

## DÊIXIS SOCIAL EM REDE COMO ESTRATÉGIA PARA INTERATIVIDADE EM COMPÓSITO DE GÊNERO NO INSTAGRAM

*SOCIAL DEIXIS IN NETWORK AS A STRATEGY FOR INTERACTIVITY IN GENDER COMPOSITES ON INSTAGRAM*

*Maria Verônica Monteiro Lima<sup>1</sup>*

*Isabel Muniz-Lima<sup>2</sup>*

*Mayara Arruda Martins<sup>3</sup>*

### RESUMO

As redes sociais são atualmente um espaço midiático que oportuniza, além de entretenimento, possibilidades de expandir empreendimentos com a conquista de novos públicos. Para isso, várias estratégias textuais são empregadas para vislumbrar a intenção comunicativa do interlocutor, mas, em contexto digital, além de o enunciador visar vender um produto, por exemplo, este intenciona também engajar de alguma forma seu interlocutor ao *post*, seja fazendo-o curtir-lo, comentá-lo ou compartilhá-lo. Nesse contexto, este trabalho objetiva analisar os dêixicos sociais em rede como ferramentas de engajamento dos interlocutores em compósitos de gênero no Instagram. Para isso, apoiamos-nos no arcabouço teórico de Cavalcante, Custódio Filho e Brito (2014), Cavalcante *et al.* (2019), Martins (2019) e Cavalcante *et al.* (2022) com contribuições acerca dos processos dêixicos, em Matos (2018) acerca das redes referenciais e em Muniz-Lima (2022) a respeito da interação em contexto digital. A pesquisa em questão é de cunho qualitativo e interpretativo. Foram selecionados cinco compósitos de gênero da mídia Instagram de perfis motivacionais. A análise permitiu constatar relação entre os dêixicos em rede e os níveis de interatividade na construção de sentidos, perceptíveis por meio das curtidas e dos comentários dos seguidores, o que mostrou, por sua vez, a interação efetiva dos interlocutores com o *post*.

**PALAVRAS-CHAVE:** Dêixis. Compósito de gênero. Interatividade.

### ABSTRACT

Social networks are currently a media space that provides, in addition to entertainment, possibilities for expanding ventures by attracting new audiences. To achieve this, several textual strategies are used to glimpse the interlocutor's communicative intention, but, in a digital context, in addition to the enunciator aiming to sell a product, for example, he also intends to engage his interlocutor in some way with the post, whether by making it like it, comment on it or share it. In this context, this work aims to analyze network social deictics as tools for engaging interlocutors in gender composites on Instagram. To do this, we rely on the theoretical framework of Cavalcante, Custódio Filho and Brito (2014), Cavalcante *et al.* (2019), Martins (2019) and Cavalcante *et al.* (2022) with contributions about deictic processes, in Matos (2018) about referential networks and in Muniz-Lima (2022) about interaction in a digital context. The research in question is qualitative and interpretative in nature. Five gender composites from Instagram media of motivational profiles were selected. The analysis made it possible to verify a relationship between the deictics in the network and the levels of

<sup>1</sup> Universidade Estadual do Piauí (UESPI), [mariavml@aluno.uespi.br](mailto:mariavml@aluno.uespi.br), <https://orcid.org/0009-0001-6941-4450>.

<sup>2</sup> Universidade Federal de Alagoas (UFAL), [isabel.muniz@fale.ufal.br](mailto:isabel.muniz@fale.ufal.br), <https://orcid.org/0000-0003-2809-8292>.

<sup>3</sup> Universidade Federal do Ceará (UFC), [mayaramartins@alu.ufc.br](mailto:mayaramartins@alu.ufc.br), <https://orcid.org/0000-0001-5673-0780>.

interactivity in the construction of meanings, perceptible through the likes and comments of the followers, which showed, in turn, the effective interaction of the interlocutors with the post.

**KEYWORDS:** Deixis. Gender composite. Interactivity.

## Introdução

Com os meios tecnológicos disponíveis atualmente, intensificaram-se as estratégias de interatividade ou a busca por engajamento efetivo em contexto digital. Dessa forma, a popularização das redes sociais, por exemplo, proporcionou a possibilidade de seus usuários utilizarem as ferramentas disponíveis, a depender do tipo de mídia envolvido (Instagram, Facebook, dentre outros), como uma alternativa para divulgar seus produtos ou ideias e, assim, conseguir expandir o seu negócio para um público mais amplo.

À vista disso, de uma forma geral, são observáveis várias estratégias textuais empregadas pelos locutores para compor um *post*, por exemplo, visando, por sua vez, o engajamento efetivo dos seus interlocutores. Diante disso, o presente artigo objetiva analisar os dêiticos sociais em rede como estratégia de engajamento dos interlocutores em compósitos de gênero no Instagram. Para isso, nos respaldamos em Cavalcante, Custódio Filho e Brito (2014), Cavalcante *et al.* (2019), Martins (2019) e Cavalcante *et al.* (2022) no que diz respeito às concepções de texto e aos processos dêiticos; em Matos (2018) acerca das redes referenciais, visão esta que se integra às reflexões sobre os processos referenciais; e nos respaldamos, ainda, em Muniz-Lima (2022), que aborda uma visão acerca da interação em contexto digital segundo as concepções analíticas da Linguística de Texto.

Acreditamos que trabalhos como este, que visam contemplar noções textuais em contexto digital, podem oportunizar reflexões acerca das categorias analíticas já basilares na Linguística de Texto, como os novos redimensionamentos do efeito da *origo* dêitico desencadeados pelos textos multissemióticos, característicos do contexto digital.

O presente trabalho se encontra estruturado da seguinte forma: além da introdução e das considerações finais, a primeira seção refere-se às concepções de interação em contexto digital; a segunda seção aborda os processos dêiticos situados em rede; e a terceira seção diz respeito aos procedimentos metodológicos e, posteriormente, às análises dos compósitos de gênero no Instagram.

## 1. Interação em contexto digital: breves considerações

De acordo com Muniz-Lima (2022), a Linguística de Texto observa a interação em contexto digital levando em consideração as concepções de texto, gênero e interação. O texto é, segundo Cavalcante *et al.* (2019), um evento comunicativo e se configura como um “enunciado multimodal, completo, único e irrepetível, que se conclui como unidade de comunicação e que é reconhecível por sua unidade de coerência em contexto” (CAVALCANTE; SILVA; WANOLL SILVA, 2020, p. 36) e, em contexto digital, ganha especificidades próprias desse ambiente, como afirma Paveau (2021), isto é, adquirem natureza compósita (integração entre aspectos languageiros e tecnológicos), deslinearização, aumento, relacionalidade, investigabilidade e imprevisibilidade. Não é nosso foco

descrever cada fator, mas, sim, situar o leitor quanto às características de um texto em contexto digital.

Desse modo, em contexto digital, os gêneros se apresentam em compósitos e, de acordo com Muniz-Lima (2022, p. 69), a partir de uma leitura interdisciplinar com Paveau (2013), são de natureza complexa e híbrida, “compondo-se necessariamente de uma série de fatores e gestos tecnológicos”. Portanto, segundo Paveau (2021), as produções on-line ou tecnodiscursivas necessitam ser analisadas relacionando os agrupamentos ou compósitos de gêneros em que se apresentam em contexto digital.

Dentre os pressupostos marcantes da Linguística de Texto, é importante afirmar, segundo Cavalcante (2021), que o texto é desvendado na interação. Dito isso, tendo em vista as diferentes ferramentas e suportes tecnológicos disponíveis atualmente, como celular ou computador, que permitem o acesso às redes sociais (Facebook, Twitter<sup>4</sup>, Instagram, dentre outros), pode-se afirmar que se intensificaram as formas de interação entre interlocutores, por isso não estamos mais diante apenas de uma interação bidirecional como afirmara Goffman, uma vez que as possibilidades de interação em redes sociais desencadeiam interações para além de uma relação face a face (MUNIZ-LIMA, 2022).

Nesse sentido, Muniz-Lima, em sua tese (2022) propõe ampliar os estudos de interação, definindo-a como “um processo de coconstrução de sentidos entre os interlocutores humanos e/ou não humanos, sempre encenado, e que acontece de diferentes modos em função de uma combinação de aspectos”. Logo, segundo a autora, os sentidos também são construídos entre humanos e máquinas, uma vez que podemos conversar, por exemplo, com a “Alexa”, uma assistente virtual. Em todo processo de interação, os interlocutores, sejam eles humanos ou sejam máquinas, assumem papéis sociais diferentes, por isso a interação é sempre encenada, como tem sido aprofundado por Martins (no prelo).

Quanto à interação em contexto digital, Muniz-Lima (2022) apresenta um conjunto de fatores tecnolinguageiros (termo que diz respeito à integração entre linguagem e aspectos tecnológicos - PAVEAU, 2017) que deverão ser considerados, como o tipo de mídia, o tipo de suporte, os níveis de interatividade e os sistemas semióticos.

Para a autora, a mídia não é apenas a ferramenta que vai intermediar a interação entre os interlocutores, mas ela faz parte também da coconstrução de sentidos, uma vez que disponibiliza ferramentas tecnolinguageiras como os botões de curtir, comentar, compartilhar, tuitar/repostar, que, ao se integrarem às nossas ações languageiras, geram efeitos de sentidos. Por isso, de acordo com Muniz-Lima (2022, p. 92), a mídia é “todo meio tecnolinguageiro que configure os processos de coconstrução de sentido entre os interlocutores, organizando a produção e recepção de textos, fazendo-os circular e associando-se às possibilidades de interatividade”. Vale ressaltar que, a depender do tipo de mídia, obtêm-se modos de interação diferentes, portanto, sentidos diferentes. A ferramenta tecnolinguageira de curtir, do Facebook, a depender do *emoji* escolhido pelo interlocutor, mostra o posicionamento deste em relação a uma postagem, por exemplo, assim como o espaço de comentários possibilita que interlocutores atuem, segundo Paveau (2021), como escritores, isto é, ao mesmo

---

<sup>4</sup> Atual X.

tempo que são leitores, estes podem também ser produtores de textos, coconstruindo sentidos a partir de suas produções verbais ou reações acerca do *post*.

Já o suporte é observado pela autora como um dispositivo físico que participa do processo de construção da interação, a exemplo do computador, tablete ou celular. Nesse sentido, a depender do tipo de suporte, as interações se modificam, ou seja, quando acessamos o Facebook pelo computador, observamos que algumas ferramentas tecnolinguageiras são disponíveis, e outras só podem ser acessadas em outros suportes; logo, se o usuário/interlocutor desejar realizar aquela determinada ação deve recorrer a outro tipo de suporte como o celular<sup>5</sup>.

Muniz-Lima (2022) propõe que a interatividade é um dos fatores que configuram a interação em contexto digital. Esse aspecto diz respeito à forma com que os interlocutores se mostram efetivamente atuantes na interação – esse processo de engajamento pode ser desencadeado por ações que revelam controle do conteúdo, caráter dialogal e sincronicidade.

O controle de conteúdo é a “possibilidade de interlocutores controlarem ou reagirem de alguma forma aos textos que circulam em contexto digital” (MUNIZ-LIMA, 2022, p. 124), seja editando ou excluindo o texto do *post* ou comentário, uma vez que mídias, como o Instagram, por exemplo, detêm ferramentas para isso, ou por meio do compartilhamento. Frisa-se, segundo a autora, que, quanto mais possibilidades de reações uma mídia obtiver, maior será o grau de controle de conteúdo.

O caráter dialogal, como o próprio nome infere, diz respeito às possibilidades que os interlocutores têm para estabelecerem trocas dialogais. A ferramenta tecnolinguageira “comentar” no Facebook permite aos interlocutores interagirem com o produtor textual do *post* ou entre si, respondendo a outros interlocutores, num processo dialogal que pode ter altos níveis de sincronicidade.

Já a sincronicidade, por sua vez, diz respeito “ao tempo de resposta fornecido pelos interlocutores em uma interação, demonstrando maior ou menor nível de engajamento ativo” (MUNIZ-LIMA, 2022, p. 133). Desse modo, quanto mais rápida for a resposta dos interlocutores, maior será o nível de interatividade.

De acordo com a autora, a partir das reflexões de Santaella (2014), a natureza compósita que caracteriza os textos em contexto midiático permite que os interlocutores interajam com diferentes semioses, sejam elas oral, escrita, imagética, gestual e sonora. Semioses estas, por sua vez, que interferem diretamente na coconstrução dos sentidos em contexto digital. Neste trabalho, nos deteremos sobre a semiose imagética, buscando analisar de que maneira a escolha da imagem e do modo como ela se encontra no *post*, bem como a preferência por determinados *emojis*, permitem a interação dos interlocutores na postagem e revelam seus pontos de vista.

## 2. Dêixis em rede: um processo híbrido

Segundo Mondada (1994), a referenciação perpassa uma complexa rede de negociações, seja

---

<sup>5</sup> Para aprofundamento sobre a participação do suporte na construção de sentidos em contexto digital, sugerimos a leitura de Muniz-Lima (2022) e Gonçalves e Muniz-Lima (2021).

para elaborar os objetos do discurso (os referentes), seja para encontrar a maneira mais eficaz de expressá-los. Dito isso, os objetos discursivos, segundo a autora, referem-se a tudo que se trata no texto. No entanto, de acordo com Cavalcante *et al.* (2022, p. 270), fazer referência a algo não se trata de tentar corresponder palavras a coisas do mundo, haja vista que esse processo de referenciação é uma “complexa operação de coconstrução dos sentidos”.

De acordo com Cavalcante *et al.* (2022, p. 288), a referenciação é um fenômeno que se divide em três grandes processos, descritos, em Cavalcante, Custódio Filho e Brito (2014), como *introdução referencial, anáfora e dêixis*. Matos (2018, p. 169) propõe que esses três processos sejam analisados em rede. Conforme a autora, as redes referenciais constituem-se “entrelaçamentos de sentidos na construção dos referentes”, isto é, os referentes se relacionam entre si, constituindo uma verdadeira rede referencial, que desempenham, funcionalmente, variadas relações em consonância com os propósitos comunicativos dos produtores textuais e com a diversidade de textos.

A dêixis ocorre, de acordo com Cavalcante *et al.* (2022, p. 299), “quando os objetos de discurso são introduzidos ou retomados no texto, pressupondo, necessariamente, o contexto enunciativo perspectivado pela *origo*”, ou seja, o ponto de origem do locutor. Com base em Martins (2019), podemos dizer que a dêixis é um processo híbrido, pois situa o locutor/enunciador e também evidencia os objetos de discurso. É preciso considerar que a função dêitica não é dada somente pelas expressões dêiticas em si (eu-tu-este-aquele, dentre outros), mas é necessário levar em conta todas as pistas contextuais, inclusive, os diferentes sistemas semióticos.

E, quando situamos nossas análises no contexto tecnodiscursivo, várias estratégias linguísticas e tecnológicas podem efetivar essa *origo* dêitica e cativar um terceiro à cena enunciativa, como a imagem ou o olhar de algum personagem que constitua um *post*, por exemplo, como demonstrado por Martins e Almeida (2020) e Martins (2021). Por isso, além das marcas linguísticas que caracterizam os dêiticos, observa-se, segundo Martins (2019) e Cavalcante e Martins (2020), que a dêixis pode atuar de forma mais ampliada, sem a presença de marcas linguísticas, por isso a importância de se analisar a dêixis em uso.

Nesse contexto, consoante Martins (2019) e Cavalcante *et al.* (2022), frisamos os dois traços característicos da função dêitica: o primeiro se refere à *origo*, ou seja, ao ponto de origem do locutor e sua subjetividade, que diz respeito à capacidade do locutor em prever os papéis sociais como locutor, bem como de seu interlocutor e de um terceiro. A subjetividade também está relacionada ao posicionamento enquanto locutor como também suas tentativas de engajar os interlocutores na cena enunciativa. O segundo traço refere-se à ostensão, uma vez que inúmeros recursos semióticos podem caracterizar os usos dêiticos em consonância com os aspectos da referenciação, como a negociação dos sentidos, o apelo à memória compartilhada e os conhecimentos necessários à coconstrução da referência. Situamos, a seguir, os tipos dêiticos segundo Cavalcante *et al.* (2022), utilizando, para isso, os exemplos dos próprios autores.

O exemplo 1 nos ajuda a compreender o tripé dêitico (*ego-hic-nunc*; eu, aqui e agora). Contextualmente, os pronomes eu, aqui e agora situam quem fala, com quem se fala, onde se fala e

em que tempo se fala, estabelecendo, por sua vez, os tipos dêiticos clássicos: dêixis pessoal, dêixis espacial e dêixis temporal:

**Exemplo 1: Blogueirinha do fim do mundo**



**Fonte:** Cavalcante *et al.* (2022, p. 306).

Segundo Cavalcante *et al.* (2022), mencionando as constatações em Martins (2019), a dêixis pessoal tem a finalidade de ocasionar um “posicionamento metadiscursivo”, ou melhor, o locutor, ao enunciar, assume um papel social e se adapta a cada “campo social”, a cada campo dêitico. Em vista disso, no exemplo em questão, por mais que saibamos que a imagem e a voz (representada pela legenda) seja de Maria Bopp, o seu “eu”, ou seja, o seu papel social nesse momento enunciativo do vídeo se configura como a “blogueirinha do fim do mundo”. Nesse contexto, quando o locutor enuncia, necessariamente, ele instaura um tu (para quem se fala), com o objetivo de engajá-lo efetivamente na cena enunciativa. Na legenda do vídeo, observam-se também as expressões “hoje” e “aqui” que determinam, respectivamente, o momento temporal da enunciação e o local em que o locutor se encontra, respectivamente.

A dêixis social se refere à maneira pela qual se engaja o “tu” na cena enunciativa. Logo, esse “eu” que enuncia assume, por meio de suas escolhas linguageiras e tecnológicas, posicionamentos e papéis sociais que podem revelar também polidez, explicitação (ou não) de faces dos interlocutores que participam da interação. Atentemos ao seguinte exemplo apresentando em Cavalcante *et al.* (2022):

**Exemplo 2: @QG da Annita**



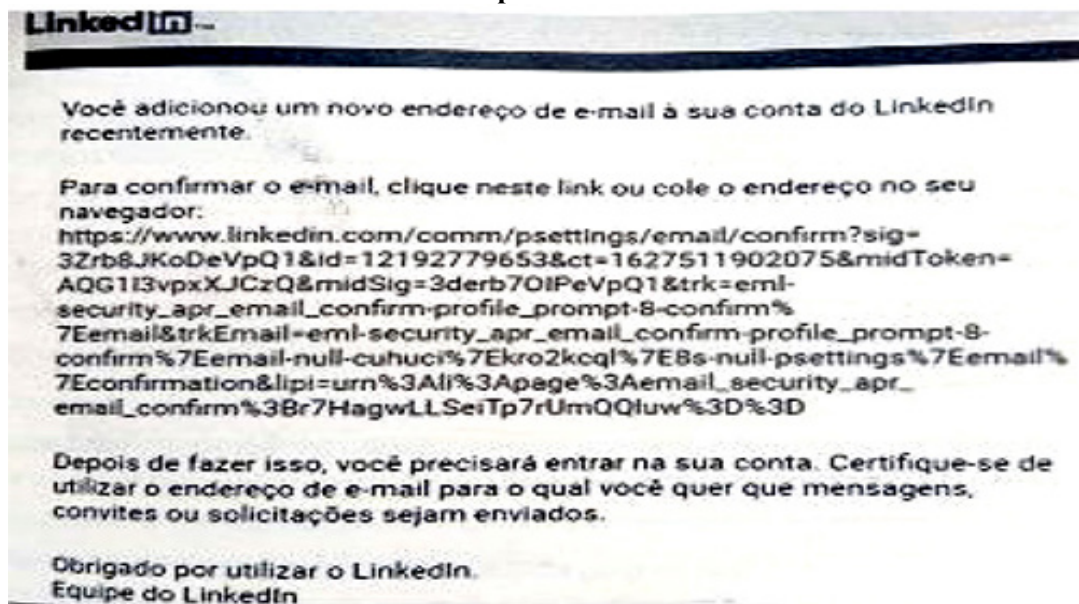
**Fonte:** Cavalcante *et al.* (2022, p. 308).

Tomando como base Cavalcante *et al.* (2022), podemos identificar, nessa postagem, um enunciador que utiliza a rede social Twitter/X, identificado como @QG da Annita, o qual assume posicionamentos ideológicos e se direciona a um “tu”, que, nesse caso, seriam os interlocutores, os “Anitters” da postagem, mas pode ocorrer também a presença de terceiros, ou seja, aqueles a quem a postagem não é direcionada.

De acordo com a explicação de Cavalcante, Custódio-Filho e Brito (2014, p. 88), os dêiticos sociais “são como que uma particularidade dos dêiticos pessoais”, mas se distinguem destes, pois determinam os relacionamentos entre os participantes, isto é, se será de caráter de mentor, aprendiz, cliente, vendedor, entre outros, e, a partir disso, se operam escolhas linguísticas que resultam em níveis discursivos mais polidos, íntimos ou até mesmo impolidos. Em contexto digital, muitas vezes, notabilizamos *posts* que objetivam vender uma ideia, livro, receita e que, para isso, visam, por meio de determinadas escolhas textuais, construir uma relação com seus interlocutores, seja ela de mentor/mentorando, usuário de determinado produto, especialista em vida *fitness*, dentre outros, com o intuito de engajá-los na cena enunciativa.

A dêixis textual diz respeito ao espaço do texto, onde ocorre a manifestação de pronomes demonstrativos que direcionam um apontamento para evidenciar o enunciador textual. Nesse caso, tanto o escritor como o leitor podem ser a *origo* e, a partir disso, constatar o “espaço” e o “tempo”, como é perceptível no exemplo a seguir:

### Exemplo 3: *LinkedIn*



Fonte: Cavalcante *et al.* (2022, p. 309).

Como vemos, tanto o escritor quanto o leitor/usuário podem ser a *origo* do texto, ou seja, a pessoa que fez o texto automático (LinkedIn) e o próprio usuário, pois, por ele ter feito a ação de adicionar um novo endereço a sua conta nessa rede social, houve a geração automática da mensagem.

A dêixis memorial é também um tipo dêítico que situa o espaço e o tempo do locutor e que é ativada pela memória compartilhada dos interlocutores. Recorremos ao exemplo apresentado em Cavalcante, Custódio-Filho e Brito (2014):

**Exemplo 4: Post**

*E aquela hora que vc pensa em comer e descobre: Só terá comida se fizer .....  
ahaaaaahaaaaa.....:P*

- 2

**Fonte:** Cavalcante, Custódio-Filho e Brito (2014, p. 96).

Nessa postagem do *Facebook*, o locutor suscita ao leitor que recorra à memória discursiva, evocada no texto por meio da expressão “aquele”. Essa memória compartilhada diz respeito ao momento em que se descobre que você está com fome e a única pessoa que pode fazer sua comida é você mesmo.

Os dêíticos fictivos também solicitam a memória compartilhada entre os interlocutores para situar a orientação espacial. Cavalcante *et al.* (2022) mostram que uma ligação por telefone em que os interlocutores devem compartilhar informações espaciais para a localização de um objeto em uma estante é um exemplo de como decorre a dêixis fictiva, apresentada na literatura especializada por Fonseca (1989).

Já os dêíticos de modo podem ser representados pelo uso de advérbios de modo, como “assim”, “dessa forma”, dentre outros, os quais direcionam modos compreendidos pelos participantes da cena enunciativa, como verificamos no exemplo a seguir:

**Exemplo 5: queria tá assim**



**Fonte:** Cavalcante *et al.* (2022, p. 311).

O advérbio “assim”, em rede com os elementos imagéticos “dois macacos abraçados”, faz aludir ao desejo tanto do locutor quanto de um possível interlocutor a estarem daquele modo que estão representados os dois macacos no exemplo 5.

Feitos esses esclarecimentos teóricos, passaremos à seção de apresentação dos procedimentos metodológicos adotados nesta contribuição e, posteriormente, à análise dos dados.

### 3. Procedimentos metodológicos

Para atingir nossos objetivos, desenvolvemos uma pesquisa qualitativa e interpretativa dos dados, com base em um universo amostral de compósitos de gêneros no Instagram. Dito isso, estabelecemos como critério de escolha cinco *posts* de perfis que tivessem o propósito de apresentar conteúdos motivacionais, tanto relacionados à vida financeira e *fitness* quanto à vida religiosa.

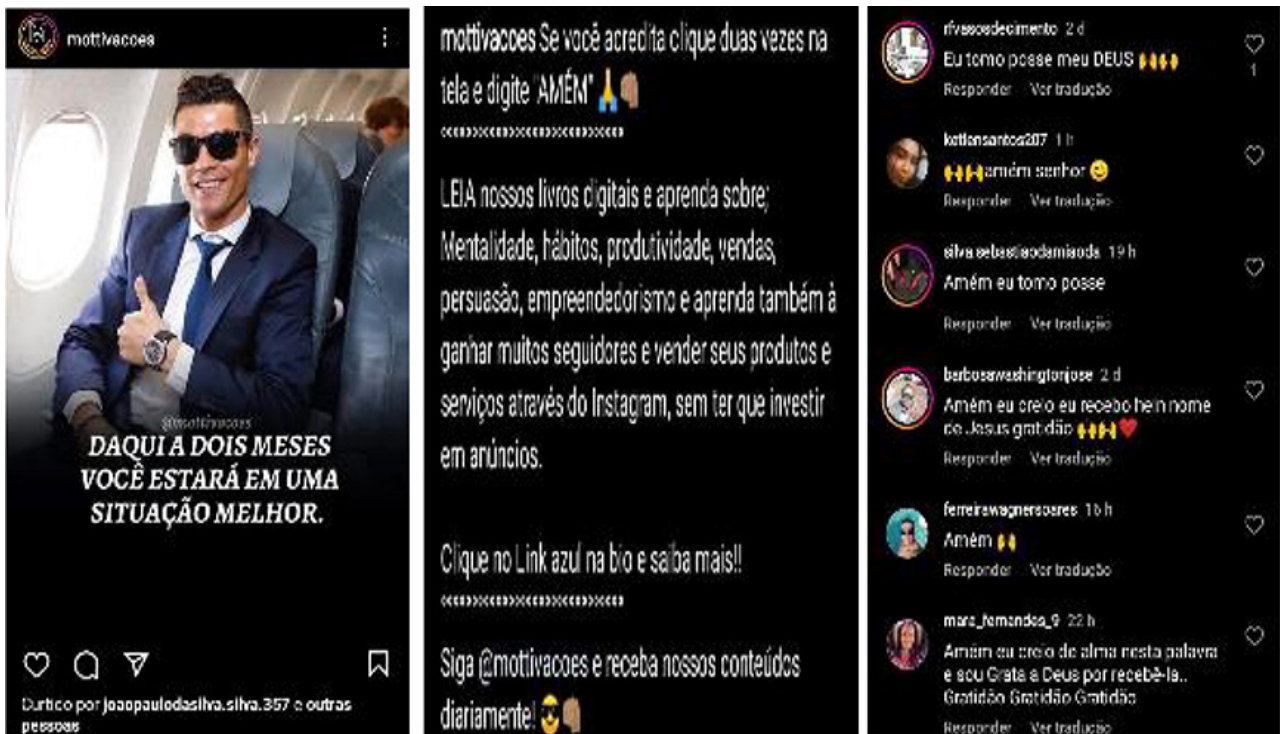
Frisamos que as amostras estão dispostas em forma de capturas de telas dos perfis. A primeira tela diz respeito ao *post* inicial; a segunda refere-se à descrição do *post*; e a terceira corresponde aos comentários. Ressaltamos que alguns exemplos são compostos de mais ou menos três imagens/cópias de tela, devido, por exemplo, à extensão da descrição do *post*.

Dessa forma, quanto aos procedimentos metodológicos, primeiramente situamos o papel social do enunciador do *post*; em seguida, pontuamos os elementos dêiticos e outros referentes, tanto do *post* como em sua descrição, enfatizando que, juntos, formam uma rede referencial que busca aumentar os níveis de interatividade ou o engajamento efetivo do interlocutor na cena enunciativa. Posteriormente, evidenciamos os comentários relacionados ao *post*, uma das ferramentas tecnolinguageiras que possibilita o caráter dialogal da interação e que pode indicar altos níveis de engajamento efetivo no processo de construção de sentidos.

### 4. A dêixis em rede e a interatividade no Instagram

Situamos a dêixis para analisarmos, por meio dos *posts* selecionados, como é estimulada a interatividade pelo produtor textual de seus interlocutores. Desde já, assumimos com Cavalcante *et al.* (2022), o princípio de que a dêixis não atua sozinha, mas, sim, em relação com os demais elementos em rede e que, juntos, proporcionam a interatividade nestes compósitos. Atentemos ao primeiro *post*:

Figura 1: Post, descrição do post e alguns comentários



Fonte: @mottivacoes

No conjunto de textos apresentado anteriormente, observamos que o locutor (Alessandro Pena) fala em nome de um enunciador intitulado @mottivacoes e assume o posicionamento ideológico de mentor ou especialista em sucesso de negócios, pois se propõe a transformar a vida das pessoas por meio de seus livros, como é perceptível no resumo do perfil abaixo:

Figura 2: descrição do perfil @mottivacoes



Fonte: @mottivacoes

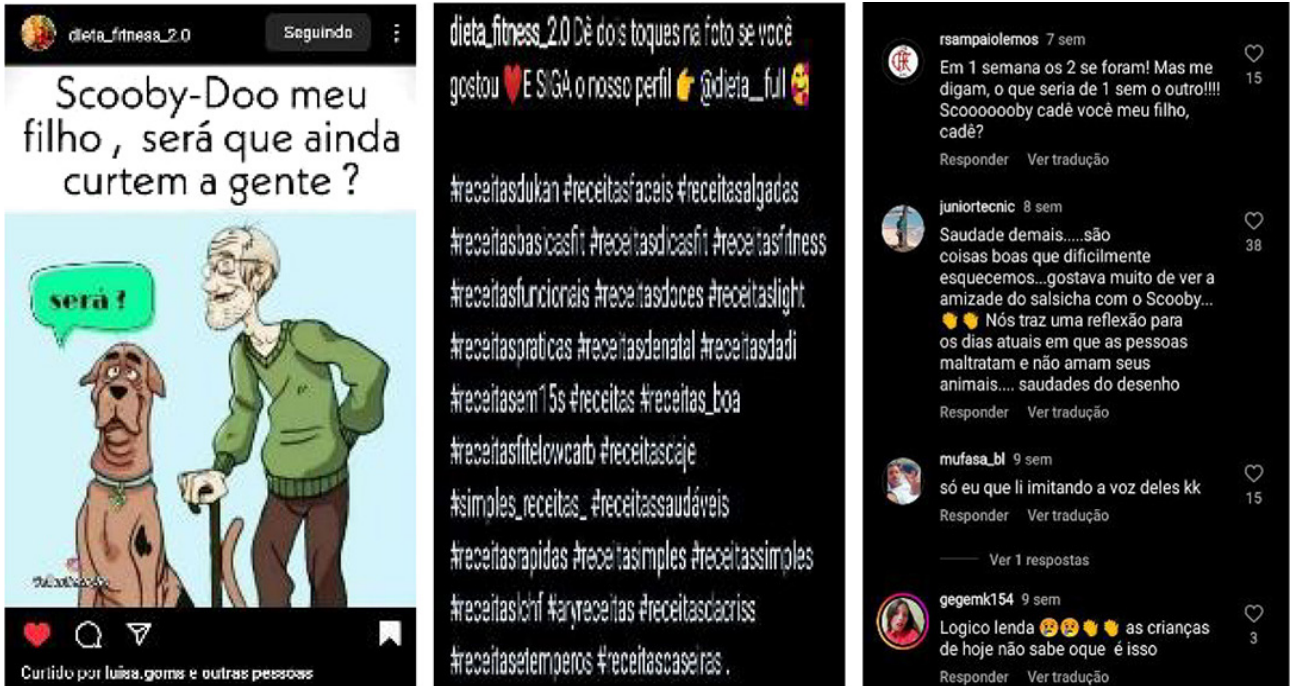
Verifica-se que, tanto no resumo do perfil como na postagem inicial e em sua descrição, o enunciador recorre a usos dêiticos pessoais (você) e ao pronome possessivo (sua) que objetivam engajar o interlocutor na cena enunciativa. No entanto, nota-se que a dêixis não atua sozinha, mas está diretamente relacionada a outros elementos da tessitura do texto, que ajudam a direcionar o dêitico pessoal à funcionalidade de aumentar os níveis de interatividade dos interlocutores, inclusive com o uso de verbos no imperativo, como “clique”, “leia” e “siga”, a conjunção condicional “se” e elementos imagéticos, como a imagem de Cristiano Ronaldo de terno em um avião como se estivesse olhando para aqueles (tu) que leem a postagem e como se ele mesmo falasse a seguinte expressão “daqui a dois meses você estará em uma situação melhor”. Todos esses nódulos, funcionalmente, promovem o engajamento dos interlocutores por meio de ações tecnolinguageiras como *curtir*, *comentar* “Amém”, *clicar* na “bio” e *seguir* o perfil para aqueles que não o seguem.

É notável na postagem iniciadora em questão, que a escolha do enunciador pela imagem de Cristiano Ronaldo, um astro muito bem-sucedido no mundo do futebol, não é por acaso. Logo, a imagem desse jogador de futebol ajuda a compor o posicionamento argumentativo do enunciador em almejar que seus interlocutores se inspirem nessa personalidade futebolística, visto pelo enunciador como um exemplo a ser seguido. Outro fator evidenciado pelo enunciador como um aspecto motivacional aos seus interlocutores são os seus livros, já que os incentiva, na descrição do *post* inicial, a comprá-los.

No entanto, para efetivar uma interatividade com níveis mais altos, o enunciador se vale, na primeira frase da descrição do *post* iniciador (“se você acredita clique duas vezes na tela e digite Amém 🙏👊”), da conjunção condicional “se” relacionada ao pronome pessoal “você”, interligada a outros elementos no cotexto, como ao verbo em segunda pessoa “acredita” e aos verbos no imperativo “clique” e “digite”, e, ainda, do *emoji* 👊 (numa espécie de convocação do interlocutor para se engajar no que está sendo proposto), os quais, juntos, contribuem no apelo para uma participação mais efetiva de seu interlocutor, o que culminaria, por exemplo, em uma ação de curtir ou comentar o *post*. Mesmo que, na mídia Instagram, não seja possível visualizarmos a quantidade exata de pessoas que curtem a publicação, os comentários, presentes na terceira captura de tela da Figura 1, nos permitem observar que diferentes interlocutores responderam com ações práticas, efetivas ao, por exemplo, comentarem exatamente aquilo que lhes foi solicitado (digitar “Amém”) e com acréscimos de outras expressões como “eu tomo posse”, “eu creio eu recebo em nome de Jesus gratidão”, mas que se direcionam ao mesmo contexto da publicação, isto é, desencadeando motivação ou positividade.

No exemplo a seguir, observamos que nem sempre a imagem que compõe o *post* iniciador se relaciona ao que se costuma visualizar como conteúdo do perfil que o publicou. Neste exemplo (figura 3), a imagem está diretamente relacionada à tentativa de engajamento efetivo do interlocutor, isto é, de aumentar os níveis de interatividade da interação:

Figura 3: Post, descrição do post e comentários



Fonte: @dieta\_fitness\_2.0

O post acima foi publicado pelo perfil @dieta\_fitness\_2.0. Levando em consideração nosso conhecimento compartilhado e o modo como o perfil é intitulado, esperamos que o post evidencie assuntos relacionados à motivação acerca de dietas ou emagrecimento. Além disso, podemos confirmar esse pressuposto a partir da leitura da descrição do perfil a seguir, no qual o enunciador mostra que há um chá secreto (“seca barriga”) capaz de fazer uma pessoa emagrecer em 30 dias:

Figura 4: Descrição do perfil @dieta\_fitness\_2.0



Fonte: @dieta\_fitness\_2.0.

Interessante observarmos que a escolha pelos personagens Scooby-Doo e Salsicha com semblante de velhinhos (no *post* iniciador que consta na figura 3), bem como a indagação feita por Salsicha (“Scooby-Doo meu filho, será que ainda curtem a gente?”) e o diálogo com Scooby-Doo (que exclama “será!”), foi possivelmente realizada, não para mostrar conteúdos a respeito de vida fitness, mas para engajar os interlocutores na publicação, haja vista que o produtor textual admite um tu, ou seja, a decisão por destacar os dois personagens velhinhos é uma estratégia para evidenciar um público alvo (possivelmente aqueles que tiveram a infância marcada pelo desenho Scooby-Doo) e que, ao verem a publicação, são convidados a rememorar o desenho e sua infância, refletindo isso através de gestos tecnolinguageiros, como as curtidas, os comentários e as repostagens.

Logo, para desencadear maiores níveis de interatividade, observamos, neste *post*, uma interconexão de elementos junto ao dêitico “você” formada pelos aspectos imagéticos dos dois personagens em questão, pela expressão de indagação e exclamação de Salsicha e Scooby-Doo, respectivamente, bem como pelo uso do verbo no presente do indicativo “*curtem*” (na imagem do *post*), do verbo no imperativo “*dê* dois toques” (na descrição do *post*) e o dêitico pessoal “*você*” (“se você gostou”). Além disso, os interlocutores são interpelados a realizarem outro gesto tecnolinguageiro, que seria o de seguir o perfil @dieta\_fitness\_2.0, caso tenham gostado da publicação e queiram acompanhar novas postagens.

Em relação à interatividade vale mencionar que, mesmo que os interlocutores não sigam o perfil em questão, é possível observar um engajamento efetivo destes na publicação mediante observação do espaço dos comentários, uma ferramenta tecnolinguageira que revela o caráter dialogal e que, quando utilizada, contribui para o aumento dos níveis de interatividade nessa interação. Um dos interlocutores, por exemplo, comenta que leu o *post* “imitando a voz de Salsicha” e indaga se outros interlocutores fizeram o mesmo. Esse comentário recebeu, como vemos, até o momento da captura de tela, quinze curtidas, o que, em comparação ao número de curtidas em outros comentários, revela engajamento de outros interlocutores e possivelmente indica que concordam com o seu posicionamento.

No *post* a seguir (figura 5), observa-se uma postagem referente a um mapa numerológico. Conforme observamos na postagem iniciadora, os interlocutores que aceitam fazer o seu mapa recebem uma “assinatura cabalística de sucesso”. Nessa análise, ressaltamos como o conjunto de textos desta postagem promove, por meio de estratégias textuais, a interatividade de seus interlocutores. Na figura 5, verifica-se o uso de verbos no imperativo, como “afirme” e digite”, bem como uma frase em primeira pessoa (“Tudo vem a mim com facilidade, alegria e glória! Todo dinheiro que eu gasto volta para mim multiplicado”), com o intuito de fazer com que seus interlocutores leiam e atraiam para si alegria, glória e dinheiro. Todos esses recursos textuais estão entrelaçados entre si e, juntos, promovem o engajamento efetivo no *post* o qual, neste caso, culminou com o comentário “888”. Verificamos de que modo se deu o caráter dialogal a partir dos comentários apresentados na quinta cópia de tela (figura 5):

Figura 5: Post, descrição e comentários

#autoconhecimento #Leidaatração #sucesso  
 #osegredo #osegredooficial #cabala #riqueza  
 #gratidão #afirmações #Hooponopono #bemestar  
 #dinheiro #espiritualidade #mentemilionária  
 #quânticaeespiritualidade #fisicaquantica  
 #despertarda consciencia #leidagratião  
 #numerologia #numerologiacabalística  
 #vidaabundante #missãodevida  
 #mentalidadedesucesso #cocriação

21 de março · Ver tradução

- 
srjiofox3 · 3 sem  
 888  
 Responder  
 Ver 1 respostas  
2
- 
\_mabarreto · 3 sem  
 888 gratidão 🙏  
 Responder · Ver tradução  
2
- 
da\_pb\_83 · 3 sem  
 888  
 Responder  
2
- 
jamoficial · 3 sem  
 888  
 Responder  
4
- 
brbsantos\_ · 3 sem  
 888 ❤️  
 Responder  
2
- 
fernandolucas.fonseca · 3 sem  
 888  
 Responder  
1

Fonte: @williamlima\_oficial.

O caráter dialogal, revelado, no exemplo anterior, pelo número de comentários também pode gerar um outro tipo de engajamento efetivo na interação. O enunciador, por meio da descrição do *post*, torna visível o seu propósito de fazer com que os seus interlocutores comprem o seu mapa numerológico e, conseqüentemente, obtenham a assinatura cabalística de sucesso. Para cumprir esse propósito de venda, o enunciador procura engajar seus interlocutores através do dêitico “você” e mediante uma indagação: “você já se perguntou porque a maioria dos artistas e pessoas bem sucedidas tem nomes de trabalho?”, o que promove um “chamamento para o diálogo” (MUNIZ-LIMA; CATELÃO, 2023). Posteriormente, o enunciador traz exemplos de pessoas famosas, como Paolla Oliveira e Sílvio Santos, que também fizeram a “assinatura cabalística de sucesso”, a qual consiste em mudar o nome para fins profissionais. Para concretizar esse propósito, o enunciador se vale de verbos no imperativo, como em “*agende* o mapa numerológico e assinatura cabalística de sucesso”), com o possível objetivo de gerar uma ação tecnolinguageira de clique no “link na bio” ou de entrada em contato mediante acesso ao número do WhatsApp de @williamlima\_oficial.

No *post* a seguir (figura 6), o enunciador intitulado @hooponoponeamor recorre ao conhecimento compartilhado acerca do significado e da representatividade do olho de Hórus (símbolo ou amuleto do Egito Antigo, que significa poder e proteção) e, a partir disso, busca alcançar determinado nível de interatividade entre seus interlocutores, seja conseguindo fazê-los comentar ou acessar o *link* indicado e, assim, garantir seu teste numerológico:

**Figura 6:** *post*, descrição do *post* e comentários



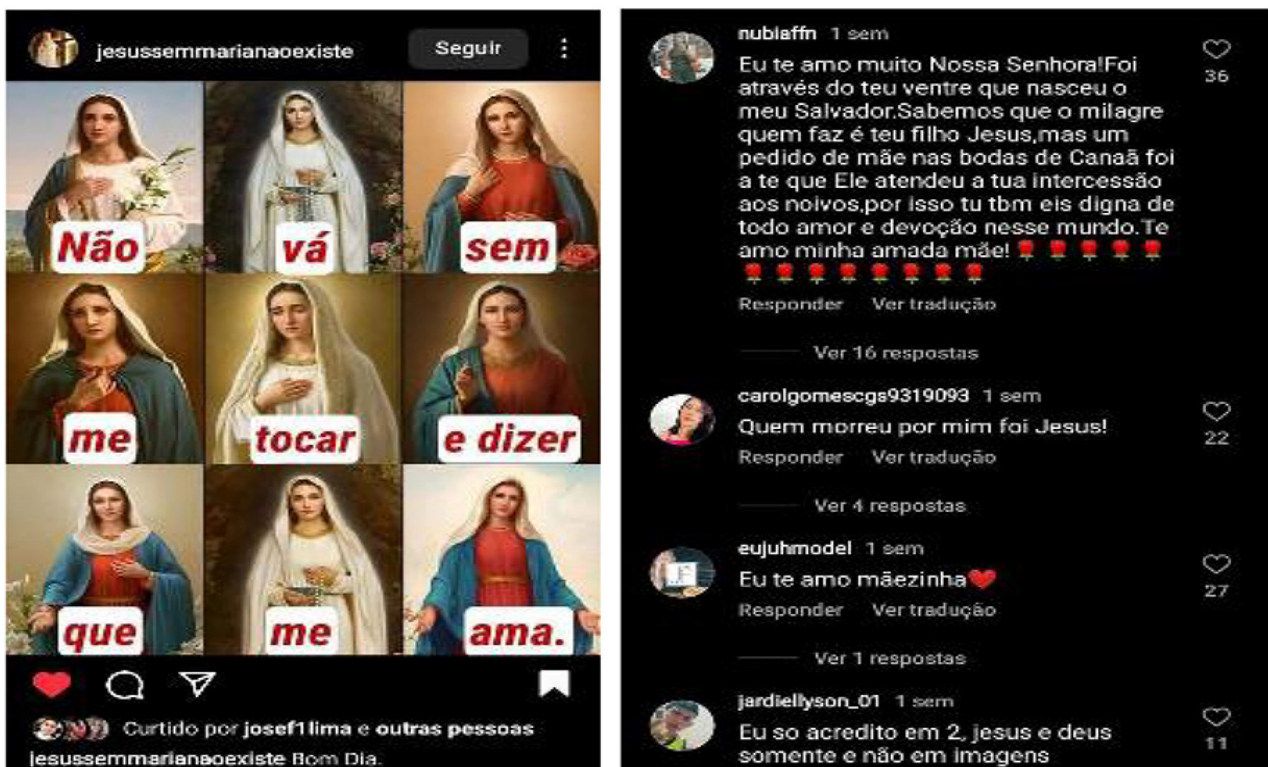
**Fonte:** @hooponoponeamor

Na primeira tela, verifica-se uma interconexão entre elementos do contexto. São eles: o elemento imagético (olho de Hórus), a conjunção condicional “se”, o dêitico “você”, e os verbos no imperativo “não ignore” e “digite eu recebo” que, juntos, condicionam os interlocutores a se engajarem efetivamente no *post* através de comentário com a expressão “eu recebo”, perceptível na terceira captura de tela da figura 6, na qual se observa a interatividade gerada pelos interlocutores ao comentarem “eu recebo”. Com esse gesto tecnolinguageiro, os interlocutores podem expressar que talvez acreditam que o olho de Hórus pode contribuir para atrair coisas boas.

Quanto à descrição do *post* inicial, o enunciador, mediante o uso do dêitico “você” e da indagação “você sabe qual a sua missão?”, com verbos na segunda pessoa, como “busca”, “te convido”, com pronome possessivo “sua” (sua missão de vida) e com verbo no imperativo “acesse”, procura envolver o interlocutor na cena enunciativa; portanto, seu engajamento efetivo se daria mediante a ação tecnolinguageira de “clique no *link* da bio” para realizar o teste numerológico.

No *post* a seguir (figura 7), o enunciador @jesussemmarianoexiste destaca várias imagens de Maria, mãe de Jesus, juntamente com palavras, que, ao todo, formam a seguinte frase: “não vá sem me tocar e dizer que me ama”. Logo, o modo como as palavras estão dispostas com as imagens de Maria sugere que ela mesma verbaliza a expressão em questão, o que contribui para engajar o interlocutor na cena enunciativa através de ações tecnolinguageiras, como curtir a publicação e/ou comentar que também “ama Maria”:

Figura 7: *Post* e comentários



Fonte: @jesussemmarianoexiste.

Como assevera Cavalcante *et al.* (2022), o locutor/enunciador, por meio do circuito comunicativo, projeta um tu e, com isso, contribui para revelar o posicionamento ideológico do seu interlocutor. No entanto, há também um terceiro que pode ou não concordar com o posicionamento do eu que enuncia. Diante disso, a partir da leitura dos comentários que constam na figura 7, é observável que alguns interlocutores não concordam com o posicionamento do autor (que demonstra ser católico), ao comentarem, por exemplo: “eu só acredito em 2, Jesus e Deus e não em imagens”. Com isso, o interlocutor exterioriza que, ao contrário do locutor/enunciador, ele não acredita em adoração de imagens e em Maria. Contudo, outros interlocutores, os “tus” possivelmente previstos pelo enunciador, concordam com o enunciador ao comentarem “eu te amo”.

Vale destacar que o espaço tecnolinguageiro de comentários possibilita um engajamento efetivo com o locutor/enunciador, permitindo que os interlocutores se manifestem ideologicamente a respeito do *post* e, assim, coconstruam sentidos. Em termos de interatividade, quanto mais comentários uma publicação adquire, mais visível será a outros usuários da mídia Instagram aquele *post*.

## Considerações finais

Como vimos, observar a dêixis em rede nos ajuda a compreender de modo mais complexo os propósitos comunicativos do locutor do *post* e sua intenção de gerar interatividade entre os interlocutores na cena enunciativa. Essa ação de engajamento direto com o *post* pode se revelar, como vimos, através de ações tecnolinguageiras como curtir, comentar o *post* ou até mesmo clicar na “bio” do perfil e comprar um livro, uma receita ou um teste numerológico.

Como vimos através dos exemplos, nem sempre os elementos que compõem o *post* equivalem à caracterização de um perfil. Isso evidencia que o propósito do locutor/enunciador nem sempre é apenas apresentar o mesmo conteúdo, mas buscar maiores níveis de interatividade, por isso, muitas vezes, há apelo a um fato ou personagem que façam parte do conhecimento compartilhado dos seus interlocutores e que possam vislumbrar sua atenção e, assim, engajá-los efetivamente na cena enunciativa, fazendo com que estes, que não seguem o perfil, conheçam-no e venham a segui-lo.

## Referências

CAVALCANTE, Mônica Magalhães *et al.* O texto e suas propriedades: definindo perspectivas para análise. *(Con)Textos Linguísticos - Linguística Textual e Análise da Conversação: conceitos e critérios de análise*, Espírito Santo, v. 13, n. 25, 2019. Disponível em: <http://periodicos.ufes.br/contextoslinguisticos/article/view/27884/18764>. Acesso em: 8 set. 2022.

CAVALCANTE, Mônica Magalhães *et al.* *Linguística Textual: conceitos e aplicações*. São Paulo: Pontes Editores, 2022.

CAVALCANTE, Mônica Magalhães; CUSTÓDIO-FILHO, Valdinar; BRITO, Mariza Angélica Paiva. *Coerência, referência e ensino*. São Paulo: Cortez, 2014.

CAVALCANTE, M. M.; MARTINS, M. A. Referenciação: em síntese. In: *Linguística Geral: os conceitos que todos precisam conhecer*. São Paulo: Pimenta Cultural, 2020.

CAVALCANTE, M. M.; MUNIZ-LIMA, I. A construção referencial em compósitos de gêneros na mídia Facebook. *Entrepalavras*, Fortaleza, v. 11, n. 3, e2328, pp. 1-21, set.-dez./2021. <http://dx.doi.org/10.22168/2237-6321-32328>. Disponível em: <http://www.entrepalavras.ufc.br/revista/index.php/Revista/article/view/2328>. Acesso em: fev. 2024.

GONÇALVES, M.; MUNIZ-LIMA, I. Tecnodiscurso, interatividade e suporte na mídia Instagram. *Calidoscópico*, v. 19, n. 3, pp. 306-19. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/calidoscopio/article/view/23294>. Acesso em: fev. 2024.

MARTINS, M. A. *A caracterização dos tipos de dêixis como processos referenciais*. 2019. 142f - Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Ceará, Programa de Pós-graduação em Linguística, Fortaleza (CE), 2019.

MARTINS, M. A. *Tecnotextualidade e campo dêitico digital – análise de aspectos interacionais e enunciativos*. 163f. Tese (Doutorado em Linguística). Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, Ceará, 2024..

MARTINS, M. A. *Dêixis como fenômeno de linguagem*. [Comunicação oral apresentada via plataforma digital do Google Meet no II Fórum de Debates do Grupo Prottexto. Evento *on-line*]. 2021.

MATOS, Janaica Gomes. *As redes referenciais na construção de notas jornalísticas*. 2018. 259f. Tese (Doutorado em Linguística) – Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, 2018.

MUNIZ-LIMA, I.; CATELÃO, E. M. #8dejaneiro: interatividade e argumentação em práticas tecnodiscursivas no Twitter. In: *As múltiplas dimensões das letras*. Arapiraca: Eduneal, 2023.

MUNIZ-LIMA, I. *Modos de interação em contexto digital*. Tese de doutoramento em Linguística (cotutela) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Programa de Pós-Graduação em Linguística e Universidade Nova de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Departamento de Linguística, 2022. Disponível em <https://run.unl.pt/handle/10362/137024>. Acesso em: fev. 2024.

PAVEAU, Marie-Anne. *Análise do discurso digital: dicionário das formas e das práticas*. COSTA, Julia Lourenço; BARONAS, Roberto Leiser (orgs). São Paulo: Pontes, 2021.