela aparece como condição estrutural da plataforma. Siles (2023, p. 183) capta com precisão a ambivalência desse processo ao afirmar que "analisar a multiplicidade e a dualidade da datificação depende do reconhecimento adequado de como os usuários a implementam". Cada réplica hostil gera notificação, resposta e contrarresposta, prolongando a permanência dos sujeitos e alimentando a métrica de engajamento que a plataforma converte em visibilidade. Os sujeitos sustentam a datificação ao

comentar, e a modificam ao escolher a quem e como se dirigem. E é nessa tensão entre uso e arquitetura que a zona de fricção, descrita na seção 2, se materializa em números. O embate entre interlocutores não é apenas o conteúdo do debate, é também a matéria-prima que mantém o vídeo em circulação algorítmica.

Resta verificar se o repertório cultural acionado influencia a tática adotada. O cruzamento entre a matriz de sentido e a estratégia interacional permite testar essa relação, e a matriz de gênero, por ser a mais numerosa, oferece o melhor caso de observação. Nesse sentido, a Tabela 18 detalha as táticas predominantes entre os comentários ancorados nessa matriz.

Tabela 18 – Estratégias interacionais predominantes acionadas pelo código gênero

Estratégia interacional (código: Gênero)	Frequência	Percentual
Refutação	447	37,1%
Proposição	229	24,8%
Hostilidade	157	13%
Ironia	123	10,2%
Adesão	54	4,5%
Percepção pessoal	47	3,9%

Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado do MAXQDA Pro (2026).

O perfil que emerge contraria quem esperaria encontrar, no tema mais inflamado do *corpus*, o domínio do ataque puro. A refutação lidera com 37,1% e a proposição vem logo atrás com 24,8%, de modo que as táticas argumentativas, somadas, respondem por mais de seis em cada dez comentários do código gênero. A disputa sobre papéis de gênero é, antes de tudo, uma disputa de razões, ainda que acalorada. A hostilidade e a ironia, embora relevantes com 13% e 10,2% respectivamente, ocupam posição secundária. Manifestações como "A análise foi ótima, só mostrou o qual ruim é o filme" (T08.1) mostram o sujeito que contesta elaborando um contra-argumento, enquanto "Ó coitada das vítimas da sociedade" (T10.2) exemplifica o recurso à ironia como tática de desqualificação sem fundamentação. O confronto se dá, portanto, num registro que combina o argumentativo e o sarcástico, o que revela que mesmo a resistência ao enquadramento feminista do filme se organiza, em sua maior parte, como posição a ser sustentada, e não apenas como reação.

Esse dado ganha densidade quando articulado à perspectiva de Jenkins, Ford e Green (2022, p. 29), para quem as funcionalidades convida "as pessoas a moldar o contexto do material conforme o compartilham." O comentário classificado pelo código gênero que refuta, propõe e ironiza não é apenas resposta ao vídeo, é também reconfiguração ativa do contexto em que o

filme circula. Ao moldar sua leitura com argumentos, o sujeito contribui para que o material se propague segundo seus próprios termos, deslocando o enquadramento original do canal para um campo de disputas que ele não controla. A propagação desse código, não é só técnica de distribuição, é também uma estratégia discursiva de quem quer que sua interpretação prevaleça.

A leitura conjunta dos dois cruzamentos sustenta uma conclusão que articula técnica e cultura. Quando a hostilidade se dirige sobretudo ao interlocutor, e se a matriz de sentido sob o código gênero se expressa majoritariamente pela refutação, então a seção de comentários funciona menos como mural de opiniões avulsas e mais como arena de confronto argumentado entre sujeitos. Gillespie (2018, p. 179, tradução própria) capta a aposta que move esse confronto ao observar que as plataformas envolvem "não apenas a promessa de visibilidade, mas também a ameaça da invisibilidade." Disputar sentido, nessas condições, é também disputar presença pois quem argumenta, refuta e provoca está, ao mesmo tempo, lutando para não desaparecer no fluxo. A tática discursiva e a lógica infraestrutural convergem, e é essa convergência que o último movimento da análise examina, ao descer ao interior do *thread* para observar como tais embates se encadeiam no tempo da conversa.

5.4 Dinâmica interna do *thread*: trajetórias de sentido no fio de comentários

Até aqui demonstrou-se como as estratégias interacionais se distribuem no *corpus* e como algumas táticas, em especial a proposição, a refutação e a hostilidade, concentram a maior parte das ocorrências. Na sequência, mapeou-se o endereçamento dos comentários por meio da categoria alvo da enunciação e esboçaram-se os referenciais simbólicos da audiência a partir da categoria matriz de sentido. A análise prosseguiu observando os contornos em que as táticas retóricas foram mobilizadas pelo sujeito comunicante. Esses três movimentos analíticos, contudo, descansam sobre uma camada que ainda não foi observada em sua própria configuração, o do *thread*. Uma vez que a pesquisa adota, desde o início, o *thread* como unidade de contexto, conforme Krippendorff (2019), estabelecendo que a disputa emerge não no comentário isolado, mas na sequência que o circunda e o ressignifica.

Examinar a dinâmica interna dos 547 *threads* do *corpus* seria analiticamente inviável e, em grande medida, redundante frente aos achados já apresentados. *Threads* compostos por um único par comentário-raiz e resposta não comportam dinâmica observável. *Threads* muito extensos, com dezenas de respostas em ramificações paralelas, dispersam a leitura além do alcance de uma subseção. Entre esses dois extremos, há uma faixa intermediária em que a

conversa já sustenta deslocamentos perceptíveis sem se ramificar em fios autônomos, e é nessa faixa que esta subseção concentra sua observação. A Tabela 19, a seguir, organiza a distribuição dos 547 *threads* por porte conversacional e permite localizar essa faixa no conjunto.

Tabela 19 – Distribuição dos *threads* por porte (número de comentários)

Porte do <i>Thread</i>	<i>Thread</i> (n)	<i>Thread</i> (%)	Comentário (n)	Comentário (%)
Isolado (2 comentários)	240	43,9%	20,2%	69,2%
Compacto (3-5 comentários)	186	34%	8,9%	82,5%
Robusto (6-10 comentários)	62	11,3%	22,4%	56,5%
Denso (11-30 comentários)	42	7,7%	30,7%	50,8%
Extenso (+ 30 comentários)	17	3,1%	14,8%	54,6%
Total	547	100%	486	135

Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado do MAXQDA Pro (2026).

O agrupamento exposto na Tabela 19 mostra que a maior parte do *corpus* se concentra em *threads* isolados e compactos, compostos por arcos curtos de encadeamento, e *threads* extensos, cuja ramificação ultrapassa o alcance desta subseção. Entre esses extremos, 62 *threads* classificados como robusto, com 6 a 10 comentários cada, configuram a faixa de observação, definição que visa garantir a exequibilidade da análise. Esse subgrupo corresponde a 11,3% dos *threads* do *corpus* e reúne 442 comentários, equivalentes a 10,8% das unidades textuais codificadas.

A partir disso, esta subseção acompanha esse agrupamento dos *threads* sob a égide de duas categorias: a categoria alvo da enunciação e a categoria matriz de sentido. As categorias posicionamento valorativo e estratégia interacional já foram tratadas em sua distribuição agregada nas subseções anteriores e retornam de modo articulado no fechamento da seção. Cabe ressaltar que o recorte é analítico e não hierárquico, pois as quatro categorias seguem operando como camadas paralelas sobre o mesmo comentário. A mudança está no foco pois ao invés de se ater à frequência de cada categoria, observa-se o modo como o sentido se desloca, no fio da conversa, entre os destinatários convocados e os referenciais simbólicos mobilizados.

Na sequência, caracteriza-se a composição interna do subcorpus selecionado. Os 62 *threads* robustos não se distribuem de modo uniforme dentro da própria faixa. Observa-se maior concentração nos *threads* de menor porte, com 26 unidades de 6 comentários representando 41,9% do subcorpus. À medida que o porte aumenta, essa concentração diminui progressivamente, chegando a apenas 3 *threads* no limite de 10 comentários. Essa assimetria é esperada e reflete o padrão de decaimento conversacional típico das plataformas digitais, nas quais a maior parte das interações se resolve nos primeiros encadeamentos e poucas sustentam extensões superiores. Assim, a Tabela 20 organiza essa distribuição interna por porte.

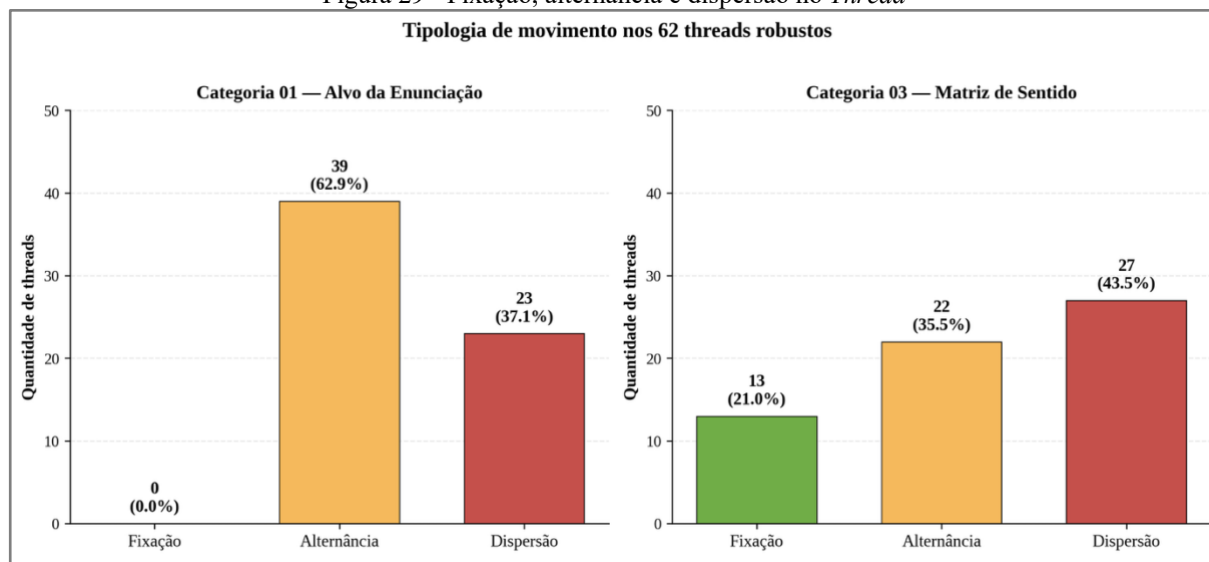
Tabela 20 – Distribuição dos *threads* por porte (número de comentários)

Porte do <i>Thread</i>	<i>Threads</i>	<i>Threads</i> (%)	% <i>corpus</i> geral (n=547)
06 comentários	26	41,9%	4,8%
07 comentários	17	27,4%	3,1%
08 comentários	7	11,3%	1,3%
09 comentários	9	14,5%	1,6%
10 comentários	3	4,8%	0,5%
Total	62	100%	11,3%

Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado do MAXQDA Pro (2026).

Ainda que os *threads* de 6 comentários constituam o grupo mais numeroso dentro da faixa, com 26 unidades e 41,9% do subcorpus, a soma das demais extensões corresponde a 36 *threads* e 58,1% do total. Esses 62 *threads* reúnem, ao todo, 442 comentários, o que equivale a 11,3% dos 547 *threads* do *corpus* e a 10,8% das 4.102 unidades textuais codificadas. Esse volume é suficiente para revelar padrões de deslocamento de sentido no fio da conversa sem, contudo, impor a fragmentação analítica que acompanha os *threads* mais extensos.

A categoria alvo da enunciação expõe, no subcorpus robusto, um comportamento que se distingue do padrão geral do *corpus*. Essa distinção antecede a distribuição de frequências: manifesta-se já no modo como o endereçamento se move dentro do fio. Desse modo, a Figura X apresenta a distribuição dos três padrões de movimento identificados nos 62 *threads* robustos.

Figura 29 - Fixação, alternância e dispersão no *Thread*

Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado do MAXQDA Pro (2026).

O dado mais saliente na Figura X é a ausência total de fixação na categoria alvo da enunciação. Nenhum dos 62 *threads* robustos manteve o destinatário do início ao fim da conversa. A alternância, com 39 *threads* (62,9%), concentra a maior parte do subcorpus, enquanto a dispersão, com 23 *threads* (37,1%), responde pelo restante. O endereçamento nunca

se estabiliza, o que permite afirmar que o thread robusto é, estruturalmente, um espaço de deslocamento de destinatários.

A partir disso, observa-se como essa dinâmica de deslocamento se projeta nas frequências dos códigos. A Tabela 21 compara a distribuição da categoria alvo da enunciação entre o corpus geral e o subcorpus robusto.

Tabela 21 – Correlação da categoria alvo da enunciação (corpus geral vs corpus robusto)

Alvo da enunciação	Corpus Geral (n)	Corpus Geral (%)	Corpus Robusto (n)	Corpus Robusto (%)	Variação (p.p)
Interlocutor	2.144	52,3%	257	58,1%	+5,9
Filme	806	19,6%	75	17%	-2,7
Objeto cultural externo	465	11,3%	21	4,8%	-6,6
Público	333	8,1%	35	7,9%	+0,2
Canal	192	4,7%	25	5,7%	+1,0
NSA alvo	162	3,9%	29	6,6%	+2,6
Total	4.102	100%	442	135	

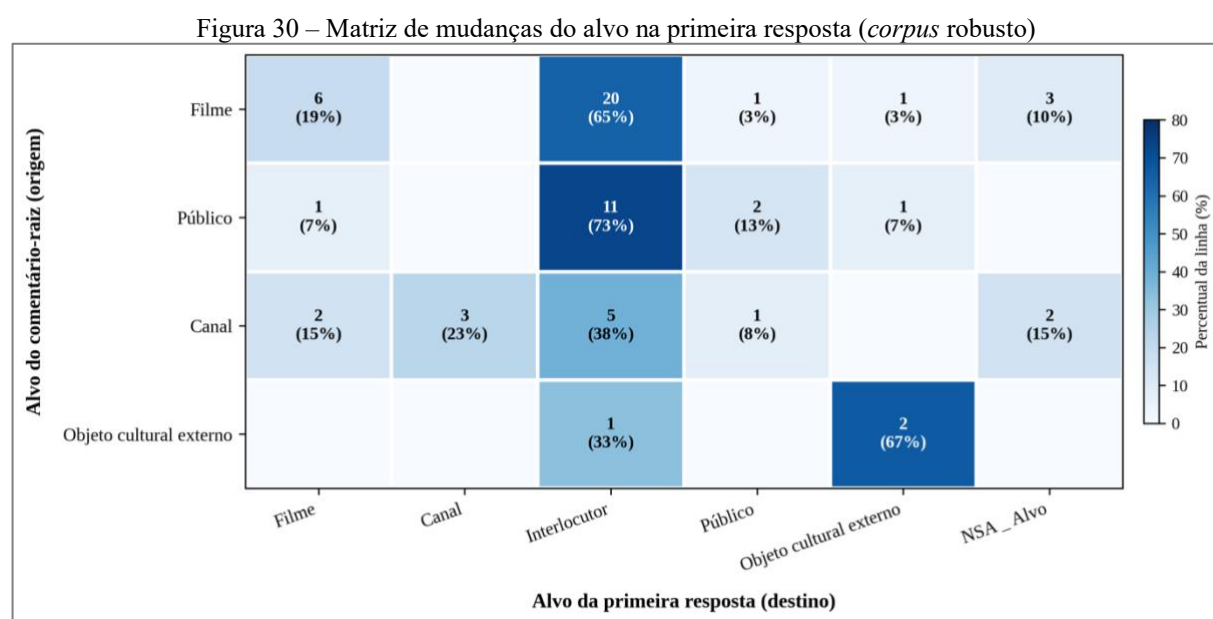
Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado do MAXQDA Pro (2026). Variação calculada em pontos percentuais entre corpus robusto e corpus geral. Verde indica sobre-representação na faixa robusto (>+1 p.p.); vermelho, sub-representação (<-1 p.p.); amarelo, variação neutra.

Se o corpus robusto fosse uma amostra neutra do corpus, os percentuais de cada código da categoria alvo da enunciação replicariam os do conjunto geral. O afastamento em relação a esse equilíbrio hipotético indica, portanto, que determinados alvos estão associados a *threads* que se sustentam por mais tempo, enquanto outros tendem a se esgotar em interações breves.

Para comparar a distribuição da categoria alvo da enunciação entre o *corpus* geral e o *corpus* robusto, adotou-se a diferença em pontos percentuais como métrica de análise. Ela é calculada subtraindo-se o percentual de cada código no *corpus* geral do percentual correspondente no *corpus* robusto. O resultado indica em que medida cada código está mais ou menos presente nos *threads* com maior densidade conversacional do que no conjunto amplo. Quando a diferença é positiva e expressiva, o código está sobre-representado na faixa robusto, sinalizando que esse tipo de endereçamento tende a aparecer em *threads* que se sustentam por mais trocas. Quando a diferença é negativa e expressiva, o código está sub-representado, indicando que comentários com esse alvo tendem a se esgotar em interações mais breves. Diferenças próximas de zero, inferiores a um ponto percentual, são tratadas como neutras, pois não revelam associação relevante entre o código e o porte do *thread*. Na Tabela 21, essa classificação está marcada por cores: verde para sobre-representação, vermelho para sub-representação e amarelo para variação neutra.

O interlocutor avança 5,9 pontos percentuais no corpus robusto em relação ao corpus geral, passando de 52,3% para 58,1% dos 442 comentários. No movimento inverso, o objeto cultural externo recua 6,6 pontos percentuais, de 11,3% para 4,8%. Esses dois deslocamentos revelam um padrão: threads mais extensos concentram o endereçamento horizontal entre usuários, ao passo que comentários voltados a outras obras ou franquias tendem a se esgotar sem gerar encadeamento conversacional. O filme preserva participação próxima ao padrão geral, com recuo de apenas 2,7 pontos percentuais, o que sugere que o objeto central da pesquisa mantém sua função de gatilho mesmo nos threads com maior densidade conversacional.

A distribuição da Tabela 21, contudo, não captura o momento em que o deslocamento ocorre. Para observar esse movimento em ato, mapeou-se a migração imediata do alvo entre o comentário-raiz e a primeira resposta nos 62 *threads* robustos. A Figura 29 apresenta essa distribuição.

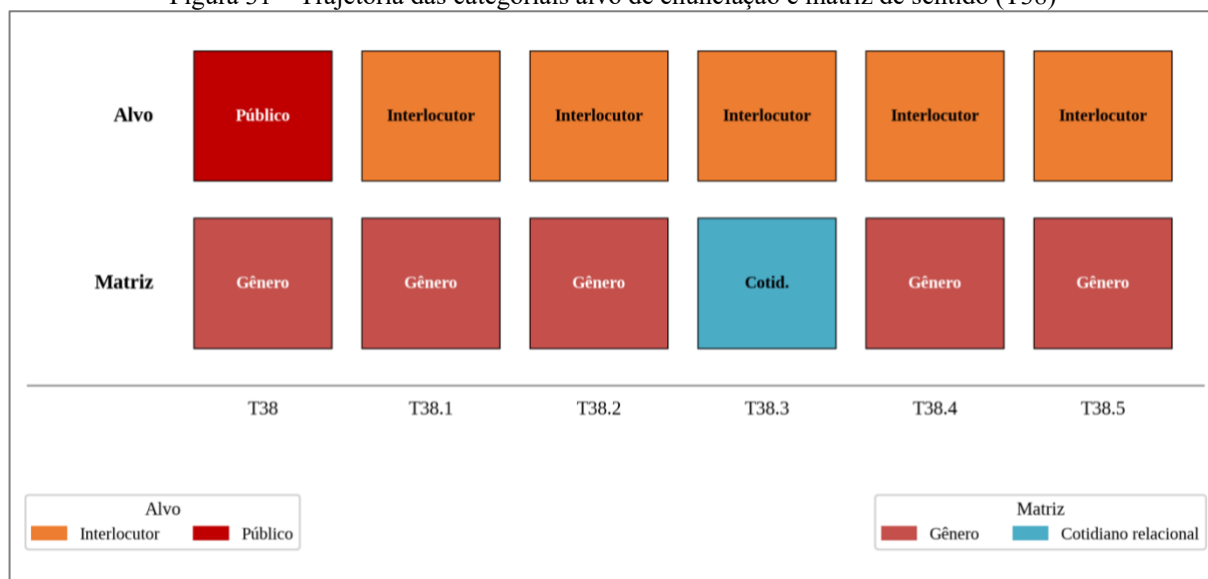


Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado do MAXQDA Pro (2026).

Os padrões mapeados nas Figuras 28, 29 e na Tabela 21 descrevem o fenômeno em escala, mas não revelam sua textura. Saber que 64,5% dos *threads* iniciados com foco no filme migram imediatamente para o interlocutor informa sobre a frequência do deslocamento, não sobre o argumento que o disparou, nem o momento em que o endereçamento se deslocou. Para que essa textura se torne legível, é preciso observar o interior do fio e acompanhar a sequência comentário a comentário. Adotou-se, para tanto, um critério de seleção preditivo e replicável: o primeiro *thread* de cada faixa do corpus robusto, em ordem numérica. Esse recorte não orienta a escolha pelo conteúdo ou pela riqueza analítica do exemplo, e sim por uma lógica posicional

que qualquer pesquisador pode reproduzir a partir dos mesmos dados. Resultam dessa operação cinco *threads*, a saber, T38, T19, T42, T77 e T37, que cobrem integralmente o espectro de 6 a 10 comentários. Em cada gráfico que se segue, a faixa superior registra a sequência de alvos da enunciação e a faixa inferior registra a sequência de matrizes de sentido, comentário a comentário.

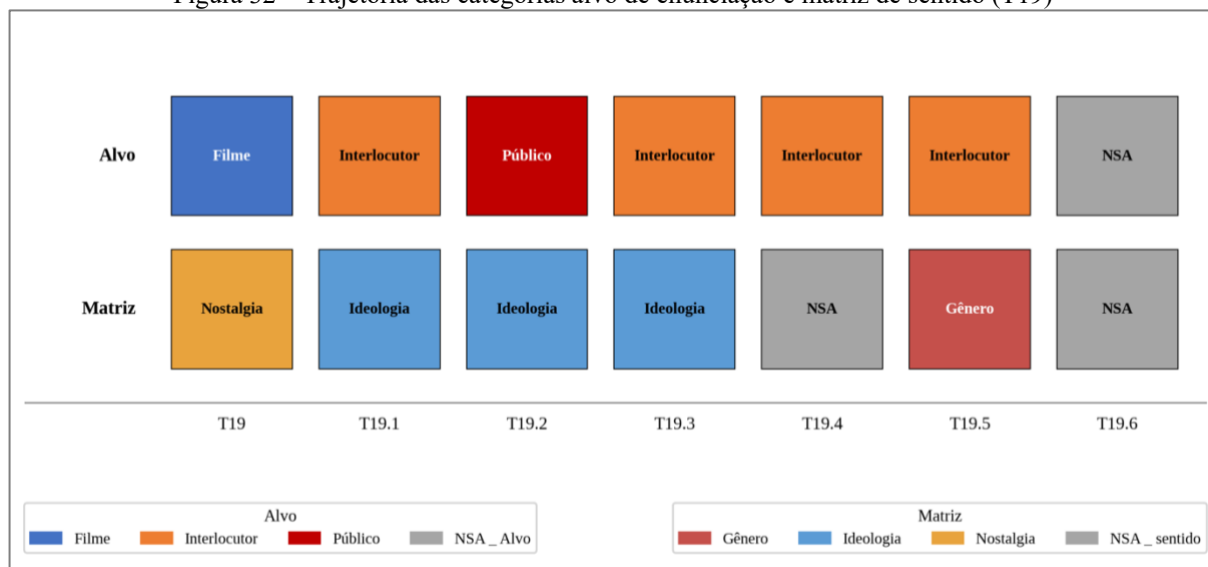
Figura 31 – Trajetória das categoriais alvo de enunciação e matriz de sentido (T38)



Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado do MAXQDA Pro (2026).

O *thread* T38 abre com uma proposição que generaliza a experiência sob o código gênero. O sujeito comunicante lê a cena de Barbie vivendo como mulher comum e a converte em síntese universal: “Nossa, ele só sentiu como todas as mulheres se sentem a vida inteira” (T38). O alvo é o público, a matriz é gênero e a estratégia é propositiva. A generalização não persiste como objeto de discussão por mais de um comentário: a partir de T38.1, o fio migra completamente para o interlocutor e não retorna ao plano coletivo. A refutação imediata, “conheço varias que nunca se sentiram assim. Que vida triste vc teve, sinto muito” (T38.1), desloca o alvo da afirmação sobre as mulheres para o sujeito que a fez. Esse movimento é o padrão: a generalização como gatilho e o enfrentamento interpessoal como desenvolvimento. A exceção, em T38.3, ocorre quando um dos respondentes reinterpela o interlocutor pela via do cotidiano relacional, convocando o laço afetivo como argumento: “inclusive você tem mãe mulher, né? Se ainda não viu o filme, veja. Você ta nele” (T38.3). O laço pessoal opera, aqui, como recurso de recontextualização, traduzindo o debate abstrato sobre gênero em termos de experiência vivida, o que corresponde ao deslocamento que Martín-Barbero (2009) descreve como constitutivo das mediações culturais onde o sentido não se estabiliza no nível da afirmação, mas no encontro com a experiência do sujeito que a recebe.

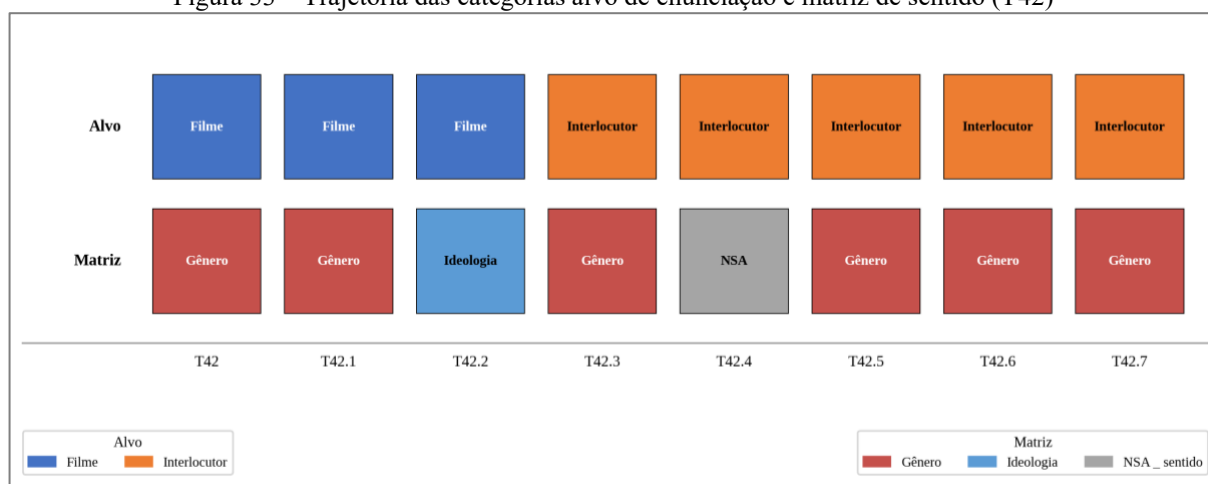
Figura 32 – Trajetória das categorias alvo de enunciação e matriz de sentido (T19)



Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado do MAXQDA Pro (2026).

O *thread* T19 apresenta a configuração de deslocamento mais evidente dentre os cinco selecionados. O comentário inaugural inscreve uma relação de pertencimento afetivo com a franquia, marcada pela recordação de uma restrição de infância: “Tô louco pra ver! Embora não tenha brincado de Barbie porque ‘meninos não podiam’, eu cresci vendo todos os filmes dela e sou fã!” (T19). O alvo declarado é o filme, e a matriz é nostalgia. Não há conflito explícito no raiz, e sim abertura. A primeira resposta, no entanto, não interpela o que foi dito, e sim o que o sujeito representa: um emoji composto por bandeira arco-íris e expressão interrogativa (T19.1) encerra qualquer possibilidade de continuidade afetiva. O alvo muda para interlocutor, e a matriz desloca-se para ideologia. Nota-se, a partir desse ponto, que o *thread* não mais circula em torno do filme ou da nostalgia que o abriu, mas opera como campo de disputas identitárias, nas quais o sujeito que expressou entusiasmo passa a ser o objeto de interpelação. O endereçamento ao público, em T19.2, generaliza para uma coletividade o juízo que se recusa a particularizar: “Vai sim mano é um filme pra pessoas com problemas mentais ou seja 90% dos brasileiros” (T19.2), padrão já observado na análise do código ideologia na subseção 5.2. A resposta do sujeito do raiz, em T19.4, desvia pelo humor, “nossa então vou mesmo, porque tenho vários probleminhas KKKKKKKKKKK” (T19.4), manobra que suspende a hostilidade sem desfazer o enquadramento que foi produzido sobre ele. O que a Figura 31 expõe, em síntese, é um *thread* em que a memória afetiva funciona como gatilho de reação identitária, e em que o afeto inaugural é substituído, desde o segundo enunciado, pela disputa sobre quem tem autoridade para apreciar o objeto.

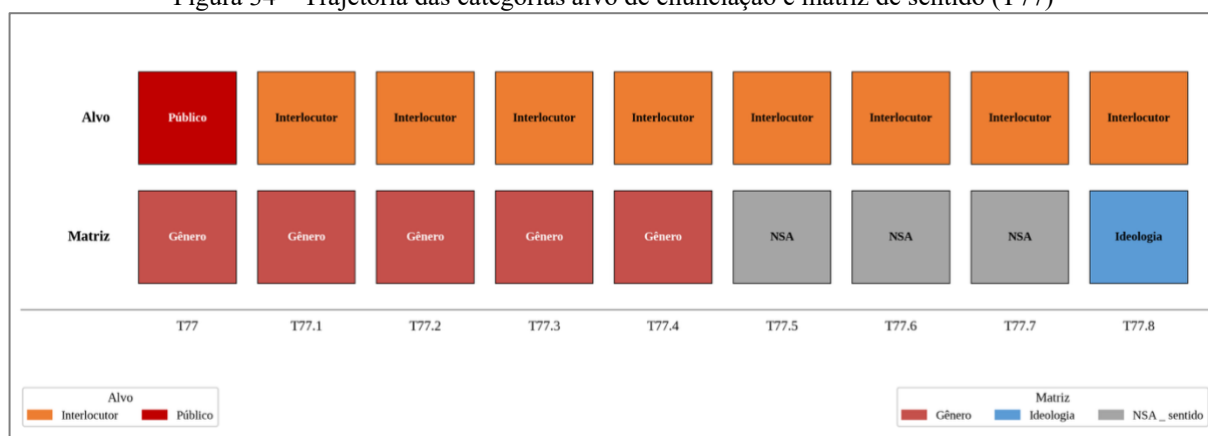
Figura 33 – Trajetória das categorias alvo de enunciação e matriz de sentido (T42)



Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado do MAXQDA Pro (2026).

Em T42, os três primeiros enunciados mantêm o filme como alvo, mas o fazem por razões opostas posto que o *thread* T42 propõe que a obra cumpre função crítica para os homens, o T42.1 adere à leitura elaborando a ideia de empatia ao tema, e T42.2 recusa frontalmente essa interpretação ao convocar o código ideologia e estabelecer uma comparação do filme com a série *Velma* enquanto exemplo de produto cultural orientado pela agenda feminista. É nessa recusa que o alvo se desloca ao alvo interlocutor sem que nenhum comentário adiante se dirija ao filme, como no início. O movimento registrado é que o código filme que antes era o objeto de interesse é reduzido à tornar-se o pretexto para um debate sobre a validade do argumento feminista na indústria do entretenimento. Nessa direção vale destacar o momento em que o cruzamento se radicaliza: “Ex cara e daí? Mesmo que seja tudo isso que disse. É um filme de destaque no meio de mais de 100 anos de filmes mega machistas na indústria cinematográfica” (T42.5). A partir desse enunciado, o debate sustenta-se inteiramente no eixo histórico do machismo no cinema, e o filme *Barbie* aparece apenas como referência contextual para uma disputa sobre a legitimidade da crítica cultural. Segundo os preceitos de Hall (2016) essa é uma operação em que o sujeito comunicante não se fixa no debate para apenas falar do filme, mas sim para usá-lo como ponte para expressar a sua perspectiva sobre o mundo.

Figura 34 – Trajetória das categorias alvo de enunciação e matriz de sentido (T77)



Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado do MAXQDA Pro (2026).

O *thread* T77 sustenta, na faixa do alvo, o padrão de migração que os demais sinalizam onde o comentário inaugural se dirige ao público e os oito enunciados seguintes se endereçam exclusivamente ao interlocutor. O que a Figura 33 expõe com maior nitidez, contudo, é a trajetória da faixa inferior. Os cinco primeiros comentários pós-raiz ancoram-se no código gênero, sustentando o debate sobre a existência do patriarcado como estrutura ainda operante. A partir de T77.5, a matriz desliza para NSA_sentido em três posições consecutivas: “Prove-me o contrário” (T77.5), “ahhhh vá, eu lá tenho te provar nada rapá” (T77.6), “Sim, pois não tem provas” (T77.7). Esse deslize não é acidental, pois indica que o repertório de gênero foi consumido e que a disputa migrou para um estágio de impasse retórico, no qual os sujeitos comunicantes já não elaboram argumento, mas registram posição. O comentário de encerramento, “O militante foi refutado KKKKK” (T77.8), não participa mais da disputa, e sim declara um vencedor. Aciona o código ideologia para nomear o adversário e produz uma conclusão que não decorre do debate. Esse movimento final ilustra o que Jenkins, Ford e Green (2022) descrevem como traço constitutivo da recepção contemporânea, ato em que a disputa não se encerra pela persuasão, mas pelo abandono da linguagem comum.

Figura 35 – Trajetória das categorias alvo de enunciação e matriz de sentido (T37)



Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado do MAXQDA Pro (2026).

O *thread* T37, o mais extenso dos cinco selecionados, evidencia que a maior duração do fio não implica maior sofisticação do debate, e sim maior dispersão dos seus contornos. O comentário inaugural dirige-se ao código público com enquadramento do código gênero e tom crítico ao comportamento masculino diante do filme: “eu não entendo pq muitos homens se sentem tão fragilizados por causa de como os homens são representados em alguns filmes” (T37). A categoria matriz de sentido, acionada pelo código gênero organiza o comentário raiz e permanece como código predominante ao longo dos dez comentários, com apenas uma incursão pelo código ideologia em T37.2 e um registro do código NSA_sentido em T37.8, por conta de uma concordância vaga que não endereça posição a ninguém. O que a Figura 34 expõe na faixa superior, todavia, é que o fio não estabiliza o alvo na mesma proporção em que estabiliza a matriz de sentido onde o código interlocutor domina, mas o código filme reaparece em T37.3 e T37.9. Esse retorno em T37.9, “Homem nesse filme foi dizer que mulher é superior” (T37.9), ocorre como síntese redutora produzida na saída do fio em que o sujeito que intervém por último não retoma o debate que precedeu, e sim o condensa numa proposição que ignora tudo o que foi elaborado. Nota-se, com isso, que a dispersão do alvo não indica multiplicidade real de destinatários, e sim o esgotamento progressivo do campo argumentativo, no qual a última palavra tende a ser a mais simples. A partir da contribuição de Canclini (2008) ao afirmar que os textos vão existindo à medida que o leitor os usa e reinterpreta, é o que se percebe no sujeito que fecha o *thread* T37, o que foi reinterpretado ali corresponde apenas ao aspecto que confirmava a posição com que esse interlocutor chegou à troca.

A trajetória dos cinco *threads* confirma, em registro qualitativo, o que os dados da Tabela 21 e da Figura 29 já indicavam em escala quantitativa. O interlocutor é o destino estrutural do *thread* robusto, independentemente do alvo que inaugura o fio. O filme, o público e o canal operam como disparadores e, na maioria dos casos, cedem lugar ao enfrentamento entre pares antes que o *thread* complete a metade de seu desenvolvimento. Diante disso, resta saber com quais referenciais simbólicos essa disputa se organiza, pois ao saber para quem o sujeito fala abre a questão sobre saber do quê a disputa é constituída. É dessa questão que se ocupa o movimento analítico seguinte.

Saber para quem o sujeito comunicante dirige sua fala fornece o mapa do endereçamento, mas deixa intacta a pergunta que diz respeito ao enquadramento. Quando a disputa se estabelece entre interlocutores, como demonstrado nos cinco *threads* observados, ela ainda exige um referencial simbólico que a organize, que decida de que posição cada sujeito fala e sobre o quê, afinal, está discordando. É essa camada que a categoria matriz de sentido

mobiliza. Resta, portanto, observar se o referencial que abre o *thread* é o mesmo que o sustenta ao longo do fio, ou se a migração de alvos identificada no movimento anterior arrasta consigo também uma migração de enquadramento simbólico.

A mesma métrica adotada na análise da categoria alvo da enunciação orienta a leitura comparativa aqui. A diferença em pontos percentuais entre o *corpus* robusto e o *corpus* geral indica, também para a categoria matriz de sentido, quais referenciais simbólicos aparecem em proporção maior nos *threads* com maior densidade conversacional. Na Tabela 22, verde sinaliza sobre-representação, vermelho sinaliza sub-representação e amarelo indica variação neutra.

Tabela 22 – Correlação da categoria matriz de sentido (corpus geral vs corpus robusto)

Alvo da enunciação	Corpus Geral (n)	Corpus Geral (%)	Corpus Robusto (n)	Corpus Robusto (%)	Variação (p.p)
Gênero	1.206	29,4%	112	25,3%	-4,1
Ideologia	829	20,2%	98	22,2%	+2,0
Cultura pop	727	17,7%	63	14,3%	-3,5
NSA_sentido	572	13,9%	74	16,7%	+2,8
Estética	319	7,8%	25	5,7%	-2,1
Mercado	196	4,8%	26	5,9%	+1,1
Cotidiano relacional	138	3,4%	17	3,8%	+0,5
Nostalgia	115	2,8%	27	6,1%	+3,3
Total	4.102	100%	442	135	

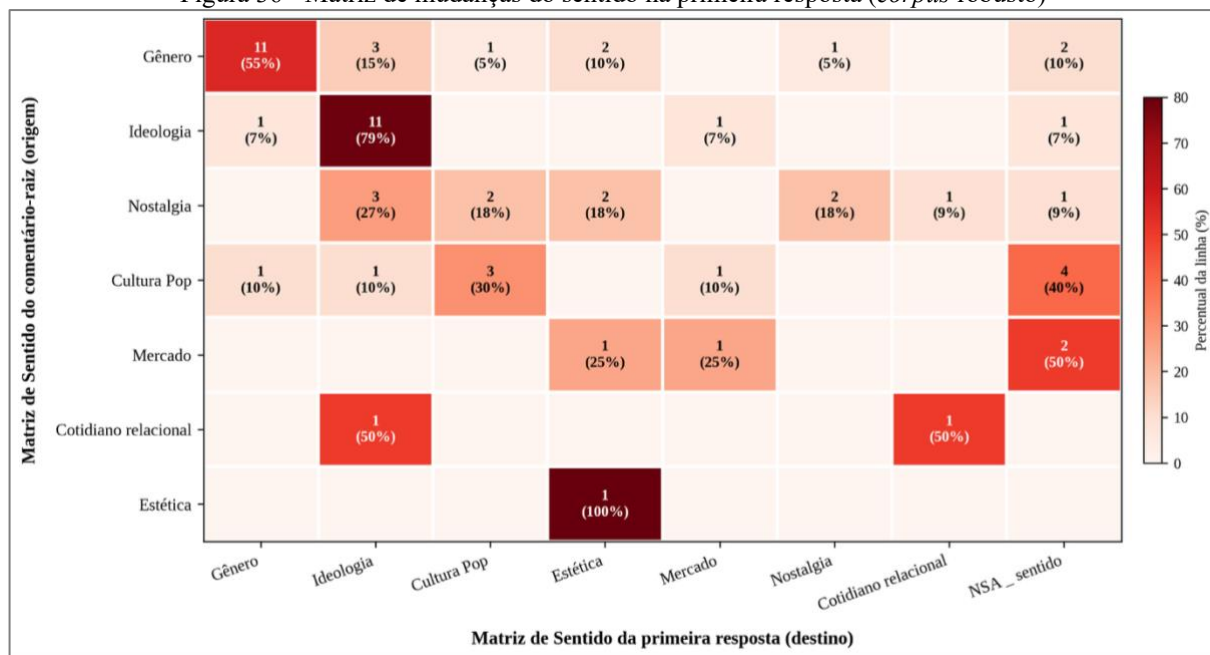
Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado do MAXQDA Pro (2026). Variação calculada em pontos percentuais entre corpus robusto e corpus geral. Verde indica sobre-representação na faixa robusto (>+1 p.p.); vermelho, sub-representação (<-1 p.p.); amarelo, variação neutra.

O código nostalgia é o achado mais proeminente. Com 2,8% de presença no *corpus* geral, o código dobra de participação relativa no *corpus* robusto, alcançando 6,1%. Essa concentração contraria a expectativa imediata, e a explicação está menos no volume do código do que na sua natureza provocativa. A memória afetiva como posição enunciativa tende a convocar resposta ideológica, como os dados do mapa de calor adiante evidenciam.

Da mesma forma, o código ideologia acompanha esse movimento, avançando 2,0 pontos percentuais no *corpus* robusto, o que reforça o que aponta a subseção 5.2 de que repertórios de enquadramento político sustentam disputas mais longas. O código gênero segue direção oposta, recuando de 29,4% para 25,3%. Sendo o código mais frequente do *corpus*, poderia gerar os *threads* mais extensos. Sob escrutínio, o *corpus* robusto revela que as disputas ancoradas nesse referencial tendem a se esgotar antes do que as disputas ideológicas. A cultura pop acompanha esse recuo, com queda de 3,5 pontos percentuais, resultado coerente com o que a subseção 5.2 registrou ao constatar que o capital subcultural opera por afirmação comparativa, e essa forma de enunciação raramente convoca réplica elaborada.

A Tabela 22, contudo, captura a distribuição em escala agregada. O que ela não alcança é o momento em que o enquadramento se mantém ou se rompe entre o comentário-raiz e a primeira resposta. Nesse sentido, a Figura 30 apresenta a migração imediata da matriz de sentido nos 62 threads robustos.

Figura 36 - Matriz de mudanças do sentido na primeira resposta (*corpus robusto*)



Fonte: Elaboração própria a partir de relatório exportado do MAXQDA Pro (2026).

A matriz de mudanças revela dois regimes opostos. No primeiro, a ideologia apresenta a maior taxa de fixação imediata do sistema, 11 dos 14 threads iniciados nesse referencial (78,6%) preservam o código na primeira resposta. O sujeito que lê o filme pela chave política tende a encontrar, de imediato, outro sujeito disposto a disputar exatamente nesse mesmo enquadramento.

O código nostalgia segue em outra direção. Apenas 2 dos 11 *threads* iniciados nesse código (18,2%) o preservam na primeira resposta, dispersando-se os demais por ideologia (3), cultura pop (2) e estética (2). Esse espalhamento revela que a memória afetiva, quando colocada em circulação, não é respondida no mesmo registro em que foi enunciada, o que culmina na movimentação do código nostalgia. Nota-se assim que os sujeitos comunicantes que respondem ao sujeito nostálgico não compartilham a nostalgia, mas sim requalificam o objeto por outra matriz de sentido.

Já o código gênero ocupa posição intermediária, com 11 dos 20 *threads* (55,0%) mantendo o referencial na primeira resposta. A fixação é expressiva, mas não determinante pois

o debate sobre papéis de gênero comporta transição para outros referenciais com frequência maior do que a disputa político-ideológica.

Os padrões mapeados na Figura 30 ganham contorno quando lidos no interior dos *threads*. A mesma série de cinco *threads* do movimento anterior serve de ancoragem, com as Figuras 31 a 35 como referência visual já estabelecida. O que se examina agora é a faixa inferior de cada trajetória.

A faixa inferior de T38 evidencia que a estabilidade do enquadramento não acompanha necessariamente a mobilidade do endereçamento. O alvo muda de público para interlocutor a partir do segundo enunciado, como demonstrado anteriormente, mas o código gênero permanece como código em cinco dos seis comentários. A disputa sobre a generalização da experiência feminina é conduzida dentro de um único referencial simbólico, mesmo quando os sujeitos deixam de falar sobre as mulheres em geral e passam a falar uns dos outros especificamente. A exceção é T38.3, em que o código cotidiano relacional produz um desvio breve: "inclusive você tem mãe mulher, né? Se ainda não viu o filme, veja. Você ta nele" (T38.3). O sujeito tenta ancorar o debate abstrato na experiência pessoal do interlocutor, convocando o vínculo afetivo como argumento. O desvio não sustenta continuidade pois os dois enunciados seguintes retornam ao código gênero sem retomar a chave relacional introduzida. O que T38 revela pelo ângulo da matriz de sentido é que o código gênero opera como campo de atração no *thread*, capaz de absorver desvios pontuais sem perder sua centralidade.

No *thread* T19, a faixa inferior registra o colapso mais abrupto entre os cinco onde o código nostalgia inaugura o fio e desaparece no segundo enunciado, sem retorno. O sujeito que narrou pertencimento afetivo à franquia abriu uma posição que nenhum respondente quis ocupar. O que os enunciados seguintes fazem não é responder à nostalgia, mas dissolvê-la. O comentário T19.1 aciona o código ideologia por meio de um emoji político sem texto, e os dois enunciados que se seguem (T19.2 e T19.3) operam pela mesma chave, qualificando o sujeito original a partir de sua identidade percebida. Nota-se que a única vez em que o código nostalgia poderia retornar, em T19.4, o próprio sujeito do raiz o evita, respondendo pelo humor ao invés de reafirmar o afeto que havia enunciado. T19.5 aciona o código gênero em resposta a T19.3, e T19.6 encerra com NSA_sentido. O *thread*, lido pela faixa da matriz, é um processo de substituição progressiva onde o referencial afetivo cede ao político, que cede ao identitário, que se dissolve em NSA_sentido. Essa sequência confirma o que a análise quantitativa já indicava,

ou seja, o código nostalgia, quando enunciada em contexto de disputa, tende a ser recodificada pelo interlocutor segundo seus próprios referenciais, e raramente é respondida no mesmo registro em que foi dita.

Quando observado o *thread* T42, percebe-se que o código ideologia aparece uma única vez, no comentário T42.2, e sua aparição produz efeito assimétrico que não desloca o enquadramento dominante do código gênero, mas desloca o alvo. Antes de T42.2, os três primeiros enunciados mantinham o filme como destinatário e o gênero como referencial. Já no comentário T42.2 é introduzida a leitura ideológica, comparando o filme à série *Velma* e ao feminismo do Twitter, e essa interrupção faz o fio migrar para o interlocutor. O que se acrescenta agora é que a partir do comentário T42.3, a classificação retorna ao código gênero e não sai mais dele. A agitação ideológica funcionou como gatilho de reorientação do endereçamento, mas não foi capaz de reorientar o enquadramento. Os sujeitos que disputaram de T42.3 a T42.7 fizeram-no todos sob o código gênero, agora aplicado ao debate histórico sobre o machismo na indústria cinematográfica. O que esse cruzamento revela no *thread* T42 é que alvo da enunciação e a matriz de sentido não migram necessariamente juntos, e que o enquadramento simbólico pode ser mais resistente a movimentações do que o endereçamento.

A configuração do *thread* T77 documenta um processo que os dados quantitativos da Tabela 22 não tornavam visível em escala individual que é o esgotamento argumentativo do código gênero. Os cinco primeiros enunciados pós-raiz sustentam o debate sobre a persistência do patriarcado dentro desse referencial, com argumentos que ora afirmam, ora negam a premissa original. A transição para o código NSA_sentido, nos comentários T77.5, T77.6 e T77.7, não indica que o tema mudou, e sim que os recursos argumentativos disponíveis dentro do código gênero foram consumidos. "Prove-me o contrário" (T77.5) e "ahhhh vá, eu lá tenho te provar nada rapá" (T77.6) não são posições de uma nova camada simbólica, são o avesso da posição anterior, agora desprovida de elaboração. O código NSA, nesse registro, funciona como marcador da quebra do campo argumentativo ainda que os sujeitos continuem endereçando uns aos outros, mas agora já não partilham sequer o enquadramento pelo qual a disputa poderia prosseguir. O comentário final, "O militante foi refutado KKKKK" (T77.8), retoma o código ideologia para nomear o adversário e encerrar o debate de maneira abrupta.

Quando se passa ao *thread* T37, nota-se a inversão da suposição que o dado quantitativo ameaça sugerir. O *thread* mais extenso dos cinco, com dez comentários, apresenta a menor dispersão de matriz, nesse fio de comentários o código gênero sustenta oito dos dez enunciados.

O desvio pelo código ideologia, no comentário T37.2, "Pára de falar bosta filho. Mulher tá sempre chorando e se fazendo de vítima da sociedade" (T37.2), é a única incursão pelo campo político, e não desdobra em réplica no mesmo registro. O código NSA_sentido, no T37.8, marca a concordância vaga que não elabora posição. O que o *thread* demonstra é que a extensão da conversa não implica diversificação dos referenciais já que o código gênero opera como campo de atração central e tende a reabsorver qualquer desvio e a sustentar a disputa dentro de seus próprios termos, mesmo quando os sujeitos comunicantes já não concordam sobre nenhuma premissa específica. Nota-se aqui que o campo do gênero se mantém não porque os sujeitos partilham o mesmo sentido, mas porque partilham o mesmo campo de disputa, o mesmo vocabulário pelo qual discordam.

Os dois movimentos analíticos, tomados em conjunto, descrevem a dinâmica interna do *thread* dentro do *corpus* robusto em suas duas dimensões constitutivas. A observação do alvo da enunciação mostrou que o endereçamento não se estabiliza e qualquer que seja o destinatário inaugural, o interlocutor tende a assumir o centro do fio desde os primeiros encadeamentos. A observação da matriz de sentido revela que o enquadramento simbólico opera por lógica distinta onde alguns referenciais, em particular a ideologia e o gênero, sustentam-se ao longo do fio com graus de fixação que nenhum alvo consegue manter. Outros, como a nostalgia, cedem rapidamente à recodificação dos interlocutores. A disputa, portanto, não é apenas sobre para quem se fala, mas sobre de que posição simbólica se fala, e é essa posição que determina se o *thread* se prolonga como confronto frontal, como deslocamento de quadro ou como esgotamento progressivo.

O escrutínio aos *threads* do *corpus* robusto, a partir das duas camadas analíticas: alvos da enunciação e matriz de sentido, expõe duas lógicas distintas que operam simultaneamente no fio. No eixo do alvo, observa-se deslocamento sistemático para a horizontalidade pois independentemente de onde o *thread* começa, o interlocutor torna-se o destinatário dominante a partir do segundo enunciado dado que nenhum dos cinco *threads* selecionados pelo critério preditivo preserva o alvo inaugural até o fim. No eixo da matriz, contudo, a dinâmica é regida por outro princípio. Alguns códigos, em particular o gênero e a ideologia, operam como campos de atração capazes de absorver desvios e sustentar a disputa dentro de seus próprios termos, ao passo que outros, como a nostalgia, cedem rapidamente à recodificação dos interlocutores. A disputa, portanto, não se constitui apenas como movimento de endereçamento, e sim como sustentação ou substituição de um quadro simbólico, e é dessa articulação entre os dois eixos que emerge a configuração específica de cada *thread* robusto.

Dito isso, os quatro movimentos que constituem a seção 5 podem agora ser lidos em sequência articulada. O mapeamento do endereçamento evidenciou que mais de metade dos comentários do *corpus* se dirige ao interlocutor, configurando uma configuração de disputa em que o filme opera como condensador simbólico e o confronto propriamente dito se trava entre os sujeitos comunicantes. A leitura das matrizes culturais demonstrou, na sequência, que essa disputa se organiza preponderantemente sob os códigos gênero e ideologia, repertórios que concentram a maior parte da rejeição registrada na codificação. O exame das estratégias interacionais mapeou as táticas pelas quais essas posições entram em colisão na superfície técnica da plataforma. A observação da dinâmica interna do *thread*, conduzida nesta subseção, retomou esses três achados em escala microanalítica, evidenciando como, no decorrer do fio, as três dimensões deixam de ser camadas paralelas e passam a operar como faces simultâneas de um mesmo gesto enunciativo. O endereçamento horizontal, o repertório simbólico convocado e a tática discursiva adotada são, no *thread* robusto, dimensões da tentativa de estabilizar momentaneamente o significado em um ambiente que, como mencionado por Van Dijck, Poell e De Waal (2018), é estruturalmente refratário a qualquer estabilização definitiva.

Lidos em conjunto, esses resultados respondem em registro empírico à pergunta que orientou toda a investigação, a de saber como se configuram as disputas de sentido nos comentários publicados pela audiência ao vídeo do canal Ei Nerd sobre o filme Barbie. A resposta que o *corpus* sustenta é que essas disputas não se configuram como debate sobre a obra cinematográfica, e sim como negociação contínua das posições enunciativas que os sujeitos comunicantes ocupam diante dela. O filme opera como pretexto, o canal opera como disparador, e o *thread* funciona como microcampo onde cultura, técnica e sujeito se articulam, no sentido que Martín-Barbero (2009) atribui à mediação. Gillespie (2018) oferece a chave complementar, ao evidenciar que o YouTube, como infraestrutura de visibilidade, não apenas hospeda essas disputas, mas as organiza segundo regimes que decidem o que ganha alcance e o que desaparece. Hall (2016) fornece o fundamento epistemológico, ao sustentar que o sentido não está depositado na obra, mas se produz na prática da representação, no encontro entre o que se diz e quem diz. O que esta seção evidencia, em síntese, é precisamente esse encontro em estado de operação, pois cada *thread* robusto é, ele próprio, uma instância miniaturizada da disputa contemporânea pelo sentido em ambientes plataformizados.

Articular esses achados aos objetivos específicos que orientaram a investigação e às implicações teóricas que daí decorrem é a tarefa que se inicia na Seção 6, na qual os resultados aqui apresentados são tensionados com a literatura mobilizada ao longo da dissertação, com os

limites do recorte adotado e com os desdobramentos investigativos que esta pesquisa, longe de encerrar, contribui para abrir.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS: POLÊMICO! ASSISTI BARBIE, O QUE EU ACHEI?

As considerações finais representam um momento de pausa e retomada. Não se trata de encerrar de forma rígida, mas de voltar ao caminho percorrido e reconhecer o que foi construído. É o espaço para revisitar as escolhas feitas, lembrar por que certos passos se mostraram necessários e compreender como cada etapa se conectou ao objetivo maior da pesquisa. Mais do que apresentar respostas fechadas, esta seção se dedica a demarcar o percurso, sublinhando o esforço de costurar teoria, método e objeto em uma mesma direção.

Também é aqui que se abre espaço para reconhecer limites e apontar possibilidades. Toda pesquisa é um recorte, e assumir essa condição é parte da honestidade científica. Ao mesmo tempo, o fechamento não significa esgotamento: ele pode ser visto como um convite a que novas perguntas sejam feitas e outros caminhos sejam explorados. Assim, as considerações finais não pretendem encerrar a discussão, mas situar este estudo em meio a um processo mais amplo, em que compreender comentários digitais e disputas de sentido segue sendo um campo aberto e necessário.

6.1 As disputas de sentido no Ei Nerd: dimensões discursiva, conflitiva e plataformizada

A pergunta que conduziu esta dissertação procurou compreender como se configuram as disputas de sentido nos comentários publicados pela audiência ao vídeo “Polêmico! Assisti Barbie – O que eu achei?”, do canal Ei Nerd, no YouTube. Respondê-la exige reunir, em um mesmo plano interpretativo, os quatro movimentos analíticos que estruturaram a seção anterior, não como inventário de resultados, mas como articulação capaz de sustentar uma resposta. A análise do corpus, composto por 4.102 comentários distribuídos em 547 threads, evidencia que tais disputas não se organizam em torno da obra cinematográfica em si, e sim em torno das posições enunciativas que os sujeitos comunicantes ocupam diante dela. O filme opera como pretexto, o canal opera como disparador, e a seção de comentários funciona como o microcampo onde cultura, técnica e sujeito se articulam, naquilo que Martín-Barbero (2009, p. 28) define como a passagem dos meios às mediações, isto é, o deslocamento que reposiciona a comunicação como “questão de mediações mais que de meios, questão de cultura e, portanto, não só de conhecimento, mas de reconhecimento”.

A primeira evidência que sustenta essa resposta diz respeito ao endereçamento dos comentários. O mapeamento do alvo da enunciação demonstrou que mais da metade dos enunciados não se dirige ao filme nem ao apresentador, mas ao próprio interlocutor, o que configura uma dinâmica de horizontalidade em que a audiência fala, antes de tudo, a si mesma. A obra opera como condensador simbólico em torno do qual se organiza uma trama de réplicas, e o confronto propriamente dito se realiza na fala entre pares. Esse achado encontra fundamento na formulação de Hall (2016, p. 25), para quem o sentido é compreendido como algo “a ser produzido – construído – em vez de simplesmente encontrado”, de modo que o significado da experiência fílmica não está depositado no vídeo, mas se constitui na prática da representação, no encontro entre o que se diz e quem o diz. A audiência do canal Ei Nerd não recusa o filme *Barbie* em sua materialidade narrativa, ela contesta, reforça e reposiciona enunciados de outros sujeitos a propósito do filme, o que desloca o eixo da disputa do objeto para a relação.

Tal horizontalidade não constitui anomalia da seção de comentários, mas traço estrutural do ambiente em que ela se inscreve. Burgess e Green (2009, p. 114) já haviam observado que, em “ambientes de cocriação como o YouTube”, os participantes atuam, “em graus variados, como audiências, produtores, editores, distribuidores e críticos”, condição que dissolve a fronteira clássica entre quem emite e quem recebe. O comentário, nesse registro, deixa de ser resposta terminal ao vídeo e passa a ser intervenção em uma conversa que se desenvolve à margem do conteúdo original. A audiência conectada, examinada na segunda seção a partir de Lopes (2014), Livingstone (2005) e Martino (2023), confirma-se aqui em sua dimensão empírica, pois os sujeitos comunicantes não se limitam a interpretar a obra, eles disputam, entre si, a legitimidade das interpretações em circulação.

A segunda evidência revela sob quais repertórios simbólicos essa disputa horizontal se organiza. A leitura da categoria matriz de sentido demonstrou que os códigos gênero e ideologia, somados, respondem por mais da metade dos comentários do corpus, e que é justamente neles que a rejeição se adensa e que o alvo da enunciação tende a deslizar do filme para o interlocutor. Quando o sujeito comunicante lê a obra pela chave da disputa de gênero ou pela disputa ideológica, ele raramente se detém na narrativa, pois logo se volta contra quem expressou uma percepção distinta. O deslocamento do alvo, figurado no mapa quantitativo, encontra nessa constatação sua explicação cultural. Não é a obra que organiza o conflito, são os repertórios que a audiência projeta sobre ela, comportamento coerente com a leitura de *Barbie* como superfície sobre a qual públicos diversos inscrevem expectativas concorrentes.

Canclini (2008, p. 34) oferece a formulação que encerra o raciocínio, ao lembrar que os textos e as imagens “vão existindo à medida que o leitor ou o sujeito os usa ou reinterpreta”.

Essa projeção de repertórios sobre a obra ganha densidade quando lida pela perspectiva do consumo simbólico. Rocha e Barros (2008, p. 192) sustentam que “a esfera da produção precisa ser revestida da dimensão simbólica que lhe confere sentido, e que o consumo é a arena onde, de fato, esse sentido ocorre.” A seção de comentários ao canal Ei Nerd configura-se como uma dessas arenas, na qual o filme *Barbie* é menos um produto a ser avaliado e mais um classificador de identidades e posições. Comentar não significa apenas opinar sobre a obra, significa demarcar de que lugar simbólico o sujeito comunicante fala e contra quais outros lugares ele se posiciona. A disputa de gênero e a disputa ideológica não são, nessa medida, temas entre outros, elas são os eixos em torno dos quais a audiência negocia pertencimento, demarca fronteiras e converte a apreciação de um filme em afirmação de visão de mundo.

A terceira evidência descreve a forma que esse conflito assume na superfície da conversa. O exame das estratégias interacionais demonstrou que a refutação e a proposição, táticas de natureza argumentativa, concentram a maior parte das ocorrências e superam o ataque direto mesmo no terreno mais inflamado do corpus. O dado contraria a expectativa de que a matriz mais polarizada, a de gênero, fosse dominada pela hostilidade pura, pois nela as táticas argumentativas, somadas, respondem por mais de seis em cada dez comentários. A resistência ao enquadramento do filme organiza-se, portanto, majoritariamente como posição a ser sustentada com razões, e não apenas como reação afetiva. Jenkins, Ford e Green (2022, p. 29) iluminam esse gesto ao observar que a circulação de um material convida “as pessoas a moldar o contexto do material conforme o compartilham”, de modo que refutar, propor e ironizar não constituem apenas resposta ao vídeo, mas reconfiguração ativa do contexto em que o filme circula.

O predomínio da refutação não se explica, contudo, apenas no plano discursivo, pois ele se enraíza na arquitetura técnica que hospeda e ordena a conversa. Cada réplica argumentada gera notificação, resposta e contrarresposta, de modo que prolonga a permanência dos sujeitos e alimenta a métrica de engajamento que a plataforma converte em visibilidade. Contudo, Gillespie (2018, p. 179), como já mencionado, afirma que as plataformas de mídia social envolvem “não apenas a promessa de visibilidade, mas também a ameaça da invisibilidade”. Essa ambivalência revela que a permanência nas redes é um jogo de constante vulnerabilidade em que ao mesmo tempo em que o algoritmo oferece o palco e o alcance, ele detém o poder de

silenciar vozes e apagar discursos com a mesma rapidez, transformando a relevância digital em um campo instável. Disputar sentido, nessas condições, é também disputar presença, pois quem argumenta, refuta e provoca luta, ao mesmo tempo, para não desaparecer no fluxo. A tática discursiva e a lógica infraestrutural convergem, e é nessa convergência que se materializa a zona de fricção descrita na segunda seção, em que o embate entre interlocutores não é somente o conteúdo do debate, mas também a matéria-prima que mantém o vídeo em circulação algorítmica.

A natureza dessa convergência não é, todavia, de mero condicionamento técnico sobre práticas passivas. Siles (2023, p. 183) adverte que examinar “a multiplicidade e a dualidade da datificação depende do reconhecimento adequado de como os usuários a implementam, tanto sustentando-a quanto modificando-a.” Os sujeitos comunicantes que ocupam a seção de comentários sustentam a datificação a cada enunciado publicado, e a modificam ao escolher a quem se dirigem, com que repertório simbólico operam e por meio de qual tática discursiva intervêm. Van Dijck, Poell e De Waal (2018) fornecem a moldura que torna essa ambivalência inteligível, ao definir a plataforma como arquitetura programável orientada à coleta, ao processamento e à monetização de dados, ambiente que, por isso mesmo, é estruturalmente refratário a qualquer estabilização definitiva do sentido. A disputa observada no corpus é, nessa medida, tanto produzida quanto absorvida pela infraestrutura que a abriga.

A quarta evidência reúne as três dimensões anteriores em escala microanalítica. A observação da dinâmica interna do thread demonstrou que, no decorrer do fio, o endereçamento, o repertório e a tática deixam de operar como camadas paralelas e passam a funcionar como faces simultâneas de um mesmo gesto enunciativo. Dois princípios distintos regem essa dinâmica. No eixo do alvo, verifica-se deslocamento sistemático para a horizontalidade, pois independentemente de onde o thread se inicia, o interlocutor torna-se o destinatário dominante a partir do segundo enunciado. No eixo da matriz de sentido, a dinâmica obedece a outra lógica, na qual alguns códigos, em particular o gênero e a ideologia, operam como campos de atração capazes de absorver desvios e sustentar a disputa dentro de seus próprios termos, enquanto outros, como a nostalgia, cedem rapidamente à recodificação dos interlocutores. A disputa não se constitui, portanto, apenas como movimento de endereçamento, e sim como sustentação ou substituição de um quadro simbólico.

Nesse sentido, cada *thread* evidencia que a disputa raramente se encerra pela persuasão, e sim pelo esgotamento progressivo do campo argumentativo, no qual a última palavra tende a

ser a mais simples e a mais redutora. O fio mais extenso não produz, em regra, o debate mais sofisticado, mas a maior dispersão de seus contornos. Esse desfecho ilustra o que Jenkins, Ford e Green (2022) descrevem como traço constitutivo da recepção contemporânea, ato em que o confronto se interrompe menos pela convergência de razões e mais pelo abandono da linguagem comum. O thread opera, assim, como instância miniaturizada da disputa contemporânea pelo sentido, na qual a tentativa de fixar o significado convive permanentemente com a possibilidade de sua substituição por outro quadro simbólico.

Lidas em conjunto, as quatro evidências respondem aos objetivos específicos que orientaram a investigação. O mapeamento e a categorização dos sentidos presentes nos comentários demonstraram que a audiência converte a apreciação do filme em disputa de posições. A análise dos processos de mediação evidenciou que o sentido não circula de modo neutro, mas se produz no entrelaçamento entre cultura, técnica e sujeito, conforme Lopes (2014, p. 71) sintetiza ao definir a mediação como “um espaço entre a cultura, a comunicação e a política que coloca em relação dialética as lógicas da produção e do consumo, os formatos industriais e as matrizes culturais”. A descrição das disputas e dos padrões de interação revelou que o YouTube, enquanto ambiente plataformizado, não apenas hospeda esses embates, mas os organiza segundo regimes que decidem o que ganha alcance e o que se dissolve. A discussão das implicações teóricas, por fim, sustenta que as disputas de sentido observadas não são desvio do funcionamento da plataforma, e sim expressão de seu modo próprio de operar.

O que esta pesquisa evidencia, em síntese, é um campo de articulação entre cultura, poder e sentido, no qual o filme é pretexto, o canal é disparador e a disputa real se trava entre os sujeitos que ocupam a seção de comentários. Reconhecer esse campo significa admitir que a comunicação digital contemporânea não se reduz à transmissão de conteúdos nem ao consumo de produtos culturais, pois ela se constitui como negociação permanente de posições enunciativas em infraestruturas que condicionam, sem determinar, os modos de apropriação. A audiência do canal Ei Nerd, ao disputar o sentido do filme Barbie, disputa também o direito de definir, diante de seus pares e diante da plataforma, de que lugar simbólico é legítimo falar. Compreender essa disputa não esgota o fenômeno, mas situa esta investigação no interior de uma agenda mais ampla, em que a interseção entre plataformização, práticas de audiência e produção de sentido permanece como terreno fértil para novas perguntas.

6.2 Os limites constitutivos da pesquisa: recortes operacionais e técnicos

Toda pesquisa se realiza dentro de fronteiras, e qualquer pesquisador que as reconhece não enfraquece o que afirmou, antes circunscreve com exatidão o terreno em que suas afirmações se sustentam. Dito isso, destaca-se que os achados reunidos na subseção anterior possuem validade para o objeto efetivamente observado, e não para a totalidade das práticas em comentários no YouTube. Demarcar essas fronteiras é parte integrante da pesquisa, a fim de consolidar os resultados. Afinal, é isso que torna explícito o alcance da análise realizada, por evidenciar onde a inferência é válida e a partir de que ponto ela deixa de ser. Lopes (2003, p. 155) recorda que o balanço de uma investigação “corresponde a uma exposição dos objetivos conseguidos e das possíveis contribuições para o avanço do conhecimento sobre o tema”, avanço esse que deve ser apontado nos planos teórico, metodológico, fatural e prático, e é nesse sob essa perspectiva que se discorre, a seguir, sobre os limites que conformam esta pesquisa.

O primeiro limite reside no recorte empírico. A análise se debruçou sobre um único vídeo, intitulado Polêmico! Assisti Barbie – O que eu achei? [Sem Spoilers], embora o próprio canal Ei Nerd tenha publicado mais de um material a respeito da obra. A escolha do vídeo que concentrava o maior volume de comentários respondeu a um critério de pertinência analítica, pois interessava o ambiente em que as disputas se tornavam visíveis em maior densidade, e não a cobertura exaustiva da produção do canal sobre o filme. Disso decorre, porém, que os sentidos mapeados refletem a conversação organizada em torno daquele enunciado específico, e que outros vídeos do mesmo canal poderiam mobilizar repertórios, alvos e táticas em proporções distintas. Acerca disso, Sampaio e Lycarião (2021, p. 76) afirma que o pesquisador “pelo propósito da pesquisa [...], muitas vezes precisa, descartar boa parte do material” para que se garanta, sobretudo, a condição de exequibilidade, e não omissão a ser suprida.

Soma-se a esse recorte um segundo limite, de natureza institucional. O canal Ei Nerd é um único canal dedicado à cultura pop, com repertório, comunidade e modo de endereçamento próprios. As regularidades observadas no comportamento da audiência guardam relação com esse perfil específico de canal e de público, razão pela qual não se devem projetar, sem mediação, sobre canais de outra natureza editorial.

Um terceiro limite diz respeito à temporalidade da coleta. O corpus foi congelado em 12 de março de 2025, o que fixou um estado empírico verificável dos dados e assegurou que oscilações posteriores na plataforma não alterassem o universo submetido à análise. Esse

congelamento, embora indispensável ao rigor da captura datada, implica que comentários acrescentados após a data de corte permanecem fora do alcance da investigação, assim como eventuais remoções operadas pela moderação ou pelos próprios autores depois desse marco. O retrato obtido é, portanto, o de um instante, e a conversação que se segue a ele segue operante para além do que se descreveu.

O limite a seguir é de ordem técnico-analítica e merece destaque. A ferramenta de coleta, YouTube Data Tools (YTDT), disponibilizou, além das tabelas de comentários, um arquivo de rede em formato GDF, capaz de sustentar a análise de redes sociais e a leitura dos grafos de interação entre perfis. Esta pesquisa, contudo, não tomou quem responde a quem como variável interpretativa, pois seu interesse recaiu sobre a estrutura de respostas como recurso de recomposição do corpus em threads, e não sobre a topologia das conexões entre os sujeitos. A opção é coerente com o problema formulado, que privilegia o sentido em disputa e não a morfologia da rede, mas convém admitir que uma camada possível de descrição permaneceu deliberadamente fora do escopo. A dimensão relacional dos threads foi lida, nesta dissertação, em seu plano discursivo, e não em seu plano estrutural-reticular.

Desse conjunto de recortes deriva um quinto limite, relativo ao alcance das generalizações. Os achados não autorizam inferências sobre a audiência geral do YouTube, nem sobre o comportamento de comentaristas em outras plataformas, pois o estudo se constituiu como caso situado e não como amostra representativa de um universo mais amplo.

Reconhecer esse alcance restrito não fragiliza o estudo, desde que se compreenda a lógica de validade que o orienta. Como investigação de um fenômeno contemporâneo em seu contexto de vida real, conforme a definição que Yin (2001) oferece para o estudo de caso, esta pesquisa não busca a generalização estatística que extrapola de uma amostra para uma população, e sim a articulação entre evidências e categorias capaz de iluminar o modo como as disputas de sentido se organizam. Yin (2016, p. 201) sustenta que a conclusão de um trabalho qualitativo se mede por outro critério:

Uma conclusão é algum tipo de declaração abrangente ou uma série de declarações que elevam os resultados de um estudo a um nível conceitual mais elevado ou conjunto mais amplo de ideias. Em um sentido, a conclusão captura o significado mais amplo de um estudo. O espírito de uma conclusão reside em conceitos como lições aprendidas e implicações da pesquisa (YIN, 2016, p. 201).

À luz desse critério, os limites enumerados operam como contraprova da validade dos achados, e não como subtração de seu valor. Cada fronteira reconhecida, o vídeo único, o canal

específico, a janela datada, a ausência da leitura reticular e a recusa da generalização estatística, delimita com precisão o que pôde ser afirmado e protege essas afirmações de extrapolações indevidas. Assim, longe de encerrar o fenômeno, a explicitação dos recortes prepara o terreno para os desdobramentos investigativos que a subseção seguinte passa a apontar.

6.3 Horizontes da escuta digital: agendas e desdobramentos investigativos

Toda resposta bem delimitada devolve perguntas novas. Esta foi a experiência desta pesquisa, pois cada regularidade que se firmou abriu, em sua borda, um território que o recorte não comportava percorrer. O que se esboça a seguir não corrige a análise, mas a prolonga, e o faz sob a perspectiva que Lopes (2003) atribui ao balanço de uma investigação, o de quem, ao alcançar um ponto, enxerga melhor os caminhos que dali se ramificam.

O primeiro desses caminhos nasce do próprio relógio da pesquisa. Fixar o corpus em uma data ofereceu rigor, mas o preço foi a imobilidade, pois descreveu-se a disputa como retrato, e não como filme. Uma seção de comentários, porém, respira no tempo, e o sentido que hoje parece sedimentado pode amanhã ser recodificado por quem chega depois. Daí o convite a estudos longitudinais de canais de cultura pop, capazes de observar o que acontece quando a obra envelhece e o vídeo perde o calor da estreia. Investigar o thread como processo, e não como instantâneo, é a única forma de saber se a horizontalidade do endereçamento resiste à passagem dos meses ou se ela é apenas o efeito de uma conversa ainda quente.

Há, em seguida, uma pergunta que o caso único não autoriza responder. O canal Ei Nerd se posiciona como um agente da cultura nerd e geek, e esse pertencimento, provavelmente, molda o repertório que sua comunidade aciona. Investigações que confrontem canais de pertencimento subcultural com canais que se anunciam como críticos especializados em análise fílmica poderiam separar o que na disputa pertence ao filme e o que pertence à voz que o comenta, distinção fértil que esta dissertação apenas tangenciou.

Da arquitetura, e não mais do canal, brota o terceiro horizonte. A disputa aqui descrita tem o formato do YouTube impresso nela, no fio que agrupa respostas, na notificação que provoca a réplica e na métrica que troca permanência por alcance. Cabe perguntar como esse mesmo embate se redesenharia sob outras estruturas técnicas, e a comparação entre o YouTube e ambientes como X, Vimeo, *Dailymotion* e Instagram revelaria o que nos achados é próprio da disputa de sentido e o que é, na verdade, assinatura de uma plataforma. Comparar

plataformas, lembram Van Dijck, Poell e De Waal (2018), é comparar regimes distintos pelos quais o sentido é, em cada uma, ao mesmo tempo produzido e capturado.

O quarto horizonte resgata uma camada que a subseção anterior reconheceu ter deixado de lado por opção. O arquivo de rede gerado na coleta sustenta a leitura dos grafos de interação entre perfis, terreno da análise de redes sociais que aqui não se converteu em variável interpretativa. Recuero (2009) demonstra que as trocas em rede permanecem registradas e, por isso mesmo, observáveis em sua topologia, o que abre a possibilidade de cruzar a leitura discursiva do *thread*, conduzida nesta pesquisa, com a leitura estrutural da rede de respostas. Verificar se quem domina a disputa simbólica coincide com quem ocupa o centro do grafo é uma agenda disponível para escrutínio.

Esta pesquisa estudou o que ficou visível na seção de comentários, mas a visibilidade não é dádiva neutra, e sim decisão de regimes que escolhem o que alcança circulação e o que se apaga. A moderação algorítmica hierarquiza e por vezes silencia enunciados antes que cheguem ao olhar do pesquisador, de modo que se trabalhou sobre o que sobreviveu ao filtro, não sobre o filtro. Investigar essa camada, com abordagens que somem a abordagem qualitativa ao alcance quantitativo, é tarefa que o campo pode explorar, pois Gillespie (2018) já enfatizou em seus preceitos o ato em que a visibilidade e a invisibilidade se tornam opacas a pesquisadores e até mesmo intangíveis a usuários comuns.

Aqui, porém, cabe um alerta que esta dissertação deseja deixar como herança. É tentador, diante do poder das plataformas, desenhar pesquisas que olhem apenas para a estrutura, para o algoritmo, para os interesses econômicos de quem detém esses espaços. Tais assimetrias são reais e merecem escrutínio, mas reduzir a disputa de sentido à engenharia que a abriga seria perder de vista quem a mantém viva. Foram os sujeitos comunicantes que, a cada comentário, alimentaram a máquina que os condiciona, e foi a escolha deles, sobre a quem falar, com que repertório e por qual tática, que produziu tudo o que aqui se descreveu. Reconhecer que o algoritmo atravessa e condiciona não equivale a admitir que ele oblitera o sujeito, e Siles (2023) sustenta justamente que a datificação se faz no modo como os próprios sujeitos a implementam, sustentando-a e modificando-a a um só tempo.

Winques e Longhi (2022) nomeiam esse deslocamento ao propor que a passagem dos meios às mediações, pensada por Martín-Barbero para outro regime técnico, hoje pede que se inclua a camada algorítmica como mediadora de pleno direito. O desafio das pesquisas que

virão será sustentar essa atualização sem dissolver o sujeito na infraestrutura, e é dessa tensão que o campo extrairá suas perguntas mais vivas.

Encerra-se, então, este percurso, sem que se encerre o que ele buscou compreender. A audiência do Ei Nerd segue disputando, para além do corpus congelado, o direito de dizer de que lugar é legítimo falar diante de seus pares e diante da plataforma. As disputas não pararam, os regimes de visibilidade não cessaram de se reorganizar, e as perguntas que aqui não couberam permanecem à mão de quem quiser formulá-las. Esta investigação ofereceu uma resposta situada a uma pergunta delimitada, e seu valor não está em fechar o debate, mas em mostrar, com o rigor que o objeto pede, que vale a pena continuá-lo. O campo permanece aberto, e é nessa abertura que mora o convite.

REFERÊNCIAS

ALLOCCA, Kevin. *Videocracy: How YouTube is changing the world*. New York: Bloomsbury USA, 2018.

ALPHABET INC. 2025 Q3 earnings call. Alphabet Investor Relations, 29 out. 2025. Disponível em: https://abc.xyz/investor/events/event-details/2025/2025-Q3-Earnings-Call-2025-4OI4Bac_Q9/default.aspx. Acesso em: 25 dez. 2025.

AMARAL, Adriana. Cultura pop digital brasileira: em busca de rastros político-identitários em redes. *Revista Eco Pós*, v. 19, n. 03, 2016. AMARAL, Adriana;

ARRIAGADA, Eduardo. *Tsunami digital: el nuevo poder de las audiencias*. 1. ed. Santiago do Chile: Editora Epublibre, 2013.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2002.

BARICHELO, Eugênia Mariano da Rocha; RUBLESCKI, Anelise (org.). Pesquisa em comunicação: olhares e abordagens. Santa Maria: Facos-UFSM, 2014.

BAUMAN, Zygmunt. Modernidade líquida. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAYM, Nancy. *Personal connections in the digital age*. Cambridge: Polity Press, 2010.

BONIN, Jiani Adriana. Processos e percursos de construção de pesquisas em recepção: algumas reflexões epistêmico-metodológicas. *Conexão – Comunicação e Cultura*, Caxias do Sul, v.17, p.13-25, 2018.

BONIN, Jiani Adriana. Explorações sobre práticas metodológicas na pesquisa em comunicação. In: _____. *Pesquisa em comunicação*. São Leopoldo: Unisinos, 2008. p. 121-127

BOWLER, Hannah. *The brand boss behind Barbie's comeback opens up the Mattel playbook*. The Drum, Londres, 2023. Disponível em: <https://www.thedrum.com/news/the-brand-boss-behind-barbie-s-comeback-opens-up-the-mattel-playbook>. Acesso em: nov. 2024.

BOX OFFICE MOJO. Avatar (2009) – Total Lifetime Grosses. Disponível em: https://www.boxofficemojo.com/title/tt0499549/?ref=bo_se_r_1. Acesso em: nov. 2024.

BOX OFFICE MOJO. Barbie (2023) – Total Lifetime Grosses. Disponível em: <https://www.boxofficemojo.com/title/tt1517268/>. Acesso em: nov. 2024.

BOX OFFICE MOJO. Coringa (2019) – Total Lifetime Grosses. Disponível em: https://www.boxofficemojo.com/title/tt7286456/?ref=bo_se_r_1. Acesso em: nov. 2024.

BOX OFFICE MOJO. Homem-Aranha: Sem Volta para Casa (2021) – Total Lifetime Grosses. Disponível em: https://www.boxofficemojo.com/title/tt10872600/?ref=bo_se_r_10. Acesso em: nov. 2024.

BOX OFFICE MOJO. Pantera Negra (2018) – Total Lifetime Grosses. Disponível em: https://www.boxofficemojo.com/title/tt1825683/?ref=bo_se_r_1. Acesso em: nov. 2024.

BOX OFFICE MOJO. Vingadores: Ultimato (2019) – Total Lifetime Grosses. Disponível em: https://www.boxofficemojo.com/title/tt4154796/?ref=bo_se_r_4. Acesso em: nov. 2024.

BRUNS, Axel. *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: from production to produsage*. New York: Peter Lang Publishing, 2008.

BUCHER, Taina. *If... Then: algorithmic power and politics*. New York: Oxford University Press, 2018.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. *YouTube e a revolução digital – Como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade*. Tradução de: Ricardo Giassetti. São Paulo: Aleph, 2009.

CANCLINI, Néstor García. *Leitores, espectadores e internautas*. Tradução de: Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras, 2008.

CASQUI, Vander. Do mundo do trabalho à retórica do consumo: um estudo das representações do trabalho na publicidade contemporânea. In: BACCEGA, Maria Aparecida (org.). *Comunicação e culturas do consumo*. São Paulo: Atlas, 2008. p. 203-215.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 6. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

CASTELLS, Manuel. *Communication Power*. New York: Oxford University Press Inc, 2009.

CHAPPEL, Marie-Claire. *Why is Barbie so controversial? How ever-changing standards for women have affected the famous doll*. Harper's Bazaar, Inglaterra, 2023. Disponível em: <https://www.harpersbazaar.com/uk/culture/a44516323/barbie-controversial-figure/>. Acesso em: nov. 2024.

CHIZZOTTI, Antonio. *Pesquisa em ciências humanas e sociais*. 12. ed. São Paulo: Cortez, 2018.

COLLINS, Leah. *Think pink, think Barbie? How the doll changed the way we think about colour*. CBC Arts, 2023. Disponível em: <https://www.cbc.ca/arts/think-pink-think-barbie-barbiecore-history-1.6911179>. Acesso em: nov. 2024.

COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. *The mediated construction of reality*. Cambridge: Polity Press, 2017.

ELLISON, N. B.; BOYD, D. *Sociality through Social Network Sites*. In DUTTON, W. H. (Org.) *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Oxford University Press, 2013. P. 151-172

GERBER, Robin. *Barbie e o império da Mattel: como a criadora da boneca mais famosa do mundo construiu um legado*. Tradução de: Alda Lima. Rio de Janeiro: HarperCollins Brasil, 2023.

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GILLESPIE, Tarleton. *Custodians of the internet: platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. New Haven: Yale University Press, 2018.

GILLESPIE, Tarleton. *The relevance of algorithms*. In: GILLESPIE, T.; BOCZKOWSKI, P. J.; FOOT, K. A. (orgs.). *Media technologies*, 2013.

GOLNARI, Golshan; LI, Yanhua; ZHANG, Zhi-Li. What Drives the Growth of YouTube? Measuring and Analyzing the Evolution Dynamics of YouTube Video Uploads. In: *Proceedings of the 22nd International Conference on World Wide Web Companion*. New York: ACM, 2013. p. 923-928.

HALL, Stuart. *Cultura e representação*. Tradução: Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: Apicuri, 2016.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Tradução de: Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. 12. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2020.

HAN, Byung-Chul. *Sociedade da transparência*. Petrópolis: Vozes, 2017.

HAN, Byung-Chul. *Infocracia: digitalização e a crise da democracia*. Petrópolis: Vozes, 2022.

HEPP, Andreas. *As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa da mediação na era da mediação de tudo*. Revista MATRIZES, v. 8, n. 1, p. 45-64, 2014.

IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: Características adicionais do mercado de trabalho: Trabalho por conta própria em plataformas digitais 2022. Rio de Janeiro: IBGE, 2023. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2102035>. Acesso em: dez. 2024.

INTERNET ARCHIVE. Página inicial do YouTube. 22 jun. 2005. Wayback Machine. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20050623004326/http://www.youtube.com/>. Acesso em: nov. 2024.

INTERNET ARCHIVE. Página inicial do YouTube. 18 jul. 2006. Wayback Machine. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20061111083020/http://www3.youtube.com/>. Acesso em: nov. 2024.

JAVAID, Maham. *Barbie's 'pornographic' origin story, as told by historians*. The Washington Post, 25 maio 2023. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/lifestyle/2023/05/25/barbie-trailer-creator-pornographic-origin-doll/>. Acesso em: nov. 2024.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. *Cultura da conexão*. Tradução de: Patricia Arnaud. 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2022.

KANTAR IBOPE MEDIA. Inside Video Brasil 2024. 2024. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/inside-video-brasil-2024/>. Acesso em: nov. 2024.

KINGSON, Jennifer A. *Barbie's sociocultural meaning in 2023*. *Axios*, 26 jun. 2023. Disponível em: <https://www.axios.com/2023/06/26/barbie-movie-gerwig-robbie-mattel-pink>. Acesso em: nov. 2024.

LEMO, André; JOSGRILBERG, Fabio (org.). *Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil*. Salvador: EDUFBA, 2009.

LESSIG, Lawrence. *Remix: making art and commerce thrive in the hybrid economy*. London: Penguin Books, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. *A tela global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna*. Tradução de: Paulo Neves. Porto Alegre: Sulina, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. *Os tempos hipermodernos*. Tradução de: Mário Vilela. São Paulo: Barcarolla, 2004.

LIVINGSTONE, Sonia. *Audiences and publics: when cultural engagement matters for the public sphere*. Bristol: Intellect Books, 2005.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Pesquisa em comunicação*. 7. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Mediação e recepção: Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação*. *MATRIZES*, v. 08, p. 65-80, 2014.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Jesús Martín-Babero e os mapas essenciais para compreender a comunicação*. *Intexto*, n. 43, p. 14-23, 2018.

MALDONADO, Alberto Efendy. *Produtos midiáticos, estratégias, recepção: a perspectiva transmetodológica*. *Ciberlegenda*, Rio de Janeiro, n. 9, p. 1-15, 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

MARTINO, Luís Mauro Sá. *Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes, redes*. Petrópolis: Vozes, 2014.

MATOS, Heloiza. *Capital social e comunicação: interfaces e articulações*. São Paulo: Summus, 2009.

MATOS, Ludimila Santos. *O YouTube não liga pra gente: agenciamentos sociotécnicos na percepção de criadores de conteúdo brasileiros para o YouTube*. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2020.

PARAGUAI, Luisa. *Interfaces multisensoriais: espacialidades híbridas do corpoespaço*. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, n. 37, p. 54-60, 2008.

RECUERO, Raquel. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RÉGIS, Fátima. Tecnologias de comunicação, entretenimento e competências cognitivas na cibercultura. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, n.37, p. 32-37, 2008.

RIEDER, Bernhard; BORRA, Erik; COROMINA, Òscar; MATAMOROS-FERNÁNDEZ, Ariadna. Making a Living in the Creator Economy: A Large-Scale Study of Linking on YouTube. *Social Media + Society*, [s. l.], v. 9, n. 2, p. 1-20, abr./jun. 2023. DOI: 10.1177/20563051231180628.

ROCHA, Anderson Alves da; VARGAS, Herom. *Da cultura de massa ao pop: definições e histórico da cultura pop*. *Revista Comunicação Midiática*, v. 16, n. 1, p. 35-45, 2021.

ROCHA, Everardo; BARROS, Carla. Entre mundos distintos: notas sobre comunicação e consumo em um grupo social. In: BACCEGA, Maria Aparecida (org.). *Comunicação e culturas do consumo*. São Paulo: Atlas, 2008. p. 186-202.

SAMPAIO, Rafael Cardoso; LYCARIÃO, Diógenes. *Análise de conteúdo categorial: manual de aplicação*. Brasília: Enap, 2021.

SANTAELLA, Lucia. *Humanos hiper-híbridos: linguagens e cultura na segunda era da internet*. São Paulo: Paulus, 2021.

SILES, Ignácio. *Living with algorithms – Agency and culture in Costa Rica*. London: The MIT Press, 2023.

SILVA, Ronei Teodoro da. Configuração das mediações na internet: fluxo comunicacional das críticas de filmes publicadas no YouTube. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

SILVERSTONE, Roger. *Media and morality: on the rise of the mediapolis*. Massachusetts: Polity Press, 2007.

SINGLETERY, Michelle. *How Barbie primed us for a life of conspicuous consumption*. The Washington Post, 19 jul. 2023. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/business/2023/07/19/barbie-icon-consumption/>. Acesso em: nov. 2024.

SRNICEK, Nick. *Capitalismo de plataformas*. Tradução de Aldo Giacometti. Argentina: Caja Negra, 2018.

STONE, Laurel. *Barbie and Feminism: Our Readers' Views*. Lazy Women, 31 jul. 2023. Disponível em: <https://lazywomen.com/barbie-and-feminism-our-readers-views/>. Acesso em: nov. 2024.

TAMKIN, Emily. *A Cultural History of Barbie: Loved and loathed, the toy stirs fresh controversy at age 64*. *Smithsonian Magazine*, jun. 2023. Disponível em: <https://www.smithsonianmag.com/arts-culture/cultural-history-barbie-180982115/>. Acesso em: nov. 2024.

THE GUARDIAN. *Greta Gerwig makes history as Barbie has biggest opening weekend for film directed by a woman*. The Guardian, 23 jul. 2023. Disponível em:

<https://www.theguardian.com/film/2023/jul/24/barbie-movie-box-office-greta-gerwig-records-highest-grossing-woman>. Acesso em: nov. 2024.

TOALDO, Mariângela; JACKS, Nilda. *Consumo midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção*. GT Recepção; processos de interpretação, uso e consumo midiáticos – XXII Compós, Salvador, 2013.

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Repositório institucional. Brasília, DF, [2025]. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/browse?type=ppg&order=ASC&rpp=20&value=Programa+de+P%C3%B3s-Gradua%C3%A7%C3%A3o+em+Comunica%C3%A7%C3%A3o>. Acesso em: mar. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS. Faculdade de Informação e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Dissertações. Goiânia, [2025]. Disponível em: <https://ppgcom.fic.ufg.br/p/20244-dissertacoes>. Acesso em: mar. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Dissertações. Cuiabá, [2025]. Disponível em: <https://ppgcomufmt.com.br/dissertacoes-2/>. Acesso em: mar. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Trabalhos defendidos. Campo Grande, [2025]. Disponível em: <https://posgraduacao.ufms.br/portal/trabalhos/index/151>. Acesso em: mar. 2025.

VAN DIJCK, José. *The culture of connectivity: a critical history of social media*. New York: Oxford University Press, 2013.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. *The platform society: public values in a connective world*. New York: Oxford University Press, 2018.
WAKEMAN, Gregory. *How the First Black Barbie Was Born: A new documentary tells the story of Black Barbie, and why she has meant so much to so many*. Smithsonian Magazine, 21 jun. 2024. Disponível em: <https://www.smithsonianmag.com/smithsonian-institution/how-the-first-black-barbie-was-born-180984587/>. Acesso em: nov. 2024.

WE ARE SOCIAL; MELTWATER. Digital 2025: Brazil. 2025. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-brazil>. Acesso em: nov. 2024.

WINQUES, Kerley; LONGHI, Raquel Ritter. Dos meios às mediações algorítmicas: Mediação, recepção e consumo em plataformas digitais. Revista Matrizes, v. 16, n. 2, p. 151-172, 2022.

WOO, Benjamin. *Getting a Life: The Social Worlds of Geek Culture*. Montreal: McGill-Queen's University Press, 2018.

YIN, Robert K. *Pesquisa qualitativa: do início ao fim*. Porto Alegre: Penso, 2016.

YIN, Robert K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Tradução de Daniel Grassi. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

YOUTUBE. Relatório de Cultura e Tendências: 20th Aniversário – Uma revolução do entretenimento em construção há 20 anos. [S.l.]: YouTube, 2025. Disponível em: <https://blog.youtube/intl/pt-br/culture-and-trends/trends-report-20-anos/>. Acesso em: mar. 2025.

YOUTUBE. Relatório de Cultura e Tendências: A transformação dos fãs - fandom: de consumidores a criadores (com seus próprios seguidores). [S.l.]: YouTube, 2024. Disponível em: https://services.google.com/fh/files/blogs/youtube_brasil_trends_report.pdf. Acesso em: dez. 2024.

YOUTUBE. Relatório de Cultura e Tendências: YouTube vibes – As novas fronteiras do esporte na América. [S.l.]: YouTube, 2024. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/estrategias-de-marketing/video/youtube-vibes-esportes/>. Acesso em: dez. 2024.

YOUTUBE. About YouTube. [S.l.]. Disponível em: <https://about.youtube/>. Acesso em: dez. 2024.

YOUTUBE. Como o YouTube funciona. [S.l.]. Disponível em: https://www.youtube.com/intl/ALL_br/howyoutubeworks/. Acesso em: dez. 2024.

YOUTUBE. Content ID and Fair Use. YouTube Official Blog. [S.l.]. Disponível em: https://support.google.com/youtube/topic/2676339?hl=en&ref_topic=6151248&sjid=16690527866969726469-SA. Acesso em: dez. 2024.

YOUTUBE. Políticas do YouTube. [S.l.]. Disponível em: https://support.google.com/youtube/topic/2803176?hl=pt&ref_topic=6151248. Acesso em: dez. 2024.

YOUTUBE. Regras da Comunidade do YouTube. [S.l.]. Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/9288567?hl=pt-BR>. Acesso em: dez. 2024.

APÊNDICE A – MANUAL DE CODIFICAÇÃO DA ANÁLISE DE CONTEÚDO

Instruções gerais para classificação do *corpus*

Este Manual constitui o instrumento técnico definitivo e exaustivo desta pesquisa. Sua aplicação visa transformar o conteúdo fluido e polissêmico dos comentários em dados analiticamente estáveis, garantindo a reprodutibilidade por qualquer pesquisador independente. O codificador deve seguir estritamente as definições operacionais aqui contidas, abstendo-se de impressões subjetivas e atendo-se prioritariamente ao conteúdo manifesto. Inferências sobre conteúdo latente são admitidas desde que ancoradas em fragmento textual explícito do comentário.

A unidade de registro (o fragmento que recebe o código) é o comentário individual completo. Contudo, para a atribuição correta, é obrigatória a leitura da unidade de contexto (o *thread* conversacional está identificado na coluna *Thread_n*), assegurando que o comentário seja compreendido na dinâmica interacional em que foi gerado. Comentários compostos exclusivamente por reações imagéticas são deliberadamente excluídos da codificação por insuficiência de conteúdo textual analisável.

Quadro 1 - LdC _ Mediações e disputas de sentido no YouTube _ Alvo da enunciação

Categoria: alvo da enunciação	
Ancoragem teórica	Fundamenta-se na Teoria das Mediações (MARTÍN-BARBERO, 2009) e nos estudos de Plataformização (VAN DIJCK, 2013; VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018), articulados à perspectiva da representação como prática produtiva (HALL, 2016). Em infraestruturas digitais conectadas como o YouTube, a recepção abandona a linearidade do modelo informacional e materializa-se como prática interacional situada. Por conseguinte, a enunciação no comentário não possui um destinatário fixo: o sujeito comunicante pode endereçar sua manifestação à obra cultural consumida, à instância mediadora ou disputar sentido horizontalmente com outros membros da audiência. Essa multiplicidade de endereçamentos exige a identificação precisa do polo focal que ancora o ato enunciativo.
Definição operacional	Identifica a entidade específica seja sujeito, obra, personalidades, sociedade e outros para a qual o usuário constrói o núcleo estruturante da sua mensagem.
Sistema de códigos (Alvo da enunciação)	

Categoria: alvo da enunciação	
Código	Filme
Descrição	O eixo central do comentário recai sobre a obra cinematográfica Barbie (2023).
Critérios de inclusão	Aplicar quando o comentário avalia elementos constitutivos da obra cinematográfica, incluindo roteiro, direção, elenco, construção de personagens, trilha sonora, figurino, cenário, efeitos visuais ou a mensagem social, temática e narrativa do longa-metragem.
Critérios de exclusão	Não aplicar quando o filme for citado apenas como pretexto para avaliar o caráter de um interlocutor, a postura do apresentador ou o desempenho do canal enquanto instância mediadora.
Exemplo prototípico	“O Ken é literalmente um boneco criado SÓ pra ser namorado dela akaka tú queria oq? [...]” (T128.18)
Código	Canal
Descrição	O eixo central recai sobre a instância mediadora, compreendendo o canal Ei Nerd enquanto veículo, o vídeo em análise ou a figura pública do apresentador.
Critérios de inclusão	Quando o comentário avalia o canal enquanto veículo de comunicação, o vídeo publicado em suas dimensões de produção e edição, ou a figura pública do apresentador Peter Jordan, suas opiniões, postura, credibilidade ou estilo comunicativo.
Critérios de exclusão	Não aplicar quando a menção ao canal ou ao apresentador funcionar como argumento de autoridade subordinado à avaliação do filme, sendo o alvo central da enunciação a própria obra cinematográfica.
Exemplo prototípico	“Se o Peter falou tá dizido” (T170.10)
Código	Interlocutor
Descrição	O eixo central recai sobre o endereçamento horizontal a outro usuário.
Critérios de inclusão	Aplicar quando o comentário é dirigido manifestamente a outro usuário específico dentro da seção de comentários, seja para

Categoria: alvo da enunciação	
	concordar, discordar, debater, ofender ou expressar solidariedade e adesão afetiva direta.
Crítérios de exclusão	Não aplicar quando o comentário, mesmo que reativo, dirigir sua enunciação de forma difusa a um grupo, à audiência em geral ou à sociedade.
Exemplo prototípico	“amiga meu comentário se fez desnecessário quando o seu, alguém com sabedoria e que não é alienada é difícil hoje em dia, parabéns.” (T128.16)
Código	Público
Descrição	A enunciação é direcionada de forma difusa a uma coletividade, audiência, grupo de espectadores ou sociedade, sem que o polo focal seja um usuário individualmente identificável.
Crítérios de inclusão	Aplicar quando o comentário julga, interpela ou avalia grupos de espectadores, comunidades de fãs, segmentos sociais ou a sociedade de forma ampla.
Crítérios de exclusão	Não aplicar quando o endereçamento, ainda que use linguagem coletiva, for direcionado a um usuário específico e identificável na seção de comentários.
Exemplo prototípico	“[usuário anonimizado] Olha, eu nem me surpreendo. O pessoal no Brasil não se liga na classificação do filme e depois quer reclamar.” (T232.5)
Código	Objeto cultural externo
Descrição	O eixo central da enunciação recai sobre obra, personagem, franquia, brinquedo, marca cultural ou produto midiático que não pertence diretamente ao filme Barbie (2023).
Crítérios de inclusão	Aplicar quando o comentário toma outro objeto cultural como alvo principal da enunciação. Incluem-se casos em que o usuário: expressa desejo por filme, adaptação ou produto futuro; formula avaliação direta sobre outra franquia, personagem ou marca; ou mobiliza outro objeto cultural como contraponto central, de modo

Categoria: alvo da enunciação	
	que a referência externa estrutura o núcleo argumentativo da mensagem.
Crítérios de exclusão	Não aplicar quando a obra, personagem ou franquia externa for mencionada apenas de passagem, como comparação acessória ou recurso argumentativo subordinado à avaliação de outro alvo.
Exemplo prototípico	“Minha sincera opinião. As mulheres e meninas já tiveram a sua chance. Agora, esperemos pelo o filme só MAX STEEL, kkkkkk, que seja foda. Brincava para um caramba de Max Steel.” (T100)
Código	Outros _ alvo
Descrição	Aplicar exclusivamente quando existe um alvo da enunciação que seja alheio ao escopo previamente mapeado e não apresenta recorrência suficiente capaz de consolidar um novo código.
Exemplo prototípico	Por definição, este código não possui exemplo prototípico fixo. Sua ativação sinaliza um alvo empiricamente inédito e deve ser reportada para avaliação de expansão do instrumento.
Código	Não se aplica _ (NSA) alvo
Descrição	Aplicar estritamente perante a ausência total de um alvo identificável, tais como: spam e reações imagéticas como emojis sem a marcação @usuário anonimizado.
Exemplo prototípico	“😂😂😂😂” (T140.1)
Regras de decisão	Em unidades de codificação que apresentem múltiplos alvos simultâneos, o codificador deve identificar o polo focal preponderante que estrutura o eixo central e ocupa a maior extensão da argumentação textual. Diante disso, se estabelece as seguintes fronteiras: (Filme / Interlocutor): se o filme for citado apenas como pretexto para avaliar o caráter ou a opinião de outro usuário, o alvo é Interlocutor. Se a menção ao interlocutor servir apenas para reforçar uma avaliação da obra, o alvo é Filme. (Canal / Filme): se a menção ao apresentador ou ao canal servir como argumento de autoridade para avaliar o filme, o alvo é Filme.

Categoria: alvo da enunciação	
	Se a avaliação recair sobre a postura, opinião ou credibilidade do apresentador, o alvo é Canal. (Interlocutor / Público): se o endereçamento, ainda que use linguagem coletiva, for dirigido a um usuário específico e identificável na seção de comentários, o alvo é Interlocutor. Se a enunciação for difusa, sem polo focal individualizável, o alvo é Público. (Filme / Objeto cultural externo): se outra obra ou franquia for mencionada apenas como comparação acessória para avaliar Barbie, o alvo é Filme. Se a referência externa passar a organizar o núcleo argumentativo da mensagem, deslocando Barbie a posição secundária, o alvo é Objeto cultural externo. A presença da marcação [<i>usuário anonimizado</i>] no início de um comentário constitui condição necessária, mas não suficiente, para a atribuição do código Interlocutor. No YouTube, a função de resposta e citação de perfil opera como <i>affordance</i> técnica da plataforma (VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018), que possibilita notificar outro usuário sem que este constitua, necessariamente, o polo focal da enunciação. O codificador deve, portanto, distinguir entre dois usos funcionalmente distintos dessa marcação: (a) o endereçamento substantivo, em que o núcleo argumentativo do comentário se organiza em torno do posicionamento do usuário citado, caso em que o código é Interlocutor; e (b) o endereçamento protocolar, em que a marcação funciona apenas como referência técnica para situar a réplica na arquitetura conversacional do <i>thread</i>, enquanto o eixo central da enunciação recai sobre o Filme, o Público, o Canal ou outro polo identificável, caso em que o código deve ser atribuído conforme o alvo da argumentação.

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Quadro 2 - LdC Mediações e disputas de sentido no YouTube Posicionamento valorativo

Categoria: Posicionamento valorativo	
Ancoragem teórica	Fundamenta-se nos processos de decodificação e negociação de sentidos (HALL, 2016), articulados à concepção de recepção como campo de disputas simbólicas (MARTÍN-BARBERO, 2009; LOPES, 2014) e à noção de audiência produtiva em ambientes digitais (MARTINO, 2014). Em contextos plataformizados, gestos cotidianos como comentar e avaliar tornam publicamente observável a valência atitudinal da audiência diante dos objetos culturais consumidos. Esta categoria analisa a polaridade dessa valência, identificando os regimes de aprovação, rejeição,

Categoria: Posicionamento valorativo	
	ambivalência ou imparcialidade que os sujeitos constroem em relação ao alvo da enunciação.
Definição operacional	Identifica a polaridade valorativa que o sujeito constrói e torna publicamente observável ao comentar e expressar aprovação, rejeição, ambivalência ou imparcialidade em relação ao alvo da enunciação.
Sistema de códigos (Posicionamento valorativo)	
Código	Favorável
Descrição	Expressão clara de apoio, elogio ou defesa.
Critérios de inclusão	Aplicar quando o comentário expressar, de forma direta e manifesta, apoio, elogio, concordância, validação positiva ou defesa do alvo.
Critérios de exclusão	Não aplicar quando o elogio ou a aprovação aparente for carregado de ironia identificável por marcadores textuais explícitos.
Exemplo prototípico	“O combinado foi: se o einerd comentar sobre o filme da Barbie o maridão iria comigo! Obrigada, cara. Obrigada! 🧑🏻👉🏻” (T170)
Código	Desfavorável
Descrição	Expressão clara de crítica negativa, rejeição à argumentação entre outras desqualificações.
Critérios de inclusão	Aplicar quando o comentário expressar, de forma direta e manifesta, rejeição, crítica negativa, discordância, desqualificação ou repúdio em relação ao alvo, independentemente da intensidade da manifestação.
Critérios de exclusão	Não aplicar quando a crítica negativa coexistir de forma equilibrada e inseparável com elementos de aprovação direcionados ao mesmo alvo.
Exemplo prototípico	“Filme ruim e assim msm!” (T499.15)
Código	Misto

Categoria: Posicionamento valorativo	
Descrição	Avaliação em que aprovação e rejeição coexistem de forma equilibrada em relação ao mesmo alvo.
Critérios de inclusão	Aplicar quando o comentário contiver, simultaneamente, elementos de aprovação e de rejeição, sem que uma polaridade anule ou subordine a outra.
Critérios de exclusão	Não aplicar quando o comentário não contiver elementos simultâneos de aprovação e rejeição em simetria.
Exemplo prototípico	“Barbie está mostrando que aquele lema de "quem lacra não lucra" é meio relativo, tudo depende de como o marketing é feito. Se a Disney está emplacando fracasso atrás de fracasso tocando em temas espinhosos (de forma superficial até), a Warner com um filme com discursos bem escancarados está conseguindo um dos maiores fenômenos de manada que eu já vi.” (T241)
Código	Neutro
Descrição	Postura imparcial, informativa ou puramente descritiva em relação ao alvo.
Critérios de inclusão	Aplicar quando o comentário constatar fatos, descrever características ou fornecer informações sobre o alvo sem expressar, de forma manifesta, aprovação ou rejeição.
Critérios de exclusão	Não aplicar quando o comentário, ainda que formalmente descritivo, contiver construção semântica que revele tendência ou viés valorativo em relação ao alvo.
Exemplo prototípico	“A classificação indicativa do filme é 12 anos; não é pra criança. Se eu não me engano, a própria diretora do filme disse que não é um filme pra criança 😊” (T316)
Código	Outros _ valorativo
Descrição	Aplicar exclusivamente quando o comentário expressar uma polaridade valorativa identificável fora do escopo dos códigos delineados e não apresente recorrência suficiente capaz de consolidar um novo código.

Categoria: Posicionamento valorativo	
Exemplo prototípico	Por definição, este código não possui exemplo prototípico fixo. Sua ativação sinaliza uma polaridade valorativa empiricamente inédita e deve ser reportada para avaliação de expansão do instrumento.
Código	Não se aplica – NSA _ valorativo
Descrição	Aplicar estritamente quando o comentário não emitir qualquer polaridade valorativa identificável como marcações sem texto ou enunciados que não aferem valor.
Exemplo prototípico	“Talvez, algum dia seja adaptado...” (T405.1)
Regras de decisão	Em casos de ambiguidade entre os códigos, o codificador deve identificar a polaridade preponderante que estrutura o eixo central da argumentação textual, conforme segue. (Favorável / Misto) e (Desfavorável / Misto): quando aprovação e rejeição coexistirem no mesmo comentário, verificar se uma polaridade subordina a outra. Se uma for claramente secundária classificar pela polaridade preponderante como favorável ou desfavorável. Classificar como misto apenas quando nenhuma polaridade subordinar a outra de forma identificável. (Neutro / Favorável ou Desfavorável): quando o comentário for formalmente descritivo mas sua construção semântica revelar tendência valorativa, classificar pela polaridade identificada, favorável ou desfavorável, conforme o critério de exclusão do código Neutro.

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Quadro 3 - LdC _ Mediações e disputas de sentido no YouTube _ Matriz de sentido

Categoria: Matriz de sentido	
Ancoragem teórica	Constitui um dos pilares analíticos centrais desta pesquisa, diretamente articulado à questão norteadora e aos objetivos de mapear e interpretar as disputas de sentido no corpus. Fundamenta-se na noção de matrizes culturais (MARTÍN-BARBERO, 2009), segundo a qual os sentidos não emergem do texto em si, mas dos repertórios culturais historicamente situados que os sujeitos mobilizam ao decodificá-lo (HALL, 2016). Em ambientes plataformizados, esses repertórios tornam-se publicamente observáveis nas práticas participativas da audiência (JENKINS; FORD; GREEN, 2022; MARTINO, 2014), revelando como diferentes lentes interpretativas — sobre gênero, ideologia, cultura

Categoria: Matriz de sentido	
	pop, mercado ou estética — estruturam as posições em disputa. O consumo midiático opera, nesse quadro, como arena de produção simbólica na qual tais repertórios são acionados e confrontados (ROCHA; BARROS, 2008; CANCLINI, 2008).
Definição operacional	Identifica o repertório cultural estruturante que o sujeito mobiliza como lente interpretativa para atribuir sentido publicamente nos comentários, seja para decodificar a obra seja para significar repertórios que emergem a partir dela.
Sistema de códigos (Matriz de sentido)	
Código	Gênero
Descrição	A argumentação é estruturada a partir de tensões em torno de papéis, direitos e dinâmicas de poder entre os sexos, mobilizando conceitos como feminismo, machismo, patriarcado ou masculinidade como repertório central.
CrITÉRIOS de inclusão	Aplicar quando se mobiliza manifestamente conceitos como feminismo, machismo, patriarcado, masculinidade, direitos das mulheres ou dinâmicas de poder entre os sexos.
CrITÉRIOS de exclusão	Não aplicar quando homens e mulheres forem mencionados apenas como público consumidor, personagens narrativos ou fãs, sem que a argumentação acione tensões de poder, direitos ou papéis sociais entre os sexos.
Exemplo prototípico	“[usuário anonimizado] tá, tudo isso tá na passado e as mulheres atualmente tem muito mais direitos do que os próprios homens, até demais, sendo assim a questão é que essa historinha e chororo de "ain, vivemos em uma sociedade machista, ueee 🤔" já tá ultrapassada, não passa de simples vitimismo mesmo nas vantajosas condições atuais, ponto.” (T439.170)
Código	Ideologia
Descrição	A argumentação é estruturada a partir de rótulos, menções de cunho político-ideológica como partidatismo, comunismo, anticomunismo, liberalismo, conservadorismo, capitalismo ou similares quando mobilizados como repertório central.

Categoria: Matriz de sentido	
Critérios de inclusão	Aplicar quando o comentário acionar explicitamente repertórios de partidarismo, comunismo, anticomunismo, liberalismo, conservadorismo, capitalismo ou similares como eixo estruturante da argumentação sobre a obra ou o debate. Incluem-se, ainda, como marcadores operacionais de repertório ideológico no contexto do debate político-ideológico brasileiro contemporâneo, as seguintes expressões e variantes: lacração, lacrador, mimimi, <i>woke</i> , Bolsominion, Bozo, Faz o L, feminazi, sojado, red pill, e incluem-se igualmente o uso intencional de morfologia de gênero neutro na língua portuguesa — formas como " <i>todes</i> ", " <i>amigue</i> ", " <i>todxs</i> ", " <i>Xs</i> ", " <i>@s</i> " e variantes.
Critérios de exclusão	Não aplicar quando termos ou referências político-ideológicas forem utilizados para situar o cenário econômico, político ou social vigente sem que o comentário os tome como rotulação.
Exemplo prototípico	“esses bolsominions 🤡🤡🤡” (T339.15)
Código	Cultura pop
Descrição	A argumentação é estruturada a partir do pertencimento ao universo da cultura pop em sentido amplo, mobilizando o capital subcultural de fã, o conhecimento do universo simbólico da marca Barbie, de franquias de entretenimento do universo nerd e/ou <i>geek</i> , ou de produtos e figuras da indústria cultural de entretenimento de massa, incluindo telenovelas, <i>reality shows</i> , youtubers e influenciadores digitais como repertório central.
Critérios de inclusão	Aplicar quando o comentário acionar o universo simbólico da marca Barbie, referências a franquias de entretenimento, capital subcultural nerd e/ou <i>geek</i> , ou quando mobilizar centralmente figuras, narrativas ou produtos da cultura pop de massa brasileira, tais como personagens ou tramas de telenovelas, participantes ou dinâmicas de <i>reality shows</i> , youtubers, influenciadores digitais ou outras celebridades do entretenimento como eixo estruturante da argumentação. O critério unificador é que o comentário acione um repertório partilhado de referências culturais de entretenimento como lente interpretativa central, independentemente do segmento específico da cultura pop mobilizado.
Critérios de exclusão	Não aplicar quando a argumentação não acionar pertencimento, identificação ou conhecimento do universo simbólico da cultura pop como eixo estruturante.

Categoria: Matriz de sentido	
Exemplo prototípico	"[usuário anonimizado] eu era assim com meu irmão kkkkk. Ken é o caramba, era barbie e homem aranha;" (T81.12)
Código	Cotidiano relacional
Descrição	A argumentação é estruturada a partir de experiências e dinâmicas de vínculos amorosos, familiares e sociais evocadas pela obra ou pelo debate como repertório central.
CrITÉRIOS de inclusão	Aplicar quando o comentário mobilizar experiências de conjugalidade, parentalidade ou sociabilidade cotidiana como eixo estruturante da enunciação, ainda que sem desenvolvimento argumentativo formal.
CrITÉRIOS de exclusão	Não aplicar quando as referências a vínculos amorosos, familiares ou sociais estiverem subordinadas a outro repertório que organize o argumento central, como tensões de gênero, disputas ideológicas ou avaliações estéticas da obra.
Exemplo prototípico	"isso se chama casamento! Pessoas bem casadas gostam de buscar entretenimento juntos!" (T170.13)
Código	Mercado
Descrição	A argumentação é estruturada a partir de uma leitura corporativa e financeira da obra, mobilizando repertórios sobre desempenho de mercado, estratégias comerciais ou dinâmicas industriais do cinema como eixo central.
CrITÉRIOS de inclusão	Aplicar quando o comentário acionar dados ou argumentos sobre classificação etária, bilheteria, marketing, estratégias comerciais, pirataria ou modelo de negócio da produção cinematográfica como eixo estruturante da argumentação.
CrITÉRIOS de exclusão	Não aplicar quando o desempenho comercial da obra for mencionado apenas como argumento acessório para sustentar uma avaliação de outra natureza.
Exemplo prototípico	"Faltou você falar se publico encheu ou não o cinema? Parece que a bilheteria desse filme vai ser forte." (T244)

Categoria: Matriz de sentido	
Código	Estética
Descrição	A argumentação é estruturada a partir de uma avaliação artística e técnica da obra cinematográfica como repertório central.
Critérios de inclusão	Aplicar quando a avaliação for predominantemente pautada em elementos como roteiro, direção, interpretação, figurino, trilha sonora, cenário ou efeitos visuais como eixo estruturante da argumentação.
Critérios de exclusão	Não aplicar quando personagens ou elementos narrativos da obra forem mobilizados como alegorias sociais, sem que a avaliação artística e técnica constitua o eixo central da argumentação.
Exemplo prototípico	“Achei o filme incrível, bem equilibrado, com crise existencial feministas, críticas e sátiras em relação ao consumismo. Um filme muito emocional que mexe de fato com as nossas memórias da infância. E além disso, o filme mostra muitos conceitos em relação ao ser humano. Achei o filme incrível e muito bem elaborado. É um filme para adultos.” (T248)
Código	Nostalgia
Descrição	A argumentação é estruturada a partir da memória afetiva acumulada com a marca Barbie ou com o universo cultural a ela associado, mobilizada como repertório central da enunciação.
Critérios de inclusão	Aplicar quando o comentário acionar experiências afetivas passadas com a marca Barbie, seus produtos ou seu universo cultural como eixo estruturante da enunciação.
Critérios de exclusão	Não aplicar quando a memória afetiva aparecer de forma acessória ou subordinada a outro repertório que organize o argumento central.
Exemplo prototípico	"Vou assistir pela nostalgia, tô nem aí para a mensagem do filme kkkk" (T339.3)
Código	Outros _ sentido

Categoria: Matriz de sentido	
Descrição	Aplicar quando o comentário mobilizar um referencial cultural identificável, como religião, e não apresente recorrência suficiente capaz de consolidar um novo código.
Exemplo prototípico	Por definição, este código não possui exemplo prototípico fixo. Sua ativação sinaliza um repertório empiricamente inédito e deve ser imediatamente reportada ao pesquisador-líder para avaliação de expansão do instrumento.
Código	Não se aplica – NSA _ sentido
Descrição	Aplicar estritamente quando o comentário não apresentar repertório cultural que estructure sentido próprio, limitando-se a emitir opinião sem acionar referencial interpretativo identificável.
Exemplo prototípico	“[usuário anonimizado], pior que sempre foi assim” (T232.7)
Regras de decisão	(Nostalgia / Cultura pop): o critério de distinção está na natureza do repertório acionado. Quando o comentário parte de uma memória afetiva pessoal com a marca Barbie ou seu universo cultural, o código é Nostalgia. Quando o comentário aciona o conhecimento do universo simbólico da marca ou de franquias do universo nerd e/ou geek como capital subcultural de fã, o código é Cultura pop.

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Quadro 4 – LdC _ Mediações e disputas de sentido no YouTube _ Estratégia interacional

Categoria: Estratégia interacional	
Ancoragem teórica	Fundamenta-se na concepção de audiência produtiva (MARTINO, 2014), segundo a qual a recepção se materializa publicamente por meio de ações discursivas situadas, e na noção de conversação em rede (RECUERO, 2009), que reconhece nos comentários registros observáveis das táticas mobilizadas pelos sujeitos nas trocas sociais mediadas digitalmente, de modo que comentar, responder, contestar ou aderir não são gestos aleatórios mas escolhas estratégicas orientadas pelo propósito de disputar, legitimar ou circular sentidos em ambientes plataformizados (JENKINS; FORD; GREEN, 2022; GILLESPIE, 2018).

Categoria: Estratégia interacional	
Definição operacional	Identifica a modalidade retórica que o sujeito mobiliza como escolha estratégica para disputar, legitimar ou circular sentidos publicamente nos comentários.
Sistema de códigos (Estratégia interacional)	
Código	Proposição
Descrição	A estratégia é estruturada a partir da formulação autônoma de uma posição ou tese sobre o objeto do debate, sem que o eixo central seja a desconstrução de um posicionamento alheio.
CrITÉRIOS de inclusão	Aplicar quando o comentário formular uma posição própria sustentada por justificativas ou elaborações argumentativas sobre o objeto do debate.
CrITÉRIOS de exclusão	Não aplicar quando a posição formulada existir em função de um posicionamento alheio, seja para contestá-lo, endossá-lo ou atacá-lo, pois nesses casos a estratégia central é de outra natureza.
Exemplo prototípico	"tá tudo bem não assistir o filme, se vc respeitar as mulheres isso é o que importa. 🍷👊" (T482.7).
Código	Refutação
Descrição	A estratégia é estruturada a partir da contestação, argumentada ou não, de algum posicionamento, mobilizando o contra-argumento como eixo central da enunciação.
CrITÉRIOS de inclusão	Aplicar quando o comentário contestar ou invalidar um posicionamento por meio de contra-argumento como estratégia central da enunciação.
CrITÉRIOS de exclusão	Não aplicar quando o comentário contestar um posicionamento sem apresentar contra-argumento que sustente a contestação.
Exemplo prototípico	“[usuário anonimizado] O mais irônico é vc não perceber o quão opressor vc está sendo com a opinião de uma mulher sobre um filme e um universo onde ela tem lugar de fala. Vc desmerece a opinião da mulher, tira dela o direito ao contraditório e a reflexão. E ainda por cima, mesmo tentando diminuir os homens, vc apenas oprimiu

Categoria: Estratégia interacional	
	a opinião de uma mulher. No fim das contas, vc acabou sendo apenas machista numa tentativa frustrada de lacrar.” (T321.52)
Código	Adesão
Descrição	A estratégia é estruturada a partir do endosso argumentado de um posicionamento já existente no debate, acrescentando elaboração que sustenta e reforça a concordância.
Crítérios de inclusão	Aplicar quando o comentário endossar outro posicionamento acrescentando elaboração argumentativa que sustenta essa concordância como estratégia central da enunciação.
Crítérios de exclusão	Não aplicar quando o comentário endossar um posicionamento sem apresentar elaboração argumentativa que sustente a concordância.
Exemplo prototípico	“[usuário anonimizado] me fez gostar do filme foi o fato de que o mundo dá Barbie na vdd é tudo fruto da imaginação de uma menina, ou seja, o Ken só é o namorado da Barbie mas a Barbie é o brinquedo principal da garota entendeu?” (T81.2)
Código	Ironia
Descrição	A estratégia é estruturada a partir do uso não literal da linguagem, mobilizando sarcasmo, sátira ou inversão de sentido como tática central da enunciação.
Crítérios de inclusão	Aplicar quando o comentário mobilizar sarcasmo, deboche figurado ou inversão de sentido como tática central para afirmar ou consolidar uma ideia.
Crítérios de exclusão	Não aplicar quando o ataque ou desqualificação estiver expresso de forma literal e imediatamente identificável no conteúdo manifesto do comentário, sem exigir interpretação.
Exemplo prototípico	“[usuário anonimizado] e os homens querem ir pra guerra né.... É um prazer. Kkk” (T128.19)
Código	Hostilidade

Categoria: Estratégia interacional	
Descrição	A estratégia é estruturada a partir do ataque direto e literal ao interlocutor ou à ideia, rompendo a civilidade do debate por meio de xingamentos, injúrias ou agressões.
Crítérios de inclusão	Aplicar quando o comentário mobilizar xingamentos literais, insultos diretos, ameaças ou agressões <i>ad hominem</i> como estratégia central da enunciação.
Crítérios de exclusão	Não aplicar quando a identificação do ataque exigir interpretação do conteúdo, ou seja, casos em que o ataque não está explícito e literal no conteúdo manifesto do comentário.
Exemplo prototípico	"vai pro inferno vc! Se vc é machista problema seu, 😊😬💩" (T482.10)
Código	Humor
Descrição	A estratégia é estruturada a partir da expressão do lado cômico ou engraçado da situação como eixo central da enunciação.
Crítérios de inclusão	Aplicar quando o comentário expressar o lado cômico ou engraçado da situação como estratégia central, independentemente do contexto que antecede essa expressão.
Crítérios de exclusão	Não aplicar quando o elemento cômico se expressar por meio de palavras ofensivas a grupos sociais, étnicos ou indivíduos.
Exemplo prototípico	“Dei até umas cochiladas kkkkk” (T232.9)
Código	Percepção pessoal
Descrição	A estratégia é estruturada a partir de relatos de experiência individual, emoções, sensações viscerais ou expressões diretas de gosto frente à obra ou ao tema, sem o compromisso de estruturar premissas analíticas formais.
Crítérios de inclusão	Aplicar quando o comentário expressar vicências particulares, reações subjetivas ou expressões de gosto centradas na experiência do sujeito como eixo estruturante da enunciação.

Categoria: Estratégia interacional	
Crítérios de exclusão	Não aplicar quanto o relato de experiência pessoal estiver subordinado a uma elaboração argumentativa que estruture uma posição ou tese.
Exemplo prototípico	“Eu nunca brinquei de Barbie e entendi tudo” (T81)
Código	Concordância
Descrição	A estratégia é estruturada a partir da manifestação simples de acordo com um posicionamento já existente no debate, sem elaboração argumentativa que sustente essa concordância.
Crítérios de inclusão	Aplicar quando o comentário manifestar acordo com um posicionamento por meio de expressões simples de validação, sem acrescentar elaboração argumentativa.
Crítérios de exclusão	Não aplicar quando a manifestação de acordo vier acompanhada de elaboração argumentativa que a sustente.
Exemplo prototípico	“[usuário anonimizado] isso aí amigo 👍” (T482.9)
Código	Discordância
Descrição	A estratégia é estruturada a partir da manifestação simples de desacordo com um posicionamento já existente no debate, sem contra-argumento que sustente essa discordância.
Crítérios de inclusão	Aplicar quando o comentário manifestar desacordo com um posicionamento por meio de expressões simples de rejeição, sem acrescentar contra-argumento que sustente a contestação.
Crítérios de exclusão	Não aplicar quando a manifestação de desacordo vier acompanhada de contra-argumento que a sustente.
Exemplo prototípico	"[usuário anonimizado] não podia" (T128.32)
Código	Outros _ interacional
Descrição	Aplicar quando o comentário apresentar uma estratégia comunicativa identificável fora do escopo dos códigos delineados,

Categoria: Estratégia interacional	
	como atos de metacomunicação ou despedidas do espaço de debate, e não apresente recorrência suficiente capaz de consolidar um novo código.
Exemplo prototípico	Por definição, este código não possui exemplo prototípico fixo. Sua ativação sinaliza uma estratégia interacional empiricamente inédita e deve ser imediatamente observada para avaliação de possível expansão do instrumento.
Código	Não se aplica – NSA _ interacional
Descrição	Aplicar estritamente quando o comentário não apresentar estratégia interacional identificável em conteúdo textual, limitando-se a marcações de perfis sem texto ou comentários compostos exclusivamente por reações imagéticas, deliberadamente excluídos da codificação por insuficiência de conteúdo manifesto analisável.
Exemplo prototípico	"   " - T170.1
Regras de decisão	Quando o comentário apresentar mais de uma estratégia interacional simultaneamente, o codificador deve identificar aquela que organiza o propósito central da enunciação. As seguintes fronteiras merecem atenção especial: (Proposição / Refutação / Adesão): o critério de distinção é a relação do comentário com posicionamentos alheios. Se o comentário formular uma posição autônoma sem reagir a outro comentário, o código é Proposição. Se contestar um posicionamento alheio com contra-argumento, o código é Refutação. Se endossar um posicionamento alheio com elaboração argumentativa, o código é Adesão. (Refutação / Discordância): o critério de distinção é a presença de contra-argumento. Se o comentário contestar desenvolvendo razões que sustentem essa contestação, o código é Refutação. Se a contestação for expressa sem desenvolvimento argumentativo, o código é Discordância. (Adesão / Concordância): o critério de distinção é a presença de elaboração argumentativa. Se o comentário endossar um posicionamento acrescentando razões que o sustentem, o código é Adesão. Se o acordo for expreso sem desenvolvimento argumentativo, o código é Concordância. (Ironia / Hostilidade): o critério de distinção é a literalidade do ataque. Se a identificação do ataque exigir interpretação do

Categoria: Estratégia interacional	
	conteúdo, o código é Ironia. Se o ataque estiver expresso de forma literal e imediatamente identificável no conteúdo manifesto, o código é Hostilidade. (Percepção pessoal / Humor): o critério de distinção é o eixo central da enunciação. Se o comentário expressar uma vivência ou reação subjetiva, ainda que com elementos cômicos, o código é Percepção pessoal. Se o lado cômico da situação constituir o propósito central da enunciação, o código é Humor. (Ironia / Humor): o critério de distinção é o propósito da enunciação. Se o comentário mobilizar o não literal para afirmar ou consolidar uma ideia, o código é Ironia. Se o comentário expressar o lado cômico da situação como fim em si mesmo, sem propósito de consolidar uma ideia, o código é Humor.

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).