O apelo ao outro no ambiente digital: propondo uma modalidade argumentativa a partir de textos produzidos na mídia *Instagram*

The appeal to others in the digital environment: proposing na argumentative modality based on texts produced an Instagram

Amanda Mikaelly Nobre de Souza [1]
Lidiane de Morais Diógenes Bezerra [2]

RESUMO

Fruto do trabalho de tese em andamento, esta pesquisa parte da hipótese de que a argumentação ocorre de forma imediata e marcada em algumas produções textuais veiculadas pelas mídias digitais, especialmente como uma espécie de apelo ao outro. Nesse sentido, é objetivo deste artigo analisar o agir argumentativamente sobre o outro em textos da mídia Instagram, ancorando-se em uma abordagem metodológica qualitativa, de natureza descritivo-interpretativista acerca do *corpus* coletado. Para tanto, trabalhamos na observação analítica de três postagens oriundas de perfis públicos da referida plataforma, com vistas à percepção de aspectos particulares da construção argumentativa. No tocante ao arcabouço teórico, esta pesquisa tem como embasamento as discussões de Cavalcante *et al.* (2020, 2022), Amossy (2008, 2018), Brito (2024), Muniz-Lima (2024), Saemmer (2023), Paveau (2022) e outros estudiosos da área. Os resultados se encaminham para o entendimento de que o texto, no contexto digital, é um potencial de ação, no sentido de exigir dos interlocutores, inclusive o terceiro, uma atitude responsiva ativa peculiar, por ocasião da mídia e dos seus recursos, modificando, pois, os efeitos de sentido do texto, que se apresenta de modo diferente a cada nova interação. Nessa visão, a pesquisa se propõe a pensar uma modalidade argumentativa – a apelativa –, que torna evidente o poder persuasivo do texto por meio do engajamento provocado. Isso é materializado em forma de respostas inscritas e percebidas pelos recursos disponibilizados pela mídia, as quais, inclusive, resultam de modos diferenciados de ler e escrever textos em contexto digital.

Palavras-chave: Contexto digital. Argumentatividade. Modalidade apelativa.

ABSTRACT

Stemming from ongoing thesis research, this study is based on the hypothesis that argumentation occurs in an immediate and explicit manner within certain texts disseminated via digital media, specifically, as a form of appeal directed toward others. Accordingly, this article aims to analyze the act of arguing, exerting influence upon others, within content on the platform Instagram. The study employs a qualitative methodological approach, characterized by a descriptive-interpretative analysis of the collected corpus. To this end, we conduct an analytical observation of three posts from public profiles on the platform, focusing on specific aspects of their argumentative construction. The theoretical framework draws upon discussions by Cavalcante *et al.* (2020, 2022), Amossy (2008, 2018), Brito (2024), Muniz-Lima (2024), Saemmer (2023), Paveau (2022), and other scholars in the field. The findings suggest that, in a digital context, a text functions as a potential for action; it demands a specific, active, and responsive attitude from interlocutors, including third parties, shaped by the nature of the medium and its available features. Consequently, this alters the text's meaning, which manifests differently with each new interaction. In this light, the research explores an "appellative" mode of argumentation, where the text's persuasive power is made evident through the engagement it elicits. This is manifested as responses, recorded and perceived via the platform's built-in features, which, in turn, reflect distinct ways of reading and writing texts within a digital environment.

Keywords: Digital context. Argumentativeness. Appellative modality.

[1] Professora efetiva de Língua Portuguesa do Magistério Público da Secretaria de Estado da Educação, do Esporte e do Lazer (SEEC), do Rio Grande do Norte. Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL) da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). Pau dos Ferros/RN, Brasil. E-mail: anobredesouza@gmail.com.
[2] Docente da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). Doutora em Estudos da Linguagem pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Pau dos Ferros/RN, Brasil. E-mail: lidianemorais@uern.br.

1 INTRODUÇÃO

A emergência da tecnologia e as diversas formas de interação em ambientes digitais têm feito emergir novas discussões a respeito do objeto de estudo da Linguística Textual (LT) – o texto, o qual é tomado como uma unidade de comunicação e sentido em contexto (Cavalcante *et al.*, 2022). A produção textual *on-line* e a consequente interação síncrona revelam aos estudiosos da linguagem diferentes modos de argumentar, sobretudo quando se admite a perspectiva híbrida dos aspectos que compõem o ambiente digital, o linguageiro e o tecnológico (Paveau, 2022). Isso porque os recursos disponíveis pela mídia atuam a favor de um engajamento focado em mobilizar o outro, não apenas acerca de uma dada percepção, mas quanto à ação desse outro – orientação que norteia esta pesquisa.

Com o objetivo de analisar o agir argumentativamente sobre o outro em textos da mídia Instagram, esta pesquisa questiona o modo como a configuração da plataforma interfere na construção argumentativa dos textos. Para tanto, adotamos como filiação teórica os estudos em Linguística Textual brasileira[3] e a interface que estabelece com a Teoria da Argumentação do Discurso, de Amossy (2018) e a Análise do Discurso Digital, de Paveau (2022).

Para responder a essas questões, além do arcabouço teórico já citado, consideramos os postulados de Muniz-Lima (2024), a respeito do texto e da interação em contexto digital, de Cavalcante *et al.* (2020, 2022) e Brito (2024), acerca da argumentação em Linguística Textual brasileira, e de Saemmer (2023), quanto aos fundamentos teóricos de uma retórica do texto digital. A abordagem metodológica da pesquisa é de natureza qualitativa, do tipo descritivo-interpretativista. O material de análise é composto por três postagens oriundas dos perfis públicos @inep_oficial e @eubrunoacioli da plataforma Instagram.

Oriunda da pesquisa de doutorado em andamento, esta investigação parte da hipótese de que a argumentação ocorre de forma muito imediata e marcada em algumas produções textuais veiculadas pelas mídias digitais, especialmente como uma espécie de apelo ao outro, exigindo dos interlocutores uma atividade responsiva ativa peculiar. Nessa perspectiva, este estudo se propõe a pensar uma modalidade argumentativa – a apelativa –, cujo poder de persuasão é decorrente das ações e reações do outro, materializadas em forma de respostas inscritas e percebidas pelos recursos que a mídia disponibiliza.

Elucidadas as proposições introdutórias que orientam esta investigação, o trabalho está organizado em seções que versam sobre a discussão teórica que embasa a análise do material coletado, o percurso metodológico adotado, a análise das postagens selecionadas e, por fim, algumas considerações acerca dos resultados alcançados.

[3] Consolidada por Mônica Magalhães Cavalcante, essa denominação é assumida pelo Grupo de pesquisa Protexto, da Universidade Federal do Ceará, hoje liderado por Mariza Angélica Paiva Brito.

2 REDIMENSIONANDO A NOÇÃO DE CONTEXTO

O impacto das mídias digitais nos modos de textualização e construção de sentidos requer dos estudos em Linguística Textual brasileira uma reconsideração da noção de contexto, a partir do entendimento de texto como unidade de coerência em contexto, conforme defendido por Cavalcante *et al.* (2022), assertiva que não nos permite falar de texto sem considerar o contexto.

Essa noção de texto, embora num lugar teórico-metodológico particular da LT, aproxima-se de uma perspectiva bakhtiniana, ao admitir o texto como uma ocorrência inédita, "que acontece cada vez que se enuncia, de maneira única e irrepetível, em um contexto sócio-histórico" (Cavalcante *et al*., 2019, p. 28). Com isso, admitimos o entrecruzamento entre texto e discurso, entendendo que o discurso se inscreve no texto, do mesmo modo que não podemos conceber o texto sem ter em vista os discursos que nele emergem (Guimarães, 2009). Para a autora, há um elo que articula os processos textuais e discursivos, em intersecção, não sendo possível compreender um de forma dissociada do outro.

Contudo, importa esclarecer que esse imbricamento entre texto e discurso não anula as decisões metodológicas da pesquisa em Linguística Textual, que detém categorias analíticas próprias e, embora opere com a instância do discurso, tem o texto como objeto de estudo e versa sobre o fenômeno da textualização.

Com efeito, numa perspectiva ainda mais ampliada, o contexto vai além de "uma situação comunicativa imediata, não só porque incorpora valores sociais como também porque considera a relação ecológica do homem com os objetos de seu entorno e a hibridização entre o humano e o tecnológico nas ações linguageiras" (Cavalcante *et al.*, 2022, p. 22). Assim, o redimensionamento ao qual nos referimos implica considerar que esse imbricamento concorre ao acontecimento do texto e, inclusive, ao comportamento dos sujeitos imersos na interação. Em contexto digital, é premente considerar as condições dispostas pelo ambiente, dadas as implicações à gestão das ações e das reações que se estabelecem à medida que a interação sucede.

Decerto, considerar contexto apenas como os aspectos socioculturais do texto não é suficiente à construção dos sentidos, é necessário, pois, ter em vista a disposição dos elementos do ambiente digital que, inclusive, conduzem os comportamentos dos sujeitos envolvidos nas situações de interação. Nessa ótica, descrever e analisar o acontecimento do texto no contexto digital exige considerar as relações estabelecidas com a máquina/tecnologia.

Paveau (2022), em Análise do Discurso Digital (ADD), propõe a noção de ambiente como uma alternativa crítica a de contexto – mais centrada nos aspectos sociais, históricos e políticos –, considerando, então, todos os agentes produtores de sentidos, inclusive os recursos disponibilizados pela mídia. Em resumo, trata-se de

> [...] uma abordagem dos discursos que adota uma perspectiva pós-dualista (abordagem externalista que questiona a divisão *mente/corpo* e postula que a consciência humana se manifesta no exterior da mente, especialmente nos objetos e nas técnicas), uma visão simétrica das materialidades linguageiras (a matéria linguageira é compósita, constituída de uma mescla entre linguageiro e não linguageiro) e uma abordagem ecológica da produção dos enunciados (o objeto de análise não é mais apenas o enunciado, mas o conjunto do sistema no qual ele é produzido) (Paveau, 2022, p. 57, grifos da autora).

Essa visão ampliada de Paveau traz implicações à análise de texto, a começar pela compreensão de que o ambiente digital redimensiona a noção de contexto, que deve incorporar os fatores tecnológicos como parte subjacente da tarefa de construção de sentidos. Logo, mais do que admitir que não se separa o homem dos objetos e da matéria com os quais ele atua no acontecimento do texto, a autora defende a necessidade de reconhecer que os elementos linguageiros e tecnológicos têm igual importância na construção de sentidos dos textos numa espécie de relação humano-máquina.

A evidência da interferência dos elementos do ambiente digital em produções textuais que ocorrem nesse contexto tem sido elucidada em pesquisas recentes, a exemplo de Catelão e Muniz-Lima (2025), que analisam o apagamento enunciativo e o gerenciamento de Ponto de Vista (PDV) em postagens e comentários no ecossistema X (antigo Twitter) sobre o Projeto de Lei (PL) contra o aborto legal no Brasil, considerando a dinâmica da interação mediada pelos recursos tecnolinguageiros. De modo semelhante, Muniz-Lima e Rodrigues (2025) investigam a influência de aspectos da interação digital no processo de construção referencial no videoclipe Dona de mim, da cantora brasileira IZA. Ainda nessa perspectiva, Santos e Pereira (2025), em estudo sobre o uso do tecnografismo em posts no Instagram, evidenciam como a articulação dos aspectos linguageiros e tecnológicos potencializa os efeitos de sentido e a força persuasiva das publicações analisadas.

Com vistas à percepção de aspectos particulares da construção argumentativa em contexto digital, nesta pesquisa, investigamos de que modo e em quais condições o agir argumentativamente sobre o outro ocorre em textos do Instagram. Nessa perspectiva, a consideração da abordagem ecológica da produção dos enunciados é fulcral para notar o caráter potencial dos recursos tecnolinguageiros, no sentido de incitar os interlocutores a agir responsivamente ativa peculiar, por ocasião da mídia e dos recursos que disponibiliza. A responsividade do interlocutor é peculiar, pois as (re)ações ao texto ficam marcadas em sua materialidade linguística e interferem nos efeitos de sentido produzidos, de modo que, a cada nova interação, modificam-se as formas de apreensão do texto no ambiente digital.

No contexto digital, texto, interação e gênero devem ser tomados numa espécie de tripé, em estreita relação (Muniz-Lima, 2024). No cenário de produção *on-line*, o fenômeno da interação se complexifica, a exemplo da dinâmica dos ecossistemas, os quais permitem uma organização diferenciada dos gêneros: em relação e de forma compósita. Em Linguística Textual brasileira, conforme Cavalcante *et al.* (2022), a observação dos gêneros deve considerar o ecossistema de funcionamento e as relações com outros gêneros, a exemplo das interações que acontecem na mídia Instagram entre a postagem e os comentários, os quais funcionam numa espécie de agrupamento e se atualizam a cada interação.

A respeito da interação em contexto digital, numa perspectiva textual, entendemo-la como "um processo de coconstrução de sentidos, que se dá entre interlocutores humanos e/ou não humanos e que sofre interferência de um conjunto de aspectos" (Muniz-Lima, 2024, p. 107), a saber: o tipo de mídia, o tipo de suporte, os níveis de interatividade e os sistemas semióticos. Ao propor a consideração da relação simbiótica entre texto, interação e gênero, a autora amplia a noção de construção de sentidos quando em contexto digital, entendendo, pois, que coocorre a cada interação dos interlocutores no texto, em razão dos recursos disponibilizados no ambiente digital.

Partindo do pressuposto de que as produções textuais nas mídias digitais são regidas por recursos e regras próprias, os quais lhes conferem um funcionamento peculiar, em relação aos textos não digitais (Martins, 2024), na seção seguinte, apresentamos algumas proposições teóricas sobre a construção da argumentação em contexto digital.

3 A ARGUMENTAÇÃO EM CONTEXTO DIGITAL: PERSPECTIVAS E ENCAMINHAMENTOS TEÓRICOS

Os estudos em Linguística Textual brasileira, a exemplo de Cavalcante *et al.* (2020, 2022), em diálogo com a Teoria da Argumentação no Discurso (TAD), de Amossy (2018), assumem a argumentação como princípio constitutivo dos textos, independente da sua organização ou sequência composicional. Contudo, é fulcral ressaltar que essa interface não significa uma teorização sobre a argumentação, mas um subsídio que auxilia na explicação do funcionamento complexo do texto. Isso porque "ser uma ciência interdisciplinar é falar de outras abordagens a partir de um único e mesmo lugar teórico" (Cavalcante, 2016, p. 9), segundo seus próprios critérios de análise.

A perspectiva ampliada da noção de argumentação, com a qual comungamos nesta pesquisa, implica entendê-la não apenas como uma tentativa de obter a adesão a uma tese, mas também como uma forma de orientar a atuação do outro, modificando a sua visão sobre as coisas e de determinada maneira a partir de um projeto de dizer. Nas palavras de Amossy (211, p. 130), a argumentação é entendida como a "tentativa de fazer aderir não somente a uma tese, mas também a modos de pensar, de ver, de sentir".

Partindo desse pressuposto, a autora propõe um *continuum* de argumentatividade, abordando as noções de visada e de dimensão argumentativa, como numa espécie de graus: do modo mais persuasivo ao mais sutil de argumentar. Desse modo, a autora condena a distinção de discursos argumentativos e não argumentativos, defendendo a argumentatividade como constitutiva a nossas produções textuais.

Os textos regidos por visada argumentativa apresentam a sequência argumentativa com certa predominância, havendo, pois, uma orientação persuasiva de natureza explícita, marcada pela defesa de uma tese. Como exemplos de argumentação marcada, citamos os gêneros redação do ENEM, editorial e anúncios e campanhas publicitárias.

Nos textos de dimensão argumentativa, Amossy (2011) defende a ocorrência de uma persuasão implícita, velada, com projeção voltada para o outro, com vistas à pretensão de fazê-lo perceber algo sob determinado ângulo. A autora ilustra a natureza sutil e indireta desse tipo de argumentação, ao citar como exemplo "uma conversa familiar em que os parceiros jogam conversa fora sem a pretensão de fazer triunfar uma tese" (Amossy, 2011, p. 132). Isso porque o sujeito elege um léxico particular e graus de entonação diversos a cada momento da narrativa.

Pensando o *continuum* proposto, Amossy (2008, 2018) apresenta diferentes modalidades argumentativas, a saber: demonstrativa, pedagógica, de coconstrução, negociada, patêmica e polêmica. Na *demonstrativa*, a persuasão privilegia o encadeamento de evidências e argumentos racionais, com vistas à sustentação de uma tese, a exemplo de textos acadêmicos, como artigos científicos e trabalhos de conclusão de curso. Na *pedagógica*, o locutor, hierarquicamente, medeia a construção de conhecimentos abordados, como acontece numa aula expositiva. Na de *coconstrução*, a partir de um diálogo, os participantes contribuem para o desenvolvimento de uma

compreensão comum acerca de determinado tema, como ocorre numa reunião pedagógica de colegiado de professores. De modo semelhante, a modalidade *negociada* visa estabelecer um acordo para uma questão, ainda que os sujeitos da interação tenham pontos de vista conflitantes, tal como ocorre numa reunião de associados e até mesmo de condomínio. Na *patêmica*, a argumentação se revela a partir de um jogo emocional como estratégia para alcançar a adesão do outro, como em *memes* e campanhas publicitárias. Na *polêmica*, diferente da *negociada*, não há interesse no estabelecimento de um consenso, mas no confronto de teses antagônicas, com vistas à desqualificação do outro (adversário) – a retórica do dissenso –, a exemplo do que acontece em debates eleitorais.

Essas modalidades não funcionam de maneira isolada ou rígida; na verdade, combinam-se e dialogam entre si numa mesma situação de interação. Sobre isso, Cavalcante *et al.* (2022, p. 121) pontuam que "o locutor pode escolher uma ou mais modalidades argumentativas, dentro dos arranjos linguísticos e composicionais convocados e autorizados para certos padrões discursivos dos gêneros". Isso implica, pois, conforme propõe Amossy (2008, 2011), tomar as modalidades em sobreposição, enquanto diferentes modos de argumentar que atuam numa espécie de atravessamento nos textos, ainda que um deles seja predominante.

Brito, Oliveira e Ferreira (2025), ao defender essa combinação, problematizam a complexidade das modalidades argumentativas quando em contexto digital, sugerindo um aprofundamento das investigações acerca dos efeitos das tecnologias às práticas textuais. Para os autores, "a tecnotextualidade, caracterizada pela circulação e transformação de textos em ecossistemas digitais, apresenta modalidades argumentativas que se sobrepõem e se interconectam de maneiras ainda pouco compreendidas" (Brito, Oliveira e Ferreira, 2025, p. 9).

Ainda a respeito desse imbricamento, Souza, Souza e Bezerra (2025), numa análise acerca da atuação dos recursos tecnolinguageiros na construção da dimensão argumentativa dos textos em contexto digital, evidenciam uma espécie de atravessamento entre as modalidades polêmica e patêmica. De modo distinto, a presente pesquisa investiga a ocorrência particular da argumentação em algumas produções textuais provenientes das mídias digitais: imediata e marcada, como uma espécie de apelo ao outro. A defesa é de que esse modo de argumentar, para além de uma combinação das modalidades já descritas por Amossy, constitui uma nova perspectiva de análise, por suscitar no interlocutor uma participação ativa na interação, materializada nas ações que a configuração da mídia possibilita no âmbito da produção nativa digital.

Essa ideia embrionária de um modo diferenciado de argumentar, sobretudo em contexto digital, emerge do intenso fluxo de interações proporcionado pelo ambiente. Isso porque "o modo de argumentar varia conforme o tipo de interação em cada gênero" (Brito, 2024, p. 283), que, como discutido na seção anterior, se agrupa a outro, estabelecendo estreita relação, a exemplo do que ocorre entre a postagem e os comentários *on-line*.

Ao defenderem que a organização da mídia e os seus recursos implicam uma argumentatividade que mobiliza a ação do outro, Cavalcante *et al.* (2022, p. 179-180) postulam que "numa mesma interação, conjuntos de textos se respondem e que diferentes ferramentas, dentre elas as de curtida, instam os interlocutores a terem algum tipo de atitude responsiva ativa, muito mais do que nos meios não digitais". Partindo desse pressuposto e aproximando-se de uma perspectiva bakhtiniana, admitimos que a ação

dos interlocutores em relação a qualquer produção textual é responsiva, mas, quando em contexto digital, a resposta, além de ser materializada, redimensiona os efeitos de sentido do texto, que se modifica a cada nova interação.

Nessa ótica, esse modo de argumentar difere dos demais apresentados por Amossy (2008), à medida que incita à ação do outro via estratégias apelativas. Como exemplo, pensemos nas curtidas, comentários e compartilhamentos solicitados em postagens que dispõem dos seguintes enunciados: "Compartilhe esse vídeo com alguém que você ama", "Deixe sua opinião nos comentários", "Quem concorda curte aqui". Nesses casos, a interação é a realização materializada de um pedido do locutor, porque se trata da ação visível do outro (curtir, comentar ou compartilhar na postagem), inscrita, portanto, na produção nativa digital.

Noutras palavras, defendemos que as possibilidades de interação nas produções textuais *on-line* constituem condições para a ocorrência de um modo de argumentar que incita à atuação marcada do interlocutor. Isso porque as (re)ações a uma determinada publicação são manifestações responsivas do interlocutor, visíveis na materialidade do texto, tendo em vista a apresentação do quantitativo de curtidas, comentários e compartilhamentos a cada nova interação.

Nessa perspectiva, Saemmer (2023, p. 44), ao discutir sobre a retórica do texto digital, chama atenção para o fato de que "a natureza diferente dos signos envolvidos influencia potencialmente o ato de recepção ao solicitar o corpo do leitor de uma forma diferente daquela do texto para ler". Assim, os textos que induzem a atuação do outro, numa espécie de solicitação, não são textos para serem apenas lidos, pois exigem a ação corpórea do outro, um gesto, a exemplo de clicar, tocar, rolar etc.

Partindo desse pressuposto, defendemos que esse modo de argumentar não é explicável somente pelas modalidades já apresentadas em Amossy (2008), pois se trata de uma estratégia que, embora mobilize no outro alguma emoção, convoca a ação responsiva deste de maneira peculiar, isto é, por vias de materialização e por meio de recursos do próprio ambiente. Ademais, é apelativa porque o interlocutor detém de propósitos específicos com as (re)ações à postagem, sobretudo engajamento, tendo em vista que isso pode causar, por exemplo, viralização e até mesmo monetização.

Importa destacar, ainda, a relação do potencial horizonte de expectativa do leitor discutido por Saemmer (2023) com esse modo de argumentar. Isso porque o texto mobiliza estratégias que orientam as expectativas do leitor, especialmente quanto ao que a ação do outro pode possibilitar: algum retorno específico. As postagens selecionadas para análise ilustram essa dinâmica de troca, de modo que a ação do interlocutor (curtir, comentar, compartilhar) é condicionada à oferta de algum benefício: o pedido explícito de engajamento à postagem permite ao usuário ter acesso a determinado conteúdo – característica que diferencia esse modo de argumentar dos demais.

Em síntese, na modalidade que propomos pensar, o locutor projeta um dizer sobre o outro que o incita à ação, dispondo de estratégias capazes de induzir o interlocutor a atuar de forma responsiva no texto, o que é possível devido à configuração do ambiente digital, em razão da disponibilidade de recursos para tal.

Tecidas essas considerações teóricas acerca da problemática levantada, na sequência, apresentamos as decisões metodológicas que ancoram esta pesquisa.

4 DIRECIONAMENTO METODOLÓGICO

Neste trabalho, comungamos da visão de Paiva (2024, p. 19), para quem a pesquisa "é entendida como a busca de solução de problemas ou como resposta a indagações". Mais que isso, defendemos que, numa pesquisa, "*nada pode ser intelectualmente um problema se não tiver sido, em primeiro lugar, um problema da vida prática*" (Minayo, 2009, p. 16, grifos da autora), como, por exemplo, a frequência massiva de produção e a alta velocidade de reprodução de textos no ambiente digital, que têm exigido da Linguística Textual brasileira um redimensionamento do seu objeto de estudo a partir das suas categorias analíticas.

Quanto à abordagem metodológica adotada, este estudo se fundamenta na pesquisa qualitativa, tendo em vista o interesse na investigação da problemática a partir de uma perspectiva teórica, com foco nas possibilidades de construção de sentidos dos textos, segundo nossos objetivos. Trata-se, pois, de assumir uma postura descritivo-interpretativista acerca do *corpus* coletado, este proveniente do ambiente digital.

O material selecionado para análise é composto por três postagens realizadas na mídia Instagram, especificamente pelos perfis @inep_oficial e @eubrunoacioli, ambos com selo de identificação, o que indica a significativa visibilidade da conta e evidencia a sua natureza pública. A nossa escolha por esse material se ancora na visão metodológica defendida por Paveau (2022, p. 144), para quem "o corpus é constituído por um conjunto de observáveis e não por uma simples coleção de dados. Os observáveis serão situados em seus ambientes discursivos e serão classificados a partir de categorias linguísticas correspondentes aos objetivos e às hipóteses". Ou seja, a seleção das postagens para análise decorre do fato de atenderem aos objetivos da pesquisa, revelando-se exemplos claros à nossa proposta de investigação.

Constituído no período de setembro a novembro de 2025, o *corpus* é disposto na seção de análise por meio do agrupamento de duas capturas de tela, a da própria postagem e da respectiva legenda, numeradas conforme ordem cronológica de postagem, da mais antiga à mais atual. No tocante aos procedimentos analíticos, seguindo os pressupostos teóricos discutidos anteriormente, dividimos em três momentos concomitantes: i) contextualização das postagens para análise; ii) descrição dos aspectos que caracterizam a modalidade sobre a qual propomos pensar; e iii) interpretação da manifestação de categorias que evidenciam o agir argumentativamente sobre o outro.

5 ANÁLISE DOS DADOS

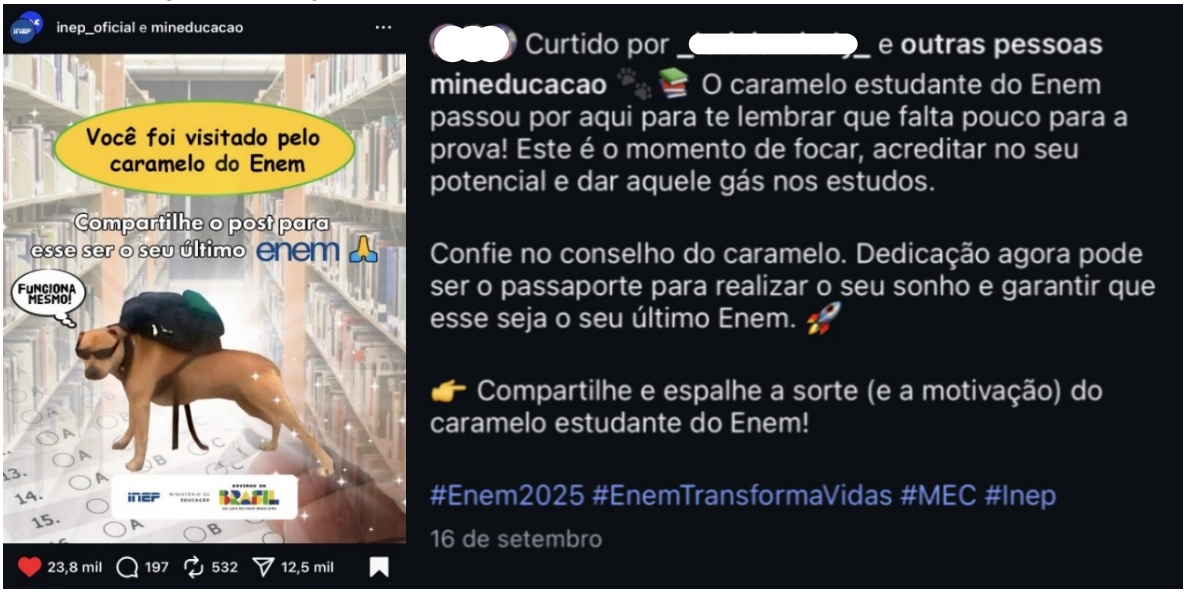
É reconhecida a ascensão do ecossistema Instagram, rede social não apenas de contas pessoais, mas espaço de divulgação de trabalho de diferentes esferas, inclusive institucionais e profissionais, como fazem os perfis @inep_oficial e @eubrunoacioli, respectivamente, dos quais provêm as postagens selecionadas para análise. Ancorando-se numa abordagem descritivo-interpretativista do *corpus*, nesta seção, pretendemos analisar o agir sobre o outro em textos da mídia Instagram, questionando o modo como a configuração da plataforma interfere na construção argumentativa, a fim de garantir a adesão marcada do interlocutor.

Com respaldo nos pressupostos de Muniz-Lima (2024, p. 44), para quem "[...] as mídias mais atuais se organizam com um conjunto de ferramentas que, cada vez mais intensamente, apelam para que o interlocutor participe da interação de maneira efetiva,

engajada, ativa", realizamos uma análise compósita das postagens, dada a compreensão não só dos enunciados, mas do seu ambiente de produção, conforme Paveau (2022), contudo, com lugar teórico na Linguística Textual brasileira.

Para uma análise mais ampla e segura do que propomos neste artigo, é pertinente observar o contexto sócio-histórico de cada postagem, a começar pelo conteúdo da figura 1, que tem o perfil oficial do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, @inep_oficial, em collab com a conta oficial do Ministério da Educação (MEC), @mineducacao, como locutores/enunciadores do texto veiculado. Publicado em 16 de setembro de 2025, o *post* lembra aos estudantes que a prova do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) se aproxima, um dos principais mecanismos de acesso público e gratuito ao ensino superior. É importante destacar que o cachorro Caramelo, a quem a postagem se refere, tem relação com o ENEM, por constituir um ícone da cultura popular brasileira, figura simbólica facilmente associada ao popular vira-lata brasileiro, um símbolo nacional de companheirismo e superação, comumente usado em *memes* e campanhas publicitárias. Vejamos a postagem:

Figura 1 – Postagem do @inep_oficial em collab com o @mineducacao sobre o ENEM



Fonte: Capturas de tela realizadas pelos autores na mídia Instagram (2025).

Nesta postagem, pelo menos dois referentes são evocados, Cachorro Caramelo e ENEM, os quais estão inscritos tanto via sistema semiótico escrito quanto imagético: a imagem do cachorro estudante e a biblioteca e o cartão-resposta da prova como plano de fundo da imagem. A personagem Caramelo funciona como um recurso para engajar o público jovem, inclusive até o uso dos óculos, que reitera uma certa proximidade com o cotidiano juvenil, gerando uma identificação com o cachorro Caramelo. Ademais, o uso do dêitico "você" atua como uma estratégia que aproxima a personagem Caramelo dos usuários candidatos ao ENEM, denotando afetividade e, devido a isso, levando o interlocutor a se sentir convencido sobre o conteúdo da postagem "Compartilhe o *post* para esse ser o seu último enem", sobretudo porque é dada voz ao cachorro Caramelo, que confirma enunciando "funciona mesmo!".

Embora o modo de argumentar nesta publicação denote patemização, ao tentar convencer o candidato do ENEM de que lhe trará sorte, e o uso da figura do cachorro Caramelo, de certa forma, cativando os brasileiros, o que predomina na postagem é a

convocação à atuação do outro, numa indução à ação marcada deste, em razão dos recursos que a mídia disponibiliza para tal.

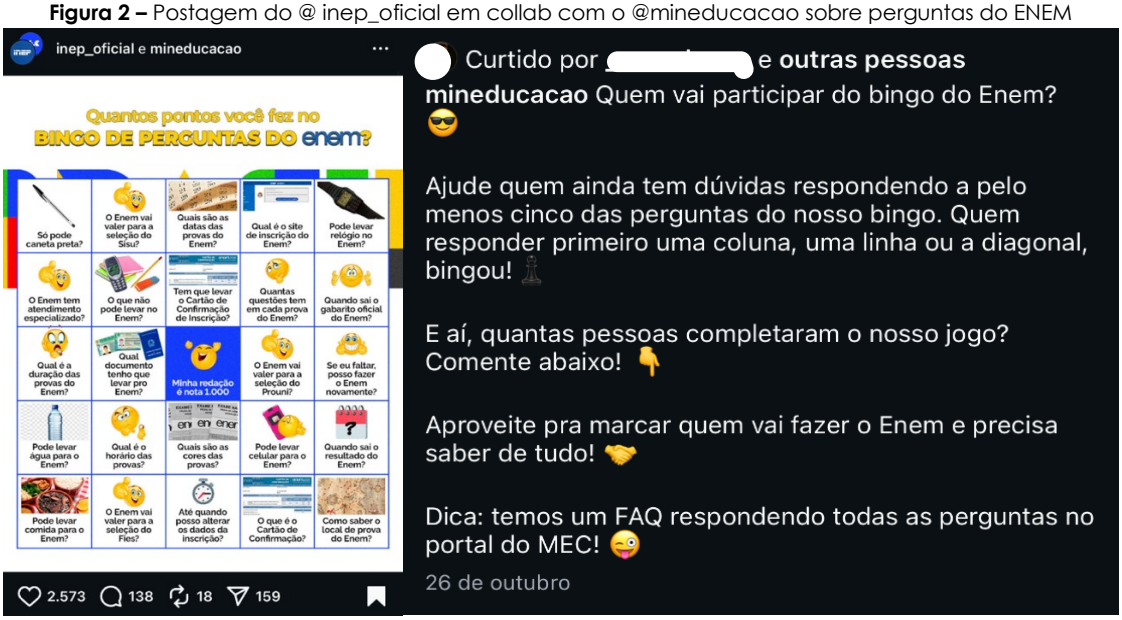
O emprego da oração "compartilhe o *post* para esse ser o seu último enem" implica não só um pedido, mas um argumento para que esse pedido seja atendido pelo interlocutor, e o *emoji* 🙏 intensifica esse apelo, ao sugerir esperança e reforçar a ideia de que *compartilhar* o *post* seria quase que um gesto de fé para alcançar o objetivo desejado. É certo que as postagens das mídias digitais têm o propósito de alcançar um alto grau de interatividade, contudo, nesta em específico, isso ocorre de forma explícita e estrategicamente pensada, pois a ação de compartilhar esse *post* é condicionada à "oferta" do benefício da aprovação no ENEM – perspectiva que nos faz perceber esse modo de argumentar sob uma ótica diferente dos demais.

Com efeito, importa destacar que essa tentativa de gerar uma ação no outro só é possível devido à configuração da plataforma, que possibilita essa atitude responsiva ativa marcada. Isso porque o compartilhamento fica registrado como um número na postagem e, mais do que isso, modifica os efeitos de sentido do texto, que passa a se apresentar de modo diferente a cada nova interação, interpretação que dialoga com os pressupostos de Muniz-Lima (2024), para quem os aspectos tecnolinguageiros interferem diretamente nos modos de interagir aos textos.

Ademais, destacamos a forma como o emprego da oração, na descrição da legenda, recategoriza os sentidos da ação de compartilhar a publicação. Enunciar "Compartilhe e espalhe a sorte (e a motivação) do caramelo estudante do ENEM!" significa dizer que mais do que compartilhar a postagem veiculada na mídia Instagram a outros usuários, o candidato do ENEM estará compartilhando sorte e motivação, o que reitera a natureza argumentativa do texto.

Nessa mesma perspectiva de análise, vejamos o que a segunda postagem revela de sentidos, pensando os aspectos particulares da construção argumentativa em contexto digital, como temos defendido no curso deste artigo.

Figura 2 – Postagem do @ inep_oficial em collab com o @mineducacao sobre perguntas do ENEM



Fonte: Capturas de tela realizadas pelos autores na mídia Instagram (2025).

Publicada em 26 de outubro de 2025, a segunda postagem também tem como locutores/enunciadores os perfis do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais

Anísio Teixeira, @inep_oficial, e do Ministério da Educação (MEC), @mineducacao, em collab, aparecendo nas duas contas ao mesmo tempo – recurso que, de algum modo, implica uma tentativa de influenciar o usuário seguidor de uma conta a seguir a outra. A publicação traz um conjunto de perguntas frequentes acerca do ENEM, desde como acessar ao *site* e o que levar ou não no dia da prova até os procedimentos que devem ser feitos após realização do exame. Usando o formato de "bingo de perguntas", os perfis relacionados à educação reúnem, de forma acessível e dinâmica, as mais recorrentes dúvidas dos candidatos sobre o exame, fazendo uso de uma linguagem que se adapta às práticas das redes sociais e, dessa forma, aproximando-se do público jovem, maior grupo de participantes do ENEM.

Contudo, a postagem não apenas versa sobre as respostas a dúvidas frequentes, mas mobiliza os interlocutores a interagir com o conteúdo publicado. A pergunta "Quantos pontos você fez no bingo do ENEM?" provoca uma série de imaginários, ou seja, expectativas potenciais no leitor (Saemmer, 2023), as quais devem ser consideradas na análise, pois o motivam a interagir e, consequentemente, turbinar o engajamento à postagem. Isso porque a inserção de comentários não só se transforma em números visualizados na publicação, como a fazem viralizar, chegando ao alcance de outros usuários.

O direcionamento argumentativo do texto se revela na forma de convite à ação do outro, nesse caso, suavizada pela dinamicidade da linguagem e relevância das informações que podem suscitar, ao sanar as possíveis dúvidas dos candidatos ao ENEM. Os enunciados contidos na legenda da postagem, "E aí, quantas pessoas completaram o nosso jogo? Comente abaixo!" e "Aproveite para marcar quem vai fazer o ENEM e precisa saber de tudo!", direcionam o interlocutor a emitir um comportamento que solicita o seu corpo de um modo diferente dos textos que não são produzidos em contexto digital (Saemmer, 2023), dado o gesto de clicar ou tocar no ícone comentários, possibilitando a abertura de novas camadas enunciativas.

Nossa interpretação é de que, ao incitar comentários à postagem, o texto mobiliza práticas de interação que revelam uma responsividade imediata, inclusive mais marcada do que em contextos não digitais, como lembram Cavalcante *et al*. (2022). Na verdade, o modo de argumentar se revela numa dinâmica de troca, no sentido de que a ação do interlocutor de comentar a publicação é condicionada à possibilidade de obter informações. Esse poder persuasivo do texto mediante o engajamento que ele provoca nos leva a pensar que esse modo de argumentar se difere dos demais, tendo em vista a materialização da interação movida pela postagem em forma de respostas inscritas e percebidas pelos recursos que a própria plataforma disponibiliza.

Dando seguimento à análise das postagens, notemos como a terceira postagem selecionada consegue gerar expectativas no usuário interlocutor da plataforma, na medida em que o convoca a interagir com o post. Diferente das publicações anteriores, a figura a seguir, extraída do perfil @eubrunoacioli, reúne capturas de telas referentes a um vídeo, no formato de *reel*, sobre a conduta de uma mulher que "certamente será traída", apresentando exemplos e situações hipotéticas para sustentar a possibilidade de traição. Vejamos:

Figura 3 – Postagem do @eubrunoacioli sobre libertação feminina



Fonte: Capturas de tela realizadas pelos autores na mídia Instagram (2025).

Inicialmente, é importante destacar que Bruno Acioli mantém um perfil na plataforma Instagram com aproximadamente 435 mil seguidores até o momento da realização da captura de tela e, em suas publicações, divulga seu trabalho como mentor das mulheres, voltando atenção para o que denomina de "libertação feminina", apresentando um método próprio que, segundo ele, gera segurança emocional com maior velocidade. De modo específico, os conteúdos publicados por Bruno Acioli costumam se apresentar no formato de vídeos, nos quais comenta sobre temas polêmicos relacionados às condutas de mulheres e homens em relacionamentos, além de acontecimentos propagados em massa na mídia e que podem ser interpretados sob uma perspectiva emocional – estratégia de divulgação do seu trabalho.

Com publicação em 21 de novembro de 2025, o vídeo descreve o perfil de uma mulher que será ou que já foi traída, expondo possíveis causas e explicações para muitas traições. Ao final, o mentor divulga uma imersão a ser realizada no sábado seguinte à publicação do vídeo, ocasião em que, segundo ele, serão esclarecidas causas que geram determinados tipos de comportamento, argumentando que todo comportamento precisa ser explicado.

À primeira vista, o que se nota é a presença da modalidade patêmica na construção argumentativa do texto, dado o enfoque emocional que o emprego da oração "Se você é assim certamente será traída" mobiliza no interlocutor usuário da plataforma, uma estratégia para conseguir convencê-lo a permanecer assistindo ao vídeo, pois o conteúdo da publicação explicará o perfil da pessoa a ser traída. Assim, esse

enunciado gera, de algum modo, expectativa no leitor, bem como de surpresa, dúvida e até mesmo preocupação, no sentido de chegar a se questionar: "será que eu sou esse tipo de pessoa?". Na postagem, a expressão "Atenção" reforça esse jogo de sentimentos, por expressar um teor de alarde acerca do que está sendo postado, e o *emoji* 😳 atua a esse favor, indicando a necessidade de atenção.

Ademais, é interessante notar que, embora mobilize no outro um jogo emocional, o modo de argumentar nesta publicação não pode ser compreendido apenas sob a ótica da modalidade patêmica, tendo em vista a evidente incitação à ação do outro, numa espécie de convocação. O enunciado "Comente "AULA" abaixo para participar da minha imersão", na legenda da postagem, não é apenas um pedido, mas a solicitação de uma ação que revela um modo diferenciado de mobilizar a atuação do outro, apresentando-se, pois, numa dinâmica de reciprocidade, tendo em vista que a ação de comentar a postagem garante ao interlocutor o benefício de participar da imersão do mentor.

Com efeito, tal interpretação reconhece uma argumentatividade que se volta para a tentativa de agir sobre o outro, solicitando o seu corpo como forma de atuar sobre ele. Nesse tipo de postagem, a participação na imersão depende de um comentário, o que nos faz pensar que a argumentatividade se revela como uma espécie de apelo via "moeda de troca". Noutras palavras, há uma convocação direta à ação responsiva do outro.

Decerto, não se trata apenas de comentar a postagem, mas de contribuir para que viralize e chegue a outros usuários não seguidores da conta, pois a visibilidade da publicação depende da interação do público, e o locutor/enunciador dispõe de um modo de argumentar que atua a esse favor, mobilizando práticas de interação que revelam uma responsividade marcada, como temos defendido ao longo deste artigo. É evidente que os textos provenientes das mídias sociais são produzidos segundo uma proposta que visa ao engajamento, contudo, essa proposta argumentativa opera de modo explícito nas postagens selecionadas para análise, mostrando-se de forma mais saliente à nossa percepção.

Em linhas gerais, o nosso trabalho de análise, a partir do *corpus* coletado, revela um modo de argumentar particular em relação ao que a literatura já propõe. Na modalidade a qual propomos pensar, há um evidente poder persuasivo no texto, a partir de um projeto de dizer voltado à atuação do outro, incitando-o à ação, isto é, a mobilização responsiva do interlocutor, em forma de respostas inscritas e percebidas a partir dos recursos que o ambiente disponibiliza. Logo, os recursos tecnolinguageiros funcionam como propulsores da argumentatividade.

6 (ALGUMAS) CONCLUSÕES

Com o objetivo de analisar o agir argumentativamente sobre o outro em textos da mídia Instagram, questionando o modo como a configuração da plataforma interfere na construção argumentativa dos textos, os resultados deste estudo se encaminham para o entendimento de que o texto é um potencial de ação, no sentido de exigir dos interlocutores, inclusive o terceiro, uma atividade responsiva ativa peculiar, por ocasião da mídia e dos recursos que disponibiliza.

As análises empreendidas permitem sustentar a hipótese de que a argumentação ocorre de forma muito imediata e marcada em algumas produções textuais veiculadas

pelas mídias digitais, especialmente como uma espécie de apelo ao outro, na medida em suscita nos interlocutores uma participação ativa na interação. Notamos que a argumentatividade, embora revele a presença de modalidades já delimitadas na literatura, apresenta estratégias que precisam ser melhor compreendidas, visão que nos leva a pensar a natureza apelativa com que alguns textos são produzidos quando em contexto digital, tornando evidente o seu poder persuasivo, mediante engajamento materializado em forma de respostas inscritas e percebidas pelos recursos que a mídia disponibiliza, as quais, inclusive, são resultados de modos diferenciados de ler e escrever textos em contexto digital. A natureza apelativa explica-se pela convocação explícita ao interlocutor para engajar-se na interação, solicitando-lhe uma atuação sobre o texto, mediante dinâmica de troca, isto é, a (re)ação do interlocutor permite a ele o acesso a algum benefício, como revelam as nossas análises.

Fruto do trabalho de tese em andamento, sob a ótica da Linguística Textual brasileira, consideramos que os resultados iniciais desta investigação respondem às inquietações provocadas, à medida que suscitam estudos que versem sobre a dinâmica da argumentatividade das práticas textuais via mídias digitais. Noutras palavras, acreditamos que esta investigação pode estabelecer diálogo com pesquisas futuras dedicadas à análise do funcionamento do texto em outras plataformas digitais e/ou em outros gêneros, de modo a desenvolver a hipótese apresentada. Isso porque os resultados possuem alcance exploratório e, embora formulem proposições teóricas, não constituem generalizações mais amplas acerca do funcionamento da argumentação em ambientes digitais.

Em suma, problematizar o funcionamento dos textos provenientes do ambiente digital implica considerar não apenas a relação compósita entre linguagem e tecnologia, mas compreender a complexidade textual, tendo em vista a dimensão social constitutiva do ser humano e as demandas de uma sociedade mediada por dispositivos e plataformas digitais.

REFERÊNCIAS

AMOSSY, R. As modalidades argumentativas do discurso. *In*: LARA, G. M. P; MACHADO, I. L.; EMEDIATO, W. (org.). **As análises do discurso hoje**, v. 1. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008. p. 231-254.

AMOSSY, R. Argumentação e Análise do Discurso: perspectivas teóricas e recortes disciplinares. Tradução de Eduardo Lopes Piris e Moisés Olímpio Ferreira. **EID&A – Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, Ilhéus, n. 1, p. 129-144, nov. 2011. Disponível em: http://aad.revues.org/index200.html. Acesso em: 07 jan. 2026.

AMOSSY, R. **A argumentação no discurso**. Tradução de Angela M. S. Corrêa [*et al.*]. São Paulo: Contexto, 2018.

BRITO, M. A. P. A Linguística Textual e orientação argumentativa. *In*: AZEVEDO, I. C. M. de; PIRIS, E. L. (org.). **Argumentação e discurso na multidisciplinaridade**. Campinas: Pontes Editores, 2024. p. 283-303.

BRITO, M. A. P.; OLIVEIRA, R. L. de; FERREIRA, C. A. S. O legado de Mônica Cavalcante: avanços e desafios na interface entre a linguística textual e a teoria da argumentação

no discurso. **Revista do GELNE**, *[S. l.]*, v. 27, n. 1, p. e38823, 2025. DOI: https://doi.org/10.21680/1517-7874.2025v27n1ID38823. Acesso em: 4 dez. 2025.

CAVALCANTE, M. M. Abordagens da argumentação nos estudos de Linguística Textual. **ReVEL**, edição especial, v. 14, n. 12, p. 106-124, 2016. Disponível em: http://www.revel.inf.br/files/ea45a0fb01f8dde37a9435628505a55d.pdf. Acesso em: 2 dez. 2025.

CAVALCANTE, M. M. *et al.* O texto e suas propriedades: definindo perspectivas para análise. **Revista (Con)Textos linguísticos**, Vitória, v. 13, n. 25, p. 25-39, 2019. Disponível em: https://periodicos.ufes.br/contextoslinguisticos/article/view/27884/18764. Acesso em: 02 dez. 2025.

CAVALCANTE, M. M. *et al*. **Linguística textual e argumentação**. Campinas: Pontes, 2020.

CAVALCANTE, M. M. *et al.* **Linguística Textual**: conceitos e aplicações. Campinas: Pontes, 2022.

CATELÃO, E. M.; MUNIZ-LIMA, I. Anonimato e apagamento enunciativo na rede social X: pontos de vista sobre PL contra aborto legal. **Revista Linguagem em Foco**, v. 17, n. 2, 2025. p. 91-110. DOI: https://doi.org/10.46230/lef.v17i2.13867. Acesso em: 5 dez. 2025.

GUIMARÃES. E. **Texto, discurso e ensino**. São Paulo: Contexto, 2009.

MARTINS, M. A. **Tecnotextualidade e campo dêitico digital**: análise de aspectos interacionais e enunciativos. 2024. Tese (Doutorado em Linguística) – Programa de Pós-graduação em Linguística. Universidade Federal do Ceará: Fortaleza, 2024.

MINAYO, M. C. S. O desafio da pesquisa social. *In*: DESLANDES, S. F.; GOMES, R.; MINAYO, M. C. S. (org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 28. ed. Petrópolis: Vozes, 2009. p. 9-29.

MUNIZ-LIMA, I. **Linguística Textual e interação digital**. Campinas: Pontes, 2024.

MUNIZ-LIMA, I.; RODRIGUES, H. B. A construção referencial no videoclipe "Dona de mim" de Iza e a interatividade no Youtube: uma reflexão para o ensino de produção textual. **Revista do GELNE**, *[S. l.]*, v. 27, n. 1, p. e38958, 2025. DOI: https://doi.org/10.21680/1517-7874.2025v27n1ID38958. Acesso em: 4 dez. 2025.

PAIVA, V. L. M. O. **Pesquisa**: projeto, geração de dados e divulgação. São Paulo: Parábola, 2024.

PAVEAU, M. **Análise do discurso digital**: dicionário das formas e das práticas. Organização de Júlia Lourenço Costa e Roberto Leiser Baronas. São Paulo: Pontes, 2022.

SAEMMER, A. Fundamentos teóricos de uma análise retórica do texto digital. In: CAVALCANTE, M.; BRITO, M. A. P.; MARTINS, M. A. (org.). **Texto, tecnodiscursividade e enunciação**. v. 2. Campinas: Pontes Editores, 2023. p. 15-72.

SANTOS, D. M.; PEREIRA, S. V. M. Verbivocovisualidade e tecnografismo em práticas tecnodiscursivas: sentidos em construção no Instagram. **Diálogo das Letras**, Pau dos Ferros, v. 14, p. 1-20, e02514, 2025. DOI: https://doi.org/10.22297/2316-17952025v14e02514. Acesso em: 18 set. 2026.

SOUZA, A. M. N.; SOUZA, E. K. A.; BEZERRA, L. M. D. (Con)texto, interação e argumentatividade na mídia Instagram. **Revista do GELNE**, *[S. l.]*, v. 27, n. 1, p. e38482, 2025. DOI: https://doi.org/10.21680/1517-7874.2025v27n1ID38482. Acesso em: 22 set. 2026.

Declaração de contribuição dos autores

Todos as duas autoras contribuíram com a produção do artigo. Todas elas participaram do levantamento de dados e colaboraram na redação e revisão do artigo. Especificamente, a primeira autora contribuiu na redação de todas as seções do artigo e na revisão da redação do artigo; e a segunda autora contribuiu na orientação e revisão da redação do artigo.

Declaração de uso de IA

As autoras declaram que utilizaram ferramentas de Inteligência Artificial (IA) na produção deste artigo científico. O ChatGPT foi usado como apoio à revisão linguística e gramatical, a fim de aprimorar a redação final da pesquisa, bem como para auxiliar na tradução do título, do resumo e das palavras-chave do trabalho.

Agradecimentos

Agradecemos à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001, pela concessão de bolsa de doutorado para a primeira autora do artigo. Agradecemos ainda aos pareceristas pela avaliação do trabalho e pelas sugestões teóricas e metodológicas, fundamentais para o aprimoramento do texto.

Artigo recebido em: 20/05/2026
Artigo aprovado em: 01/11/2026
Artigo publicado em: 21/11/2026

COMO CITAR

SOUZA, A. M. N.; BEZERRA, L. D. M. O apelo ao outro no ambiente digital: propondo uma modalidade argumentativa a partir de textos da mídia Instagram. **Diálogo das Letras**, Pau dos Ferros, v. 15, p. 1-16, e02623, 2026.