

A COMUNICAÇÃO NOS PROCESSOS DE VALORIZAÇÃO DA MERCADORIA NOS VÍDEOS DE REVIEW E UNBOXING NO YOUTUBE.

XXXV Encontro de Iniciação Científica

Daniel dos Santos Barbosa, Jose Riverson Araujo Cysne Rios

O presente trabalho se propõe a investigar a mercadoria e o valor - o valor de uso e o valor de troca da mercadoria - a replicação e invenção do valor de uso na web e as implicações simbólicas proporcionadas pelo processo comunicativo a partir dos fenômenos contemporâneos do “unboxing” e “review” no YouTube. Para compreender esse fenômeno a partir das implicações nas comunicações estabelecidas, a pesquisa, de aspecto descritivo e exploratório, baseia-se em um conjunto de autores do campo da comunicação, economia e sociologia e explicita conceitos basilares relacionados ao objeto em estudo. Utilizando os canais específicos do YouTube, os YouTubers e outros vídeos no site sobre “unboxing” e “review” como objeto de pesquisa, a análise revela que o valor de uso, o qual apresenta conotações semióticas, sobrepuja o valor de troca da mercadoria, mostra o esquema de consagração do objeto simbólico e que no processo comunicacional e econômico há a construção da identidade e construção do poder mercadológico da mercadoria proporcionada pelo ambiente colaborativo, interativo e criativo da web e pelos participantes que fazem uso dessa tecnologia.

Palavras-chave: Comunicação. YouTube. Mercadoria.