

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE LETRAS

Felipe Michelin

**Algoritmos de *feeds* fazem texto? Um ensaio
semântico-enunciativo sobre o
YouTube**

SÃO CARLOS - SP

2025

Felipe Michelin

**Algoritmos de *feeds* fazem texto? Um ensaio semântico-enunciativo sobre o
YouTube**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Departamento de
Letras da Universidade Federal de
São Carlos para a obtenção do
título de Bacharel em Linguística.

Orientadora: Profa. Dra. Carolina de Paula Machado

São Carlos - SP

2025



Horse ebooks
@Horse_ebooks

 Follow

Everything happens so much

 Reply  Retweet  Favorite ... More

RETWEETS
10,878

FAVORITES
7,420



1:23 PM - 28 Jun 2012

RESUMO

Algoritmos de *feeds* são responsáveis pela distribuição digital de bilhões de mídias pela internet, sobretudo através de grandes plataformas. Através do processamento massivo de dados e variáveis, tais como rastros digitais de um usuário relacionados com dados produzidos pela navegação de outros bilhões de usuários, os algoritmos acabam criando disponibilizações únicas de mídias para cada sessão de uso de cada usuário cadastrado, com padrões de tendências observáveis. Apesar de algoritmos serem automatizados computacionalmente, seus resultados dependem de outros agentes, tais como os programadores que regulam seus parâmetros, e os próprios usuários. E se, então, cada uma dessas exibições únicas pudesse ser considerada como texto ou enunciado? Quais seriam os desdobramentos e as novas possibilidades para as compreensões linguísticas? Através da escolha do YouTube como objeto, o ensaio busca descrever as dinâmicas presentes na plataforma e compreender os possíveis sentidos que a curadoria algorítmica pode realizar. Utilizou-se como base teórica a Semântica da Enunciação para a análise, mas também outras perspectivas teóricas, como a Análise do Discurso e a Linguística Textual, para fins de comparação e possíveis convergências, devido sobretudo a complexidade do desenvolvimento tecnológico informacional nas últimas décadas e seus respectivos impactos sociais emergentes.

Palavras-chave: texto; Semântica da Enunciação; algoritmo.

ABSTRACT

Feed algorithms are responsible for the digital distribution of billions of media contents across the internet, primarily through major platforms. By processing massive amounts of data and variables, such as a user's digital traces combined with data generated by the browsing of billions of other users, these algorithms ultimately create unique media displays for each user session of every registered user, with noticeable trending patterns. Although algorithms are computationally automated, their outcomes depend on other agents, such as the programmers who regulate their parameters, and the users themselves. What if, then, each of these unique displays could be considered as text or enunciation? What would be the implications and new possibilities for linguistic understanding? By choosing YouTube as its object, this essay seeks to describe the dynamics present on the platform and understand the possible meanings that algorithmic curation can produce. The theoretical foundation for the analysis was Semantics of Enunciation. Other theoretical perspectives, such as Discourse Analysis and Textual Linguistics, were also used for comparison and to explore potential convergences. This multifaceted approach was deemed necessary particularly due to the complexity of informational technology development in recent decades and its corresponding emerging social impacts.

Keyword: text; Semantics of Enunciation; algorithm.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - <i>Homepage</i> do Youtube em 2009.	12
Figura 2 - Diferentes <i>homepages</i> em diferentes celulares.	13
Figura 3 - Captura de Tela da seção <i>Últimas notícias</i> do YouTube.	18
Figura 4 - <i>Sitemap</i> da Wikipédia.	31
Figura 5 - Diagrama da arquitetura do sistema de recomendação do YouTube.	34
Figura 6 - Captura de tela da pesquisa <i>7x1</i> no YouTube.	42
Figura 7 - Capturas de tela da navegação da pesquisa <i>7x1</i> no YouTube (1/4).	45
Figura 8 - Capturas de tela da navegação da pesquisa <i>7x1</i> no YouTube (2/4).	46
Figura 9 - Capturas de tela da navegação da pesquisa <i>7x1</i> no YouTube (3/4).	47
Figura 10 - Capturas de tela da navegação da pesquisa <i>7x1</i> no YouTube (4/4).	48
Figura 11 - DSD de títulos de vídeos exibidos na pesquisa <i>7x1</i> no YouTube.	51
Figura 12 - Filtros de Pesquisa no Youtube.	54
Figura 13 - Pesquisas sugestionadas no experimento de VPN na Romênia.	55
Figura 14 - Resultados da pesquisa do experimento.	56
Figura 15 - Recorte de resultados relevantes do experimento.	57
Figura 16 - Montagem com <i>homepage</i> antes e depois de recarregar a página.	59
Figura 17 - Montagem com os vídeos recomendados à direita, antes e depois de recarregar a página	62
Figura 18 - Montagem com os vídeos recomendados à direita, antes e depois de recarregar a página	63
Tabela 1 - Interações entre agentes no YouTube	67

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO E CONTEXTUALIZAÇÃO	7
1.1	DELIMITAÇÃO PARA O TEMA DA <i>TIMELINE</i> NO YOUTUBE	9
1.2	O YOUTUBE E SEU DESENVOLVIMENTO HISTÓRICO	10
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1	TEXTO PELA LINGUÍSTICA TEXTUAL	19
2.2	HIPERTEXTO	29
2.3	ALGORITMOS	32
2.4	COMPÓSITO	35
2.5	SEMÂNTICA HISTÓRICA DA ENUNCIÇÃO	37
3	<i>CORPUS</i> E ANÁLISE	42
3.1	SIMULAÇÃO DE PESQUISA NA ROMÊNIA	51
3.2	NAVEGAÇÃO A PARTIR DA <i>HOMEPAGE</i>	58
3.3	DINÂMICAS E SENTIDOS	65
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS E HIPÓTESES DESENVOLVIDAS	69
5	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72
5.1	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS DIGITAIS	73

1. INTRODUÇÃO E CONTEXTUALIZAÇÃO

Texto é uma unidade importante e complexa nos estudos linguísticos, cujas fronteiras são expandidas em relação ao senso comum da palavra, e pode-se estendê-lo a diversas unidades de sentido, como imagens, panfletos, outdoors e afins, que constituem *textos* pelas características que as unem como direcionamento de um único sentido.

De forma semelhante como uma página de jornal é constituída de vários segmentos, como por exemplo a seção de esportes que pode conter uma matéria das olimpíadas, uma coluna de um comentarista de futebol e uma notícia de basquete. A união destes textos constituem a seção de esporte, ao serem agrupados editorialmente em uma página só. Temos como hipótese inicial de que ambientes como *homepages* e *timelines* de plataformas digitais atuem de forma comparável, com o elemento adicional da interatividade multimodal, que designa interações não lineares e em diferentes mídias presentes no mesmo espaço. Elas são constituídas geralmente por uma curadoria única preparada pelos algoritmos de cada plataforma, de acordo com a relação entre o usuário e a própria plataforma que distribui as mídias de forma personalizada para cada indivíduo. Nisso, constituem-se organizações de textos considerados mais relevantes ao destacar arbitrariamente certos textos e, conseqüentemente, desprezar outros. Esse funcionamento abrangente pode ser observado na particularidade de cada grande plataforma social, como o YouTube, que faz sempre uma seleção personalizada dos vídeos recomendados para o usuário cadastrado e também disponibiliza interativamente os próximos vídeos que podem ser assistidos, que possuem relação única com o espectador e a máquina.

Sendo assim, pretendemos discutir as especificidades das condições de produções de texto no ambiente virtual e seus possíveis sentidos. Nosso intuito é então fazer alguns apontamentos sobre a constituição de texto e sentido no meio digital, buscando compreender os modos de seleção e integração¹ destes objetos nestes ambientes.

A crescente presença da população no meio digital cria também interesses acadêmicos de novos fenômenos e fenômenos antigos realizados em novas mídias. É um meio muito rico para todas as vertentes da linguística, e a produção de

¹ O conceito de integração é tomado aqui a partir de Émile Benveniste e será explicado posteriormente.

conhecimento nessa área é necessária para a compreensão dos novos funcionamentos de objetos antigos², isto é, que surgiram em outras condições materiais como é o caso dos textos, que estão nestes novos espaços de circulação caracterizados por diferentes mecanismos técnicos de funcionamento.

Os algoritmos de grandes plataformas possuem uma forte presença na sociedade, apesar de opaca em diferentes níveis e intensidades. Além disso, a forma de construção destas redes neurais que guiam o consumo de bilhões de pessoas também possuem estruturas de produções opacas, e é conhecida como *caixa preta*³, pois não possuem total transparência dos códigos que as regem e dos resultados que determinam. As redes neurais são programas de aprendizado de máquina que simulam o funcionamento de decisões neurais. Nela, pode-se saber apenas a entrada e a saída dos dados, mas não o processo em si que organiza estes dados, responsável por transformá-los, potencialmente, em texto. Dado que um programa de operações matemáticas não pode escapar do determinismo, esta suposta arbitrariedade da máquina produz sentidos individualizados e personalizados para cada usuário. Buscaremos compreender, então, a relação de sentido que pode ser produzida com tais *escolhas* a partir das concepções de texto e de acontecimento enunciativo da teoria da Semântica Histórica da Enunciação e Semântica do Acontecimento, que podem nos ajudar a produzir algumas reflexões sobre a concepção de *texto* considerando estas novas formas de formulação e circulação.

A digitalização da sociabilidade e as plataformas sociais são temas recorrentes em estudos das ciências humanas e possuem atualmente grande relevância social. A compreensão pelo viés linguístico também é importante e a perspectiva da Semântica da Enunciação é adequada para o objeto do tema. O rápido avanço tecnológico impõe novas fronteiras e a literatura acadêmica precisa constantemente ser relida e possivelmente atualizada.

² Marie-Anne Paveau propõe problematizações à respeito da linguística tradicional que pode encontrar dificuldades na aplicação dos ambientes digitais modernos, e ela será tratada com mais detalhes no decorrer do ensaio.

³ *Caixa preta* é o termo que designa o funcionamento não transparente de um sistema de rede neural que recebe informações e processa-as de forma incompreensível para gerar os resultados, como pode ser visto em: CASTELVECCHI, Davide. Can we open the black box of AI?. Nature, [s. l.], ed. 538, p. 20-23, 6 out. 2016. Disponível em: <https://www.nature.com/news/can-we-open-the-black-box-of-ai-1.20731>. Acesso em: 23 abr. 2025.

1.1 DELIMITAÇÃO PARA O TEMA DA *TIMELINE* DO YOUTUBE

As *timelines*⁴ e *feeds*⁵ de grandes plataformas sociais costumam ser os espaços que mais manifestam interferência dos algoritmos e mecanismos de otimização de curadoria, dentre a internet superficial. Por *design*, também costumam ser os *sites* mais utilizados quantitativamente pela população, possuindo uma grande taxa de retenção do usuário. De acordo com o Digital 2024 Global Overview Report⁶, o Brasil é o 2º país do mundo que mais passa tempo online, com média de 9 horas e 13 minutos diários. O YouTube é uma plataforma integrada à empresa Google, que é o mecanismo de busca digital mais popular e frequentemente integra, nas suas pesquisas, vídeos do próprio YouTube, que também pode ser utilizado como ferramenta de pesquisa em si. Essa posição para a plataforma de vídeos somada com a forte atuação do algoritmo nos resultados de pesquisa e distribuição destes materiais⁷, demonstram uma grande relação de poder detido pela empresa sobre o alcance dos resultados de informações até as pessoas. A escolha do YouTube para a pesquisa se justifica não apenas com sua popularidade e relevância atual, mas com sua relação de integração única de vídeos, uma mídia que se situa nas margens do entendimento de texto.

Procuramos compreender se as relações de sentido que o algoritmo pode criar com a personalização da disposição de dados que ela oferece em diversas ferramentas, como as funções de “assistir a seguir” e vídeos recomendados, podem fazer com que determinadas páginas resultadas destes processos, como a *homepage*, poderiam ser consideradas como *texto*. Buscamos produzir uma reflexão sobre esse processo fundamentado na teoria da Semântica do Acontecimento, uma teoria enunciativa e materialista que se ocupa não dos sentidos estáticos mas da constituição dos movimentos no acontecimento da enunciação. Sendo assim, entender as diferentes conceituações de texto será basilar para a fundamentação teórica desta pesquisa.

Esses algoritmos realizam relações únicas de acordo com a integração específica da forma que a plataforma exhibe seus dados para um usuário em específico, resultando

⁴ *Timelines* são espaços de navegação digital que dispõem as ordens dos elementos e mídias para serem apresentados

⁵ Entende-se como *feed* o serviço de fornecimento e atualização de dados, como um serviço de e-mail. No nosso caso, refere-se aos *feeds* de grandes plataformas digitais que determinam a circulação de mídia.

⁶ DIGITAL 2024: 5 billion social media users. [S. l.], 31 jan. 2024. Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>. Acesso em: 11 dez. 2024.

⁷ Como vê-se nas curadorias e em sugestões de vídeos dentro da própria plataforma.

em combinações únicas para cada exibição da plataforma, mesmo por um próprio usuário capaz de recarregar a página, que encontrará uma exibição diferente toda vez que o fizer.

Neste sentido, questionamos: o algoritmo pode ser autor? A noção de autoria no meio digital é muito relevante para os estudos atuais de semântica e discurso. No período em que esta pesquisa é feita, as inteligências artificiais (IAs) generativas de texto estão em destaque na discussão de autoria e plágio, como o ChatGPT, que coleta milhões de textos disponíveis pela internet para gerar suas próprias respostas. Apesar do destaque que se tem sobre estas IAs conversacionais, os algoritmos de grandes plataformas também utilizam-se de aprendizado de máquina, e estas mesmas questões poderiam ser aplicadas às *timelines*, que detêm o poder de exibição dos seus resultados. Encontra-se a presença destas dinâmicas mesmo quando o usuário pesquisa por palavras-chave específicas, cuja seleção dos resultados e cuja ordem de exibição são feitas a partir de lógicas opacas.

1.2 O YOUTUBE E SEU DESENVOLVIMENTO HISTÓRICO

O YouTube foi criado em fevereiro de 2005 por Steve Chen, Chad Hurley e Jawed Karim, como um *site* de publicação e exibição de vídeos. Ele teve um rápido crescimento de popularidade, e em outubro de 2006, a empresa Google adquiriu a plataforma por 1,65 bilhão de dólares. Neste período, a Web 2.0 já estava bem estabelecida, com o avanço do desenvolvimento tecnológico de processadores, crescimento da acessibilidade de computadores pessoais, com maior e melhor cobertura geográfica de serviços de conexão à internet. A plataforma permite a publicação de vídeos que ficam salvos em nuvem para outros usuários, estes que podem interagir com a publicação de algumas formas, principalmente através de comentários e do mecanismo de avaliação de *gostei* ou *não gostei*, que substituiu em 2010 a classificação original de atribuir até cinco estrelas para determinado vídeo.

A experiência de navegação do *site* era diferente e continua mudando. Antes de 2010, no auge da popularidade de *sites* pessoais e *blogs*, já havia redes sociais estabelecidas, como o Orkut e Myspace, mas elas não possuíam a popularidade e homogeneidade que plataformas como Facebook, Instagram, X e LinkedIn passaram a ter na década de 2010-2020. Havia também mais restrições técnicas relacionadas à

limitação computacional. Em 2009, a resolução de 1080p⁸ foi possibilitada e em 2010 o limite de tempo de vídeo passou de 10 para 15 minutos em julho, e em dezembro se tornou ilimitado, mesmo que, em 2016, um limite tenha sido reimplementado para 12 horas de vídeo ou 128 *gigabytes* (GB).

O YouTube sempre precisou lidar com uma quantidade massiva de vídeos e em julho de 2006, a empresa divulgou que 65,000 vídeos já eram postados todos os dias, com 100 milhões de visualizações diárias⁹. Assim, sua página inicial, ou *homepage*, já continha seções de curadoria para que o usuário comum tivesse acesso a vídeos relevantes, baseadas apenas na popularidade deles.

Em 2008 foi aplicado o algoritmo de sistema de recomendações, que utilizava dados como o histórico do usuário. Outras métricas foram sendo adicionadas com o tempo, como o *watchtime* (tempo de exibição¹⁰) em 2012, que é uma das métricas mais relevantes para determinar os *outputs* (dados de saída) do algoritmo de recomendação.

Para que tenhamos uma ideia de como era uma *homepage* do YouTube depois da aplicação do algoritmo, trazemos a Figura 1 a seguir que consiste em uma captura de tela da *homepage* em setembro de 2009 e inclui seções *Spotlight: Curator of the Month* (Destaque: curador do mês), *Videos being watched right now* (Vídeos sendo assistidos agora), *Featured Videos* (Vídeos em destaque) e *Most Popular* (Mais popular), que também dava acesso a subcategorias temáticas abrangentes como *Entertainment* (entretenimento), *News & Politics* (notícias e política), *Comedy* (Comédia), e etc.

⁸ Resolução também conhecida como Full HD, ou *High Definition*.

⁹ REUTERS, Google closes YouTube Deal, 19 jan 2009, disponível em: <https://www.reuters.com/article/technology/google-closes-youtube-deal-idUSN14236487/>. Acesso em 12/04/2025.

¹⁰ Todas as traduções de inglês para português de termos, frases ou títulos presentes neste trabalho, quando não indicada outra fonte, são de responsabilidade do autor e foram realizadas livremente.

Figura 1 - Homepage do Youtube em 2009

You Tube Broadcast Yourself™ [Create Account](#) or [Sign In](#)

[Home](#) [Videos](#) [Channels](#) [Shows](#) [Subscriptions](#) [History](#)

Spotlight: Curator of the Month (view all)

TheWoosterCollective
The Wooster Collective, the force behind the urban and street art site with the same name, are our guest curators today. Their YouTube channel is chock-full of some of the most innovative art videos on the Web; here are a few of their favorites.

WATER KISS
1 year ago
678,219 views
★★★★★
sam3security

COMBO a collaborative
1 month ago
855,127 views
★★★★★
notblu

escalator animation
2 months ago
149,946 views
★★★★★
kamapazzo

Scratching the Surface by Vhils
5 months ago
66,917 views
★★★★★
vslipson

Want to customize this homepage?
[Sign in](#) or [Sign Up](#) now!

What's New

Creator's Corner
Visit this all-in-one resource for video-makers

YouTube Store
Get cool swag: You "Tube" socks, tees and more

"The Key to Curation is Curiosity" Meet
Our Curators of the Month
We're thrilled to have the folks behind the Wooster Collective, one of the Web's most-trafficked sites devoted to urban and street art, curating our homepage today. For anyone interested in cool art...

[Read more in our Blog](#)

Videos Being Watched Now (view all)

How To GET RID OF PUFFY EYES!!
20,095 views
juliieg713
★★★★★

Argentina vs Uruguay 1-0 Goal and Highlights 10/14/09
20,655 views
sexsalvadorian1
★★★★★

Crazy Finish To A High School Football Game
89,070 views
TheYoungTurks
★★★★★

TWILIGHT TWIST: Vampire (SPECIAL FX) how to (kandee)
45,781 views
kandeejohnson
★★★★★

Featured Videos

THIS VIDEO IS GAY
Homosexuality: Unnatural?
4 days ago
99,882 views
★★★★★
TheAmazingAltheist

La Coacha Attacks Taylor Lautner...
2 weeks ago
411,437 views
★★★★★
PerezHilton

Puppy Elephant Defends Capitalism
4 days ago
82,141 views
★★★★★
viogbrothers

Happy Tree Friends - Gems the Br...
6 days ago
164,437 views
★★★★★
MondoMedia

Most Popular (view all)

Entertainment

Girl Attacked By Gorilla! (10.12.09 ...)
261,093 views
CTFXC
★★★★★

Music

THALIA EN LA CASA BLANCA (AMOR A LA M...
89,559 views
juanantoniohumb...
★★★★★

News & Politics

Orly Taitz gets Joy Behar very nervou...
22,146 views
cnn242
★★★★★

Film & Animation

Yu-Gi-Oh! 5D's 80 - Part 1
7,333 views
shriek6
★★★★★

Sports

Crazy Finish To A High School Football...
79,085 views
TheYoungTurks
★★★★★

Howto & Style

Vampire Costume make-up tutorial
15,845 views
pivoo
★★★★★

Comedy

POV: Girl Buys Condoms
641,359 views
collegehumor
★★★★★

Autos & Vehicles

Bleach 241 English Sub Part 2-3
9,351 views
Nanotph85
★★★★★

Most Viewed

Off The Pill - Nosy People
612,919 views
nighaaga
★★★★★

Top Favored

POV: Girl Buys Condoms
641,359 views
collegehumor
★★★★★

[YouTube](#)
[Contact Us](#)
[YouTube Store](#)
[Press Room](#)
[Business Blog](#)
[YouTube Blog](#)

[Programs](#)
[Advertising](#)
[Developers](#)
[Partnerships](#)
[Content Management](#)

[Help](#)
[Get Help](#)
[YouTube Handbook](#)
[Community Help Forums](#)
[Safety Center](#)
[Creator's Corner](#)

[Policy](#)
[Privacy Policy](#)
[Terms of Service](#)
[Copyright Notices](#)
[Community Guidelines](#)

[Discover](#)
[YouTube on Your Phone](#)
[YouTube on Your Site](#)
[YouTube on Your TV](#)
[YouTube RSS Feeds](#)
[TestTube](#)

Current Location: **Worldwide** [Show locations](#)
Current Language: **English** [Show languages](#)

[Add YouTube to your Google homepage](#)

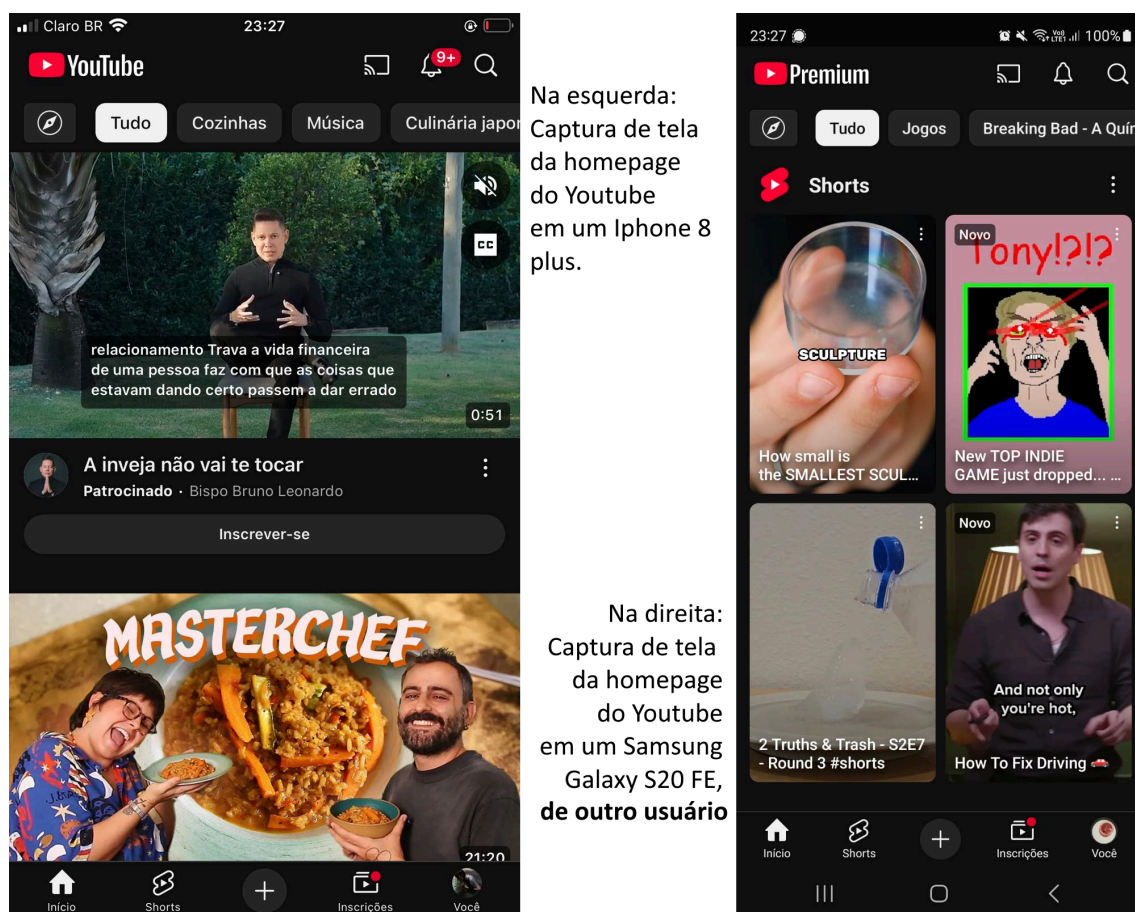
© 2009 YouTube, LLC

Fonte: YouTube in 2009, Web Design Museum. Disponível em:

<https://www.webdesignmuseum.org/gallery/youtube-in-2009>. Acesso em: 12/03/2025

Destaca-se também desse período histórico os primeiros estágios de desenvolvimento e popularização dos *smartphones*. O primeiro iPhone foi lançado em 2007, no mesmo ano que o YouTube desenvolveu sua primeira versão para a exibição *mobile*. A plataforma pode ser acessada por diversos dispositivos, como *smartphones*, *browser* em *desktop*, *tablets*, e *smart TVs*. O *layout* e navegação são adaptados para cada versão, com tamanhos de tela e interações diferentes que resultam em variações da interface, podendo conter mais ou menos informações, além de mudar a disposição de elementos gráficos. A próxima Figura 2 compara duas capturas de tela tiradas no mesmo minuto, mas de dois *smartphones* diferentes, que pertencem a pessoas diferentes.

Figura 2 - Diferentes *homepages* em diferentes celulares



Fonte: Autoria própria. Capturas de tela realizadas em 19 de mai. de 2025

O YouTube não publica de forma oficial suas próprias estatísticas com tanta clareza, ao menos nos últimos anos, mas declara que possui mais de dois bilhões de

usuários¹¹ e declarou mais de 10 bilhões de dólares¹² de receita no último quadrimestre de 2024. Dados coletados pelas empresas Semrush¹³ e Similarweb¹⁴ apontam que o YouTube é o segundo *site* mais visitado do mundo. Uma das maneiras que a plataforma lucra é através do AdSense, que também pertence ao Google e permite que empresas e negócios invistam em propagandas para serem exibidas aos usuários em diversos formatos, como *banners*, vídeos recomendados, ou exibição de comerciais antes de transmitir o vídeo escolhido pelo usuário. Parte dessa receita gerada pode ser redistribuída para os canais que veiculam os vídeos que exibem tais propagandas, e esse funcionamento encoraja que pessoas e empresas, conhecidas popularmente como *YouTubers*, dediquem seus trabalhos e consigam viver exclusivamente com esses retornos financeiros. Há também um serviço de assinatura pago, chamado de *YouTube Premium*, que isenta o usuário da necessidade de assistir propagandas, entre outras possibilidades, como salvar vídeos *offline* e assistir em segundo plano na versão *mobile*.

É importante também ressaltar que a plataforma do YouTube nunca existiu de forma isolada na internet, pois ela se integra com outros espaços digitais através de *hiperlinks* e incorporações em outros domínios, sobretudo com outras redes sociais. É comum, portanto, que vídeos e canais populares no YouTube circulem e residam em outras plataformas de comunicação digital, ocasionalmente com adaptações de formatos de acordo com as particularidades destes outros espaços.

Na seção 3 explorar-se-á mais aprofundadamente as dinâmicas e os funcionamentos do YouTube atualmente, alinhado com os nossos objetivos de pesquisa. Passemos agora a discutir a fundamentação teórica do trabalho, iniciando por algumas concepções de texto, conceito que será fundamental para nossa discussão.

¹¹ De acordo com o relatório de imprensa do Youtube disponível em: <https://blog.youtube/press/#:~:text=is%20used%20by%20over%20two%20billion%20people%20across%20the%20globe>. Acesso em 19/05/2025.

¹² Como mostra a reportagem de Todd Spangler, para a revista Variety disponível em: <https://variety.com/2025/digital/news/youtube-google-q4-2024-earnings-record-ad-revenue-1236296767/>. Acesso em 19/05/2025.

¹³ Informação disponível em: <https://pt.semrush.com/> Acesso em 19 de Maio de 2025.

¹⁴ Informação disponível em: <https://www.similarweb.com/top-websites/> Acesso em 19 de Maio de 2025.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção trataremos, em ordem, das noções de texto, hipertexto, algoritmo e Semântica Histórica da Enunciação.

Hasan e Halliday, no livro “*Cohesion in english*”, de 1976, destrincham principalmente o papel da coesão e coerência na constituição de texto, mas começam o livro com a definição de texto em si:

A palavra texto é usada na linguística para se referir a qualquer passagem, falada ou escrita, de qualquer extensão, que constitua um todo unificado. [...] Um texto é uma unidade de linguagem/língua em uso. Não é uma unidade gramatical, como uma oração ou uma frase; e não é definido pelo seu tamanho. [...] Um texto é melhor considerado como uma unidade semântica: uma unidade não de forma, mas de significado. (HALLIDAY, M.A.K.; HASAN, Ruqaya. *Cohesion in English*, 1976, p. 1-2)¹⁵

Mesmo que o livro se mantenha em exemplos de textos mais convencionais, nota-se que a definição geral de texto pode ser compatível com o nosso objeto. Contudo, é importante destacar alguns conflitos de tradução e significação presentes nesses parágrafos de introdução. Um *unified whole*, traduzido livremente como “todo unificado”, pode representar um sentido único criado por segmentos codependentes, como por exemplo um cartaz de ofertas de mercado, cujo preço depende da associação com o produto e o estabelecimento ou uma lista de presença escolar cujo sentido depende do conjunto de nomes, que são relacionados entre si e entre a classe.

Porém, é difícil estressar os limites de um todo unificado quando não tratamos de textos convencionais. Em uma parede com vários pichamentos de diferentes autores, por exemplo, devemos pensar que cada pichação funciona como texto independente, parte constitutiva de um texto coletivo, ou ambas simultaneamente? Assim, a *homepage* do YouTube, que agrega vários vídeos de autores diferentes, poderia gerar um efeito de sentido único com diversas enunciações *independentes* contidas nela?

Em inglês, a palavra *language* pode se referir à língua ou linguagem. Essa ambiguidade dificulta a compreensão da frase original: *a text is a unit of language in use* (um texto é uma unidade de língua/linguagem em uso). Se tratarmos *language* como

¹⁵ Todas as citações de *Cohesion in English* foram traduzidas para o português de forma livre

língua, nossa hipótese chegaria ao fim por esta perspectiva, pois ela depende de usos da linguagem que não estão empregadas apenas no sistema da língua. O conceito de uma *unidade de significado* une as duas problemáticas mencionadas acima. Uma placa de trânsito de *pare*, *emojis* e expressões corporais não fazem parte do sistema de signos da língua, como as palavras do léxico fazem. Nossa pesquisa depende de significados produzidos fora desse sistema, pois envolve possíveis significados produzidos entre a relação de diferentes elementos linguísticos que podem ser combinados pelo algoritmo na *homepage*.

Sobre coesão, os autores utilizam mecanismos de significação que usam os vínculos (*ties*) da gramática e do léxico. Dentro destas limitações, destaca-se os seguintes trechos explicativos

O conceito de coesão é semântico; refere-se a relações de significado que existem dentro do texto, e que o definem como um texto. [...] A coesão ocorre quando a interpretação de alguns elementos no discurso depende da de outro. Um pressupõe o outro, no sentido de que não pode ser efetivamente decodificado sem referência a ele. (ibid., p. 4)

Esta dependência de referências para a interpretação final pode gerar margem de conflito quando colocadas próximas a teorias recentes da semântica da enunciação, como o aspecto de historicidade e cena enunciativa. Entende-se que Halliday e Hasan se referem aos significados produzidos pela combinação de estruturas, que podem evocar mecanismos como referência, substituição, elipse, conjunção e coesão lexical, que se encontram nos vínculos da gramática e do léxico que compõem o texto:

De modo geral, qualquer unidade que seja estruturada se conecta de forma a formar um texto. Todas as unidades gramaticais- frases, cláusulas, grupos, palavras- são internamente “coesas” simplesmente porque são estruturadas. O mesmo se aplica às unidades fonológicas, o grupo de tons, pés e sílabas (ibid., p. 7)

É também relevante destacar a definição dos autores sobre *discurso*, como uma camada estrutural maior que outras unidades mais comuns:

Estrutura do discurso é, como o nome implica, um tipo de estrutura; o termo é usado para a estrutura de alguma unidade postulada acima da sentença, por exemplo, o parágrafo ou alguma entidade maior, como um episódio ou unidade temática. (ibid., p. 10)

Essas definições de estrutura e discurso podem ser comparadas com o conceito de *integração* de Benveniste, dinâmica que permite conexões de diferentes níveis de estrutura para a constituição de um sentido:

Um signo é materialmente função de seus elementos constitutivos, mas o único meio de definir esses elementos constitutivos consiste em identificá-los no interior de uma unidade determinada onde preenchem uma função integrativa. Uma unidade será reconhecida como distintiva em um determinado nível se puder identificar-se como 'parte integrante' da unidade de nível superior, da qual se torna o integrante. (BENVENISTE, Problemas de Linguística Geral I, 1991, p. 133)

E voltando à coesão:

Nosso uso do termo coesão refere-se especificamente a essas relações formadoras de texto não estruturais. Elas são, como sugerimos, relações semânticas, e o texto é uma unidade semântica. [...] Coesão é uma relação semântica entre um elemento no texto e algum outro elemento que é crucial para sua interpretação [...] Coesão refere-se à gama de possibilidades que existem para conectar algo com o que veio antes. (ibid., p. 7-10)

Com esses trechos, pode-se voltar a cogitar a produção de sentidos produzidos por relações mais complexas ou abstratas, visto que a coesão pode ser formada por outros elementos para formar uma unidade semântica, como o discurso ou outro aspecto que seja crucial à interpretação final. Reitera-se, no entanto, o conflito na definição de que os elementos precisam ser necessariamente dependentes uns dos outros para a formação da interpretação.

Na nossa pesquisa, os elementos que compõem os possíveis significados não dependem necessariamente uns dos outros para a formação de uma unidade de sentido só, onde os *hiperlinks* são dispostos de forma que podem ser acessados sem ordem pré-definida. A seção *Últimas notícias*, por exemplo, demonstrada na captura de tela abaixo, dispõe o tema *Notícias sobre golpe*, composto por três vídeos de canais de notícias, que apesar de serem agrupadas pelo mesmo assunto, não requerem uma ordem específica de leitura ou acesso.

Figura 3 - Captura de Tela da seção *Últimas notícias* do YouTube



Fonte: Autoria própria. Capturada em 22/11/2024 por ambiente *desktop*

A maior parte do livro decorre sobre a explicação de dispositivos de coesão, como a referência, substituição, e afins, mencionadas anteriormente. São mecanismos que não convergem ao interesse da pesquisa, pois a parte relevante do nosso objeto de pesquisa se encontra na margem da compreensão de texto, enquanto os autores dissertam sobre elementos de textos mais convencionais encontrados na gramática. No entanto, destaca-se as últimas citações que se encontram nas partes finais do livro:

Sendo uma unidade semântica, um texto é realizado na forma de sentenças, e é assim que a relação entre texto e sentença pode ser melhor interpretada. [...] Seria enganoso sugerir que o conceito de texto é totalmente determinado ou que sempre podemos tomar decisões claras sobre o que constitui um único texto e o que não constitui. [...] Muitas vezes podemos dizer com certeza que o todo de uma determinada passagem constitui um texto; e, da mesma forma, muitas vezes podemos dizer com certeza que, em outra instância, estamos lidando não com um texto, mas com dois ou mais. (ibid., p. 293-294)

A primeira parte desta citação volta a afirmar uma limitação da constituição de texto por apenas sentenças, mas em seguida estende-se a possibilidade de que a definição de *texto* não tenha sido determinada até então. As definições de Halliday e Hasan contribuem, de forma comparativa, com a compreensão textual e seus mecanismos constituintes. Mas não aparentam poder incorporar o nosso objeto de pesquisa como texto, mesmo que encontre-se *brechas* nas definições, pois são voltadas em torno de aspectos gramaticais e lexicais que compõem textos mais ordinários.

2.1 LINGUÍSTICA TEXTUAL DE INGEDORE KOCH

A definição de texto é crucial para o desenvolvimento da pesquisa, e para isso recorreremos a autores que propuseram diferentes noções, buscando compreender os mecanismos de funcionamento de textos para compará-los entre si e avaliar suas aplicabilidades na metodologia do trabalho. A próxima autora será Ingedore Koch. Neste processo de comparação no ensaio, é também importante destacar a necessidade do cuidado epistemológico de não reproduzir um *monstro teórico*, ao evitar agregar ideias diferentes que carregam fundamentos com bases incompatíveis ou escolher apenas as ideias convenientes com a validação das hipóteses do nosso trabalho, ignorando as que entram em conflito.

Ingedore Koch (2015, 2016) foi uma autora responsável por grandes contribuições para o desenvolvimento da Linguística Textual no Brasil. É interessante, tanto para a pesquisa quanto para a compreensão dos escritos de Koch, fazer uma reflexão prévia sobre a noção comum do que constituiria um texto. Propõe-se então alguns exemplos que servem como balizas e, em alguns casos, desafios para a nossa compreensão.

Sabemos, por exemplo, que um livro de ficção dividido por capítulos constitui um texto. Uma ficção serializada, como os livros de *Harry Potter*, também constituiria um texto único entre si, ao juntar as sete edições de livros da história? Um livro de coletânea de contos de horror, que inclui histórias de diversos autores literários, pode ser considerado um texto único também, dado que a curadoria temática relaciona os textos entre si em um objeto material, com a mesma diagramação, e todas as características de um livro só? A bíblia é o livro mais publicado do mundo, com incontáveis edições, agregando dentro dela diversos escritos unidos em torno da história do cristianismo, e mesmo assim ela é popularmente compreendida como unidade textual. Pode-se concluir, possivelmente, que o esforço de curadoria e junção temática permite a criação de textos constituídos por textos menores, de forma semelhante a um texto em parágrafo que pode ser constituído por textos menores de frases. Mas essa hipótese de que o papel da curadoria e organização textual *pode* gerar outros textos não possui limites tão bem definidos.

Listas são exemplos muito intuitivos para compreender esse funcionamento de curadoria que gera sentido. Um bom exemplo seria de uma lista de compras que utiliza

da coerência e pode unir diversas palavras ou frases, mesmo sem conexão gramatical ou sintática entre um elemento e outro, que não teriam sentido em outro contexto qualquer.

Pode-se olhar para uma garrafa de Coca-Cola e encontrar texto. Não apenas os escritos presente no rótulo, como o logotipo, o *slogan* da marca no produto e até mesmo a tabela nutricional, mas sim na junção de todos estes elementos gráficos, em determinado formato e meio de circulação, que também se associam ao conhecimento popular histórico associados ao reconhecimento das garrafas de refrigerante.

A hipótese que a organização ou curadoria resulta em novos textos cria margens complicadas. Afinal, parece estranho dizer que a seção *laticínios* de prateleiras em um mercado constitui texto, ainda que sejam elementos organizados tematicamente e que juntos transmitem um sentido de produtos derivados de leite. De forma semelhante, é possível enxergar a constituição de texto em uma parede pintada por diversos grafites, encomendados para decorar, por exemplo, um bar. Mas, ao passear pela cidade de São Paulo, talvez não seja adequado considerar qualquer muro com pichos e grafites diversos como uma unidade de texto, visto que possuem menos conexão entre si, e às vezes só compartilham, no máximo, do espaço. É mais difícil ainda poder considerar que todos os pichos, grafites, adesivos e cartazes presentes em uma quadra da cidade de São Paulo possam constituir um texto, mesmo com a demarcação geográfica definida.

No livro “Texto e Coerência” (2016), Koch atribui muita relevância da coerência para a constituição fundamental do texto. As desconstruções da noção de texto e coerência podem ser vistas logo no começo do livro:

O *texto* será entendido como uma unidade linguística concreta (perceptível pela visão ou audição), que é tomada pelos usuários da língua (falante, escritor/ouvinte, leitor), em uma situação de interação comunicativa específica, como uma unidade de sentido e como preenchendo uma função comunicativa reconhecível e reconhecida, independentemente de sua extensão. (KOCH, Texto e Coerência, 2016, p. 12)

O sentido poderia ser constituído através da coerência, que serviria como conectivo e formaria o texto. A coerência não está sendo encarada apenas como lógica, mas como histórica, cultural, pragmática e até mesmo cognitiva. “A coerência é vista também como uma continuidade de sentidos perceptível no texto, resultando em uma conexão conceitual cognitiva entre elementos do texto” (ibid., p. 14).

A autora discorre sobre as definições de coerência e coesão de outros autores, como Halliday e Hasan, Dorotea Franck, Beaugrande e Dressler, Widdowson, Van Dijk e Kintsch, Marcuschi, entre outros. No meio dessas teorias é possível encontrar uma semelhança que atribui à coesão, e sobretudo à coerência, um funcionamento de sentido que vai além da conexão semântica entre uma sentença e outra, que operaria em um nível acima da estruturação sintática, como a pragmática. Ela cita Marcuschi a respeito do papel cognitivo que seria preciso para exercer a coerência, que permitiria a continuidade de sentido necessária para dar sentido aos textos:

[...] A coerência é o resultado de processos cognitivos operantes entre usuários dos textos; é o nível da conexão conceitual-cognitiva e estruturação do sentido, manifestando-se, em grande parte, macrotextualmente [...] É o aspecto da organização e estabilização da experiência humana no texto. A coerência é a organização reticulada ou tentacular do texto, não linear, portanto, dos níveis de sentidos e intenções que realizam a coerência no aspecto semântico e função pragmática. (MARCUSCHI apud KOCH, *Texto e Coerência*, 2016, p. 22)

É relevante também a breve citação de Enrique Bernárdez pela Koch, quando ele afirma que as relações que compõem o texto são justamente realizadas pela coerência, e não o contrário.

Enquanto o primeiro capítulo serve de arcabouço teórico, o segundo capítulo se propõe a responder algumas questões que Koch argumenta mais diretamente: É coerência que dá origem à textualidade? Há textos incoerentes? Coerência é algo característico do texto em si ou depende de seus usuários? Diferentes tipos de textos apresentam diferentes tipos de coerência?

A primeira questão é respondida imediatamente: a textura (textualidade) é o que faz de uma sequência linguística um texto, e ela só é percebida como texto quando aquele que recebe é capaz de percebê-la como uma unidade de significação global.

Ela cita as perspectivas de Beaugrande e Dressler que afirmam que a incoerência surge quando não há continuidade de sentido para o receptor, mesmo que por inadequação ou falta de conhecimento. “Texto coerente é o que ‘faz sentido’ para os seus usuários, o que torna necessária a incorporação de elementos cognitivos e pragmáticos ao estudo da coerência textual” (ibid., p. 33). Marcuschi também afirma a existência de textos incoerentes, mas Michel Charolles não, pois, baseado na falta de universalidade em torno da formação de textos e com a ausência de regras definidas que

limitam as possibilidades ou as violações do texto, o receptor sempre agiria e raciocinaria o texto para calcular possíveis sentidos, e que nisso é sempre possível encontrar um sentido em qualquer contexto.

A terceira pergunta é respondida com uma noção importante para a compreensão das perspectivas da autora: “A coerência depende fundamentalmente da interação entre o texto, aquele que o produz e aquele que busca compreendê-lo” (ibid., p. 38), logo, não é apenas uma característica do texto, mas um constituinte necessário dele. Ela também reforça, mediante a imprecisão dos outros autores, a questão de que a coerência possa ser algo estabelecido apenas pelos usuários e independente do texto. Koch acredita na existência de elementos (pistas) que possam guiar o receptor a estabelecer uma coerência desejada “Cremos que a coerência, assim, estaria no processo que coloca texto e usuários em relação, em uma situação dada.” (ibid., p. 38)

A última pergunta é em relação a possíveis tipos de textos com diferentes tipos de coerência. A autora reforça sua posição teórica e propõe que textos podem apresentar diferentes graus de coesão e elementos coesivos. Isso poderia ser uma indicação de que a coerência se manifesta em vários meios, sobre diferentes níveis da superfície linguística.

Antes de prosseguir com os conteúdos do livro, vale ressaltar que há diferenças epistemológicas que a linguística textual de Koch e a Semântica da Enunciação possuem sobre o poder sujeito¹⁶. No decorrer do livro, a cognição e o papel do sujeito na interpretação alcança um patamar elevado nas produções de sentido que um texto pode ter, sendo às vezes o maior responsável pelo sentido, e que pode, conseqüentemente, até ser considerado o autor mais relevante do texto, justamente por realizar essas conexões cognitivas.

No capítulo três há um reconhecimento de que a linguística textual faça interfaces com outras áreas do conhecimento, como a psicologia, neurociência, filosofia, sociologia, teoria da informática, e afins. De fato, a linguagem é um fenômeno que perpassa todas as áreas de estudos do conhecimento, mas, de forma semelhante ao parágrafo anterior, essa multidisciplinaridade possui muitas dificuldades epistemológicas. Sobre isso, ela indaga: qual é então o papel do linguista? E cita Charolles novamente: [o linguista deve fazer] “a análise das marcas de relação entre as

¹⁶ Exploraremos depois como para a Semântica da Enunciação o sujeito não possui agenciamento sobre os próprios enunciados.

unidades de composição textual que a língua usa para resolver, o melhor possível, os problemas de interpretação que seu uso possa gerar[...]” (Charolles, 1987, apud KOCH, 2016, p. 46). Ela destaca a capacidade de:

Medir as instruções relacionais de cada marca, em nível linguístico, e determinar quais ligações ela é capaz de indicar ao receptor, estabelecendo assim as especificidades existentes em uma língua em dado momento; “Lembrar que é muito complexo descrever detalhadamente as instruções interpretativas ligadas às marcas da coesão e conexão” (ibid., p. 47); e “Observar a frequente subdeterminação das marcas linguísticas que, ao mesmo tempo que contém instruções interpretativas complexas, nem sempre veiculam instruções que permitam determinar algoritmicamente o constituinte que elas anaforizam ou o enunciado que colocam em conexão com outro” (ibid., p. 47).

O Capítulo 4 explora os estabelecimentos e dependências da coerência, e é uma seção interessante para se comparar diretamente com o nosso objeto de estudo. Primeiramente, Koch aponta alguns aspectos quase unânimes entre teóricos da área sobre o estabelecimento da coerência, que são a necessidade do bom uso dos elementos linguísticos, o conhecimento de mundo e fatores pragmáticos interacionais. O conhecimento de mundo talvez seja o mais fácil de associar ao *corpus*, pois o YouTube, junto com outras plataformas, estabeleceu-se nas últimas décadas não apenas como ferramentas de pesquisas ou redes sociais, mas também como gêneros de produções textuais, e que, portanto, formou as próprias estruturas informacionais, entendidas como as formas de distribuições de novas informações em dados enunciados. “Em nível semântico, tal conhecimento de mundo¹⁷ terá a ver com o estabelecimento de uma unidade/continuidade de sentido, um sentido único para o todo” (ibid., p. 50). Assumindo a hipótese de que o *feed* e as páginas exibidas pela plataforma se enquadram como enunciado, há uma constante continuidade de sentido de acordo com a experiência do usuário perante a plataforma. Isso pode se manifestar, por exemplo, no momento em que se clica em um vídeo de culinária e os vídeos recomendados podem também ser de culinária, estabelecendo uma conexão semântica direta. E até mesmo quando se utiliza dos dados de navegação do usuário, abrangendo, por exemplo, o

¹⁷ O *conhecimento de mundo* de Koch foi trazido para fins de compreensão da Linguística Textual e é diferente do *conhecimento de mundo* desenvolvido pela Semântica da Enunciação, que será tratado adiante.

histórico e *cookies* do navegador vindo de outros *sites*, para determinar compatibilidades potenciais do usuário para tipos de publicidades específicas.

Em relação à pragmática, ao mantermos a hipótese de que as páginas da plataforma são enunciados, pode-se encontrar princípios de cooperação e até mesmo de cooperação mútua, como seria o caso de o usuário interagir com uma recomendação de um vídeo com os botões *Não tenho interesse nisso* e *Bloquear canal*. É também possível estender as Máximas de Grice nessas interações entre a plataforma e o usuário em várias páginas ou ambientes do YouTube. Em uma breve síntese contextual, Paul Grice publicou em 1975 no capítulo 2 do livro “*Syntax and Semantics: Volume 3*” sua teoria de Princípio de Cooperação com quatro máximas, e é tido como importante constituinte para o desenvolvimento na pragmática. O Princípio de Cooperação considera que interlocutores se auxiliam mutuamente para a realização de uma conversa ou interação linguística bem sucedida, e as quatro máximas são: quantidade; qualidade; relação; e modo. Num diálogo, a máxima de quantidade ou informatividade supõe que os interlocutores falem somente informações importantes para o entendimento, sem falta ou excesso. A de qualidade ou verdade supõe que os falantes digam apenas informações verdadeiras, isto é, confia-se que as informações contribuídas são verdadeiras, quando não se encontra motivo para mentir. A máxima de relação ou relevância se associa à de quantidade, e espera-se que as informações trazidas por um falante sejam relevantes para a construção de sentido do diálogo. Por fim, a máxima de modo, ou clareza, supõe que os interlocutores trarão as informações de forma adequada, isto é, com clareza, sem ambiguidade, sem verbosidade e etc. Como pode-se ver, as máximas se relacionam umas com as outras e portanto instauram um ambiente de confiança e cooperação numa conversa.

A quantidade massiva de dados de milhões de pessoas permite que ao pesquisar, por exemplo, apenas pelo termo *7x1*, haja uma recomendação de texto para completar a pesquisa com *7x1 narração*, se referindo à infame partida de futebol da Copa de 2014 entre Brasil e Alemanha, e também *7x1 eu não sou seu*¹⁸, nome de uma música popular do início do milênio. A maioria das recomendações de pesquisa retornam textos que remetem ao episódio da Copa, que é onde esse texto mais possui relevância quantitativa, podendo ser deduzida pelas quantidades de vídeos, quantidade de visualizações e outras

¹⁸ Essa música era popularmente creditada pela banda Forfun, mas foi feita na verdade pela banda Offline. Isso é relevante para figuras seguintes que capturam o vídeo com o título que atribui a música erroneamente.

métricas semelhantes. Ao ignorar as recomendações de preenchimentos e pesquisar somente por *7x1*, os vídeos em destaque, ou seja, situados nas colocações mais prioritárias na exibição para o usuário, resultam em vídeos da Copa. Os vídeos não são dispostos necessariamente de acordo com a fidelidade do texto. Nessa pesquisa, por exemplo, os dois primeiros resultados têm no título *1x7*, ao invés do *7x1* pesquisado. Apesar de haver uma grande influência da quantidade de visualizações nas disposições dos vídeos, não é o único fator determinante, visto que o primeiro resultado *BRASIL 1 x 7 ALEMANHA Narração Galvão Bueno* possui 2,3 milhões de visualizações, e o segundo *Brasil 1 x 7 Alemanha – melhores momentos – Copa do Mundo 2014*, possui mais, com 2,8 milhões. O exemplo de *7x1* é retomado na seção 3, e registra-se que estas seções foram escritas em tempos distintos, pois quando pesquisado *7x1* novamente pelo mesmo perfil, o resultado da música *7x1 eu não sou seu* não apareceu mais.

Dessa forma, é possível pensar na máxima de relevância de Grice, pois o algoritmo opaco organiza a curadoria dos vídeos de acordo com seus diversos critérios obscuros. Ele tentaria se suceder ao exibir os vídeos com maior probabilidade de satisfação do usuário, mediante sua pesquisa e cruzamento de dados. Pode-se relacionar também com a máxima de quantidade, visto que a plataforma possui um espaço determinado para o tamanho e a quantidade de vídeos exibidos na tela, que pode variar de acordo com o dispositivo ou a resolução da tela do aparelho.

Visto que a princípio o YouTube seja uma rede de índices de pesquisas e resultados, a máxima de quantidade pode se manifestar no tamanho e disposição que os resultados são disponibilizados, porque não é, por exemplo, organizado alfabeticamente como uma lista telefônica ou com um texto menor que permitiria a exibição de 100 títulos de vídeos diferentes em uma página só. A máxima de quantidade, então, pode se relacionar à máxima de modo, quando proporciona ao sujeito uma exibição de informações considerada adequada. Ao assumirmos a constatação de que a empresa Google possui seu interesse em reter e satisfazer a maior quantidade de usuários possíveis, deduz-se que a organização de resultados do YouTube seja otimizada para o conforto do usuário. Ela evitaria, portanto, a exposição de uma quantidade exagerada de resultados por vez, e abraçaria as possíveis ambiguidades das palavras da pesquisa ou tema através da máxima de relevância.

De forma geral, o desejo da plataforma de reter os usuários dentro dela, unida com os milhões de dados cruzados através dos algoritmos, resultam em um ambiente

pragmático que se desenvolve para satisfazer os princípios da cooperação com os sujeitos. Essas decisões incrementais feitas tanto pelos profissionais da área de computação, quanto pelos algoritmos que permitem o rápido cálculo de relações que o sujeito possa ter com o mundo, manifestam relações clássicas da pragmática, mesmo que em uma interação indireta estabelecida entre o sujeito e a máquina.

Koch diz que é unânime a necessidade de conhecimento de mundo para a formação da coerência. O conhecimento de mundo engloba a construção de um mundo textual, o relacionamento dos elementos do texto, o estabelecimento da continuidade de sentido e a construção de uma macroestrutura. Ela então reúne conhecimentos teóricos sobre a memória pela perspectiva cognitiva, que define categorias distintas de conhecimentos diferentes e como eles se relacionam, como o conhecimento enciclopédico, o conhecimento ativado e também modelos cognitivos globais, dos quais as teorias semânticas relacionam a compreensão do texto com o processamento de conhecimento.

A intencionalidade é outra característica difícil de se relacionar com o *corpus*, pois precisa da assunção que há comunicação entre o sujeito e o algoritmo, onde o algoritmo precisaria ser capaz de, ao menos, emular intenção. No entanto, a aceitabilidade é um conceito que se relaciona fortemente com a intencionalidade, onde o sujeito “aceita a disposição ativa de participar de um discurso e partilhar um propósito” (ibid., p. 80). A aceitabilidade é interessante para a nossa pesquisa, pois, por mais que costume estabelecer-se em uma comunicação entre dois ou mais indivíduos, ela pode se manifestar no sujeito que possui apenas a crença na existência comunicação, como é o caso de pessoas que escrevem para IAs generativas, ou *chatbots* (interfaces computacionais que simulam conversação) com elementos conversacionais, tratando-o como locutário, através de elementos linguísticos como cordialidade, cumprimentos e afins. Experiências de Testes de Turing¹⁹ registram essas dinâmicas conversacionais há décadas, como foi o caso do *chatbot* Eliza em 1967, que utilizava de uma sintaxe simples programada para responder o usuário com informações prévias que ele havia fornecido na conversa.

¹⁹ Proposto por Alan Turing em 1950, o Teste de Turing é um experimento replicável utilizado para avaliar capacidades de uma máquina reproduzir comportamento humano. De forma geral, o experimento consiste em expor um indivíduo numa interação sem que ele saiba que é com uma máquina, e ele deve reconhecê-lo como humano ou máquina (TURING, Alan. *Computing Machinery and Intelligence*. *Mind*, [s. l.], v. 49, ed. 246, p. 433-460, 1 out. 1950.)

Prosseguiremos com a Linguística Textual de Koch com o livro “Desvendando os Segredos do Texto” (2015). Nele, conceitua-se os textos e seus elementos constituintes por outra perspectiva, que permitem uma outra relação com o nosso tema da pesquisa. Ao começar por língua:

A concepção de língua como lugar de interação corresponde a noção de sujeito como entidade psicossocial, sublinhando-se o caráter ativo dos sujeitos na produção mesma do social e da interação e defendendo a posição de que os sujeitos (re)produzem o social na medida em que participam ativamente da definição da situação na qual se acham engajados, e que são atores na atualização das imagens e das representações sem as quais a comunicação não poderia existir (KOCH, Ingedore, Desvendando os Segredos do Texto, 2015 p. 16).

A noção de sujeito, que será mais desenvolvida em outra parte do trabalho, é também muito importante para nós, dada a hipótese inicial de que o possível texto do nosso material talvez possa ser considerado produto de uma co-autoria entre o algoritmo, o usuário consumidor e o usuário produtor.

Já na concepção interacional (dialógica) da língua, na qual os sujeitos são vistos como atores/construtores sociais, o texto passa a ser considerado o próprio lugar da interação e os interlocutores, como sujeitos ativos que- dialogicamente- nele se constroem e são construídos (ibid., p. 18)

Koch argumenta no decorrer do livro sobre uma multiplicidade de sentidos possíveis que textos podem possuir, e afirma que “O sentido de um texto é, portanto, construído na interação texto-sujeitos²⁰ (ou texto-enunciadores) e não algo que preexista essa interação” (ibid., p. 18). Juntas, essas noções se encaixam com os efeitos de sentidos pensados nas hipóteses iniciais do trabalho, no espaço virtual, onde o sentido poderia ser resultante do contato e interação que os sujeitos de caráter ativo realizam uns com os outros. O *site*, como espaço virtual, é construído a partir de dinâmicas interativas multimodais que determinam a formação do espaço individualizado do usuário, ao mesmo tempo que relaciona uma *ponte* de interação coletiva dos usuários uns com os outros, que se afetam mutuamente, mesmo que de maneira distante e opaca.

²⁰ A noção de *sujeito* de Koch foi trazida para fins de compreensão da Linguística Textual. É diferente do *sujeito* tratado pela Semântica do Acontecimento ou Semântica Histórica da Enunciação, que será depois explorado neste ensaio.

Sobre contexto, a autora dá destaque à perspectiva de Goodwin e Duranti, onde seria um *frame* que estrutura o evento e fornece ferramentas para o entendimento do contexto, que são o cenário, entorno sociocultural, a própria linguagem, conhecimento prévio e a análise do contexto como um modo de práxis interativamente construída. E é na própria linguagem que se pode fazer uma relação conveniente com o nosso objeto, onde a autora assemelha a própria fala como um dos recursos mais importantes para a organização do contexto, que invoca e fornece contexto para outra fala. Apesar da utilização do termo *fala* por Koch, a noção de que a linguagem permite a própria assimilação do contexto é uma explicação interessante ao lidar com o funcionamento de um espaço virtual, composto de ícones, hipertextos, imagens e diversas interatividades visuais e cognitivas.

É na dissertação sobre hipertexto que a autora cria uma grande janela de intersecção entre sua teoria textual e a compreensão do nosso objeto. Primeiro, ela afirma, efetivamente, “que todo texto é hipertexto” (ibid., p. 72), onde: “Todo texto constitui uma proposta de sentidos múltiplos e não de um único sentido, e que todo texto é plurilinear na sua construção” (ibid., p. 72), e utiliza de exemplo um texto acadêmico que contém referências, citações, notas de rodapé ou de finais de capítulos, cuja chamadas funcionam como *links*. Assim, os leitores se diversificam no percurso de leitura, onde podem optar por diferentes caminhos para a ordem do texto, como por exemplo olhar só as notas que lhes interessem, pulá-las, ler de maneira contínua e depois retornar a elas, interromper sua leitura para integrar os conteúdos destes *links*, e etc. A própria obra pode ser considerada como fonte de outras referências que se conecta com outros textos de outros livros ou artigos, e essa relação de sentido só é realizada com a execução ativa do leitor.

Depois, Koch associa ao hipertexto uma capacidade de co-autoria do leitor ao texto que é exposto, dado a sua estruturação que permite um percurso não linear de progressão aos textos. “O hipertexto é também uma forma de estruturação textual que faz do leitor, simultaneamente, um co-autor do texto” (ibid., p. 75). É relevante destacar que o livro foi publicado em 2002, período histórico em que o termo *web 2.0* era recente. Assim, a função de hipertexto não englobava as capacidades que existem no meio digital atual, em 2025, apesar de seus fundamentos ainda aparentarem condizentes. A plataforma do YouTube utiliza de combinações de diferentes formas de *hyperlinks* e hipertextos na sua estrutura, como por exemplo as imagens conhecidas

como *thumbnails*, que atuam como capas interativas dos vídeos dispostos, e que exibem pré-visualizações do vídeo ao serem interagidas com a permanência do mouse sobre uma destas imagens.

2.2 HIPERTEXTO

Hipertexto é um termo disputado por algumas áreas do conhecimento, como a ciência da computação, semiótica e a própria linguística. Para compreendê-lo em relação ao nosso objeto de pesquisa, é necessário entender o funcionamento de *hyperlinks*, e relacioná-lo à história do desenvolvimento tecnológico e social que permitiu seus funcionamentos.

O *hyperlink* é um mecanismo tecnológico que permite a inserção de redirecionamentos para outros espaços no digital dentro de outros textos ou palavras, através de URLs (*Uniform Resource Locator*²¹). Tradicionalmente, a sinalização do *hyperlink* se manifesta com uma palavra em negrito na cor azul, que ao ser interagida, como em um clique com o ponteiro do mouse ou apertado com o dedo através de uma tela *touchscreen*, redireciona o usuário para outra página ou endereço. As linguagens de programação convencionais, como o HTML (*Hypertext Markup Language*²²) que é utilizado para a construção de páginas da *web*, permitem a inserção de *links* e URLs em palavras ou até mesmo imagens. O YouTube, nosso objeto de pesquisa, exibe seus vídeos com títulos que funcionam como *hyperlinks* para direcionar aos vídeos em si, mas também com *thumbnails* que também são *hyperlinks* e levam o usuário ao mesmo endereço.

O conceito de hipertexto é antigo e há registros dele em 1945, por Vannevar Bush²³, mas foi popularizado no ambiente da *web 2.0*, entre 1999-2004, no período histórico em que o ambiente digital se tornava mais dinâmico e interacional entre o usuário e a tecnologia. Coloquialmente, os termos hipertexto e *hyperlinks* se misturam como sinônimos, então é importante destacar a funcionalidade tecnológica do *hyperlink*, que possui, a princípio, pouca relevância linguística, e o funcionamento do hipertexto, cujas possibilidades através dos *hyperlinks* são cruciais para o nosso trabalho.

²¹ Localizador Padrão de Recursos.

²² Linguagem de Marcação de Hipertexto.

²³ BUSH, Vannevar. *As we may think*. The Atlantic [s.l.], 1945 Disponível em: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/1945/07/as-we-may-think/303881/> . Acesso em: 18 de abr. 2025.

O hipertexto permite uma multimodalidade e interatividade do usuário com os textos digitais que permitem navegações e progressões não-lineares de texto. Essa dinâmica transfere parte do controle do(s) autor(es) para o leitor, favorecendo a pluralidade de sentidos que podem ser emitidos.

No meio digital, um exemplo paradigmático é a plataforma Wikipédia, a maior enciclopédia livre online. Ao visitar nela, por exemplo, o artigo *Brasil*, encontra-se uma página com um panorama geral do país, onde diversos termos contêm *hiperlinks*. Ao escolher e clicar nela, dentre os diversos hiperlinks que possui, em *Império Português*, entra-se em uma nova página com diversos outros *hiperlinks*, a partir dela, pode-se dirigir para *Segunda Guerra Mundial*, que pode levar até *Operação Barbarossa*, e sucessivamente, enquanto também é possível interagir com outros tipos de *hiperlinks* disponíveis da página, como para mudar a língua, ver histórico de edição, e afins. É possível fazer *sitemaps* que representam visualmente a navegação hierárquica e dinâmica que um *site* pode oferecer, como esquematizado na próxima imagem (Figura 4) que representa o *sitemap* da plataforma Wikipédia.

No livro “Hipertexto e Gêneros Digitais”, Denise Bértoli Braga também reflete sobre as possibilidades pedagógicas que o hipertexto pode fornecer. Ela destaca que leitores novatos podem se sentir perdidos em um “pântano de informações”, e acabam tendo menos escolhas, onde precisam de orientação. É um aspecto interessante para se associar com o nosso objeto de trabalho que exige letramento digital, tema muito relevante na área de linguística e pedagogia.

O número de brasileiros com acesso à internet continua aumentando, com 88% da população, de acordo com uma pesquisa do IBGE (2023). O YouTube possui milhões de usuários, distribuídos entre usuários com maior e menor letramento digital e afinidade com a plataforma. Um usuário com mais entendimento sobre os funcionamentos do espaço que utiliza pode utilizar recursos menos conhecidos que alteram sua dinâmica como sujeito perante os textos exibidos. Opções na interface como *Não recomendar mais este canal* ou *Não tenho interesse nisso* implicam em consequências nas futuras recomendações e seleções de vídeos. E, de forma mais indireta, o usuário da plataforma que compreende melhor sua posição como usuário

retornar ou referenciar outras leituras, de forma semelhante a como vimos para Ingedore Koch. Os livros pedagógicos escolares de ensino fundamental e médio também poderiam se encaixar nessa categoria impressa e dinâmica pois sua organização editorial encoraja a inserção de segmentos lúdicos ou com informações e referências extras sobre o tema de ensino. Fora do ambiente de estudo, foi muito popular nos Estados Unidos entre as décadas de 1980 e 2000 a série de livros *Choose Your Own Adventure*²⁶, que consistia em livros interativos com histórias na qual o leitor deveria tomar decisões e, então, avançar para uma página específica onde a história seguiria seu curso a partir da escolha tomada.

2.3 ALGORITMOS

Marie-Anne Paveau, no livro “Análise do Discurso Digital” (2021), descreve os funcionamentos dos algoritmos de forma técnica e seus efeitos discursivos.

Os algoritmos são sequências de instruções que permitem a solução de problemas. Na internet, eles permitem resolver o problema do tratamento da informação, procurando-a, processando-a, classificando-a, hierarquizando-a, etc. (PAVEAU, *Análise do Discurso Digital*, 2021, p.39)

Eles não estão diretamente relacionados à produção linguageira, mas a autora compara sua importância como a dos *frames*, quadros prévios e representações, que devem ser integrados nos estudos sobre produções de discurso digital. São os algoritmos responsáveis pelo processamento e relação de quantidades massivas de dados, como *cookies*, gerados de forma passiva pelo usuário apenas pelo registro de ações e informações simples, como o histórico de navegação, mapeamento de cliques, tempo de permanência em determinada página, entre outros.

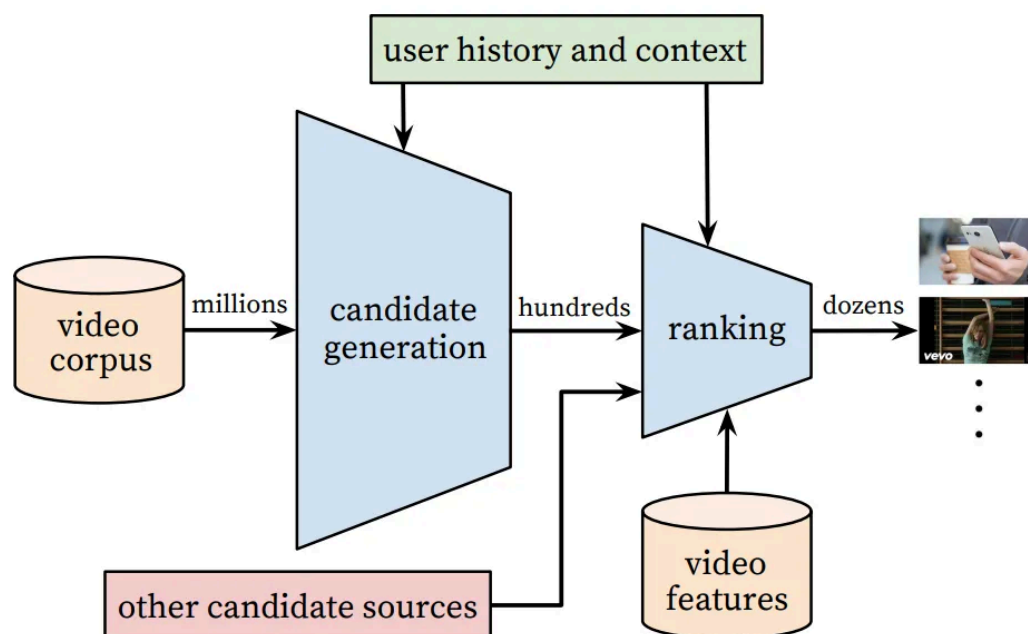
Algoritmos operam a partir de operações matemáticas definidas, quando determinado *input* (dado de entrada), sempre resultará no mesmo *output* (saída). O termo *caixa-preta*, mencionado anteriormente, designa uma parte importante do funcionamento dos algoritmos de grandes plataformas, pois, além de estarem sob sigilo comercial, operam sob uma estrutura complexa de redes neurais. A tecnologia de aprendizado de máquina, presente em redes neurais, se refere ao funcionamento de

²⁶ Escolha sua própria aventura.

programas que possuem capacidade de autorregulação de parâmetros. Estabelecem-se parâmetros qualitativos para os *outputs* produzidos, que os desenvolvedores possuem acesso e podem filtrar e regular os *outputs* mais desejados. Dessa forma, o programa possui capacidade limitada para alterar determinadas partes próprias da sua lógica de produção de *outputs*, e é instruída para atingir os melhores resultados. Algoritmos de grandes plataformas, como é o caso do nosso objeto de pesquisa, funcionam a partir desses princípios.

Então, a opacidade dos funcionamento dos algoritmos presentes no YouTube não se trata apenas de segredo comercial, mas também da própria imprevisibilidade e opacidade da máquina entre as pessoas que têm acesso aos códigos. O algoritmo de recomendação do YouTube (Figura 5), opera sobre a estrutura de duas principais redes neurais: uma que determina valores aos milhões de vídeos disponíveis na plataforma, e outra que determina valores aos bilhões de usuários. A disposição de recomendações na tela do usuário é o resultado do cruzamento dessas duas redes, que qualificam os vídeos em relação aos usuários específicos. Alguns parâmetros são conhecidos popularmente, apesar de não haver possibilidade de acesso público aos valores específicos que eles representam. Para a qualificação dos vídeos, há métricas como o *watchtime* que designa a média de tempo que o(s) usuário(s) permanece(m) no vídeo, a proporção de *gostei*s, quantidade de comentários, o histórico do canal de publicação e classificação de temas. Já para a qualificação dos usuários, estas mesmas métricas citadas anteriormente funcionam para estipular o tipo de vídeo que irá ser de interesse do usuário.

Figura 5 - Diagrama da arquitetura do sistema de recomendação do YouTube



Fonte: COVINGTON, Paul; ADAMS, Jay; SARGIN, Emre. *Deep neural networks for YouTube recommendations*. Boston, MA, EUA. 2016.

Em relação aos rastros que os usuários deixam na navegação, Paveau argumenta que eles precedem o locutor, “uma vez que são os rastros que produzem os discursos e não são os locutores que os elaboram. Os algoritmos falam no lugar dos internautas a partir de um conjunto de cálculos que se assemelha muito a um determinismo.” (PAVEAU, *Análise do Discurso Digital*, 2021, p. 43). Assim, o locutor teria pouco espaço para influência, como é o caso do *feed* do Facebook que a autora usa de exemplo²⁷. O ambiente digital pode fazer uma forte influência no discurso através de instruções semânticas fortes.

Trataremos agora da Semântica Histórica da Enunciação que servirá de fundamentação teórica e analítica para nossa reflexão sobre a consideração de páginas da internet, como as do Youtube, como texto.

²⁷ Alguns destes rastros podem ser formados de forma consciente por um usuário com maior letramento digital. Descreveremos estes funcionamentos nas seções seguintes.

2.4 COMPÓSITO

A noção de compósito, de Marie-Anne Paveau (2021), auxilia a compreensão das dinâmicas entre os elementos languageiros e técnicos discursivos presentes no ambiente digital. Pela perspectiva discursiva, “Um elemento de discurso é compósito quando se constitui por uma mistura entre o linguístico e o técnico” (PAVEAU, 2021, p. 119). Assim, elementos técnicos como a interatividade multimodal, a não-linearidade e hipermídia, se unem à linguagem através do discurso desenvolvido nestes ambientes de circulação. As representações gráficas exibidas nas telas, estáticas e animadas, síncronas e assíncronas, que frequentemente compartilham espaço com outras técnicas, realizam a função de compósito ao se sustentarem por elementos linguísticos.

Em *corpora* de natureza digital observa-se uma grande multiplicidade de capacidades técnicas de navegação, que é simultaneamente extensa de se descrever, mas aprendida, em níveis variáveis por grande parte da população. Como visto anteriormente, o YouTube e o Iphone não possuem 20 anos de existência. Mesmo assim, existem bilhões de pessoas conectadas na internet, e o letramento digital passou a ser necessário no processo de adoção das grandes tecnologias difusas globalmente nos últimos anos, como o *smartphone* e a infraestrutura da internet. Paveau, no mesmo livro, também traz o conceito de memória tecnodiscursiva, que pode contribuir com a compreensão de certos funcionamentos já mencionados da plataforma.

A memória tecnodiscursiva é uma memória desenvolvida em universos conectados, que amplia as capacidades da memória discursiva não equipada digitalmente, produz arquivos nativos inéditos em forma digitais nativas, ordena parcialmente a massa de dados discursivos *online* e constitui linhagens discursivas e formulações prévias para a elaboração dos discursos (PAVEAU, *Análise do Discurso Digital*, 2021, p. 267)

A capacidade de armazenamento computacional de informações já é documentada academicamente há décadas, e boa parte da compreensão da memória tecnodiscursiva é fundamentada na capacidade das máquinas, especialmente quando conectadas em rede, de reter informações que podem ser arquivadas, buscadas e circuladas de forma assíncrona, “de modo que amplia as capacidades da memória discursiva não equipada digitalmente” (ibid., p. 267). Mesmo que qualquer *site* ou

plataforma possa ser alterada ou desospedada, esse conceito é muito paradigmático em exemplos como a Wikipédia e outras fontes de arquivamentos públicos, como *sites* e endereços que podem ser acessados através de navegadores, buscadores e indexadores. Essa forma de disponibilidade informacional, que é plurissemiótica, investigável e imprevisível, inclui outras cognições embutidas nas formações e circulações dos discursos.

É, no entanto, relevante destacar algumas distinções de funcionamento do nosso objeto de estudo em relação aos exemplos paradigmáticos, ao se tratar da memória tecnodiscursiva. Ao processar rastros e determinar a disposição única de elementos para cada usuário e em cada acesso, cria-se uma relação particular de memória entre o usuário com seu próprio ambiente, como já descrito. Esse tipo de memória, no entanto, pode entrar em conflito com a definição de Paveau. Uma das características da memória tecnodiscursiva é a investigabilidade, que considera que qualquer navegação e interação fornecem dados que se tornam quantitativos, potencialmente deslocando a metodologia tradicional de análise do discurso que depende da memória depositada nos discursos, “detectáveis pela competência cultural dos receptores e pela competência interpretativa do pesquisador” (ibid., p. 281).

A lista de amigos ou de seguidores, por exemplo, que existe no Facebook e no Twitter, é um exemplo dessa auto (re)produção: trata-se de um pacote de dados gerado automaticamente pelo sistema, que pode tornar-se um documento por simples consulta (ibid., p. 282)

No Youtube é possível observar espaços em que o algoritmo possui mais controle em relação a quais informações o usuário tem acesso. A categoria de *shorts*, por exemplo, oferece uma navegação muito imprevisível, onde o usuário pode apenas prosseguir para o próximo vídeo, que já tem sua reprodução automática, e não há nem mesmo uma prévia do que virá a seguir. Mesmo que o vídeo fique acessível no histórico, a investigabilidade por parte do usuário é dificultada. Essa lógica se aplica a qualquer ambiente digital que implementa a função algorítmica de *feed* de curadoria, ou seja, que não opera através de uma lógica transparente como a organização cronológica. Então, mesmo que haja dados e registros de uso, a autonomia das investigabilidades variam de acordo com plataformas ou seções diferentes da mesma plataforma, portanto

alterando as relações de memórias discursivas, tanto em nível de uso individual como em nível de uso coletivo.

A detenção dos direitos de acesso a esses dados também é relevante para as investigabilidades. Um usuário publicador de vídeos, por exemplo, tem acesso a dados específicos que foram gerados pela circulação das suas publicações, como a razão da quantidade de pessoas que clicaram no vídeo, sobre a quantidade de pessoas que o vídeo foi oferecido. Em escala maior, outros tratamentos de dados são feitos, cujo acesso pode ser fornecido parcialmente para anunciantes, além de dados tratados que só permanecem apenas em circulação interna das empresas.

2.5 SEMÂNTICA HISTÓRICA DA ENUNCIÇÃO

Para fundamentar a compreensão da Semântica Histórica da Enunciação, utilizamos sobretudo os trabalhos do semanticista brasileiro Eduardo Guimarães que possui décadas de contribuição para a área. Essa semântica considera o que Saussure exclui: a relação entre língua, história e sujeito. Ao considerar a historicidade, a Semântica da Enunciação faz uma intersecção com a Análise do Discurso. A historicidade não é vista apenas como contexto social, mas considera, além do discurso, que um enunciado só se realiza a partir de enunciados passados.

Guimarães trata do texto em uma das suas primeiras obras, “Texto e Argumentação” (1987):

Consideraremos o texto como uma unidade empírica com começo, meio e fim. [...] E nesta perspectiva podemos dizer que o texto é atravessado por várias posições do sujeito, sendo, também, uma dispersão de discursos (GUIMARÃES, Texto e Argumentação, 1987, p. 13).

Neste livro, o autor aponta o sujeito como disperso na enunciação, pois ocupa uma multiplicidade de posições e possui uma dialogia interna constitutiva, e assim, realiza-se uma polifonia presente nas enunciações. Locutores e alocutários são dispersos no processo de uso da língua, onde as representações de “eu” e “tu” ocupam posições

diferentes dentro de um enunciado, e se constituem diferentemente entre um enunciado e outro.

A polifonia é um conceito de origem do Círculo de Bakhtin e desenvolveu-se também por meio de outros autores, como Valentin Voloshinov e Oswald Ducrot, que Guimarães incorpora para o estabelecimento da sua teoria. O termo polifonia remete a *várias vozes*, o que representa, para Guimarães, a consideração das diversas representações do sujeito da enunciação no enunciado. Essas vozes podem ser encontradas, por exemplo, em posições argumentativas de situações de enunciação com locutor e alocutário. Assim, pode ser plausível considerar os outros usuários, ao servirem como parâmetros que calibram o ambiente digital do YouTube, constituem uma polifonia na formação das cenas enunciativas que depara-se ao utilizar a plataforma, pois há a presença de outros sujeitos dispersos pelo nosso *corpus*, como veremos na seção de análise.

Guimarães reforça a necessidade de utilizar *corpora* capturados em circulação de uso da língua ao invés de se criar enunciados para se analisar, pois só assim pode-se obter as condições constituintes dos enunciados. Essa noção fundamenta a perspectiva de coleta do nosso *corpus*, adaptada para o ambiente digital com capturas de tela. Ele propõe então o procedimento de sondagem:

O *corpus* deve se constituir, assim, por textos nos quais tenhamos a condição de encontrar enunciados relevantes para os objetivos da análise. Por isso considero, como procedimento de análise, o que chamo de procedimento de sondagem, que estabelece seu corpus por uma escolha segundo a relevância referida logo acima. E neste corpus é preciso encontrar os enunciados pertinentes aos objetivos propostos para analisá-los, de modo a poder relacionar as análises feitas no conjunto dos textos. (GUIMARÃES, Sobre a Teoria e Método na Semântica da Enunciação. Línguas e Instrumentos Linguísticos, 2023, p. 119)

O enunciado é a nossa unidade de análise, e: “o sentido [é considerado] como a significação do enunciado constituído pela integração do enunciado ao texto [...] E a semântica é nesta medida o estudo dos sentidos dos enunciados” (GUIMARÃES, Semântica: Enunciação e Sentido, 2018, p. 18). Desta forma, a significação é entendida como o sentido de enunciados, produzido em um acontecimento do funcionamento da língua. Para o nosso *corpus*, mesmo antes de tomarmos a disposição algorítmica de

vídeos como um enunciado, podemos entender que os vídeos, juntos com todos seus elementos associados, compõem enunciados definidos.

A noção de espaço de enunciação permite a compreensão da relação das línguas em uso pelos falantes, que só é possível através do histórico, pois a língua é realizada através da prática humana. É um espaço desigual, e o agenciamento dos falantes pelas línguas e seus sentidos é, portanto, político. Assim, sempre que a língua é posta em funcionamento por um falante, carregada por estas relações históricas, forma-se um acontecimento. Este acontecimento estabelece sua própria temporalidade de sentidos, marcando todas as enunciações anteriores como passadas, ao mesmo tempo que se estabelece no presente e projeta um futuro, onde futuros acontecimentos poderão ocorrer por conta deste presente instaurado. Ou seja, o enunciado presente se tornará base e será histórico para futuros enunciados.

É no livro “Semântica do Acontecimento” (2003) que Guimarães caracteriza os enunciados como acontecimentos por conta de como instituem suas próprias temporalidades, e não apenas se inserem num tempo vigente. A relação de temporalidade é importante para o nosso *corpus*, pois, como descrito anteriormente, rastros digitais e navegações passadas determinam a seleção de alguns vídeos apresentados, especialmente nas seções de recomendação. Pode-se fazer uma analogia e talvez até uma hipótese que considera as interações do usuário com o algoritmo como enunciações e portanto estabelece uma relação de funcionamento de linguagem entre os usuários sujeitos. Deste modo, o acontecimento dessas enunciações cria sua própria temporalidade, com um passado histórico, o presente e um recorte dos possíveis sentidos/interpretações futuras de acordo com o estabelecimento deste presente. De maneira aplicada, ao escolher um vídeo dentre vários para clicar e assistir, os algoritmos utilizam estas informações e projetam futuros vídeos de recomendação baseado nos dados do usuário, dos coletivos dos usuários e dos vídeos em si. Com a mesma lógica de funcionamento de processamentos de dados massivos, há um recorte constitutivo de enunciações passadas que resultam numa nova enunciação de curadoria e disposição de vídeos. Nesse passado histórico é possível encontrar, além do agenciamento do algoritmo com as interações do próprio usuário, uma polifonia que origina de comportamentos de outros usuários da plataforma, que são qualificados e também determinam os resultados que são exibidos, como explorar-se-á nas seções futuras.

Guimarães também escreve sobre espaço de enunciação. São espaços muitas vezes no sentido literal e geográfico, que dividem línguas e falantes de forma política. Seja entre línguas diferentes, com margens de contato e hierarquia, como as importações de estrangeirismos do inglês no português brasileiro, ou seja dentro da própria língua, como as diferenças de vocabulário e sotaque de português no Brasil. Apesar de não ser o foco do trabalho, é relevante considerar que espaços digitais também estão sujeitos a estas dinâmicas que constituem valores e política nas realizações de língua.

Os espaços de enunciação são espaços de funcionamento de línguas, que se dividem, redividem, se misturam, desfazem, transformam por uma disputa incessante. São espaços “habitados” por falantes, ou seja, por sujeitos divididos por seus direitos ao dizer e aos modos de dizer. (GUIMARÃES, *Semântica do Acontecimento*, 2003 p. 18)

Cena enunciativa é outro aspecto da configuração do acontecimento: “São lugares constituídos pelos dizeres e não pelas pessoas donas de seu dizer” (GUIMARÃES, *Semântica do Acontecimento*, 2003, p. 23). Por um lado, a cena enunciativa estabelece o lugar social do locutor, como um locutor-professor, locutor-presidente, entre outros. E por outro, lugares do dizer chamados de enunciadores:

Estes [enunciadores] se apresentam sempre como a representação da inexistência dos lugares sociais de locutor. E embora sempre se apresentem como independentes da história ou fora da história, são lugares próprios de uma história. Temos então enunciadores como: enunciador-individual, quando a enunciação representa o Locutor como independente da história; enunciador-genérico, quando a enunciação representa o Locutor como difuso num todos em que o indivíduo fala como e com outros indivíduos. enunciador-universal, quando a enunciação representa o Locutor como fora da história e submetido ao regime do verdadeiro e do falso” (GUIMARÃES, *Semântica do Acontecimento*, 2003, p. 26).

Após um melhor destrinchamento descritivo realizado nas próximas seções, é possível lembrar e comparar essa noção de cena enunciativa com algumas possibilidades de interações e dinâmicas entre usuários e a plataforma. Como visto antes, os vídeos que são dispostos para um perfil dependem da mediação que os algoritmos fazem sobre os dados dos vídeos e dos usuários dos quais os assistem.

Alguns sujeitos, como por exemplo os usuários, canais publicadores, e talvez até o próprio algoritmo²⁸, aparentam ocupar posições de locutores distintos e dispersos nos enunciados. E relacionam-se entre si ao constituir cenas enunciativas e acontecimentos.

Também utilizamos neste trabalho a ferramenta metodológica Domínio Semântico da Determinação (DSD), elaborada por Guimarães no livro “Palavra: Forma e Sentido” (2007), que se baseia no procedimento de reescrituração e articulação do texto e então busca a designação de sentido de palavras por relações de referências como a homonímia, sinonímia, hiperonímia, polissemia, etc.

[...] a relação com o que está fora da linguagem é uma construção de linguagem. Ou seja, só é possível pensar na relação entre uma palavra e o que ocorre em virtude da relação de uma palavra a outra palavra. A relação de uma expressão com as coisas não é classificação de objetos, é relação de sentido entre palavras (GUIMARÃES, Palavra: Forma e Sentido, 2007, p. 77-78).

Para a visualização gráfica, o símbolo $\vdash$ é usado para determinar sentido, onde lê-se $X \vdash Y$ como X determina Y. Já — é utilizado para relacionar sinônimos, onde, em $Z \text{—} W$, Z é sinônimo de W. Já um longo traço, como ————— , é utilizado para separar antônimos.

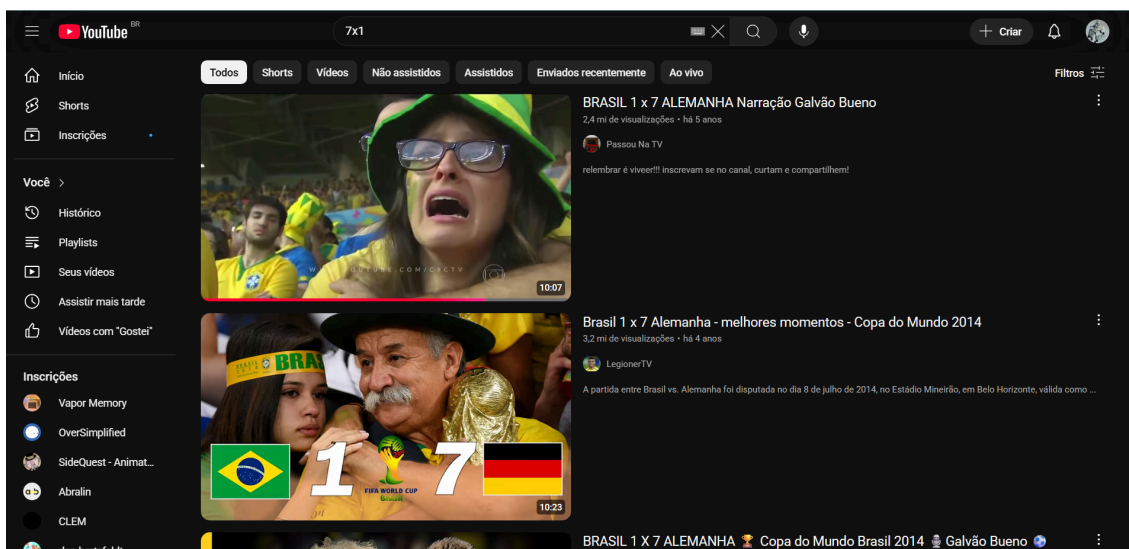
Aplicaremos o DSD na análise para demonstrar as formações de sentido presentes nos títulos dos vídeos, ao considerarmos que a disposição dos resultados de uma busca no YouTube constitui sentido e texto. Mas como são instauradas as relações das palavras dispostas em um vídeo pelos títulos, *thumbnails*, descrições e etc.? Mesmo que tratemos apenas os textos escritos e desconsiderarmos o imagético e iconográfico, de que forma estas palavras se relacionam com as palavras dos outros vídeos ao seu redor ou com as palavras do termo de pesquisa, ao encarar resultados de uma busca? Há sentido agregado em uma palavra quando ela pode, por exemplo, ser clicada para um *hyperlink* ou não?

²⁸ Se o consideramos como sujeito por possuir forte relação pessoal com o usuário, e também

3. CORPUS E ANÁLISE

Para começar a descrição dos funcionamentos de navegação e interação que a plataforma oferece, utilizaremos um exemplo prático de pesquisa de vídeos, acessado por uma conta pessoal em navegador de *desktop*. O termo pesquisado foi *7x1*, como mencionado anteriormente, e remete ao jogo de futebol da Copa de 2014 em que o time do Brasil perdeu para o da Alemanha, com placar final de sete gols para a Alemanha e um para o Brasil.

Figura 6- Captura de tela da pesquisa *7x1* no YouTube



Fonte: Autoria própria

Adjacentes aos resultados da pesquisa, na esquerda, encontra-se o menu que redireciona a outras partes do *site*. De cima para baixo, o botão *Início* redireciona a *homepage*, *Shorts* redireciona a uma modalidade de vídeos curtos e verticais, que se assemelham ao *Reels* do Instagram e aos vídeos do TikTok e Kwai. *Inscrições*²⁹ redireciona a um *feed* que dispõe todos os vídeos de canais que o usuário se inscreveu de forma cronológica.

A seção de *Histórico* dá acesso aos vídeos já assistidos, em ordem cronológica, e possui uma ferramenta de busca embutida dentro dela. *Playlists* redireciona à página

²⁹ Apesar dessa opção dar mais autonomia para o usuário escolher a disposição dos vídeos do próprio interesse, ela é impopular entre os usuários por não fornecer prioridades entre canais que postam muito e canais que postam pouco, tornando a navegação possivelmente frustrante.

que fornece todas as *playlists* que o usuário criou ou se inscreveu, que são listas de vídeos específicos organizados e tocados um após o outro. *Seus vídeos* redireciona aos vídeos que o usuário publicou, se for o caso, na seção nomeada de YouTube Studio. *Assistir mais tarde* e *Gostei* também são dois tipos de *playlists*, mas diretamente relacionadas com funções que a plataforma fornece. Um usuário pode marcar qualquer vídeo para *Assistir mais tarde*, que será salvo nessa categoria, enquanto a outra seção permite que o usuário veja todos os vídeos que ele interagiu com *gostei*. Por fim, a seção de *Inscrições* classifica todos os canais que o usuário se inscreveu, em ordem alfabética.

Para o *layout* da pesquisa, são exibidos inicialmente três resultados de vídeos, sendo o terceiro recortado majoritariamente, técnica que pode induzir o usuário à função de rolagem da página. Cada vídeo acompanha título, *thumbnail*, número de visualizações, data do vídeo, nome, miniatura da foto de perfil do canal que publicou e o começo da descrição do vídeo. Reforça-se também a atenção pela organização dos vídeos, mencionadas anteriormente na hipótese de que haja funcionamento pragmático, onde a ordem dos vídeos não pode ser atribuída a um fator só, como quantidade de visualizações ou até mesmo a fidelidade do título, visto que o termo de pesquisa 7×1 não é igual ao termo dos vídeos exibidos, que são 1×7 e 1×7 . Para essa última observação, associa-se ao conceito de reescrituração de Guimarães.

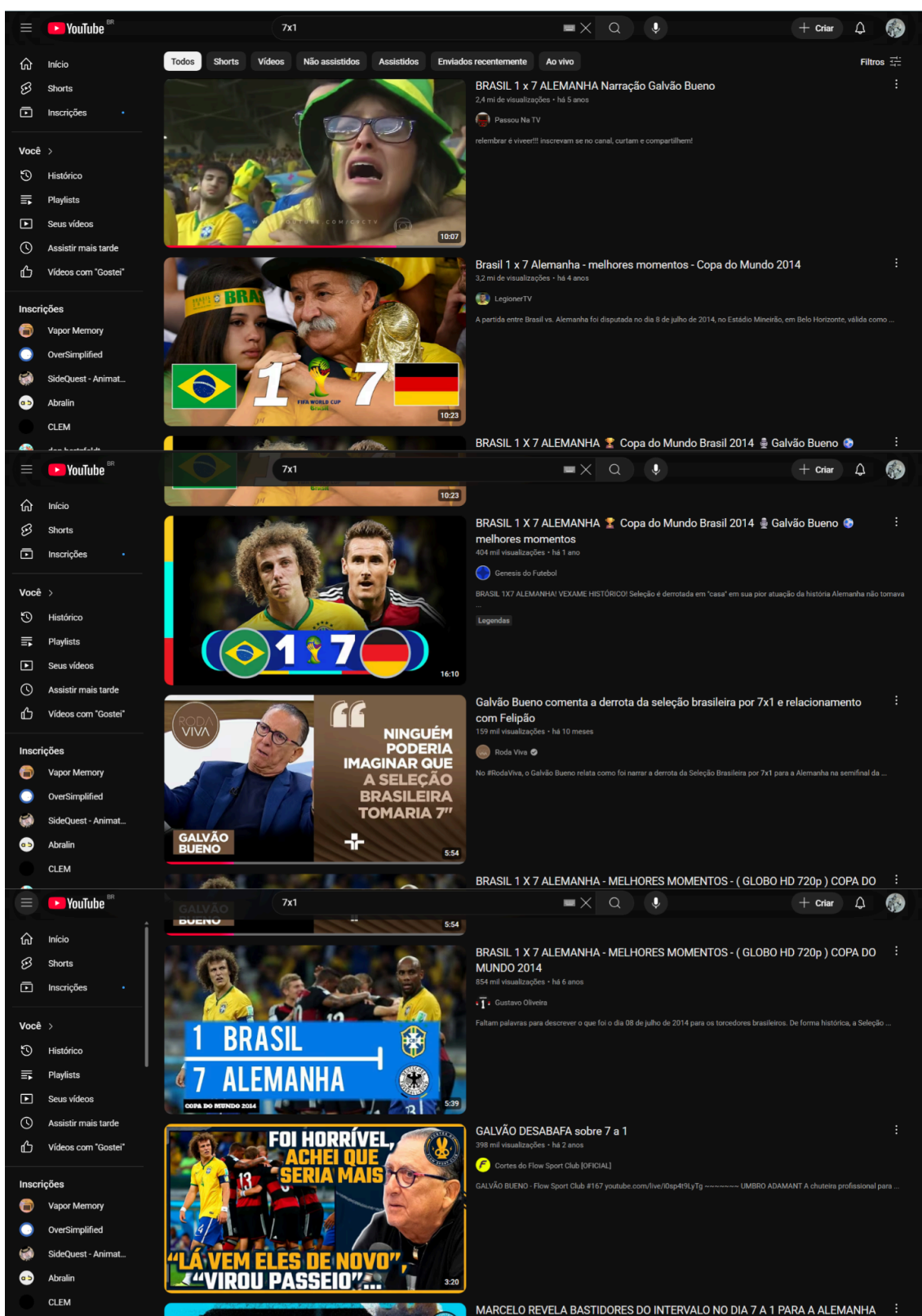
“A reescrituração é o modo de relação pelo qual a enunciação rediz o que já foi dito. Há reescrituração quando um elemento Y de um texto [...] retoma de um outro elemento X do texto”, segundo Guimarães em “Semântica: Enunciação e Sentido” (2018, p. 85). Entendemos que o YouTube, ao servir como buscador e priorizar resultados que determine como mais relevantes, reescreve nosso termo de pesquisa pelos vídeos que nos apresenta, tanto nos títulos dos vídeos, quanto na totalidade dos elementos associados ao vídeo que chamamos de texto.

A reescrituração é uma operação que significa, na temporalidade do acontecimento, o seu presente. A reescrituração é a pontuação constante de uma duração temporal daquilo que ocorre. E ao reescrever, ao fazer interpretar algo como diferente de si, este procedimento atribui (predica) algo ao reescriturado. E o que ele atribui? Aquilo que a própria reescrituração recorta como passado, como memorável. (GUIMARÃES, Semântica: Enunciação e Sentido, 2018, p. 28)

Podemos ver o funcionamento da reescritura pelo breve termo de pesquisa *7x1* que resulta em títulos como: *BRASIL 1 x 7 ALEMANHA*; *BRASIL 1 X 7 ALEMANHA* 🏆; e *derrota da seleção brasileira por 7x1*. Nas prévias de descrição dos vídeos, lê-se, entre outros: *relembrar é viver!!!*; *VEXAME HISTÓRICO! Seleção é derrotada 'em casa' em sua pior posição da história*; e *Faltam palavras para descrever o que foi o dia 08 de julho de 2014 para os torcedores brasileiros*. Observa-se que o algoritmo não associa apenas o termo *7x1* com o evento da Copa 2014, mas carrega também memórias de sentimentos evocados por ele, presentes nos elementos textuais dos vídeos.

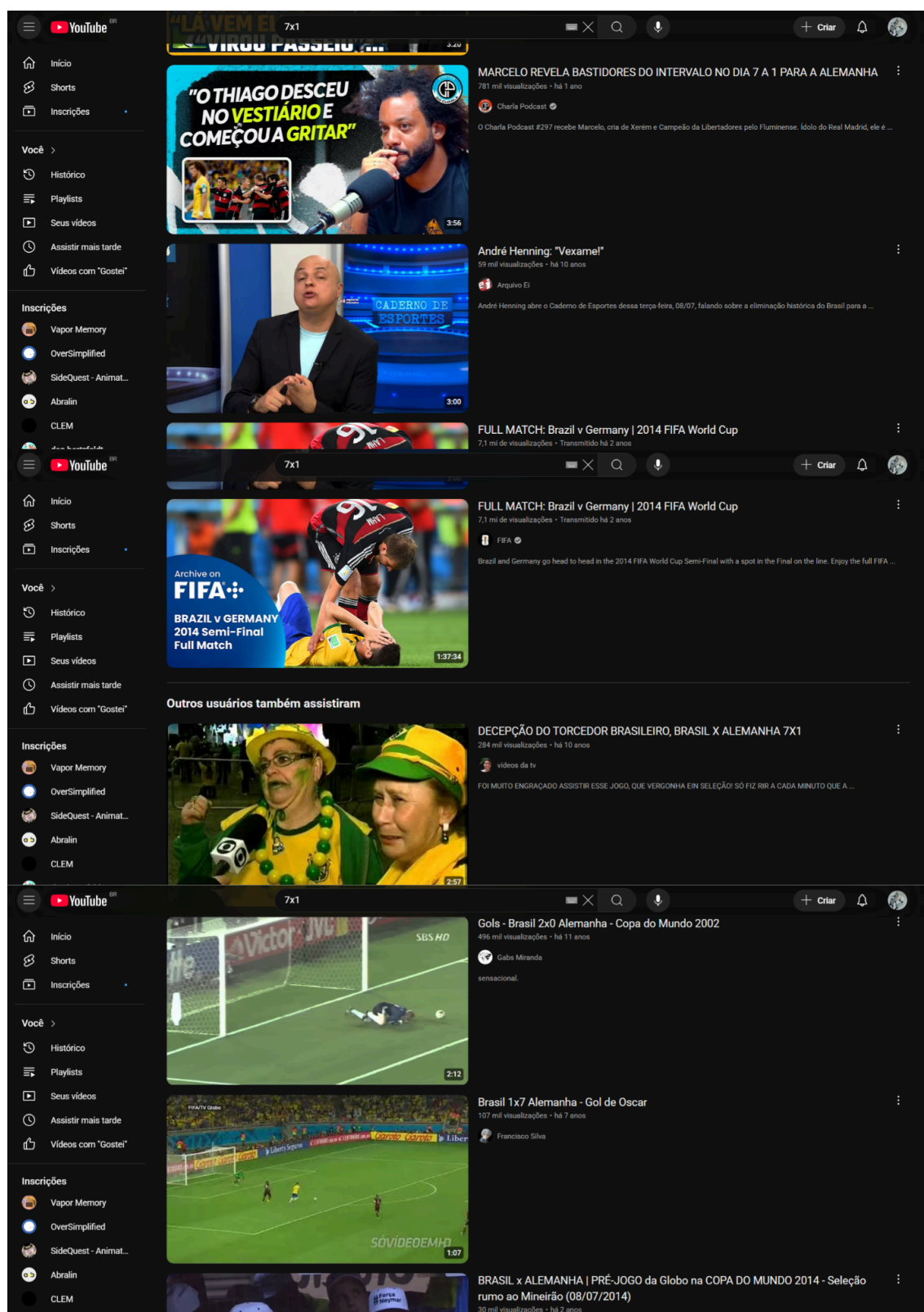
As próximas capturas de tela são resultado da navegação vertical, dispostas em ordem. Destaca-se o valor qualitativo na experiência de leitura que o YouTube emprega na ordem dos seus vídeos, visto que a tela, mesmo que seja de um monitor de computador, agrega apenas dois ou três vídeos em média, quando poderia facilmente agregar dez ou mais. Também destaca-se a rápida intercalação de seções, onde os temas e sentidos dos vídeos mudam de forma relativamente rápida.

Figura 7- Capturas de tela da navegação da pesquisa 7x1 no YouTube (1/4)



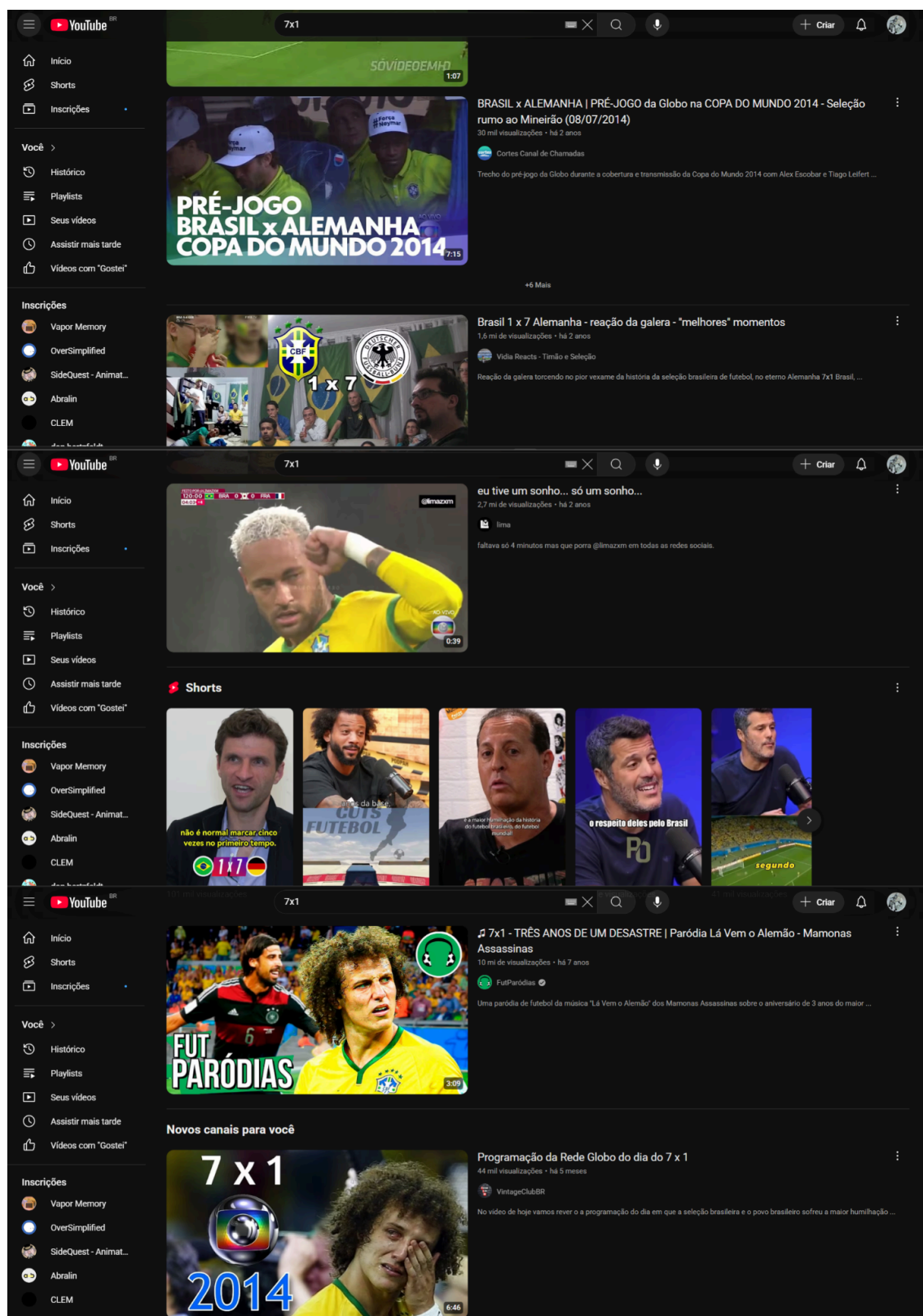
Fonte: Autoria própria.

Figura 8- Capturas de tela da navegação da pesquisa 7x1 no YouTube (2/4)



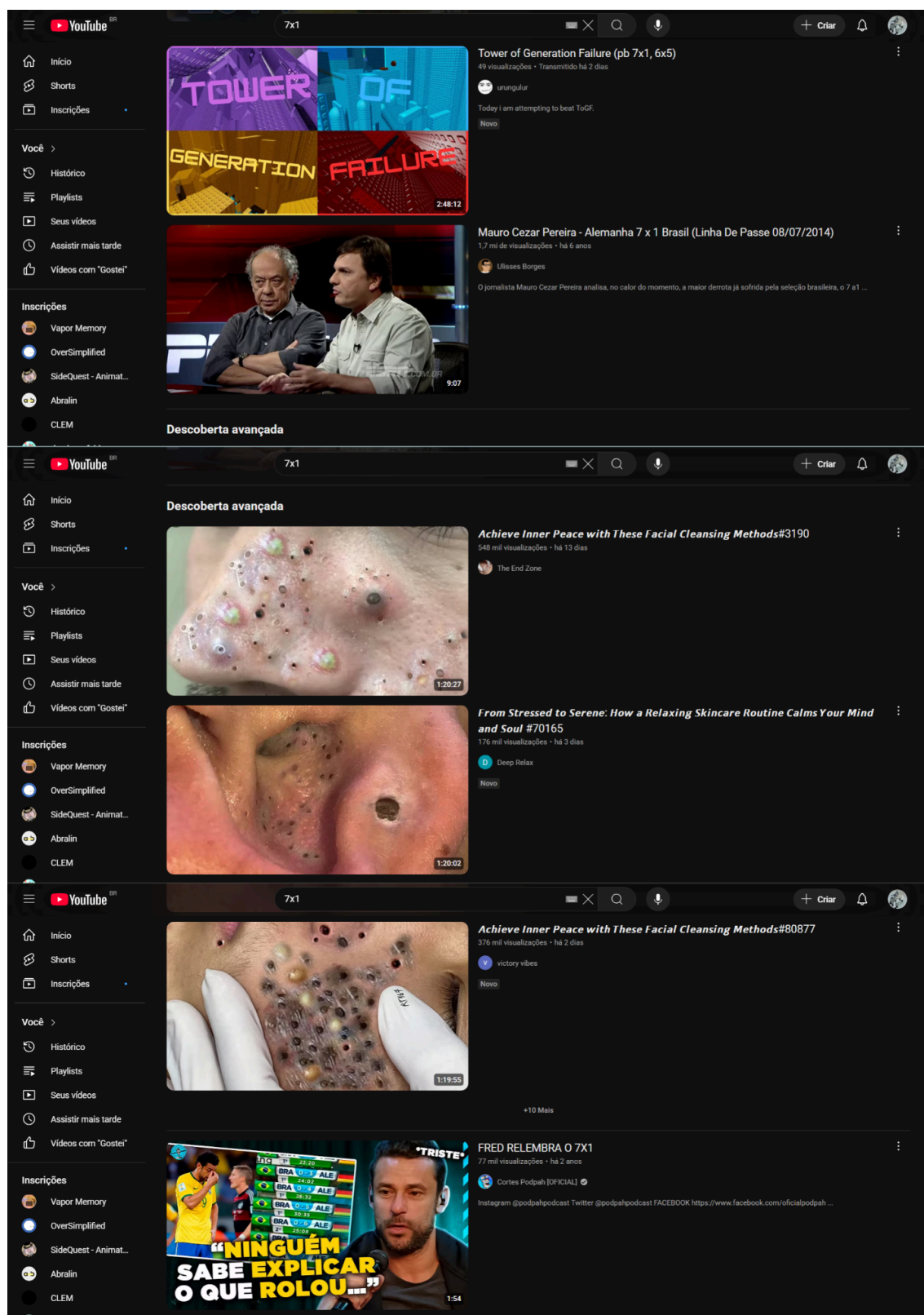
Fonte: Autoria própria.

Figura 9- Capturas de tela da navegação da pesquisa 7x1 no YouTube (3/4)



Fonte: Autoria própria.

Figura 10- Capturas de tela da navegação da pesquisa 7x1 no YouTube (4/4)



Fonte: Autoria própria.

Observa-se como cada vídeo disponibilizado apresenta uma reescrita diferente, que mantém certos sentidos e acrescenta outros, enquanto mantém majoritariamente os resultados que remetem ao jogo de futebol.

Na primeira página de resultados da pesquisa, que corresponde a Figura 7, temos o primeiro vídeo que encabeça a lista e é nomeado por *BRASIL 1X7 ALEMANHA Narração Galvão Bueno*. Este enunciado reescreve por substituição o enunciado de pesquisa *7x1*, expandindo o seu sentido ao especificar o placar 1X7 com os nomes dos países Brasil e Alemanha. A princípio, não é possível saber que a nomeação recorta, como memorável, um jogo de futebol entre as seleções brasileira e alemã. De todas as respostas possíveis no universo digital para a pesquisa *7x1*, o Youtube rememorou, especificamente, este jogo de futebol. Destaca-se, também, que a reescritura inverte o placar situando primeiro o resultado de gols da seleção Brasileira seguido do resultado de gols da seleção Alemã, dado que, em geral, o placar dos jogos informa primeiro o saldo maior de gols seguido do saldo menor. Mas as reescrituras seguintes seguem a mesma estrutura. Vejamos: *Brasil 1X7 Alemanha – melhores momentos – Copa do mundo 2014*. Esta reescritura repete a primeira parte do enunciado, mas expande-o com determinações diferentes- “melhores momentos” e “Copa do mundo 2014”, determinações que neste acontecimento trazem a especificação que relaciona o enunciado a Copa do mundo dando-nos a saber que se trata de um jogo de futebol da Copa. O terceiro título agrega ícones de emojis, com uma taça 🏆 ao lado de “ALEMANHA”, um microfone 🗣️ antes do nome de Galvão Bueno, que remete à sua narração, e uma bola de futebol ⚽ que reforça o esporte. Em seguida: *Galvão Bueno comenta a derrota da seleção brasileira por 7x1 e relacionamento com Felipão*. Essa entrevista, do Roda Viva, apesar de não ser da exibição do jogo em si, reforça o recorte do memorável do evento, e ressalta-se “derrota da seleção brasileira” que atribui sentidos relacionados à partida. O quinto vídeo intitulado de: “GALVÃO DESABAFA sobre 7 a 1” também expande, com *desabafa*, o sentido veiculado ao evento e ao jornalista.

O título do próximo vídeo selecionado é: “André Henning: ‘Vexame!’”, que através da opinião do jornalista, agrega-se também a palavra *vexame* para o nosso processo de reescritura. De forma semelhante, o vídeo “DECEPÇÃO DO TORCEDOR BRASILEIRO, BRASIL X ALEMANHA 7X1” associa *decepção* à figura de torcedores entrevistados após a partida, e mantém o reforço o memorável relacionado

ao evento com sentimentos negativos. O vídeo “Gols - brasil 2x0 Alemanha - Copa do mundo 2002” se refere a uma partida passada, de 2002, quando o Brasil ganhou de 2x0 da Alemanha, e portanto entra em contraste com os sentimentos envolvidos da partida de 2014. De forma paralela, o vídeo do pré-jogo da copa, com a seleção brasileira se dirigindo ao estádio, evoca sentidos de antecipação que contrastam com os sentidos negativos relacionados ao resultado da partida. Por último, o vídeo “🎵 7x1 - TRÊS ANOS DE UM DESASTRE | Paródia Lá Vem o Alemão - Mamonas Assassinas”, além de fazer uma marcação temporal de três anos do evento, agrega o termo *desastre*, e associa a Alemanha com o personagem “alemão” da música Lá Vem o Alemão, da banda Mamonas Assassinas, onde ele é responsável por frustrar um relacionamento.

A partir destas imagens, diagramamos uma análise de DSD (Figura 11) com os títulos relevantes dos vídeos que contribuem para a formação da página. Observa-se como os resultados se relacionam não apenas com o episódio da Copa, mas também com os sentidos atribuídos ao evento, através da língua em funcionamento. Reforça-se que cada título corresponde a um vídeo publicado por uma conta diferente, e que, portanto, estamos considerando as relações de sentidos produzidas *pela* curadoria específica destes vídeos, justamente para demonstrar como o resultado dos algoritmos estabelecem uma relação entre os textos. Também reitera-se que este diagrama não leva em consideração as relações multimodais que estão presentes entre o título do vídeo e seus outros elementos, como a *thumbnail*, descrição, contagem de visualizações, e etc.

Figura 11- DSD de títulos de vídeos exibidos na pesquisa 7x1 no YouTube



Fonte: Autoria própria

É relevante ressaltar que, ao realizar a reescritura só a partir dos títulos, deixa-se de lado outros elementos textuais importantes para a constituição dos enunciados que encontramos, seja ao tratar cada vídeo como um enunciado só, ou também pelo enunciado formado pela organização feita pelo YouTube. Está escrito nas *thumbnails* do terceiro e quinto vídeo, respectivamente: “Ninguém poderia imaginar que a seleção brasileira tomaria 7”; “Foi horrível, achei que seria mais”; e ““Lá vem eles de novo”, ‘virou passeio’”. Nestas imagens, também é utilizado fotos de pessoas, como torcedores e jogadores, com feições de choro ou emoções semelhantes. Além disso, outros elementos como a prévia da descrição e o número de visualizações poderiam ser considerados para as formações de sentido nestas imagens. Esse conjunto de enunciados distribuídos em imagens e textos em diversos espaços se conectam e formam um direcionamento de sentido único, em um acontecimento enunciativo.

A temporalidade é constitutiva do acontecimento, de acordo com Guimarães, e não se dá pelo fato inscrito no tempo, mas sim pela temporalidade que o acontecimento instala.

A temporalidade do acontecimento constitui o seu presente e um depois que abre o lugar dos sentidos, e um passado que não é lembrança ou recordação pessoal de fatos anteriores. O passado é, no

acontecimento, rememoração de enunciações, ou seja, se dá como parte de uma nova temporalização, tal como a latência de futuro. É nesta medida que o acontecimento é diferença na sua própria ordem: o acontecimento é sempre uma nova temporalização, um novo espaço de conviviabilidade de tempos, sem a qual não há sentido, não há acontecimento de linguagem, não há enunciação. (GUIMARÃES, Semântica: Enunciação e Sentido, p. 12)

Ao assumir que o YouTube enuncie, tal locutor é dividido no acontecimento, pois só se pode falar enquanto lugar social. Mesmo que não se possa considerar o YouTube como locutor devido a sua natureza matemática, ele movimenta, através de enormes relações de dados, sentidos de milhões de usuários locutores e locutários. Afinal, a organização de vídeos dispostas por quaisquer pesquisas no YouTube é resultado direto do processamento da relação que outros milhões de usuários possuem com a plataforma e seus vídeos, e que qualificam, apenas pelo uso natural e individual, vídeos como desejáveis ou indesejáveis.

A navegação vertical de *feeds* tende a ser muito extensa, beirando o ilimitado. Nesse momento, a pesquisa exibiu apenas nove vídeos, que se tornam extensos em formatos de capturas de tela, mas podem ser lidos de forma rápida em uma experiência natural de navegação. Destaca-se algumas funcionalidades de seções, como na Figura 9 que exibe um botão de *+6 Mais*, que carregaria outros seis vídeos reconhecidos como dentro do tema *Outros usuários também assistiram*.

Neste ponto da navegação, os resultados continuam se diversificando. Na mesma seção há um vídeo curto intitulado de *eu tive um sonho... só um sonho*, que é uma montagem humorística que mostra o jogador Neymar goleando e ganhando da seleção da França na Copa de 2022, em um jogo que nunca aconteceu. Depois, uma seção de cinco *shorts*, formato de vídeo curto e vertical, que tende a fornecer conteúdos mais rápidos e concisos. Ao fim da Figura 9, há outra seção *Novos canais para você*. Dois vídeos desta seção são sobre o evento da copa, e um deles tem o título *Tower of Generation Failure (pb 7x1, 6x5)*, que consiste de uma gravação de uma transmissão ao vivo do jogo popular Roblox, com apenas 49 visualizações, que aparenta ter sido escolhido pelo *7x1* contido no título.

A Figura 10 introduz a seção *Descoberta avançada*, que possivelmente tente capturar a atenção do usuário com outros vídeos que independem da pesquisa e podem estar relacionados com outros temas que o algoritmo determinou possuir boa chance de interesse. No caso da nossa sessão de pesquisa foram exibidos três vídeos de extração

de casos severos de cravos e espinhas no rosto, além da opção de *+10 Mais* que exibiria mais vídeos da seção. Há algumas características interessantes nesta seção. Muitas pessoas gostam de assistir vídeos de extração de cravos, por mais severos que sejam, e é um gênero de vídeos bem estabelecido que se manifesta em todas as plataformas de vídeo além do YouTube. É possível considerar que a navegação já está extensa e o YouTube seleciona outras formas de reter a presença do usuário. Os três vídeos possuem durações semelhantes entre si, *thumbnails* com ampliação nas condições dermatológicas e fontes alternativas de título que podem chamar a atenção. Dois desses vídeos têm o título quase idêntico, mesmo que de canais diferentes: *Achieve Inner Piece with These Facial Cleasing Methods#3190*, e *Achieve Inner Piece with These Facial Cleasing Methods#80877*. É plausível a suspeita do uso de montagem e publicação automatizada para angariar visualizações e dinheiro através do AdSense, pois, além das semelhanças, os três foram postados em menos de 2 semanas de quando a tela foi capturada, e possuem centenas de milhares de visualizações. Realizou-se uma procura no histórico da conta e não há registro dela ter assistido qualquer vídeo similar. Há certos tipos de nichos temáticos que podem causar repulsa ou indiferença para a maioria dos usuários, mas gera muito interesse em uma minoria, que por sua vez pode gastar muitas horas consumindo esses temas.

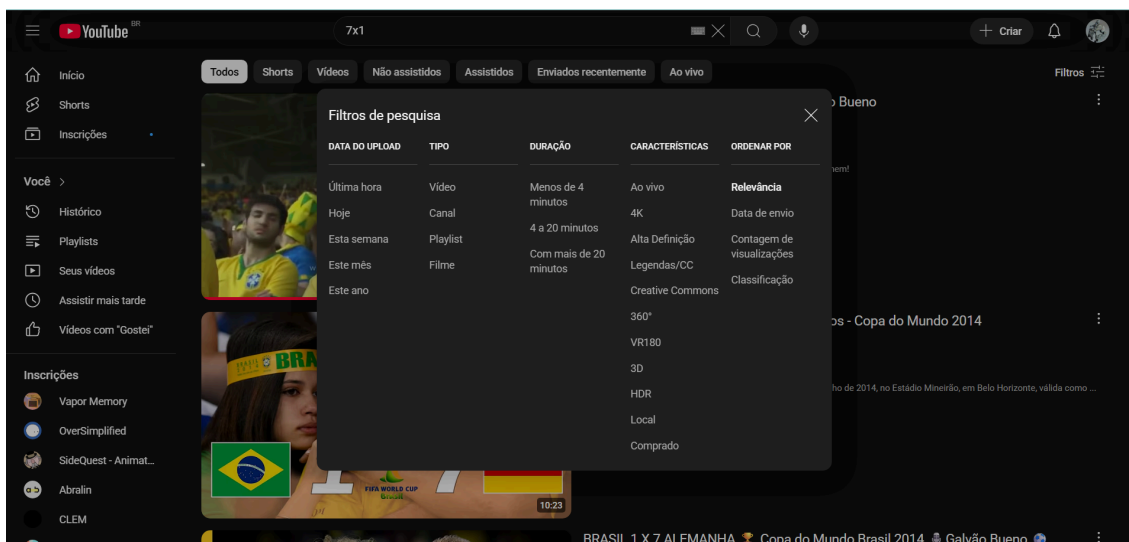
O parágrafo acima serve de base para a reflexão sobre um tipo de comportamento possível de alguns usuários, que geralmente possuem maior letramento digital e compreendem que o próprio clique e o próprio tempo gasto em determinados vídeos resultarão em consequências futuras do que será exibido pelos algoritmos. Estes usuários entendem que interagir com certos tipos de vídeos de determinados temas pode atrapalhar a experiência de uso e navegação futura, e, de certa forma, manipulam a interface para manifestar, mesmo que de forma vaga, o desinteresse pessoal pelo tema em específico.

Há também outra interface *Filtros*, disponível graficamente perto de outras opções de filtragem simples de pesquisa³⁰, que permite filtrar os resultados de acordo com algumas especificidades técnicas, como visto na seguinte Figura 12, onde o usuário pode determinar a filtragem por duração do vídeo, por *Menos de 4 minutos*; *4 a 20 minutos*; *Com mais de 20 minutos*, ou ordenar por *Relevância*, a opção padrão que

³⁰ Estas opções são hipertextos escritos, ou seja, clicáveis, e funcionam como filtragem dos resultados. Elas variam de acordo com a pesquisa e o usuário. A nossa pesquisa *7x1*, como visto na Figura 7, exhibe: *Todos*; *Shorts*; *Vídeos*; *Não assistidos*; *Assistidos*; *Enviado Recentemente*; e *Ao Vivo*.

dispõe os vídeos pela curadoria algorítmica do YouTube, *Data de envio*; *Contagem de visualizações*; e *Classificação*³¹. Cada uma destas opções funcionam como determinantes para os vídeos que serão exibidos.

Figura 12 - Filtros de Pesquisa no YouTube



Fonte: autoria própria

Há algumas técnicas e comportamentos que manifestam a interação consciente com as interfaces que fornecem *feeds* personalizados. Os navegadores comuns possuem uma opção de *guia anônima* que não deixa alguns destes rastros superficiais, como *cookies* e histórico, e portanto permite um uso alternativo que não traz consequência para futuras navegações. A guia anônima é frequentemente usada para consumir pornografia ou outros conteúdos tabus, mas também pode ser usada, por exemplo, para assistir um vídeo de extração de cravos sem que isso impacte nas futuras recomendações, assim como outros vídeos e materiais que, por algum motivo, o usuário consideraria indesejável de deixar rastros.

Para vídeos que aparecem nas recomendações há duas funcionalidades de interação com o próprio algoritmo: *Não tenho interesse* e *Não recomendar o canal*. A segunda opção é direta e funciona efetivamente como um bloqueio do canal, que não aparecerá mais nas recomendações. A primeira, no entanto, é uma declaração vaga, mas

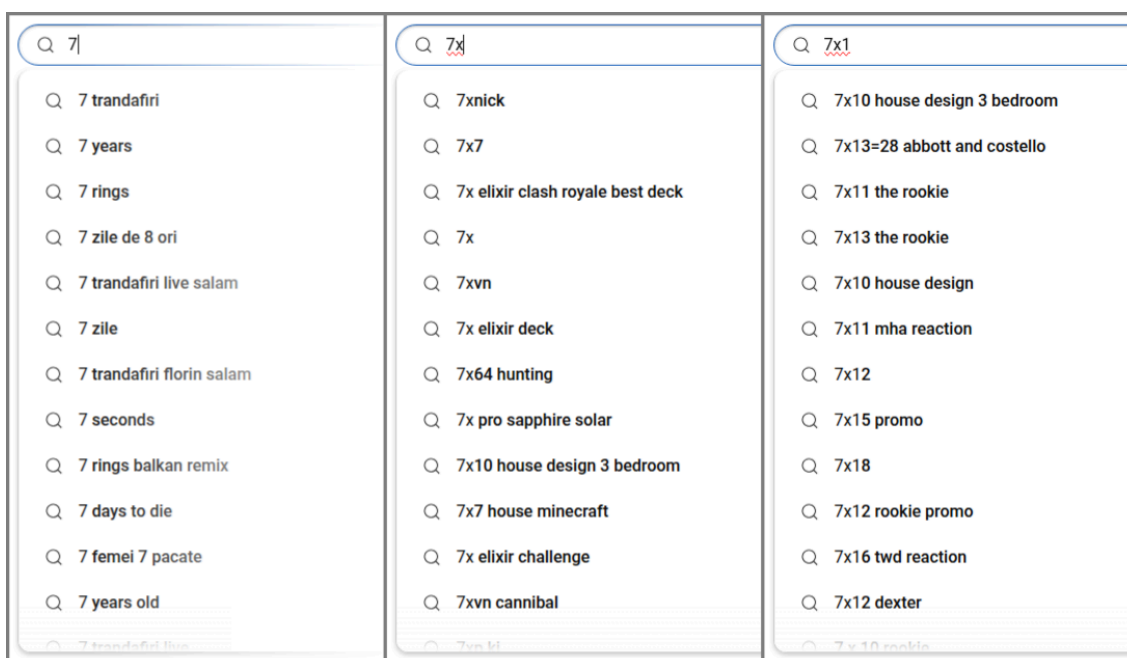
³¹ Essa opção de filtragem também não possui um funcionamento explícito. Ela organiza os resultados por avaliação, possivelmente por uma razão entre visualizações e *gostei*s e *não gostei*s. Na pesquisa de 7x1, essa opção resultou em vários vídeos sobre o evento da Copa, sendo a maioria vídeos com poucas visualizações, como 17 ou 126. O mínimo foi 0 e o máximo 139 mil visualizações.

que o algoritmo junta com outras informações e tenta deduzir o que o usuário não gostou, especificamente. É possível que seja o canal, o tema, o tipo de formato de vídeo, ou algum assunto específico. Mas, além destas duas funcionalidades diretas, há várias outras maneiras que o usuário pode tentar manipular o algoritmo a seu favor, como se o afinasse para que exibisse resultados mais qualitativos e pessoais.

3.1 SIMULAÇÃO DE PESQUISA NA ROMÊNIA

Para fins de comparação com a nossa pesquisa do *7x1* em um perfil pessoal, foi realizado um experimento para obter os resultados com uma máquina nova e que não estava conectada diretamente ao Brasil. Instalou-se uma máquina virtual, e a partir dela, um novo sistema operacional, e através de um serviço de VPN (*Virtual Private Network*³²), pudemos simular que a pesquisa estava sendo realizada na Romênia³³. Logo de início, como visto na próxima Figura 13, no processo de digitar *7x1*, repara-se nas diferenças de pesquisas sugeridas que algumas palavras estão em romeno e outras em inglês, sem menção ao episódio da Copa.

Figura 13 - Pesquisas sugestionadas no experimento de VPN na Romênia



³² Rede Privada Virtual.

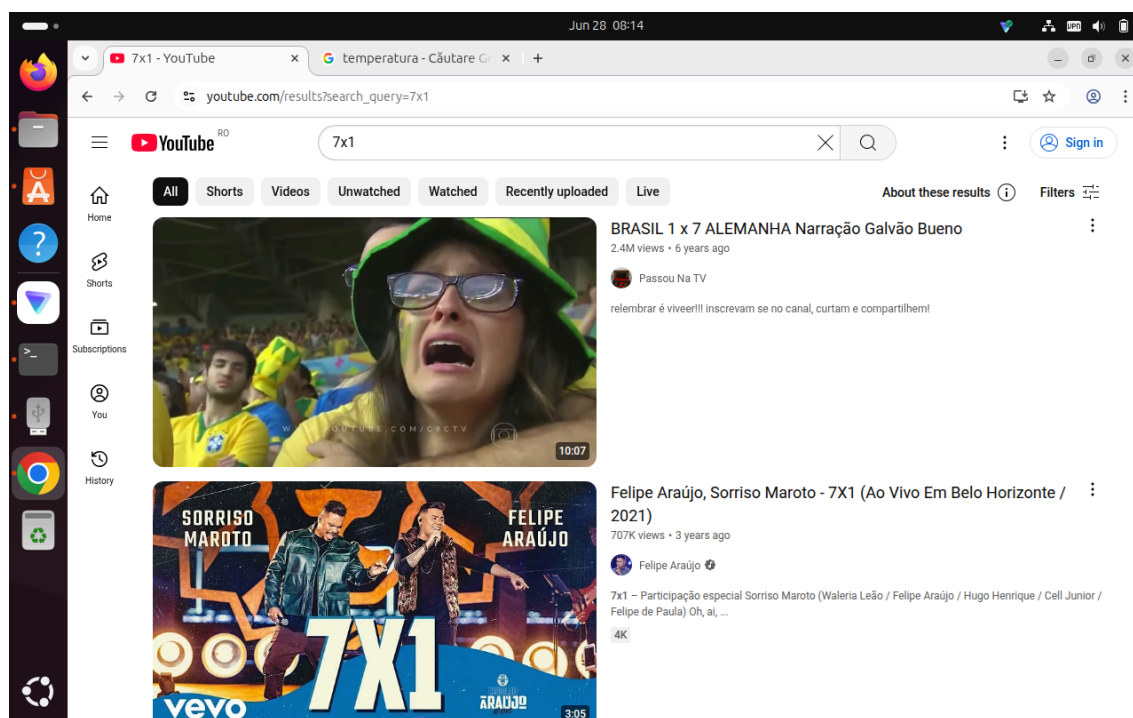
³³ Utilizamos a Oracle VirtualBox para instalar o Ubuntu 24.04.2 na língua inglesa, e o Proton VPN para então baixar e instalar o Google Chrome, acessar o YouTube e pesquisar o termo *7x1*, como visitante.

Fonte: Autoria própria

Traduzimos alguns termos para ampliar a contextualização destas sugestões: “7 trandafiri” é traduzido do romeno como 7 rosas, nome de uma obra do músico romeno Florim Salam, assim como “7 zile de 8 ori” (7 dias 8 vezes), do músico romeno Manuel Riva, e “7 femei 7 pacate” (7 mulheres 7 pecados), outro músico romeno. “7 years” (sete anos) e “7 seconds” (7 segundos) também são músicas de artistas internacionais, e “7 days to die” (7 dias para morrer) é um jogo eletrônico. “7xnick” é nome artístico de um influenciador digital estadunidense, “7x exilir” refere-se ao jogo de *smartphone* Clash Royale, e “7x pro sapphire solar” é o nome de um relógio de luxo. Na terceira coluna a maioria dos resultados remetem à episódios de séries de televisão como House of Dragons e The Walking Dead (twd), comumente referenciados como WxZ, onde W é o número da temporada e Z o número do episódio.

Como vê-se na próxima imagem (Figura 14), o primeiro vídeo exibido é o mesmo que o da primeira pesquisa (Figura 6). Pode-se deduzir, então, que este vídeo é provavelmente o mais associado ao termo.

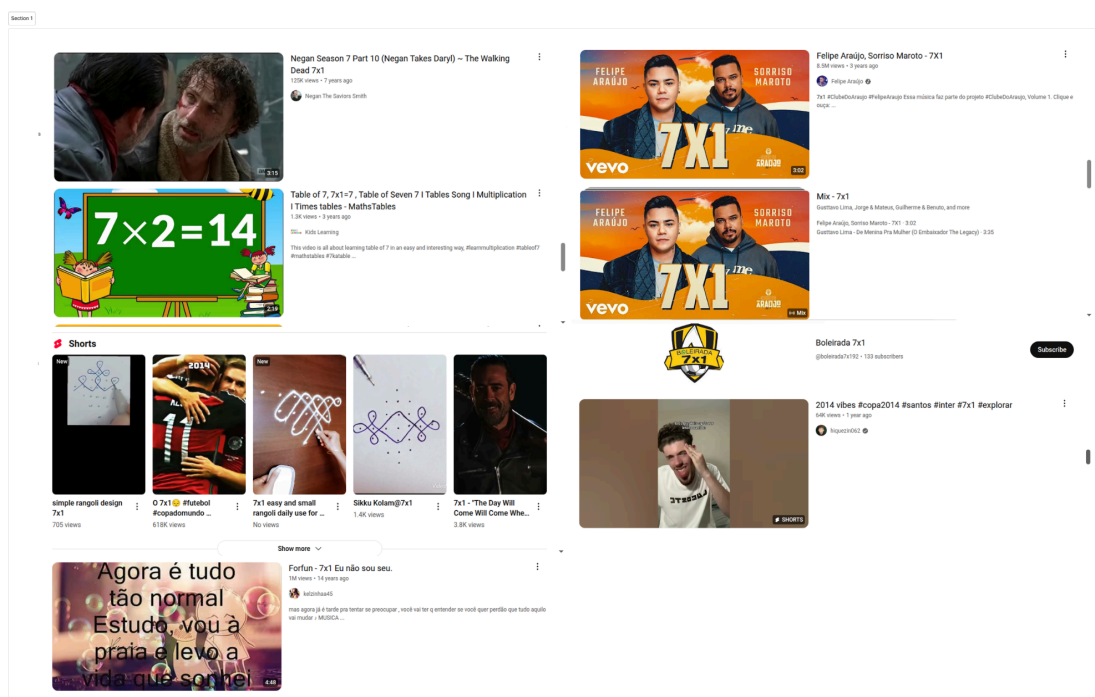
Figura 14 - Resultados da pesquisa do experimento



Fonte: Autoria própria.

Boa parte dos primeiros resultados estavam em português, mas destaca-se que, mesmo em português, houve instâncias das músicas *Eu não sou seu*, da banda Offline, e *7X1* de Felipe Araújo com Sorriso Maroto (2021). A música de Offline não possui nenhuma relação com a Copa, mas a música *7X1*, faz menções ao evento da Copa em sua letra. Realizou-se então uma colagem (Figura 15) para instâncias que consideramos interessantes, que envolvem: vídeos de educação matemática sobre a tabuada de multiplicação do 7; um trecho do primeiro episódio da sétima temporada da série de *The Walking Dead*³⁴; a exibição de um canal Boleirada 7x1; além de vários vídeos de *kolams* e *rangolis*, artes tradicionais na Índia e Sri Lanka. A maioria dos títulos que não estavam em português, estavam em inglês, o que pode ser associado à língua do sistema operacional e do navegador, ou talvez a língua inglesa ser amplamente presente no digital.

Figura 15 - Recorte de resultados relevantes do experimento



Fonte: Autoria própria.

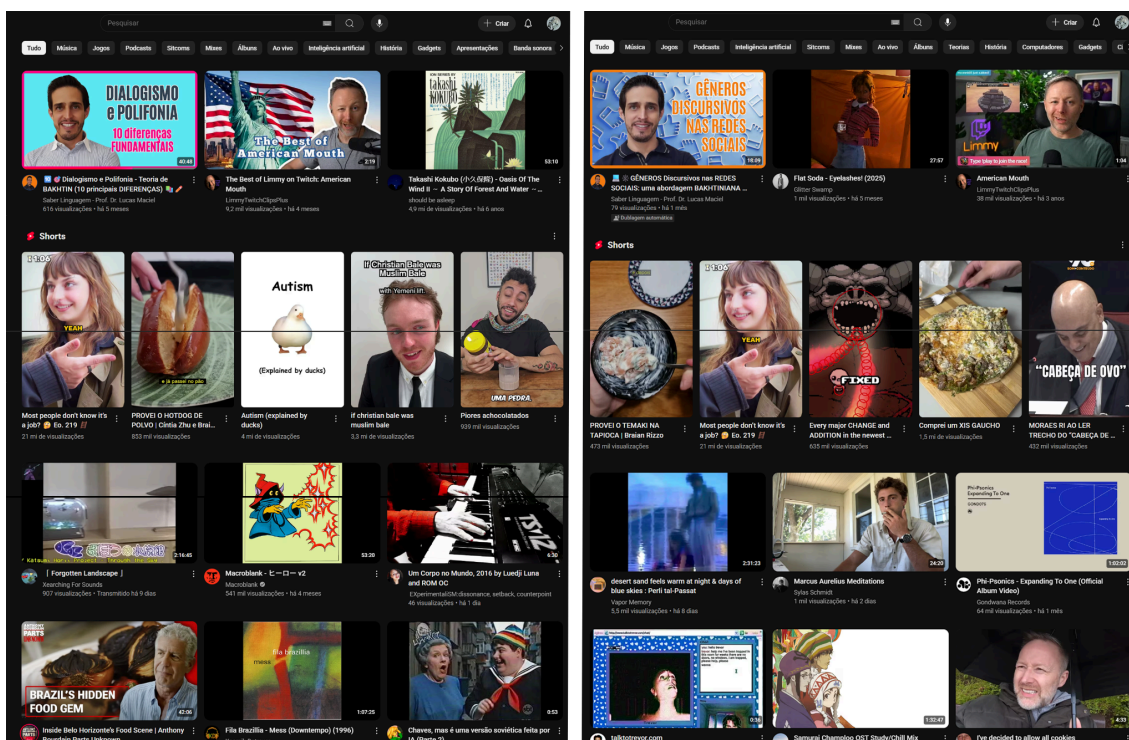
³⁴ Episódios de séries televisivas são comumente referidos de forma YxZ, onde Y corresponde ao número da temporada, e Z ao número do episódio.

3.2 NAVEGAÇÃO A PARTIR DA *HOMEPAGE*

A seguir, trataremos de partes da plataforma do YouTube que possuem maior influência de curadoria algorítmica, comparando-se com uma pesquisa comum: a *homepage* e os vídeos recomendados quando o usuário está assistindo a um vídeo. O intuito desta seção é prosseguir a descrição de alguns dos funcionamentos que estão presentes na página de pesquisa, mas também outros aspectos que alteram fortemente a disposição de curadoria no uso ordinário da plataforma. Assim como foi possível observar as produções de sentido nos resultados de uma pesquisa, essa noção é ampliada ao entender que bilhões de *homepages* e vídeos recomendados são criados mensalmente, com uma relação forte de customização para cada usuário.

A próxima imagem (Figura 16) é uma montagem de capturas da *homepage*, onde à esquerda está a primeira *homepage*, e à direita mostra uma segunda *homepage*, gerada pelo recarregamento da página. Chamaremos de H1 a *homepage* à esquerda, e H2 a *homepage* da direita. Excluiu-se nestas e nas futuras montagens algumas seções consideradas desnecessárias e que dificultariam a leitura, como a seção de menu na esquerda, com inscrições e afins.

Figura 16 - Montagem com *homepage* antes e depois de recarregar a página



Fonte: Autoria própria.

A *homepage* costuma ser o primeiro local de acesso para a plataforma, seja ao acessar a URL do YouTube, ou através do programa em um *smartphone* ou *smart TV*. Mesmo que se entre com uma pesquisa em mente para fazer ou para conferir as novidades do *feed*, uma curadoria única é gerada a cada acesso e carregamento de página. Nela podemos observar forte influência determinística dos algoritmos, como as descritas anteriormente. Baseado nisso, conseguimos apontar alguns padrões de consumo do perfil, além de informar algumas experiências próprias que consolidam estas relações. Para prosseguir a descrição do resultado, descreveremos a seguir algumas informações referentes ao histórico de consumo de vídeos nesse perfil.

Este perfil específico não é o principal, pois é baseado no cadastro do e-mail institucional e utilizado geralmente para trabalhos ou assuntos acadêmicos, como os serviços do Google de armazenamento, e-mail, produção de textos, e afins. Assim, o YouTube foi acessado para vídeos de interesse acadêmico, para ouvir músicas durante sessões de estudos e às vezes para distrações. Através do serviço Google Takeout, conseguiu-se extrair e processar os dados de histórico de visualizações desse perfil, e destacamos os seguintes dados: 5 canais relacionados à produção acadêmica ou

linguística resultaram em 57 vídeos visualizados, sendo o principal deles o canal Saber Linguagem - Prof. Dr. Lucas Maciel, com 25 vídeos vistos. 16 canais foram relacionados a entretenimento de forma abrangente, que somam 121 visualizações. Já em relação aos canais de publicação de música, como mencionado anteriormente, estes não entraram em destaque na classificação de canais, mas se destacaram na lista de vídeos mais assistidos. Os tipos de música consumidos pelo perfil não se atrelam necessariamente a canais específicos, pois costumam ser publicados por terceiros. O alcance destas músicas, inclusive, se deve integralmente pelos algoritmos de recomendação, como é possível ver na imagem anterior (Figura 16). Destaca-se que as durações dos vídeos são muito variadas, pois enquanto um *short* só pode ter até três minutos, um álbum de música possui comumente mais de trinta minutos, e é importante ter isso em mente para interpretar esses dados que contam apenas a visualização. É de conhecimento popular, especialmente em torno dos publicadores de vídeo, que uma visualização de um vídeo extenso é mais valioso, não apenas financeiramente através do AdSense, mas também para determinar as classificações do canal e do vídeo em si, dado a dedução do interesse do YouTube de manter as pessoas pelo maior tempo possível dentro da plataforma. É mencionado essa valorização financeira porque entende-se que ela está diretamente relacionada com as métricas de categorização de valores atribuídos aos usuários em geral, e portanto influenciam suas curadorias.

Os três primeiros vídeos³⁵ exibidos na *homepage* costumam ser os mais relevantes, que se encontram em destaque não apenas pela posição, mas também por serem os únicos que exibem a totalidade das informações antes do usuário descer a página. Vemos na Figura 16 que tanto em H1 quanto H2, vídeos diferentes dos mesmos canais Saber Linguagem e LimmyTwitchClipsPlus são exibidos, e o terceiro resultado de ambas são álbuns de música, apesar de serem de gêneros e canais diferentes. Como mencionado, o usuário deste perfil possui um hábito de ouvir músicas pelo YouTube, e álbuns são recomendações constantes para esse perfil, independente da seção ou página. É interessante considerar a relação da temporalidade para alguns desses resultados, pois os resultados enunciados pelo YouTube são determinados por enunciações passadas que o usuário constituiu. Como por exemplo o canal Saber Linguagem que possui muitas visualizações da conta, e continua a aparecer nestas sugestões. Porém, houve apenas

³⁵ Às vezes eram apenas dois, em algumas das nossas pesquisas, mesmo sem alterar nenhum aspecto como resolução da tela ou afins.

quatro vídeos relacionados a figura do *streamer*³⁶ Limmy, sendo uma delas em 2023, outras duas em maio deste ano (2025), e um último vídeo visto há dois dias antes das capturas de tela, este especificamente do canal LimmyTwitchClipsPlus. Pode-se entender que o YouTube determinou uma alta chance de compatibilidade e interesses com outros vídeos da figura e, também, através da intuição pelo letramento digital, intui-se que vídeos e canais relacionados ao tema Limmy são prestigiados pelos algoritmos determinantes. Assim como o exemplo anterior de vídeos de extração de cravos e espinhas, alguns temas são popularmente conhecidos como *nichos*, e possuem uma base sólida de pessoas interessadas que, mesmo que não sejam muitas, i.e. milhões, aderem ao hábito de consumo destes temas específicos. Por fim, menciona-se também que esse perfil não possui um vasto histórico de utilização, que em menos de quatro anos visualizou 742 vídeos, enquanto o perfil principal do autor, em oito anos, angariou 57360 visualizações de vídeos. Assim, um número relativamente baixo de visualizações pode resultar em menos dados para os algoritmos determinarem valores para o perfil e, portanto, ter mais dificuldade para estipular os interesses do usuário.

Em relação aos outros resultados de H1 e H2, nota-se que há uma maior ocorrência de português em vídeos relacionados à culinária e em formato *shorts*. O único vídeo que foi repetido, apesar de mudar de posição, foi *Most people don't know it's a job?* 🤔 Eo. 219 📺³⁷.

Com essas descrições da *homepage* podemos observar não apenas o funcionamento das dinâmicas entre *thumbnails*, títulos, visualizações e entre outros, mas também as formas com que estes vídeos se relacionam uns aos outros e desenvolvem um ambiente particularizado. Tal ambiente é fortemente influenciado pelos dados gerados através dos hábitos de consumo do próprio usuário, que pode se identificar não apenas por temas e canais evocados, mas pela junção deles em um único espaço familiar. Talvez seja esse reconhecimento do próprio sujeito nos resultados dos algoritmos que permite a cristalização de expressões como “Meu algoritmo”, “Meu YouTube” e etc.

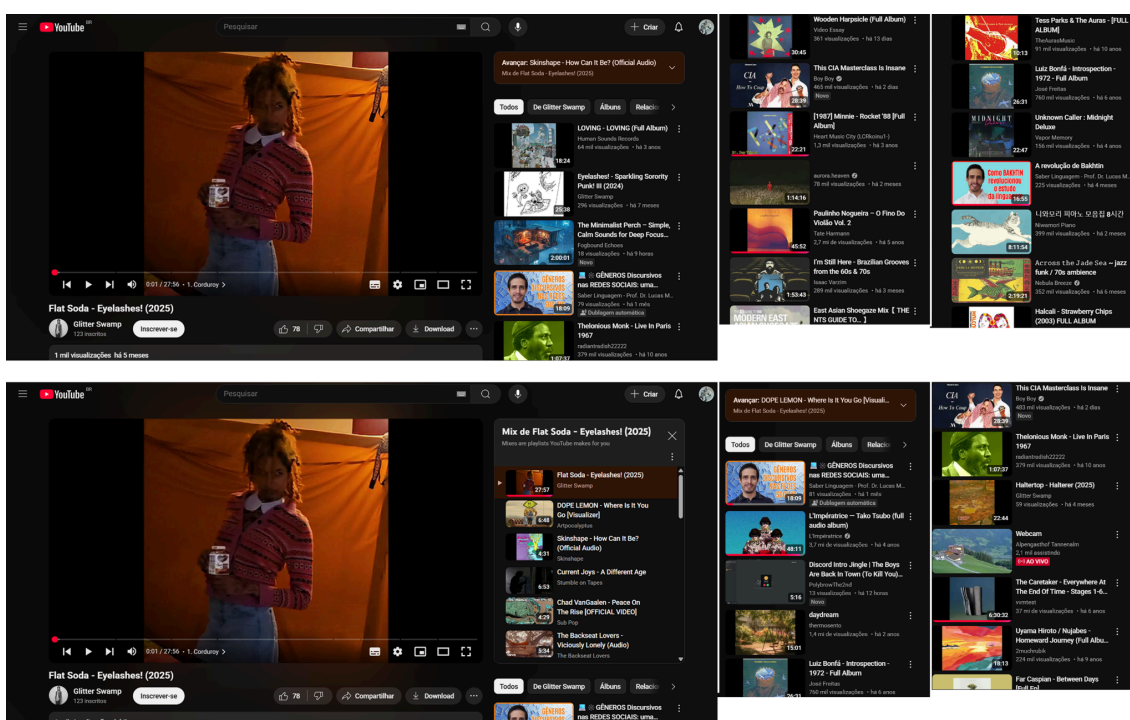
Prosseguindo as capturas e descrições da navegação, a próxima imagem (Figura 17) foi um vídeo exibido e clicado a partir da *homepage* em H2. Focaremos na guia à direita que, assim como a *homepage*, sugere outros vídeos e é completamente gerada

³⁶ Caracterizado pelo estilo de produção de vídeos ao vivo, mas que também é comum a prática de publicação de trechos gravados, conhecidos como cortes, para a circulação assíncrona do material.

³⁷ O próprio YouTube comenta em vídeos deste canal, e o endossa publicamente.

pela curadoria algorítmica de recomendação³⁸. Assim como na Figura 16, foi organizado as capturas de duas páginas, onde a segunda está disposta abaixo da primeira e passou pelo processo de recarregamento, alterando os vídeos recomendados e suas disposições. Para facilitar a leitura, foram coladas à direita do vídeo principal apenas as guias de recomendações de vídeos, estendendo-se verticalmente de acordo com a rolagem da página. Diferenciaremos estas duas seções de recomendação como R1 e R2.

Figura 17 - Montagem com os vídeos recomendados à direita, antes e depois de recarregar a página



Fonte: Autoria própria.

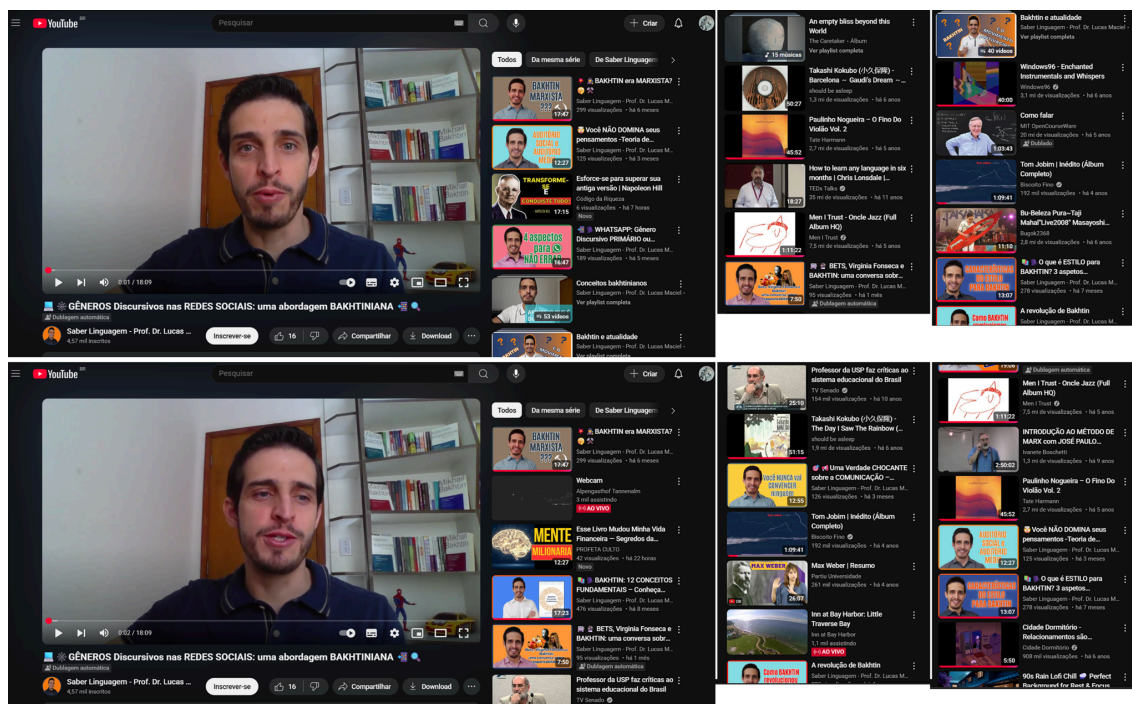
Mesmo que já tenha sido descrito que este perfil em particular recebe muitas recomendações de álbuns musicais, há um aumento na proporção da ocorrência deles, dado que o vídeo selecionado é um álbum de música em si. Consideramos também que os vídeos recomendados à direita tendem a misturar outros vídeos do mesmo canal, assim como temas similares ao vídeo que o usuário está assistindo e vídeos que evocam outros interesses processados pelo histórico do usuário. O histórico justificaria a dupla

³⁸ As pesquisas de termos, como o *7x1*, também são resultados de processos algorítmicos de curadoria, pois determinam a seleção dos vídeos. No entanto, mesmo que as metodologias não sejam transparentes, é notável que há menos flexibilidade em uma pesquisa que leva em consideração o texto digitado, do que uma curadoria de recomendação gerada a partir de um acesso a um vídeo.

ocorrência do vídeo sobre gêneros discursivos nas redes sociais, do canal Saber Linguagem, que se sobressai no meio dos outros. Por se tratar de música, vale considerar também que o YouTube também pode³⁹ habilitar uma função que altera o ambiente, como foi no nosso caso, ao gerar uma *playlist*, nomeada de “Mix de (nome da música)”⁴⁰ associada tematicamente à música escolhida, com reprodução automática caso a música chegue ao final. Além das músicas e do canal Saber Linguagem, observa-se as ocorrências de um vídeo de entretenimento *This CIA Masterclass Is Insane*, e uma transmissão ao vivo de uma casa nas montanhas dos Alpes Orientais Centrais com o título de Webcam, em R2.

Para o último passo da nossa navegação, clicou-se em um dos vídeos recomendados no vídeo anterior, especificamente o vídeo de gêneros discursivos do canal Saber Linguagem e realizou-se o mesmo processo lógico da Figura 17 para realizar a próxima Figura 18. Chamaremos de R3 a composição superior e R4 a inferior.

Figura 18 - Montagem com os vídeos recomendados à direita, antes e depois de recarregar a página



Fonte: Autoria própria.

³⁹ Muitas mudanças na plataforma são feitas de forma gradual, e são implementadas e testadas aos poucos. Esta função específica, por exemplo, não é realizada no perfil pessoal principal do autor.

⁴⁰ A interface da *playlist* pode ser colapsada ou expandida, como mostram R1 e R2, respectivamente.

Observa-se, primeiramente, que quase metade dos vídeos recomendados são do mesmo canal do vídeo escolhido, cujo perfil já possui histórico. O vídeo anterior, em comparação, apesar de exibir muitas outras músicas como recomendação, não recomendou nenhum vídeo vindo do mesmo canal. Outras músicas também estão presentes nas recomendações, e em R1 há uma ocorrência de um *mix* baseado em um álbum específico que já foi ouvido. O forte contraste entre o tema do vídeo selecionado e o tema de músicas reforça a relação temporal desenvolvida através dos algoritmos e também o efeito de personalização com o usuário. As próprias músicas recomendadas durante todas as capturas de tela neste trabalho, apesar de não se encaixarem no nome de um único gênero, possuem semelhanças entre si, como músicas japonesas, instrumentais, sintéticas, calmas, e etc.

Podemos ver algumas recomendações que provavelmente foram determinadas pelo vídeo em si, e que não são apenas outros vídeos do mesmo canal. Em R1, vemos *Como falar*⁴¹ e *How to learn any language in six months*, que podem estar associadas parcialmente com o vídeo, produzido por um linguista ou do próprio autor, um potencial futuro linguista⁴² que consumiu outros vídeos sobre língua e linguística no perfil. Em R2, um vídeo sobre um professor da USP se relaciona tematicamente com a educação superior, tema que, mesmo não explicitado, é recorrente no perfil dos usuários que assistem ao canal. Assim como o vídeo de introdução ao método de Marx que se relaciona historicamente com o filósofo Mikhail Bakhtin. Por fim, há dois vídeos que destoam dos outros, pois possuem menos de 100 visualizações, são motivacionais e produzidos de forma automatizada⁴³. Possíveis razões para isso seriam classificações imprecisas que os algoritmos atribuíram ao perfil utilizado, e talvez estes vídeos e canais publicadores estejam nos estágios iniciais das suas próprias categorizações. Apesar da intuição desenvolvida por letramento digital presente neste trabalho, estes dois últimos vídeos são exemplos inconclusivos.

O objetivo desta seção de descrição exaustiva da plataforma é fundamentar uma base sólida de capacidades de funcionamentos que ocorrem na plataforma e também suscitar a presença das mesmas dinâmicas e funcionamentos observados na análise da pesquisa do *7x1* que estabelece uma cena enunciativa com memorável e sentidos

⁴¹ O YouTube traduziu automaticamente o título do vídeo *How To Speak*, e também fornece dublagem automática em português.

⁴² Conforme o resultado deste próprio ensaio.

⁴³ Entende-se como vídeos que exigem pouco esforço de produção e que automatizam vários processos, geralmente por através de IAs, para narrar, ilustrar, e afins.

próprios, como vistos a partir do processo de reescrituração e elaboração de DSD. No entanto, diferentemente da pesquisa *7x1*, a *homepage* e os vídeos recomendados funcionam com uma influência mais personalizada dos algoritmos, pois os rastros do usuário são relacionados e determinam toda a curadoria disponível para a navegação, de forma que seja possível que o próprio usuário se reconheça ou ao menos reconheça interesses pessoais, através do *seu* algoritmo. A partir disso, convida-se à reflexão das consequências e implicações da formação e exibição de bilhões de páginas e seções únicas, assim como as vistas anteriormente. Além de imaginar quais sentidos são formados e de que forma eles são circulados, questiona-se como o usuário comum pode realizar o papel de alocutor e alocutário, seja para o próprio algoritmo, como descrito anteriormente, ou para o sistema e os outros usuários. A próxima seção tratará de explorar estas dinâmicas.

3.3 DINÂMICAS E SENTIDOS

É evidente que muitos sentidos estão sendo movimentados, seja através da organização dos resultados da pesquisa ou os presentes na *homepage* e vídeos recomendados. Há outros possíveis espaços de interação e atuação algorítmica, mas consideramos estes três funcionamentos como os mais relevantes para a compreensão da atuação dos algoritmos. No nosso *corpus*, os enunciados são relacionados espacialmente e temporalmente com outros enunciados, e a exterioridade discursiva é crucial para a compreensão desses sentidos.

Listamos quatro sujeitos que influenciam os resultados finais dos vídeos e suas disposições dentro da plataforma: os algoritmos; os publicadores de vídeos; o “usuário comum”, que assiste vídeos e navega pela plataforma; e as entidades coletivas de usuários, que influenciam a circulação e exibição dos vídeos entre si. Deixamos de fora alguns sujeitos que não consideramos tão relevantes para o funcionamento da plataforma, seja por possuírem influências externas e difíceis de medir, ou por terem uma fraca influência. São esses: desenvolvedores responsáveis pelo desenvolvimento e calibragem dos algoritmos; empresas que financiam as propagandas que são exibidas para os usuários, seja pela própria plataforma do AdSense ou pelo contrato com o canal publicador; publicadores que pagam para a plataforma aumentar a exibição dos seus vídeos; comentadores; vínculos com outras plataformas, como por exemplo através de

uma pessoa que atua simultaneamente no YouTube e Instagram. Esses agentes excluídos também possuem maior dificuldade de recorte e análise.

Todos esses sujeitos possuem meios específicos de interagir entre si e alterar os resultados processados pelos algoritmos envolvidos. Seriam todos co-autores para o resultado da *homepage* e recomendados? As interações diferem entre agentes e não são simétricas, ou seja, a interação de X sobre Y é diferente de Y sobre X, e também há capacidades diferentes de influência que um sujeito pode ter sobre o produto final. Para simplificar e organizar estas dinâmicas descritas no decorrer do ensaio, a seguinte Tabela 1 de interações é proposta:

Tabela 1- Interações entre Sujeitos no YouTube

Alocutor-	Alocutário-	Alocução
Algoritmos	Usuário	Definem a disposição e resultado de pesquisas e recomendações
Usuário	Algoritmos	Pode articular-se de forma direta ou indireta para alterar o seu próprio <i>feed</i> e <i>homepage</i>
Algoritmos	Outros Usuários	Fazem agrupamentos e classifica-os entre si, como por áreas de interesse
Outros usuários	Algoritmos	Determinam valores para os vídeos, e portanto impactam na circulação futura destes vídeos
Algoritmos	Publicadores	Determinam a circulação das suas publicações
Publicadores	Algoritmos	Podem agir de forma favorável para melhorar a circulação dos próprios vídeos
Usuário	Outros usuários	O usuário compõe o(s) coletivo(s) de usuários
Outros usuários	Usuário	Mediado pelos algoritmos, determinam quais outros vídeos o usuário tem mais chances de se interessar
Usuário	Publicadores	Pode comentar, dar <i>gostei</i> , e afins, o que impacta, mesmo que pouco, a circulação do vídeo e também do canal do publicador
Publicadores	Usuário	Podem tentar influenciar o comportamento do usuário, como ao pedir <i>gostei</i> s, inscrições, ou estruturar os vídeos e prévias para que capture e retenha a máxima atenção possível.

Outros Usuários	Publicadores	Seus rastros definem, através do processamento de dados, o desempenho e as classificações dos canais publicadores
Publicadores	Outros usuários	As mesmas dinâmicas que entre os publicadores com o usuário, mas em maior escala.

Fonte: Elaboração própria

Podemos observar também que muitos elementos linguísticos são relevantes na formação de sentidos nestes espaços, mas que não necessariamente se manifestam no uso direto da língua ou que usam a língua através de interações multimodais, como em ícones, caixas, botões e hipertextos que realizam uma navegação não linear. Entende-se por *uso não direto* da língua que: por mais que algumas destas caixas e ícones contenham texto, a interação por parte do usuário é realizada através do clique ou interação semelhante, e logo ele não escreve ou enuncia de forma ordinária, pois apenas interage com algo que utiliza a língua. Estes componentes desafiam as margens das teorias da Semântica da Enunciação e a Semântica do Acontecimento, que utilizam enunciados produzidos de forma de uso mais prototípica da língua.

Pode-se associar a navegação não linear, constituída por uma multiplicidade de rumos pré-definidos, com as definições de silêncio constituinte de Eni Orlandi, descritas no livro “As Formas do Silêncio” (2015), que dialoga com as perspectivas da Semântica da Enunciação. Nele, a pesquisadora argumenta que qualquer enunciação, ao ser realizada, faz um recorte seletivo de todas as possíveis enunciações que poderiam ter sido feitas, e que as enunciações que não foram ditas também constituem os sentidos do enunciado. Essa noção pode ser aplicada em diversos níveis e formas de interações que ocorrem na navegação digital, dado que possam ser consideradas como enunciado, como por exemplo na seleção de vídeos da curadoria do YouTube, ou os vídeos em que o usuário escolhe interagir, ou de qualquer maneira que gere rastros.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS E HIPÓTESES DESENVOLVIDAS

A descrição da complexidade do ambiente do YouTube revelou muitos fatores e dinâmicas que influenciam direta ou indiretamente os resultados de seleção, categorização e disponibilização dos vídeos, que alteram os ambientes digitais gerados para cada usuário. Algumas destas dinâmicas são realizadas através do usuário comum, em relação ao *seu* algoritmo, ou seja, determinam certas consequências que o próprio usuário verá como navegador, como a opção *Não tenho interesse nisso*, ou as métricas como *watchtime* e histórico, que podem ser realizadas de forma “consciente”, dependendo do letramento do indivíduo.

Para guiar uma síntese do trabalho, perguntamo-nos em contrapartida: por que os resultados apresentados pelos algoritmos *não* constituiria texto? As possíveis respostas para essa questão tendem a girar em torno da constituição da própria pergunta. Pode-se utilizar de algoritmos ou sequências lógicas para processar e emitir textos, mas é difícil, a princípio, afirmar que operações matemáticas podem *fazer* um texto e *produzir* sentidos, pois isso é comumente pressuposto a associação às condições materiais que permitiram que a sequência lógica existisse em primeiro lugar, como a(s) pessoa(s) responsáveis pela sua criação e fornecimento de *inputs*. Quando uma tecnologia é meio de produção textual, como uma máquina de datilografia ou uma câmera fotográfica, os textos tendem a ser produzidos *através* dela. Mas observamos e descrevemos neste trabalho como o avanço computacional desenvolveu ambientes onde os textos não são apenas constituídos através da tecnologia, mas sim *com ela*, *sobre ela*, e em alguns casos *para ela*, como é no caso do funcionamento de produzir um texto fundamentado nos critérios de sucesso estabelecidos pelos próprios algoritmos de curadoria, e também nos casos que o usuário manipula o próprio algoritmo ao seu favor, ou nos casos de conversas com *chatbots* e afins.

Assim, vimos então como há uma multiplicidade de agentes presentes na formação desses enunciados que contêm a presença de vários sujeitos. A atuação algorítmica parece ir além de mediadora ou circuladora, e ser constituinte na realização

desses acontecimentos, presentes na formação de espaços e cenas enunciativas, e portanto também responsável pelas formações de sentido que se encontram na plataforma.

Nosso objeto de análise frequentemente se encontrou à margem dos territórios previstos pelas teorias, como foi possível de observar não apenas pela Semântica Histórica da Enunciação, mas também pela Linguística Textual e a Análise do Discurso Digital. Devido. Destacamos a seguir conclusões e possíveis hipóteses para a futura compreensão do campo digital.

Como visto na análise da pesquisa do *7x1*, a curadoria de vídeos permite a atribuição de sentido suficiente para ser considerada texto, devido ao direcionamento da unidade de sentido produzida pelas disposições de elementos, e tal conclusão suscita hipóteses importantes. A questão da autoria, por exemplo, não é nova para linguistas e estudiosos de ciências humanas, e está diretamente relacionada com o resultado do ensaio que considera os resultados algorítmicos como texto. Então, uma possível próxima reflexão seria sobre como atribuir ou categorizar o(s) autor(es) de tais textos, visto que há diversas representações que atuam dinamicamente sob a mediação do algoritmo. Sabe-se que a pura máquina, baseada em código e lógicas computacionais, não pode sozinha constituir um texto. Então de que forma esses diversos sujeitos, como os usuários e canais, ao serem intermediadas pelo algoritmo através de vários funcionamentos técnicos, poderiam ser considerados potencialmente como co-autores dos textos produzidos?

Pela perspectiva da Semântica Histórica da Enunciação, publicar e comentar no YouTube seriam exemplos claros de enunciação. Mas poderíamos estender essa noção para afirmar que o *watchtime*, métrica muito relevante para formação dos ambientes apresentados pelo YouTube, ou outros simples rastros digitais similares, constituiriam enunciações também? Em casos explícitos como o uso da opção *Não recomendar novamente*, o usuário altera diretamente as futuras cenas enunciativas e composições das próximas navegações, mas, como visto, há diversas outras interações que geram dados, que conseqüentemente são processados e alteram a constituição de futuros espaços.

É levado em consideração a possibilidade que este ensaio possa ter extrapolado conceitos teóricos para o encaixe do objeto de pesquisa. Com isso em mente, reforça-se a necessidade acadêmica de compreender o que é *novo* de fato e o que não é. E quando for o caso de novidade, é necessário abranger as fundamentações sócio-históricas que constituíram seu surgimento. Nas últimas décadas, o rápido desenvolvimento tecnológico e sua ampla adoção social desafiam o acompanhamento teórico. Apesar destes avanços computacionais serem reconhecidos como informacionais, com vasta produção e armazenamento de informações, observa-se, contraditoriamente, a tendência constante da efemeridade destes dados, pois *sites* param de ser hospedados ou mudam completamente⁴⁴, e muitas dessas bilhões de páginas diferentes que carregam sentidos são geradas para um único uso, em um único acesso. Além disso, publicações, quando não apagadas por qualquer motivo, podem desaparecer devido a uma investigabilidade prejudicada e excesso de informações que as sobrepõem. Há então um conflito evidente entre a mudança acelerada das formas de comunicação digital e suas faltas sistemáticas de arquivamento, que dificultam o entendimento detalhado dos seus impactos sociais e, no nosso caso, linguístico.

Enquanto os algoritmos responsáveis pela mediação de boa parte da produção e circulação de informações no mundo se manterem sigilosos, muitas compreensões acadêmicas continuarão limitadas, quando não reduzidas à indução.

⁴⁴ Como a Figura 1, que captura a *homepage* do YouTube em 2009. Há relativamente poucos registros do tipo, que são geralmente coletados pelos próprios usuários.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BENVENISTE, Émile. Terceira parte: Estruturas e Análises. In: _____. **Problemas de Linguística Geral I**. Campinas: Pontes, 1991. cap. 8-12.
- BUSH, Vannevar. **As we may think**. The Atlantic [s.l], 1945 Disponível em: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/1945/07/as-we-may-think/303881/>. Acesso em: 18 de maio. 2025.
- CASTELVECCHI, Davide. **Can we open the black box of AI?**. Nature, [s. l.], ed. 538, p. 20-23, 6 out. 2016. Disponível em: <https://www.nature.com/news/can-we-open-the-black-box-of-ai-1.20731>. Acesso em: 23 abr. 2025.
- COVINGTON, Paul; ADAMS, Jay; SARGIN, Emre. **Deep neural networks for YouTube recommendations**. In: *ACM Conference on Recommender Systems*, 2016, New York: ACM, 2016. p. 191-198.
- HALLIDAY, M.A.K.; HASAN, Ruqaya. **Cohesion in English**. [S. l.: s. n.], 1976.
- GUIMARÃES, Eduardo. Domínio Semântico de Determinação. In: GUIMARÃES, Eduardo; MOLLICA, Maria. **A palavra: Forma e Sentido**. Campinas: Pontes, 2007. p. 77-96.
- _____. **Semântica do Acontecimento: Um Estudo Enunciativo da Designação**. Campinas: Pontes, 2003.
- _____. **Semântica: Enunciação e Sentido**. Campinas, SP: Pontes, 2018.
- _____. **Sobre teoria e método em semântica da enunciação**. Línguas e Instrumentos Linguísticos, Campinas, SP, v. 26, n. 51, p. 116–134, 2023. DOI: 10.20396/lil.v26i51.8671816. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/lil/article/view/8671816>. Acesso em: 2 fev. 2025.
- _____. **Texto e Argumentação: Um Estudo De Conjunções do Português**. Campinas: Pontes, 2007.
- GRICE, Paul. *Logic and Conversation*. In: COLE, Peter; MORGAN, Jerry. **Syntax and Semantics: Volume 3**. Illinois, EUA: [s. n.], 1975. v. 3, cap. 2, p. 41-58.

KOCH, Ingedore G. **Desvendando os Segredos do Texto**. 8. ed. São Paulo: Cortez, 2015.

_____. **Texto e Coerência**. 13. ed. São Paulo: Cortez, 2016.

MACHADO, Carolina de Paula. **Contribuições da semântica da enunciação para a análise de texto**. Traços de Linguagem - Revista de Estudos Linguísticos, [S. l.], v. 3, n. 2, 2020. DOI: 10.30681/2594.9063.2019v3n2id4355. Disponível em: <https://periodicos.unemat.br/index.php/tracos/article/view/4355>. Acesso em: 25 maio. 2025.

MARCUSCHI, Luiz Antônio *et al.* **Hipertexto e Gêneros Digitais**. RJ: Lucerna, 2004.

ORLANDI, Eni. **As formas do silêncio**. Campinas: Editora da Unicamp,

PAVEAU, Marie-Anne. **Análise do discurso digital**: dicionário das formas e das práticas. Campinas: Pontes, 2021.2015. TURING, Alan. *Computing Machinery and Intelligence*. Mind, [s. l.], v. 49, ed. 246, p. 433-460, 1 out. 1950.

RODRIGUES, Mara Lúcia Martins; ZATTAR, Neuza. **Semântica da Enunciação: um percurso teórico**. Traços de Linguagem - Revista de Estudos Linguísticos, [S. l.], v. 5, n. 1, 2021. DOI: 10.30681/2594.9063.2021v5n1id5998. Disponível em: <https://periodicos.unemat.br/index.php/tracos/article/view/5998>. Acesso em: 2 abr. 2025.

5.1 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS DIGITAIS

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS IBGE. **Em 2023, 88,0% das pessoas com 10 anos ou mais utilizaram Internet**, 16 out. 2024. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/41026-em-2023-87-2-das-pessoas-com-10-anos-ou-mais-utilizaram-internet>. Acesso em: 5 fev. 2025.

GOLDBERG, Lesley. **YouTube and Google post record Q4 2024 ad revenue**. Variety, 4 fev. 2025. Disponível em: <https://variety.com/2025/digital/news/youtube-google-q4-2024-earnings-record-ad-revenue-1236296767/>. Acesso em: 19 maio 2025.

GOODROW, Cristos. ***On YouTube recommendation system***. *YouTube Official Blog*, 15 set. 2021. Disponível em: <https://blog.youtube/inside-youtube/on-youtubes-recommendation-system/>. Acesso em: 12 maio 2025.

REUTERS. ***Google closes YouTube Deal***, 19 jan. 2007. Disponível em: <https://www.reuters.com/article/technology/google-closes-youtube-deal-idUSN14236487/>. Acesso em: 12 abr. 2025.

SEMRUSH. ***Trending websites – global ranking***. *Semrush*, [S. l.], abr. 2025. Disponível em: <https://www.semrush.com/trending-websites/global/all>. Acesso em: 19 maio 2025.

SIMILARWEB. ***Top websites ranking***. *SimilarWeb*, [S. l.], abr. 2025. Disponível em: <https://www.similarweb.com/top-websites/>. Acesso em: 19 maio 2025.

WE ARE SOCIAL; Meltwater. ***DIGITAL 2024: 5 billion social media users***. [S. l.], 31 jan. 2024. Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>. Acesso em: 11 dez. 2024.

YOUTUBE. ***YouTube for press***. *YouTube Official Blog*, [S. l.], 2025. Disponível em: <https://blog.youtube/press/#:~:text=is%20used%20by%20over%20two%20billion%20people%20across%20the%20globe>. Acesso em: 19 maio 2025.

ZOLADZ, Lindsay. ***Everything Happens So Much***. 6 ago. 2014. Disponível em: <https://pitchfork.com/features/ordinary-machines/9474-everything-happens-so-much/>. Acesso em: 01/06/2025