

Núcleo de Avaliação: Núcleo III

Área temática: Linguísticas, Letras e Artes

Área do Conhecimento: Linguística

Os gêneros no Instagram: o caso dos *stories*

Luan Henrique de Araújo Silva, Vicente de Lima-Neto

Com o avanço das redes sociais, os *stories*, ambientes digitais de curta duração, têm se popularizado em diferentes plataformas, como Instagram, Facebook, Tiktok e WhatsApp. Tendo em vista a necessidade de interações sociais através desses meios, surgem criações ou adaptações de *gêneros textuais/discursivos* nesses ambientes, o que leva a análises prementes sobre o funcionamento desses enunciados. Esses espaços são utilizados para a divulgação de textos os mais variados, os quais constituem o nosso universo de pesquisa. Interessa-nos as produções textuais que tenham, em sua estrutura, uma diversificação de elementos que o usuário tenha utilizado para a montagem do seu texto. É rápida a forma como os ambientes digitais se atualizam para satisfazer às necessidades enunciativas de seus usuários, e nos interessa ajustar a lupa sobre os gêneros ali presentes. O objetivo é mapear os *gêneros* que circulam na plataforma do Instagram, mais precisamente nos *stories*, descrevendo a sua variedade e a sua natureza multissemiótica. Nossa fundamentação teórica se dá à luz dos *estudos retóricos de gênero* (Bazerman, 2021; Miller, 2016) e nos critérios que caracterizam a emergência de *gêneros* (Lima-Neto, 2014; 2023). Nossa metodologia é a descrição e análise de dois enunciados que circularam nos *stories* do Instagram de influenciadores digitais brasileiros, como o Carlinhos Maia e a Juliette, cujos perfis são públicos e podem ser acessados por todos os usuários da plataforma, mesmo que não sejam seus seguidores. O *story* de Carlinhos trata-se de uma declaração de amor, que é uma resposta à declaração do seu amigo, como forma de *repost*. Já no *story* da Juliette, faz-se uma manifestação pessoal a respeito de assuntos nacionais polêmicos que circulavam na mídia, no período em que publicou seu *store*. Os resultados indicam que a constituição desses *enunciados* se deu de forma remixada, que parece ser algo tipificado nesse ambiente, tendo propósitos variados, sendo que a autopromoção de quem realiza a postagem parece ser a mais evidente.

Palavras-chave: Redes Sociais; Análise de gêneros; Ambientes digitais; Instagram; Stories.

Agência financiadora: PIBIC/CNPq,

Campus: Caraúbas
