



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS

KATHIANNE MARIA DE MACÊDO SILVA PEREIRA

**A PRESENÇA DA ARGUMENTATIVIDADE NOS TEXTOS DE INCITAÇÃO À AÇÃO
ATRELADOS A PERFIS DE COACHES FINANCEIROS NO INSTAGRAM**

SÃO LUÍS

2026

KATHIANNE MARIA DE MACÊDO SILVA PEREIRA

A PRESENÇA DA ARGUMENTATIVIDADE NOS TEXTOS DE INCITAÇÃO À AÇÃO
ATRELADOS A PERFIS DE COACHES FINANCEIROS NO INSTAGRAM

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal do Maranhão como requisito para obtenção do título de Mestre em Letras.

Linha de pesquisa: Estudos de linguagem e práticas discursivas

Orientadora: Profa. Dra. Maria da Graça dos Santos Faria.

São Luís

2026

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

de Macêdo Silva Pereira, Kathianne Maria.

A presença da argumentatividade nos textos de incitação à ação atrelados a perfis de coaches financeiros no Instagram / Kathianne Maria de Macêdo Silva Pereira. - 2026.

94 p.

Orientador(a): Maria da Graça dos Santos Faria.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Letras/cch, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2026.

1. Textos de Incitação À Ação. 2. Argumentação. 3. Coaches Financeiros. 4. Ecossistema Instagram. I. dos Santos Faria, Maria da Graça. II. Título.

KATHIANNE MARIA DE MACÊDO SILVA PEREIRA

A PRESENÇA DA ARGUMENTATIVIDADE NOS TEXTOS DE INCITAÇÃO À AÇÃO
ATRELADOS A PERFIS DE COACHES FINANCEIROS NO INSTAGRAM

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em
Letras da Universidade Federal do Maranhão como requisito
para obtenção do título de Mestre em Letras.

Orientador(a): Profa. Dra. Maria da Graça dos Santos Faria.

Aprovada em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Maria da Graça dos Santos Faria (Orientadora)
Doutora em Linguística
Universidade Federal do Maranhão (UFMA)

Profa. Dra. Marize Barros Rocha Aranha (Interno)
Doutora em Educação
Universidade Federal do Maranhão (UFMA)

Profa. Dra. Sâmia Araújo dos Santos (Externo)
Doutora em Linguística
Universidade Federal do Ceará (UFC)

AGRADECIMENTOS

A Deus, fonte de toda sabedoria e força, pelo sustento nos momentos em que mais precisei e pelas bênçãos que me permitiram chegar até aqui.

À minha família, meu porto seguro. À minha mãe, pelo amor incondicional e apoio em todas as minhas escolhas. Ao meu pai, em memória, por entender o valor da educação e por investir na minha, mesmo tendo estudado só até a quarta série. À minha irmã, Jaciara, minha alma gêmea e melhor amiga, que me acompanha em todas as fases da vida, compartilhando comigo sonhos, medos e conquistas. Aos meus sobrinhos, Mirian, Miguel e Malu, crianças que amo sem precedentes, enchem meus dias de alegria e fazem tudo ter sentido. À minha prima, Fabiana, que esteve comigo em todos os momentos, me ajudando de inúmeras formas, e de quem a proximidade me ajudou a aguentar a saudade dos meus familiares que estavam distantes.

Ao meu noivo, Bruno, meu amor e meu companheiro de jornada, que com todo o seu carinho e cuidado me incentiva diariamente. Ter alguém ao meu lado com quem pudesse compartilhar os desafios do mestrado e que me encorajasse a cada passo foi fundamental para que eu aguentasse os momentos em que cogitei desistir.

Também dedico este texto a todos os amigos que seguraram minha mão, literal e/ou simbolicamente, durante este período. De modo especial, agradeço ao meu amigo Lucas, que nunca deixa me sentir sozinha e enche meu *whatsapp* de áudios toda madrugada, e à Jessica, que sempre me incentiva a abraçar meu lado criativo. Aos meus amigos de mestrado e da vida, Rafael, Talliandra e Maycon, por dividirem comigo não apenas os desafios acadêmicos, mas também os momentos de amizade, cumplicidade e risos. Sem vocês, tudo teria sido mais pesado e difícil. Obrigada por tornarem essa experiência inesquecível.

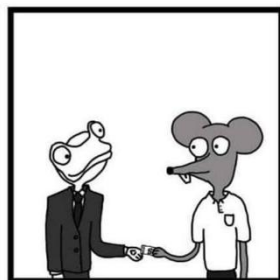
À minha orientadora Graça Faria, por sua generosidade em nos dar voz e espaço para pensar criticamente sobre nossas pesquisas. Sua orientação foi essencial para minha trajetória, e sua amizade, um presente do qual jamais esquecerei.

Aos meus colegas do Grupo de Estratégias e Procedimentos de Organização Textual (GEPOT), grupo de pesquisa do qual faço parte há oito anos, e onde pude me

descobrir enquanto pesquisadora. O aprendizado e as trocas ao longo desse tempo foram fundamentais para minha formação acadêmica e pessoal.

Por fim, agradeço à CAPES (Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) pelo financiamento da minha pesquisa, permitindo que este trabalho se concretizasse. O apoio à ciência e à educação é fundamental para o avanço do conhecimento e para a formação de novos pesquisadores.

A todos que, de alguma forma, contribuíram para que esse trabalho se tornasse realidade, meu mais sincero agradecimento.



@neuracomics

RESUMO

Nas últimas décadas, o fenômeno do *coaching* tem ganhado visibilidade nas redes sociais digitais, especialmente no ecossistema *Instagram*. Nesses perfis coaches oferecem orientações e conselhos sobre sucesso, produtividade, finanças e desenvolvimento pessoal. Essas práticas discursivas compõem um conjunto alvo de interesse para a análise textual e argumentativa, sobretudo quando se considera a proliferação de textos que, segundo Adam (2019), podem ser classificados como de incitação à ação, um conjunto heterogêneo de gêneros cuja característica central é estimular o destinatário a realizar algo. Tais textos, que não integram sequências prototípicas e possuem finalidades práticas, frequentemente aparecem sob a forma de conselhos e orientações e se adaptam às dinâmicas do ambiente digital, onde o Tecnodiscurso (Paveau, 2021) molda a linguagem e amplia as possibilidades de interação. Diante desse cenário, esta pesquisa tem como objetivo principal analisar, linguística e argumentativamente, os textos de incitação à ação presentes em perfis de *coaches* financeiros na rede social *Instagram*. A análise linguística ancora-se no quadro de características apontadas por Adam (2019) presentes neste tipo de texto e, para analisar a dimensão argumentativa deles, fundamentamo-nos na teoria da argumentação no discurso de Amossy (2018), com especial atenção às modalidades patêmica (responsável por provocar a adesão do leitor por meio da emoção) e pedagógica (que se caracteriza pela transmissão de um saber autorizado a um destinatário considerado aprendiz). Metodologicamente, esta é uma pesquisa de natureza básica, abordagem qualitativa, de caráter explicativo e método indutivo. A coleta de dados foi realizada por meio de documentação indireta, observando publicações de perfis públicos selecionados. Os objetivos específicos orientam-se para: (i) identificar as características linguísticas predominantes nos textos de incitação à ação; (ii) analisar de que forma os recursos tecnotextuais se organizam na rede social em questão, contribuindo para a argumentação; e (iii) investigar de que maneira os textos de incitação à ação constroem sua orientação argumentativa, com ênfase nas modalidades patêmica e pedagógica. Os resultados obtidos indicam que os textos analisados apresentam regularidades linguísticas previstas por Adam (2019), como o uso de verbos no modo imperativo, léxico especializado e estrutura injuntiva, além de explorar intensamente os recursos oferecidos pela plataforma digital – como *emojis*, *hashtags*, *carrosséis* e *legendas* – para potencializar a adesão do público. Do ponto de vista argumentativo, observa-se a combinação das modalidades patêmica e pedagógica como estratégia fundamental na construção da autoridade discursiva do *coach* e na convocação emocional e racional do leitor. Esses achados evidenciam a necessidade de compreender criticamente os modos de produção e circulação de textos nos ecossistemas digitais contemporâneos.

Palavras-chave: Textos de incitação à ação. Argumentação. Coaches financeiros. Ecossistema Instagram.

RESUMEN

En las últimas décadas, el fenómeno del *coaching* ha ganado visibilidad en las redes sociales digitales, especialmente en el ecosistema de Instagram, donde proliferan perfiles dedicados a ofrecer orientaciones y consejos sobre éxito, productividad, finanzas y desarrollo personal. Estas prácticas discursivas conforman un conjunto de interés para el análisis textual y argumentativo, particularmente considerando la proliferación de textos que, según Adam (2019), pueden clasificarse como textos de incitación a la acción: un conjunto heterogéneo de géneros cuya característica central es estimular al destinatario a realizar algo. Estos textos, que no forman parte de secuencias prototípicas y tienen finalidades prácticas, suelen presentarse como consejos y orientaciones, adaptándose a las dinámicas del entorno digital, donde el Tecnodiscurso (Paveau, 2017) moldea el lenguaje y amplía las posibilidades de interacción. Ante este escenario, esta investigación tiene como objetivo principal analizar, desde el punto de vista lingüístico y argumentativo, los textos de incitación a la acción presentes en perfiles de *coaches* financieros en la red social Instagram. El análisis lingüístico se basa en el conjunto de características identificadas por Adam (2019) para este tipo de texto, y para analizar su dimensión argumentativa se recurre a la teoría de la argumentación en el discurso de Amossy (2018), con especial atención a las modalidades patémica (que busca la adhesión del lector mediante la emoción) y pedagógica (caracterizada por la transmisión de un saber autorizado a un destinatario considerado aprendiz). Metodológicamente, se trata de una investigación de naturaleza básica, con enfoque cualitativo, carácter explicativo y método inductivo. La recolección de datos se realizó a través de documentación indirecta, observando publicaciones de perfiles públicos seleccionados. Los objetivos específicos son: (i) identificar las características lingüísticas predominantes en los textos de incitación a la acción; (ii) analizar cómo se organizan los recursos tecnotextuales en la red social en cuestión, contribuyendo a la argumentación; y (iii) investigar cómo los textos de incitación a la acción construyen su orientación argumentativa. Los resultados indican que los textos analizados presentan regularidades lingüísticas previstas por Adam (2019), como el uso de verbos en modo imperativo, léxico especializado y estructura injuntiva. Además, explotan intensamente los recursos ofrecidos por la plataforma digital – como emojis, *hashtags*, carruseles y leyendas – para potenciar la adhesión del público. Desde el punto de vista argumentativo, se observa la combinación de las modalidades patémica y pedagógica como estrategia fundamental para construir la autoridad discursiva del *coach* y convocar emocional y racionalmente al lector. Estos hallazgos evidencian la necesidad de comprender críticamente los modos de producción y circulación de textos en los ecosistemas digitales contemporáneos.

Palabras clave: Textos de incitación a la acción. Argumentación. *Coaches* financieros. Ecosistema *Instagram*.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura (1) – <i>Alt-text</i> eleições 2026.....	28
Figura (2) – Microcrônica.....	30
Figura (3) – Por que você não deve se preocupar com a IA roubar o seu emprego.....	32
Figura (4) – O que é linguagem inclusiva.....	35
Figura (5) – Conversa do <i>Whatsapp</i>	37
Figura (6) – Os 3 grandes grupos do discurso de incitação à ação.....	39
Figura (7) – Debate eleitoral entre Jair Bolsonaro e Marina Silva.....	52
Figura (8) – Tirinha de Mafalda.....	53
Figura (9) – Campanha de adoção.....	56
Figura (10) – Tutorial de maquiagem para iniciantes.....	57
Figura (11) – Os perfis de Nath Finanças e Primo Rico.....	61
Texto (1) – Carrossel sobre o medo de voltar pra estaca zero.....	64
Texto (2) – Não corte o cafezinho.....	72
Texto (3) - 3 erros financeiros que você comete e precisa parar agora!.....	75
Texto (4) – Parcele tudo que puder.....	77
Texto (5) – Desafio dos 25.....	79
Texto (6) – Como perder R\$ 10.357 em 2026.....	81

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
2. DO TEXTO À TEXTUALIDADE DIGITAL.....	16
2.1 A concepção de texto na Linguística Textual.....	16
2.1.1 Características do texto digital nativo.....	20
3 AS SEQUÊNCIAS TEXTUAIS E OS TEXTOS DE INCITAÇÃO À AÇÃO.....	26
3.1 Breve histórico da formação do conceito de sequência.....	26
3.1.1 A sequência descritiva.....	27
3.1.2 A sequência narrativa.....	29
3.1.3 A sequência argumentativa.....	31
3.1.4 A sequência explicativa.....	34
3.1.5 A sequência dialogal.....	36
3.2 Os textos de incitação à ação.....	38
4. ARGUMENTAÇÃO NO ÂMBITO DA LINGUÍSTICA TEXTUAL.....	45
4.1 A interface entre Linguística Textual e Teoria da Argumentação no Discurso.....	46
4.1.1 As modalidades argumentativas: patêmica e pedagógica.....	53
5. METODOLOGIA.....	59
5.1 Natureza e abordagem da pesquisa.....	59
5.2 Seleção e composição do <i>corpus</i>.....	59
5.3 Coleta de dados.....	60
5.4 Procedimentos de análise.....	62
5.5 Análise dos dados.....	63
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	84
REFERÊNCIAS.....	87

1 INTRODUÇÃO

Sustentamos que a linguagem é, antes de tudo, uma prática social que organiza e dá forma à experiência humana, pois mais do que um mero instrumento de comunicação, ela constitui o espaço interacional onde se mobilizam e se constroem sentidos. Ao enunciar, o sujeito não apenas transmite informações, mas posiciona-se diante do outro, constrói uma imagem de si, articula argumentos e mobiliza afetos – recursos essenciais para influenciar, convencer e agir no mundo.

Nesse sentido, podemos inferir que nenhum discurso é neutro: eles revelam projetos de dizer, estratégias persuasivas e formas de intervenção na realidade. A partir dessa perspectiva, compreendemos que o sucesso de determinadas figuras públicas, como os *coaches*, não se dá apenas por suas propostas de transformação pessoal ou profissional, mas também, e sobretudo, pelo modo como constroem seus textos.

Partimos da percepção de que o *coach* atua como um sujeito que domina formas específicas de linguagem para mobilizar seus interlocutores, apelando tanto à racionalidade quanto à emoção, muitas vezes explorando a fragilidade do outro com promessas de superação. Assim, seu modo dizer, isto é, seu texto, se inscreve em práticas contemporâneas de liderança e autoajuda, articuladas por um uso estratégico da linguagem que visa incitar à ação e produzir efeitos de verdade.

Surgida inicialmente no campo empresarial, a figura do *coach* acaba se consolidando no Brasil em resposta à crescente desigualdade social e à demanda contemporânea por autogestão, liderança e desenvolvimento pessoal e profissional. Contudo, esta prática não se restringiu ao universo corporativo por muito tempo. Ampliando-se para múltiplas esferas da vida social, a prática pôde se desdobrar em diversos nichos, como emagrecimento, cuidados parentais, organização doméstica, finanças e outros.

Dada a relevância dessa expansão, algumas investigações têm buscado categorias teóricas capazes de abarcar tais fenômenos. Nesse cenário, o quadro teórico de Adam (2019) no que diz respeito aos "textos de incitação à ação" surge como um divisor de águas, pois sua proposta confere maior solidez à análise ao superar as classificações tradicionais (que limitavam esses textos aos gêneros

descritivo ou injuntivo) para consolidá-los em uma categoria autônoma de textos voltados especificamente à mobilização dos sujeitos.

Para ampliar nossos estudos e estabelecer novas direções às pesquisas sobre esse grupo de textos, partimos do mapeamento das produções já existentes, realizado por meio de consultas ao Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES. Os dados revelam que, embora sejam poucos, alguns trabalhos fundamentais já começam a consolidar os estudos sobre textos de incitação à ação no Brasil: a pesquisa mais recente é a de Silva (2022), que investiga o funcionamento do bilhete orientador (comentários escritos por professores em redações para recomendar correções aos alunos). Silva desloca o olhar sobre esse objeto, deixando de vê-lo como um mero instrumento pedagógico para tratá-lo como um fenômeno linguístico. O estudo demonstra que, por sua natureza pragmática, esses bilhetes não se encaixam nos modelos sequenciais tradicionais, sendo melhor definidos como textos de incitação à ação. Embora restrito ao contexto do ENEM, o trabalho de Silva estabelece um precedente fundamental para esta dissertação por confirmar que gêneros focados na indução ao agir possuem uma lógica própria, o que nos ajuda a fundamentar a análise do discurso do *coach*.

Complementarmente, a pesquisa de Coelho (2021) investiga o gênero horóscopo digital no perfil Astroloucamente do *Instagram*. O autor identifica que a incitação à ação é sustentada por regularidades como o uso de verbos no imperativo e a presença das modalidades patêmicas e pedagógicas (Amossy, 2008) para estabelecer a autoridade. Ao concluir que o horóscopo digital se distancia do modelo tradicional pela interatividade da rede, o trabalho reforça a produtividade da categoria de incitação à ação para compreender práticas que visam orientar comportamentos, dessa vez no contexto do ciberespaço.

Contudo, embora essas pesquisas validem a eficácia do quadro de Adam (2019) e, especialmente a de Coelho (2021) se aproxime de nossa pesquisa considerando o contexto em que a investigação se insere, nota-se ainda uma lacuna no que tange a domínios maiores, como o do *coaching* financeiro. A presente investigação avança ao aplicar essa categoria a esse nicho especificamente, demonstrando como a argumentatividade é moldada dentro do discurso típico do *coach*. Além disso, diferente dos estudos anteriores, este trabalho não se propõe a descrever a estabilidade de um

gênero textual, mas busca evidenciar, por meio de um viés comparativo, como a “arquitetura” do *Instagram*, enquanto rede social, é mobilizada para moldar comportamentos financeiros através de estratégias diversas. Isso se dá principalmente por compreendermos, a partir de Paveau (2017), que as mídias, em especial as redes sociais, cumprem um papel relevante na configuração das inúmeras interações que se estabelecem em espaços digitais on-line e que seus recursos contribuem para a organização dos textos.

Diante do exposto, e considerando a necessidade de aprofundar a compreensão sobre essas novas formas de incitação no ambiente digital, partimos de questões que conduzem as inquietações desta pesquisa:

- a) De que modo a argumentatividade se manifesta em textos de incitação à ação em perfis de *coaches* financeiros no *Instagram*?
- b) Como os recursos tecnolinguageiros contribuem para a condução argumentativa desses textos?
- c) Como se caracterizam os textos de incitação à ação nesta rede social?

Para que tais questionamentos sejam respondidos, definimos como objetivo geral investigar como a argumentatividade se constitui nos textos de incitação à ação produzidos por *coaches* financeiros no *Instagram*, considerando as restrições e possibilidades do ambiente tecnodiscursivo. Além disso, definimos alguns objetivos secundários: a) Identificar as características linguísticas predominantes no discurso de incitação à ação; b) Analisar de que forma os recursos tecnolinguageiros se organizam na rede social referida de modo a contribuir para a argumentação; e c) Investigar de que maneira os textos de incitação à ação constroem sua orientação argumentativa, com ênfase nas modalidades patêmica e pedagógica.

Para além desta introdução, nosso trabalho organiza-se em capítulos que articulam os fundamentos teóricos, o percurso metodológico, as análises empreendidas e os resultados obtidos. No **Capítulo 2 – Do texto à textualidade digital**, discutimos a concepção de texto no âmbito da Linguística Textual, bem como as especificidades do texto digital nativo e suas implicações para a produção e circulação de sentidos. O **Capítulo 3 – As sequências textuais e os textos de incitação à ação** apresenta uma revisão das sequências (descritiva, narrativa,

argumentativa, explicativa e dialogal), culminando na discussão do texto de incitação à ação enquanto objeto central da pesquisa. No **Capítulo 4 – Argumentação no âmbito da LT**, exploramos a interface entre a Linguística Textual e a Teoria da Argumentação no Discurso, com ênfase nas modalidades argumentativas patêmica e pedagógica que orientam a nossa análise. O **Capítulo 5 – Metodologia** descreve a natureza e a abordagem da pesquisa, os critérios de seleção e composição do *corpus*, os procedimentos de coleta e análise dos dados, bem como o percurso analítico adotado. Por fim, apresentamos as **Considerações finais**, nas quais retomamos os objetivos da investigação, sintetizamos os principais resultados e apontamos possíveis desdobramentos para pesquisas futuras, seguidas das **Referências** que sustentam o arcabouço teórico-metodológico do nosso estudo.

2 DO TEXTO À TEXTUALIDADE DIGITAL

Ao longo das últimas décadas, os estudos linguísticos avançaram significativamente na compreensão dos fenômenos da linguagem, voltando-se para os mecanismos que organizam os textos em contextos reais de uso. Esse movimento representou uma importante mudança nos estudos do texto, que passaram a observar não apenas os aspectos formais da língua, mas também os fatores contextuais, funcionais e pragmáticos envolvidos na produção e na interpretação textual. Com isso, as análises deixam de considerar apenas construções de frases isoladas e passa a conceber o texto como unidade de sentido, permitindo uma análise mais abrangente dos processos linguísticos tal como ocorrem nas práticas sociais concretas.

Na contemporaneidade, marcada por dinâmicas comunicativas cada vez mais mediadas por tecnologias digitais, o texto ganha contornos ainda mais complexos, exigindo abordagens que considerem sua natureza interacional. Isso implica reconhecer que novos modos de significar emergem a partir dos recursos linguísticos (e até argumentativos) disponibilizados pelas mídias, o que demanda constante questionamento sobre o que constitui um texto nos dias de hoje.

Nesse sentido, a proposta deste capítulo é compreender como a noção de texto defendida pela Linguística Textual é capaz de abarcar as transformações que aparecem com o surgimento das mídias e dos textos digitais. Para isso, partimos da concepção de texto desenvolvida na Linguística Textual desde sua fundação no Brasil até a atualidade, buscando desvendar de que maneira os teóricos enxergavam o texto no passado e como ele passa a ser visto no momento histórico em que estamos situados.

2.1 A concepção de texto na Linguística Textual

Historicamente, a trajetória da Linguística Textual é marcada pelas concepções de língua/linguagem que foram se desenvolvendo desde a segunda metade da década de 1960. Predominou, num primeiro momento, a concepção das análises interfrásticas, em que os mecanismos interfrásticos do sistema da língua seriam suficientes para descrever e explicar o funcionamento do texto. Koch (2017) destaca que, nessa perspectiva, coesão englobava a coerência, e esta última era

entendida apenas como uma simples característica do texto.

Paralelamente à ideia de que o texto é a unidade linguística superior a sentença, surge a preocupação dos gerativistas em desenvolver gramáticas de texto. Nesse viés, os linguistas buscavam verificar como a textualidade se manifestava em determinada língua para, desse modo, postular a existência de uma competência textual. Assim, nas análises, partia-se da unidade maior (o texto) para classificar as unidades menores (Koch, 2017).

Na Virada Pragmática, a LT sofre uma grande mudança em sua maneira de encarar seu objeto de estudo, o texto. Isso decorre das influências advindas de estudos da Psicologia da Linguagem e da Filosofia da Linguagem, com ênfase em estudos sobre a Teoria dos Atos de Fala desenvolvidos pelo inglês John Langshaw Austin (1911-1960). Heinemann (1982) salienta que o texto, nessa perspectiva que incorpora a pragmática aos estudos textuais, é considerado como uma atividade complexa, que revela intenções comunicativas e sociais do falante. A noção de coerência adquire um novo patamar, distanciando-se da ideia de mera característica do texto, uma vez que o texto manifesta uma ação verbal que se desenvolve em processos comunicativos concretos.

Na década de 80, uma nova concepção de texto passa a vigorar entre os linguistas preocupados em descrever as ações que se manifestam por meio de textos. A virada cognitivista marca o pressuposto de que as ações verbais dispõem de modelos mentais. A vida social ganha lugar de destaque nessa abordagem, a partir do entendimento de que os parceiros de uma situação comunicativa lançam mão de saberes sociais armazenados em suas memórias.

Um dos grandes pontos dessa perspectiva cognitivista aos estudos do texto é a contribuição de Heinemann e Viehweger (1991), que apontam quatro tipos de conhecimentos acionados no processamento textual: o linguístico (conhecimento gramatical e lexical), o enciclopédico (conhecimentos de fatos do mundo armazenados na memória de um indivíduo), o interacional (conhecimento sobre os modos de interação através da linguagem) e o referente a modelos textuais globais (conhecimento que permite ao falante reconhecer um texto como de determinado gênero discursivo).

Atualmente, a LT se encontra na perspectiva sociocognitivo-interacional, em

que modelos mentais são associados à cultura e à vida social num processo de interação. Busca-se, nessa concepção, enfatizar o caráter coletivo da construção textual a partir do compartilhamento de conhecimentos culturais e sociais dos participantes da comunicação. Assim, consoante Koch (2017, p. 42), “os eventos linguísticos não são a reunião de vários atos individuais e independentes”.

Essa breve trajetória da Linguística Textual, importante para que possamos entender de onde partimos com esta pesquisa que lida com texto, aspectos tecnológicos e argumentação, demonstra que seu modo de análise sofreu alterações ao longo do tempo. Não se trata mais de analisar apenas os mecanismos linguísticos que garantem a coesão textual, muito menos de verificar as regras textuais recorrentes de uma determinada língua. Como assevera Koch (2017, pp. 43-44):

Se, inicialmente, quando das análises transfrásticas, o contexto era visto apenas como cotexto (segmentos textuais precedentes e subsequentes ao fenômeno em estudo), tendo, quando da introdução da pragmática, passado a abranger primeiramente a situação comunicativa e, posteriormente, o entorno sócio-histórico-cultural, representado na memória de modelos cognitivos, ele passa a constituir agora a própria interação e seus sujeitos: o contexto constrói-se, em grande parte, na própria interação. Portanto, na concepção interacional (dialógica) da língua, na qual os sujeitos são vistos como atores/construtores sociais, o texto passa a ser considerado o próprio *lugar* da interação e os interlocutores, sujeitos ativos que – dialogicamente – nele se constroem e por ele são construídos.

Desse modo, a LT que emergiu em meados da década de 1960, no século XX, como uma resposta à limitação das abordagens linguísticas tradicionais, não conseguiram dar conta de fenômenos que se manifestavam apenas em contextos discursivos mais amplos. Inicialmente voltada para o estudo da produção de textos escritos, a LT nasce da constatação de que a gramática da frase era insuficiente para explicar certos mecanismos de funcionamento da linguagem, como a anáfora, as cadeias referenciais e os mecanismos de coesão. Como observa Marcuschi (2008, p. 73), esses elementos eram muitas vezes resumidos pelas gramáticas tradicionais como meras “relações interfrásticas”, sem que se investigasse, de fato, sua complexidade textual.

Desde seu surgimento, um dos grandes desafios para a LT é o de estabelecer uma definição precisa para o conceito de texto. Essa complexidade, no entanto, não está relacionada à dificuldade de lidar com teorias excessivamente técnicas ou restritas aos especialistas da área, mas sim ao caráter interativo que o texto assume

enquanto mediador das relações humanas. Com o avanço dos estudos, a LT passa a entender o texto como unidade básica de sentido e como manifestação concreta da língua em uso. Nessa perspectiva, o texto é compreendido como resultado de ações linguísticas situadas, nas quais se mobilizam saberes diversos. Assim, a Linguística Textual passa a se dedicar a domínios mais dinâmicos e interativos, assumindo o desafio de observar como a linguagem funciona efetivamente nos contextos de comunicação. Como afirmam Beaugrande e Dressler (1997, p. 10), o texto é concebido como “um evento comunicativo em que convergem ações linguísticas, sociais e cognitivas”.

Essa concepção é reforçada por Koch e Elias (2018, p. 15), ao afirmarem que “o texto é um objeto complexo que envolve não apenas operações linguísticas, como também cognitivas, sociais e interacionais”. Isso significa que produzir e compreender um texto exige muito mais do que o domínio das regras gramaticais: é preciso ativar conhecimentos de mundo, considerar o contexto sociocultural e compreender as formas de interação próprias de cada situação comunicativa. Tal perspectiva desloca o foco do estudo da linguagem para a experiência comunicativa concreta, em que os sujeitos se engajam discursivamente.

Nesse sentido, a concepção contemporânea de texto enxerga-o como um evento singular, situado no contexto social, cultural e histórico de sua produção, e não apenas como uma soma de palavras ou frases fechadas. Como salientado por Cavalcante *et al.* (2019), “o texto é um evento único e irrepetível, condicionado por contextos sociais-históricos”, e essas características reforçam a ideia de que cada enunciação é uma construção influenciada por circunstâncias particulares.

O entendimento de que o texto é um evento deve-se ao fato de que cada enunciação ocorre em um momento específico, envolvendo condições particulares de tempo, espaço, interlocutores e intenções. Assim, o texto não é uma entidade estática que pode ser reproduzida exatamente do mesmo jeito, pois sua produção está sempre condicionada ao contexto em que é feito, às relações de poder, às emoções e às trocas que envolvem os participantes.

A condição de evento também faz com que cada texto seja considerado como uma “configuração única”, uma ação comunicativa que não se repete, pois suas circunstâncias e sentidos são singulares. Como Cavalcante *et al.* (2019) destacam,

“cada enunciação é uma configuração única, carregada de sentidos específicos de acordo com o evento de enunciação”. Essa irrepetibilidade está relacionada ao fato de que o texto é produzido em um momento específico de interação e, portanto, suas condições, emoções, intenções e interpretações variam de uma ocasião para outra, impossibilitando uma reprodução exata ou previsível do conteúdo.

Para além da matéria linguageira, a LT já compreende o fator tecnológico na produção de sentidos em textos digitais nativos. Tal entendimento leva a LT a estabelecer um profícuo diálogo com a Análise do Discurso Digital, relação esta que iremos abordar a seguir, já que nosso *corpus* se constitui de textos digitais retirados da rede social *Instagram*.

2.1.1 Características do texto digital nativo

A entrada definitiva das interações sociais no ambiente digital on-line trouxe desafios terminológicos e metodológicos para a Linguística Textual. Diante de produções que nascem e circulam exclusivamente em redes sociais torna-se necessário cunhar termos que deem conta da fusão entre a estrutura textual e o aparato tecnológico. Nesse sentido, optamos por utilizar as nomenclaturas **tecnotexto** e **tecnotextualidade** em detrimento do termo "tecnodiscurso" buscando evitar confusões terminológicas, embora reconheçamos que este último seja a base fundadora da Análise do Discurso Digital.

Essa escolha justifica-se pelos deslocamentos teórico-metodológicos necessários para a análise do texto no cenário contemporâneo. É fundamental compreender que a opção por esse termo, em diálogo com Martins (2024), não é meramente nominalista; ela marca o entendimento de que o texto, ao emergir no ambiente digital on-line, sofre modificações estruturais que a gramática tradicional ou as análises puramente linguísticas não conseguem capturar integralmente. Conforme observa Martins (2024), embora Marie-Anne Paveau (2021) tenha estabelecido as diretrizes para o estudo dos discursos que emergem no ambiente digital, tais proposições podem – e devem – ser remodeladas aos critérios da Linguística Textual. Assim, denominamos **tecnotextos** as produções nativas digitais para enfatizar as especificidades de seu ambiente de produção, recepção, circulação e co-construção de sentidos. É importante ressaltar que, sob essa ótica, os

tecotextos não deixam de ser textos em sua essência; eles apenas assumem uma nova dimensão em que a tecnologia é parte integrante de sua textualidade.

A partir dessa delimitação, consideramos pertinente esclarecer neste tópico não só os aspectos que caracterizam os tecotextos, como também elucidar, com base em Paveau (2021), a noção de compósito e de ecologia (ou ecossistema) e sua interface com os pressupostos teórico-metodológicos da LT em sua atual fase. A analista do discurso defende a necessidade, das pesquisas na área da linguagem, de se levar em conta os novos meios de produção de textos que contemplam recursos tecnológicos nas produções digitais nativas. Assim, a autora sustenta um viés pós-dualista que compreende a linguagem e a tecnologia exercendo influência mútua nas interações humanas que se desenvolvem no ambiente digital.

Ao tratar do conceito de compósito, Paveau (2021) destaca o hibridismo entre o material linguístico e as ferramentas tecnológicas das mídias digitais. Essa integração pressupõe que o texto digital nativo não deve ser lido apenas como uma mensagem que “passa” por um canal, mas como um enunciado multimodal completo e irrepetível (Cavalcante; Silva; Silva, 2020).

No *Instagram*, isso significa que o sentido não reside apenas na legenda escrita ou na imagem estática, mas na fusão desses elementos com sistemas sonoros, gestuais e, sobretudo, tecnológicos. Como bem pontua Muniz-Lima (2024, p. 55), esses aspectos de ordem tecnológica interferem diretamente nos processos de construção de sentidos, exigindo que a análise considere como os recursos da interface (como o tempo de duração de um *story* ou o caráter clicável de uma menção) moldam a interpretação dos sujeitos. Nesse sentido, e partindo dessa consideração, a análise textual, como demonstrou Muniz-Lima (2022, 2024) não pode se valer apenas dos elementos linguísticos, mas deve compreender sua natureza enquanto um compósito.

De acordo com Cavalcante *et al.* (2022), o conceito de compósito defendido por Paveau (2021) advém da ideia de se considerar todo o conjunto do ambiente nos quais o objeto de análise (para nós o texto) se inscreve, isto é, o próprio ecossistema, que nas interações digitais constitui o próprio contexto, noção cara aos estudos em Linguística Textual.

O que cabe dentro da palavra *contexto* que estamos empregando? Cabe o **ambiente ecológico** (PAVEAU, 2021) em que o texto é gerado, que comporta as ações e reações humano-tecnológicas com os objetos e materiais com que possam estar relacionados na interação, os valores, os estereótipos e as crenças que possam ser evocados, assim como os saberes compartilhados e as identidades sociais que os participantes possam assumir. O contexto não é isso tudo, mas pode ser tudo isso. (Cavalcante *et al.*, 2022, p. 24, grifos dos autores).

A adoção dessa noção de ecossistema ou ambiente ecológico exige uma mudança na própria postura metodológica do analista. Conforme discute Paveau (2017) e reforça Muniz-Lima (2024, p. 64-65), os *corpora* digitais não são objetos estáticos observáveis “do exterior”; eles demandam que o pesquisador se coloque na posição de usuário para compreender as culturas digitais e os dispositivos de escrita. No caso dos *coaches* financeiros, isso implica reconhecer que o funcionamento dos algoritmos e o *design* da interface (elementos que, em uma análise tradicional, seriam considerados extralinguísticos) são, na verdade, partes intrínsecas da composição híbrida da tecnotextualidade. O algoritmo, ao hierarquizar o que é visto, e a interface, ao oferecer botões de interação e *links* na bio, tornam-se agentes que co-constroem os textos, fundindo ações humanas e tecnológicas em gestos tecnolinguageiros indissociáveis.

No mundo atual, cercado pelas possibilidades da era digital on-line, a interação alcança novos patamares que lhe imprimem novas características, e que, conseqüentemente, afetam significativamente a maneira de se produzir, de fazer circular e de interpretar textos. Nesse sentido, segundo Muniz-Lima (2024), o texto acontece em interação e tem seu início, meio e fim determinados nesse processo.

No contexto digital, as realizações textuais se constituem a partir do contexto sociocomunicativo, histórico e cultural abrangendo os sistemas semióticos imagético, sonoro e gestual em relação com aspectos de ordem tecnológica. Assim, a autora supracitada reforça que:

A postura sociocognitivo-interacional da Linguística textual já ultrapassa a clássica distinção linguístico *versus* extralinguístico nos estudos da linguagem, de modo que o contexto sociocomunicativo, histórico e cultural, que pode envolver a presença de aspectos tecnológicos, já era compreendido como imprescindível para a análise dos sentidos e das referências dos textos. (Muniz-Lima, 2024, p. 87).

No intuito de apreender o(s) sentido(s) do texto nas interações que se

desenvolvem nesse contexto de interações que mistura linguagem e tecnologia, Muniz-Lima (2022) propõe, a partir de um diálogo com Paveau (2017), uma análise do texto digital em uma abordagem pós-dualista, evidenciando “a consideração de aspectos tecnológicos no estudo do texto sem hierarquia entre matéria linguageira e tecnológica” (p. 69). Dessa maneira, ressaltamos novamente que, no âmbito da LT, uma análise das práticas textuais no contexto digital deve obedecer a uma abordagem que leve em conta a confluência entre linguagem e tecnologia, confluência esta que reflete o hibridismo entre dados humanos e não humanos.

Nesse sentido, o tecnotexto é compreendido como um evento que só atinge sua totalidade de funcionamento dentro do ecossistema digital. Para além de ser um "texto na tela", ele é constituído por critérios de **tecnotextualidade** que orientam nossa investigação. Com base em Martins (2024), destacamos os pontos fundamentais que particularizam o tecnotexto em nossa pesquisa:

- **Dependência do ambiente on-line:** O tecnotexto necessita da rede para sua produção, recepção e co-construção de sentidos. Sua existência está vinculada ao fluxo interacional em tempo real, o que o torna um objeto dinâmico e intrinsecamente ligado à conexão digital.
- **Simbiose entre ações humanas e máquinas:** Não se trata de uma produção isolada do sujeito, mas de uma união simbiótica onde os **rastros algorítmicos** e os **gestos tecnolinguageiros** (como o ato de curtir ou compartilhar) moldam a própria tessitura do texto.
- **Funcionalidade tecnossignótica:** O tecnotexto agrega recursos que perdem sua funcionalidade primária fora do ambiente nativo. Como exemplifica Martins (2024), o uso da *hashtag* (#) ou da menção (@) em meios físicos (ou mesmo em capturas de tela/prints) mantém um efeito de sentido alusivo, mas perde sua potência técnica de **linkagem, agrupamento e redocumentação** de textos. No *Instagram* esses recursos são motores de interação que expandem o limite do texto verbal.

Para sistematizar nossa análise, incorporamos as seis características propostas originalmente por Paveau (2021) sob a ótica do tecnodiscurso, mas aqui lidas como dimensões da **tecnotextualidade**:

1. **Composição:** O caráter híbrido e compósito do texto, fundindo linguagem e

código tecnológico.

2. **Deslinearização:** A organização em redes e hiperlinks que rompe com a leitura linear e sequencial.
3. **Ampliação (ou aumento):** A capacidade do texto de se expandir por meio da conversacionalidade e das ferramentas de escrita da interface.
4. **Relacionalidade:** A propriedade do tecnotexto de estar sempre em relação com outros textos, perfis e contextos digitais.
5. **Investigabilidade:** A rastreabilidade do texto, permitindo que ele seja indexado e localizado por meio de motores de busca e algoritmos.
6. **Imprevisibilidade:** A natureza fluida do texto digital, sujeito a edições, comentários e mudanças de forma ou conteúdo em tempo real.

Essa caracterização permite concluir que, ao investigarmos a incitação à ação nos perfis de finanças, não estamos diante de uma simples mensagem de conselho, mas de um tecnotexto complexo. Sua eficácia argumentativa depende, portanto, dessa "união simbiótica" (Martins, 2024) entre o que o autor escreve e o que a plataforma permite que o texto realize tecnologicamente.

Quando pensamos nesses textos disponíveis on-line, especialmente no ambiente digital do *Instagram*, nos deparamos com uma quantidade quase que infinita de postagens, respostas, compartilhamentos, o que desencadeia uma rapidez quase insana de interações entre os usuários. Cada postagem, comentário ou *story* publicado na plataforma configura-se como uma manifestação única, marcada pelo momento exato de sua produção, pelos interlocutores envolvidos, pelas intenções e pelo ambiente digital em que se insere. Dessa maneira, considerando os textos digitais e nativos digitais como um "evento único e irrepitível" (Cavalcante et al., 2019), devemos atribuir sua singularidade a uma arquitetura que rompe com a hierarquia tradicional entre autor e leitor. Diferente do texto impresso, a unidade textual dos tecnotextos é fragmentada e, paradoxalmente, hiperconectada.

Nesse contexto, o texto digital nativo produzido na rede social *Instagram* deve ser considerado uma construção dinâmica, que ganha sentido na sua circulação e interação específicas, carregada de particularidades que o tornam irrepitível. Assim, ao analisarmos esse texto, devemos considerá-lo como uma expressão comunicativa

situada, plurissemiótica, tecnológica e sempre contextualizada, cuja compreensão depende do momento, do ambiente e dos participantes envolvidos. É com base nessas considerações que nossos objetivos incluem a investigação dos aspectos tecnolinguageiros nos textos de incitação à ação em perfis de *coaches* financeiros da rede social *Instagram*.

Uma vez compreendida a natureza do texto e as condições que o cercam, torna-se necessário deslocar o olhar para a sua organização interna e para os mecanismos que sustentam a sua arquitetura. Para além das circunstâncias de produção, o texto se constitui por uma estrutura composicional que organiza os sentidos e orienta a recepção do interlocutor. Nesse sentido, a análise das formas como o texto se organiza e se propõe a agir sobre o outro exige o suporte de categorias que deem conta de sua estrutura complexa e finalidade pragmática. No entanto, a observação de textos que visam orientar o comportamento do interlocutor revela que nem sempre as estruturas sequenciais prototípicas são suficientes para dar conta de sua complexidade.

É a partir da constatação de que há textos que não se encaixam dentro de protótipos que Jean-Michel Adam (2019) propõe um deslocamento teórico fundamental para nossa análise: ao reconhecer que certas produções não se encaixam nos moldes das sequências tradicionais, o autor postula a existência de uma categoria distinta voltada para a finalidade pragmática do agir. Assim, o próximo capítulo dedica-se a explorar o percurso de Adam rumo à definição dos **textos de incitação à ação**, buscando compreender como essa nomenclatura se consolida para explicar textos que, para além de descrever ou narrar, buscam efetivamente mobilizar o leitor na tomada de atitudes.

3 AS SEQUÊNCIAS TEXTUAIS E OS TEXTOS DE INCITAÇÃO À AÇÃO

Dar conta da complexidade que envolve o fenômeno textual tem sido um dos grandes desafios enfrentados pelos estudiosos da Linguística Textual. Como discutido no capítulo anterior, essa dificuldade decorre, em grande parte, do caráter multifacetado do texto, que articula dimensões linguísticas, enunciativas, semânticas e sociais. Embora essas abordagens ofereçam importantes contribuições, elas nem sempre respondem de forma satisfatória aos questionamentos que envolvem a constituição linguística e composicional dos textos. Nesse sentido, a proposta de Jean-Michel Adam (2019) surge como uma alternativa que busca compreender o funcionamento interno do texto, oferecendo uma descrição mais sistemática de sua organização.

3.1 Breve histórico da formação do conceito e sequência

Adam propõe uma classificação dos textos com base na noção de sequências textuais, compreendidas como padrões composicionais recorrentes que estruturam os textos e orientam sua produção e interpretação. Essas sequências revelam aspectos do encadeamento lógico, argumentativo e narrativo do discurso, funcionando como mecanismos que conferem coerência e coesão ao texto. Assim, antes de adentrarmos a análise das sequências textuais propriamente ditas, é necessário retomar brevemente os fundamentos teóricos que conduziram Adam à formulação dessa proposta.

Um dos estudos que direciona Adam (2019) na elaboração de sua classificação textual é a noção de Van Dijk (1978, 1981, 1984) sobre as superestruturas, que são esquemas abstratos que organizam o texto como um todo (por exemplo, uma narrativa ou um artigo de opinião). Esses esquemas são conhecidos pelos falantes e usados de forma implícita ao produzir e interpretar textos. Apesar de inspirar Adam, essa teoria é considerada vaga por ele, pois mistura estruturas formais com gêneros textuais, o que pode causar confusão.

Outra noção que influenciou Adam no desenvolvimento de sua teoria parte da definição de protótipo postulada por Rosch (1978 apud Adam, 2019). Adam adota a ideia de que, mesmo com a grande variedade de combinações e transformações entre as sequências nos diferentes gêneros textuais, ainda é possível identificar formas básicas da linguagem. Ou seja, dentro da diversidade textual, conseguimos

reconhecer os “tipos relativamente estáveis de enunciado”. Em termos mais simples, o protótipo representa o exemplo típico de uma categoria, ou seja, aquele que reúne mais características consideradas representativas. Como explica Adam (2019, p. 63):

Da mesma forma que o protótipo cultural do pássaro – geralmente bastante próximo o pardal ou do canário – permite distinguir [...] uma coruja, uma cegonha e até mesmo um avestruz e um pinguim de outros animais, também parece existir um esquema prototípico da sequência narrativa que permite distingui-la de uma sequência descritiva, argumentativa ou outra. É o esquema ou imagem central do protótipo abstrato, construído a partir de propriedades típicas da categoria que permite o reconhecimento subsequente deste ou daquele exemplo como mais ou menos prototípico.

Diante disso, Adam propõe uma teoria mais precisa: a das sequências textuais. Segundo ele, o texto é formado por blocos de ideias, chamados proposições-enunciado, que, juntos, compõem macroproposições. É a união dessas macroproposições que dá origem às sequências narrativas, descritivas, argumentativas, explicativas ou dialogais, ou seja, aos tipos de texto.

Assim, uma sequência textual não é apenas uma série de frases, mas um conjunto de sentidos organizados conforme uma intenção comunicativa. Essa organização permite reconhecer padrões que ajudam tanto quem escreve quanto quem interpreta o texto. A seguir, trazemos uma breve descrição de cada protótipo sequencial identificado por Adam.

3.1.1 A sequência descritiva

Adam (2019, p. 67) escolhe iniciar a abordagem sobre as tipologias textuais pela sequência descritiva justamente porque ela se diferencia das outras quatro estruturas sequenciais por não exigir um reagrupamento rígido de proposições em macroproposições ordenadas. Em vez de seguir um modelo pré-formatado, a descrição permite maior flexibilidade: enquanto em outras sequências cada bloco de sentido se encaixa em uma cadeia claramente definida, na sequência descritiva as ideias podem surgir de modo mais livre, atravessando diferentes níveis de detalhe e perspectivas, sem obedecer a uma ordem fixa.

Para dar consistência ao protótipo da descrição, Adam (2019) identifica quatro grandes operações que sustentam a sequência descritiva. A **tematização** inaugura o foco, selecionando um tópico central que orienta o texto; logo em seguida, a

aspectualização destaca um ângulo específico desse tema, como um detalhe ou qualidade que merece atenção especial; A operação de **relação** surge quando o autor estabelece ligações, comparando elementos ou mostrando contrastes para enriquecer a observação; por fim, a expansão por **subtematização** aprofunda-se em aspectos correlatos, desdobrando o assunto principal em camadas mais específicas. Juntas, essas operações formam um repertório de estratégias que explicam como falantes e escritores constroem descrições que são, ao mesmo tempo, informativas e abertas a diferentes interpretações.

Como exemplo dessas operações, trouxemos a descrição de acessibilidade (*Alt-text*) disponível em um post do *Instagram* da página oficial da Justiça Eleitoral brasileira. A descrição é uma ferramenta que torna mais acessíveis conteúdos de visualização (imagens, vídeos etc.) para pessoas com deficiência visual.

Figura (1) – *Alt-text* eleições 2026



Fonte: <https://l1nk.dev/BSZnj>. Acesso em 11 de fev. de 2026.

Nesse exemplo, a organização do enunciado inicia pela **ancoragem** no tema-título "imagem", que estabelece o objeto central da descrição. A partir dessa base, a **aspectualização** fragmenta a cena em partes, como o "quintal", as "cadeiras brancas" e a "urna eletrônica", detalhando seus estados e funções. A **operação de relação** manifesta-se nas sinalizações espaciais ("atrás delas", "um fundo") e na

dimensão intertextual ao aludir à capa do álbum *Debí Tirar Más Fotos*, do artista Bad Bunny – obra que marcou o ano de 2026 ao se tornar o primeiro álbum em língua espanhola a vencer o *Grammy* na categoria de Álbum do Ano em toda a história da premiação.

A **expansão por subtematização** ocorre de forma mais profunda ao revelar o "contraste entre o rural e o tecnológico", momento em que o texto abre um novo campo de sentido. Esse desdobramento projeta a imagem para além da estética, trazendo à tona a importância do ano de 2026 para a América Latina, colocando a região em evidência no cenário global. No contexto nacional, essa subtematização ganha uma camada política, posto que, para nós brasileiros, é ano eleitoral. Assim, a descrição deixa de ser uma mera transposição visual para se tornar um veículo de afirmação cultural e democrática.

3.1.2 A sequência narrativa

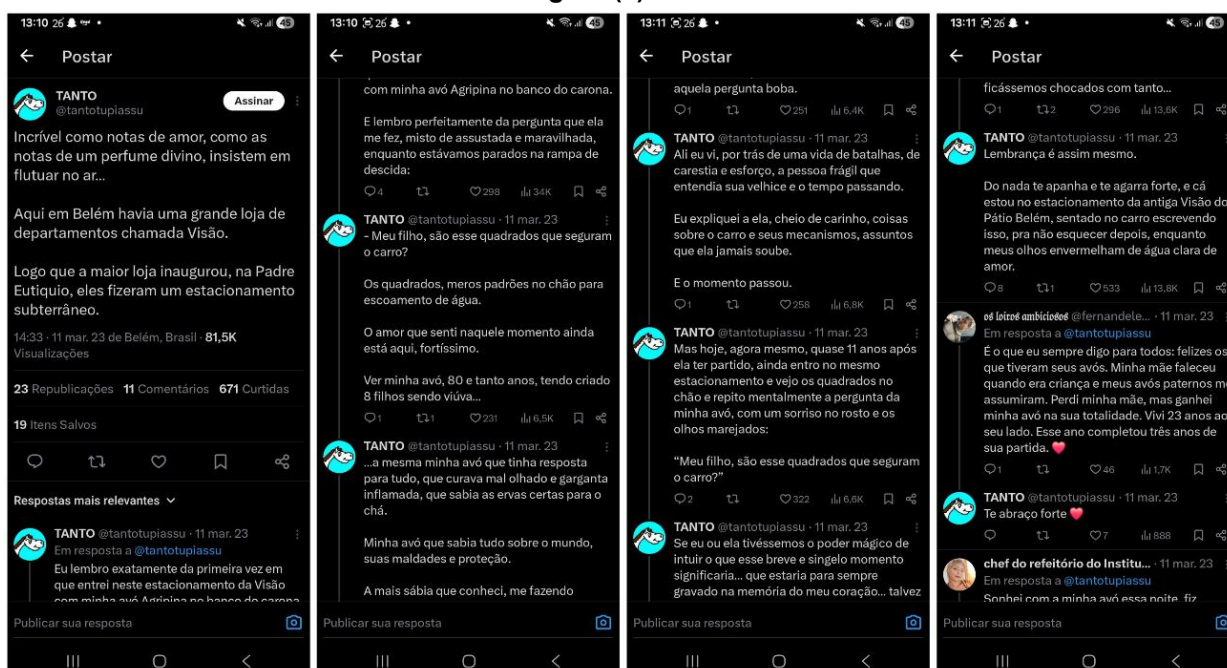
Conforme aponta Adam (2019, p.113), a narrativa talvez seja a tipologia textual mais explorada até hoje. Essa recorrência pode estar relacionada à sua forte presença em nossas práticas comunicativas cotidianas: desde os relatos compartilhados em reuniões familiares, passando pelas histórias contadas em podcasts, até os enredos de filmes assistidos em plataformas de *streaming* ou mesmo as séries documentais que consumimos com regularidade.

Apesar da diversidade desses textos, todos eles mantêm em comum o uso de sequências narrativas. Segundo Adam (2019), tais sequências podem ser descritas por meio de seis componentes essenciais: (1) a **sucessão de acontecimentos**, que organiza os fatos de maneira coerente e cronológica dentro da narrativa; (2) a **unidade temática**, que envolve a presença de personagens e os eventos que constroem o enredo; (3) os **predicados transformados**, que representam a transformação de uma situação inicial devido ao desenvolvimento dos fatos; (4) a **unidade do processo narrativo**, que compreende etapas como introdução, complicação, clímax e desfecho; (5) a **intriga** ou **conflito**, que serve de base para a progressão dos eventos narrados; e (6) a **avaliação final**, que oferece uma conclusão e uma possível reinterpretação da história apresentada.

A fim de observar a aplicação prática dos conceitos teóricos de Adam,

passaremos agora à análise de um texto narrativo contemporâneo: uma microcrônica extraída da rede social X (antigo Twitter). O texto em questão foi publicado no perfil do escritor belenense Tanto Tupiassu e utiliza a estrutura de "fio" (ou *thread*) para reconstruir uma memória afetiva ambientada em um cenário icônico da capital paraense, a extinta loja de departamentos Visão. Por meio dessa análise, buscaremos identificar como os elementos prototípicos da narrativa se articulam em um suporte digital para converter um evento cotidiano em uma reflexão sobre o tempo e a ancestralidade.

Figura (2) – Microcrônica



Fonte: <https://x.com/i/status/1634608431947472897>. Acesso em 05 de jan. de 2026.

Ao observar o texto, percebe-se que a estrutura da crônica postada em rede social se ancora rigorosamente em um protótipo sequencial para conferir sentido à memória afetiva do autor. A **unidade temática** e a **sucessão de acontecimentos** estabelecem-se logo no início, quando o narrador situa o leitor no espaço geográfico de Belém e apresenta os atores centrais: ele próprio e sua avó, Agripina. A progressão cronológica não é meramente descritiva, mas serve de suporte para a **unidade do processo narrativo**, que se inicia com a orientação no estacionamento da loja Visão. O texto ganha densidade por meio da **intriga ou conflito**, que aqui se manifesta como um choque de perspectivas: a sabedoria ancestral da avó, ligada às ervas e

benzimentos, confronta-se com a lógica técnica da engenharia moderna. Esse "estranhamento" da personagem diante dos ralos de escoamento de água atua como a complicação que move a narrativa e permite a emersão do componente emocional.

Essa tensão entre saberes promove o que Adam classifica como **predicados transformados**. Ocorre uma inversão simbólica de papéis onde a avó, anteriormente descrita como a detentora de todo o conhecimento do mundo, assume uma postura de fragilidade e curiosidade infantil, enquanto o neto assume o papel de tutor. Essa transformação de estado é fundamental para que o clímax da narrativa (a explicação técnica do neto e o subsequente silêncio da avó) ganhe contornos de ternura. A resolução do processo se dá com o salto temporal para o presente, dez anos após o falecimento da personagem, fechando o arco da unidade processual ao retornar ao mesmo cenário físico, agora ressignificado pela ausência.

Finalmente, a força do texto reside na **avaliação final**, o sexto componente elencado por Adam, que transmuta o relato de um evento trivial em uma reflexão filosófica sobre a finitude. Ao revisitar o estacionamento e repetir mentalmente a pergunta da avó, o narrador oferece uma reinterpretação da história, concluindo que o valor do evento não estava na resposta técnica dada ao "quadrado no chão", mas na conexão humana estabelecida naquele breve instante. Assim, a sequência narrativa proposta pelo autor nas capturas de tela demonstra como a estrutura prototípica de Adam é capaz de organizar o texto, conferindo-lhe uma ordem lógica, mesmo em suportes digitais contemporâneos.

3.1.3 A sequência argumentativa

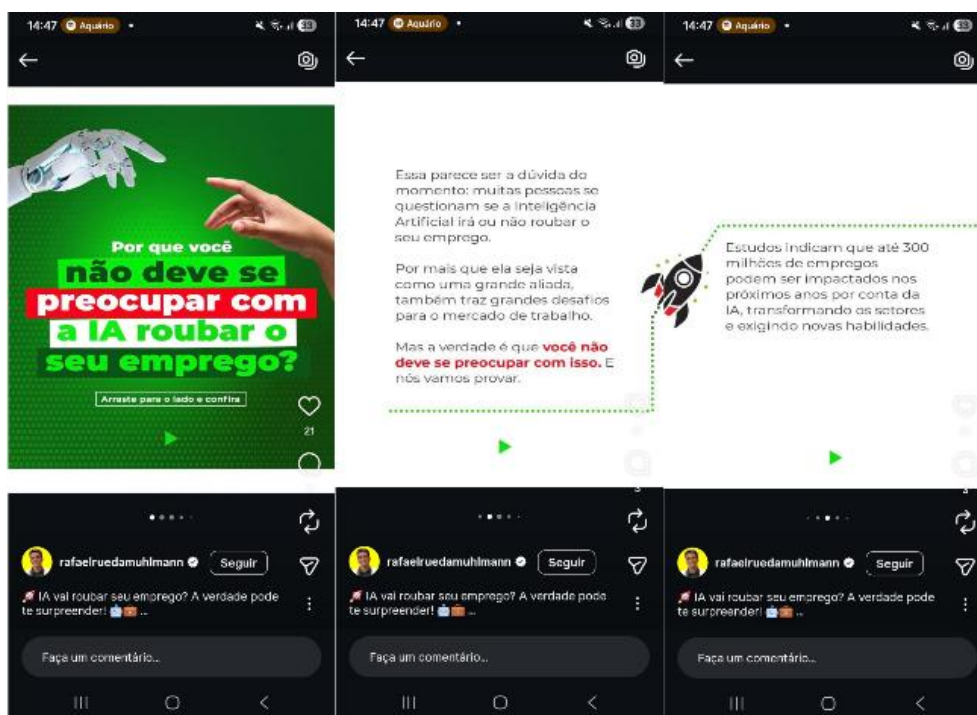
A sequência argumentativa está presente, sobretudo, em textos cuja finalidade principal é sustentar uma tese ou ponto de vista. Esse tipo de texto se caracteriza por apresentar uma organização composicional própria, articulada por diferentes estratégias discursivas, que vão desde a mobilização de dados concretos até o uso de recursos linguísticos e retóricos com forte apelo persuasivo. Tais recursos são empregados com o objetivo de construir uma linha de raciocínio lógica e convincente, de modo que o locutor consiga conduzir o leitor à aceitação de sua posição.

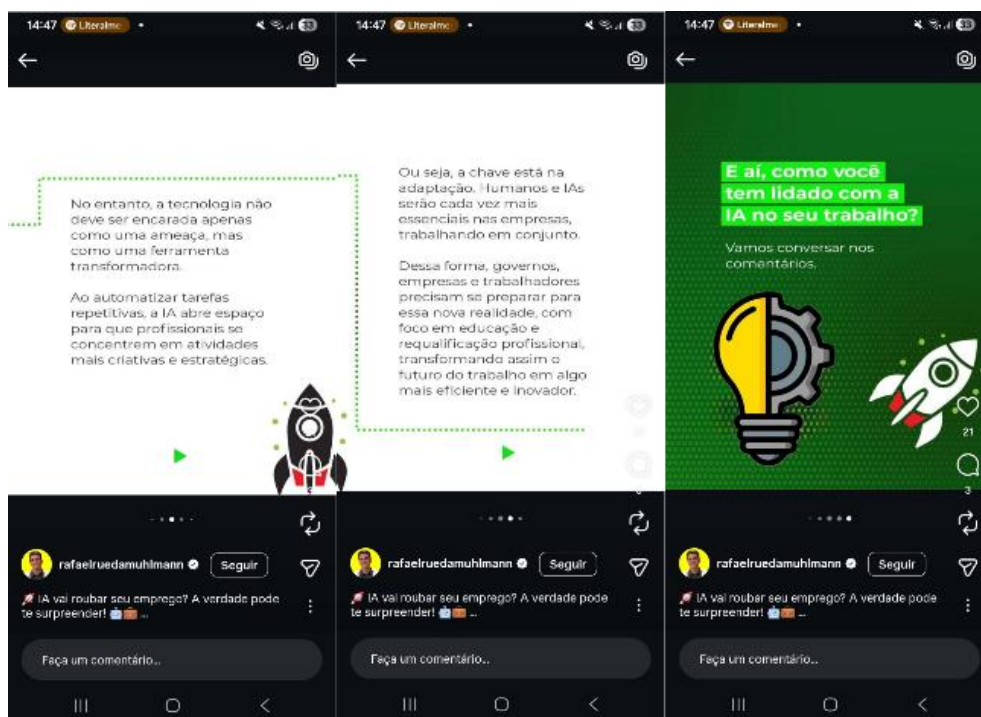
Nos textos em que predomina essa sequência, é comum a presença de uma estrutura interna composta por três elementos fundamentais: **premissas, argumentos e conclusão**. As premissas funcionam como proposições iniciais que serão sustentadas ao longo do texto. Elas delimitam o escopo da argumentação e estabelecem as bases sobre as quais o ponto de vista será construído. A partir delas, o locutor mobiliza argumentos, selecionados criteriosamente, com a finalidade de validar ou, em alguns casos, refutar determinadas ideias, reforçando assim a consistência lógica do texto.

Ao final do percurso argumentativo, o texto se encaminha para a **conclusão**, momento em que ocorre a reafirmação da tese inicial, agora reforçada pelos argumentos apresentados. Essa etapa cumpre a função de consolidar o ponto de vista defendido, oferecendo ao interlocutor uma síntese da posição do enunciador, muitas vezes acompanhada de um apelo à ação, de um juízo avaliativo ou de uma projeção sobre possíveis desdobramentos da questão tratada.

A seguir, analisaremos um carrossel publicado na rede social *Instagram* pelo secretário municipal de Inovação, Modernização e Transformação, da cidade de São José dos Pinhais, no Paraná, Rafael Ruedamuhlmann.

Figura (3) – Por que você não deve se preocupar com a IA roubar o seu emprego





Fonte: <https://acesse.one/W0EWM>. Acesso em 05 de jan. de 2026.

Ao examinar o carrossel sob a perspectiva de Adam, observa-se que a **seqüência argumentativa** se inicia com a exposição de uma **tese anterior** ou problema: a insegurança generalizada sobre a substituição do trabalho humano pela IA. A primeira lâmina funciona como uma provocação que estabelece as **premissas** do debate, delimitando o escopo da discussão ao questionar diretamente o leitor. O locutor não ignora o fato de que a tecnologia traz desafios, mencionando dados concretos – como o impacto em 300 milhões de empregos – para conferir autoridade e base lógica ao seu ponto de vista, estabelecendo assim o terreno sobre o qual sua tese será construída.

A progressão do texto ocorre por meio de uma estratégia de refutação, um recurso central na construção dos **argumentos**. O autor utiliza operadores argumentativos de oposição, como "No entanto", para mediar o conflito entre a visão da IA como ameaça e a sua proposta de IA como ferramenta transformadora. Nesse estágio, os argumentos são selecionados para validar a ideia de que a automação de tarefas repetitivas é, na verdade, um benefício que permite o foco em atividades criativas. Essa articulação lógica visa conduzir o leitor à aceitação de que o problema não é a tecnologia em si, mas a estagnação diante dela.

Por fim, o percurso textual encaminha-se para a **conclusão**, momento em que

ocorre a reafirmação da tese inicial sob uma nova ótica: a da adaptação. O locutor consolida sua posição ao afirmar que a "chave está na adaptação" e no trabalho conjunto entre humanos e máquinas. Como é característico das sequências argumentativas em suportes de redes sociais, a etapa final é acompanhada de um **apelo à ação** e uma projeção de futuro, incentivando governos, empresas e trabalhadores a focarem na requalificação. Assim, o texto fecha seu ciclo persuasivo transformando a dúvida inicial em uma síntese propositiva, reafirmando a eficácia da organização composicional descrita pela teoria de Adam.

3.1.4 A sequência explicativa

Os textos em que predominam as sequências explicativas, conforme aponta Adam (2019), costumam ser, com frequência, confundidos com aqueles que apresentam majoritariamente sequências descritivas, dada a proximidade formal e temática entre ambos os modos de organização textual. No entanto, como esclarecem Cavalcante et al. (2022, p. 227), essa distinção se torna perceptível quando observamos a intencionalidade discursiva que orienta cada tipo de sequência. Enquanto os textos com sequência descritiva têm como foco central a tematização de um referente, ou seja, elegem um objeto, ser ou situação para destacar suas características e qualificá-los segundo o ponto de vista do enunciador, a sequência explicativa tem como propósito fundamental esclarecer as razões ou os mecanismos pelos quais determinado fenômeno ocorre.

Em outras palavras, se a descrição busca responder à pergunta "o que é?" ou "como é?", a explicação se volta para os questionamentos "por que isso acontece?" ou "como isso funciona?". Essa diferença na finalidade se reflete diretamente na estrutura composicional do texto explicativo, que é, em geral, organizada a partir de quatro etapas interligadas: uma esquematização inicial, que apresenta o tema ou contexto geral da explicação; a formulação de um problema, que se expressa por meio de uma pergunta explícita ou implícita; o desenvolvimento da explicação propriamente dita, onde são oferecidas as respostas ou justificativas possíveis; e, por fim, uma etapa de ratificação ou avaliação, em que o locutor reforça os pontos abordados, destaca a relevância do conteúdo exposto ou indica suas implicações.

Assim, ao contrário da sequência descritiva, que se limita à exposição de

atributos, a sequência explicativa está orientada por um raciocínio causal ou lógico que visa ampliar o entendimento do interlocutor sobre determinado objeto de conhecimento.

Para exemplificar a sequência explicativa, utilizamos um carrossel informativo publicado pela página bem.tv no *Instagram*, em celebração ao Dia Nacional da Pessoa com Deficiência. O texto organiza-se em torno de uma pergunta inicial que dispara o processo de esclarecimento, guiando o leitor através de conceitos e justificativas lógicas sobre o uso adequado do vocabulário inclusivo no cotidiano.

Figura (4) – O que é linguagem inclusiva



Fonte: <https://acesse.one/gSFRG>. Acesso em 05 de jan. de 2026.

A estrutura do carrossel reflete com clareza o esquema prototípico da explicação proposto por Adam. A sequência é inaugurada por uma **fase de questionamento** ("O que é linguagem inclusiva?"), que estabelece o problema cognitivo a ser resolvido. A partir dessa lacuna, o texto desenvolve a **fase resolutive**, utilizando operadores explicativos que justificam as escolhas lexicais, como ao esclarecer que termos como "pessoa com deficiência" devem ser usados **porque** reforçam a ideia de que a deficiência é apenas uma característica, e não a totalidade do indivíduo.

Diferente da sequência descritiva, que foca no "como os objetos são", este texto foca no "porquê das coisas", estabelecendo nexos de causa e efeito entre o uso das palavras e o combate ao capacitismo. A operação de **relação** aqui não é espacial, mas de equivalência e definição: o texto explica que expressões como "portador de deficiência" devem ser evitadas pois trazem uma conotação de algo "especial", quando, na verdade, trata-se de uma condição de vida. Por fim, a sequência se encerra com uma **avaliação/conclusão** que sintetiza o conhecimento adquirido, fechando o ciclo explicativo iniciado pela pergunta inicial.

3.1.5 A sequência dialogal

Por fim, Adam (2019) introduz as sequências dialogais, que se diferenciam das demais tipologias por exigirem, em sua constituição básica, a presença de pelo menos dois participantes na interação: um locutor e um interlocutor. Essa troca entre os envolvidos ocorre por meio da alternância de turnos de fala, característica essencial para a compreensão do funcionamento dessa sequência textual. A natureza interativa da sequência dialogal a distingue das demais justamente por seu enraizamento em uma situação de interlocução direta, seja ela oral, escrita, síncrona ou assíncrona.

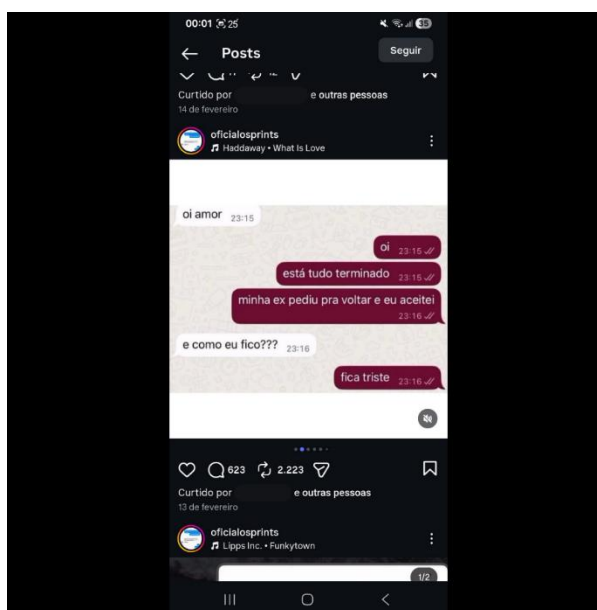
Segundo Adam (2019), essa tipologia é marcada por dois tipos de sequências fundamentais. A primeira delas corresponde às sequências fáticas, responsáveis pela abertura e encerramento da interação. Esses trechos, muitas vezes subestimados em análises mais superficiais, são cruciais para estabelecer e manter o canal de comunicação entre os interlocutores, por exemplo, cumprimentos,

despedidas ou expressões de acolhimento como “alô”, “bom dia” ou “até logo”. Já a segunda categoria compreende as sequências transacionais, que, como explicam Cavalcante et al. (2022), abarcam o conteúdo principal das trocas interativas, ou seja, os turnos centrais em que os participantes desenvolvem o assunto em pauta.

Dessa forma, os textos com predominância dialogal são caracterizados não apenas pela presença explícita de múltiplas vozes, mas também pela dinâmica relacional que estrutura o próprio texto, marcada por estratégias de manutenção do diálogo, negociações de sentido e adaptações contínuas às respostas do(s) interlocutor(es).

Para exemplificar a sequência dialogal, utilizamos o registro de uma interação por mensagens instantâneas (*WhatsApp*) compartilhado pelo perfil *@oficialosprints* no *Instagram*. O texto apresenta uma troca de turnos comunicativos entre dois interlocutores, caracterizando-se pela alternância de falas e pela dependência mútua entre as intervenções para a construção do sentido global da conversa.

Figura (5) – Conversa do *Whatsapp*



Fonte: <https://acesse.one/632hN>. Acesso em 15 de fev. de 2026.

Neste exemplo, a sequência organiza-se através de turnos de fala que respeitam as fases fundamentais da interação propostas por Adam. A **fase de abertura** é marcada pela saudação "oi amor", que estabelece o contato inicial. O **corpo da interação** (ou intercâmbio) desenvolve-se com a quebra de expectativa e

o conflito: o interlocutor à direita assume o turno para comunicar o término e a reconciliação com uma terceira pessoa ("está tudo terminado/minha ex pediu pra voltar e eu aceitei").

Percebe-se a natureza dialogal na **reatividade** das falas: a pergunta "e como eu fico???" é um ato de fala que exige obrigatoriamente uma resposta, mantendo a coesão da sequência. Por fim, a **fase de fechamento** ocorre de maneira abrupta e irônica com a resposta "fica triste", que encerra a troca comunicativa. A análise revela que, na sequência dialogal, o sentido não reside em uma proposição isolada, mas na relação entre o dizer de um e a reação do outro.

Além do reconhecimento das estruturas conhecidas como sequências, é preciso compreender também que há aquelas cuja manifestação é puramente factual. O universo das sequências textuais é restrito, embasado por parâmetros rígidos, o que explica por que os textos de incitação à ação, dos quais falaremos a seguir, não são classificados como parte de uma sexta sequência.

3.2 Os textos de incitação à ação

Entendemos que, para analisar o discurso de incitação à ação (nosso objeto de pesquisa) com o rigor necessário, é preciso compreender como Jean-Michel Adam rompeu com as classificações tradicionais até que pudesse consolidar este conceito.

Historicamente, a tradição tipológica – na qual Adam se incluiu em trabalhos anteriores (1987), apoiando-se em nomes como Werlich e Longacre –, tendia a agrupar sob o mesmo rótulo injuntivo uma vasta gama de textos. O autor relata que, a partir de 1992, abandonou a hipótese de uma categoria unitária e sequencial em favor de uma análise que melhor abarcasse esse grupo de textos. Dessa forma, em 2019, Adam acrescenta a seu trabalho sequencial uma nova categoria, que denomina a princípio como discurso procedural, mas por entender que com essa nomenclatura dá-se mais ênfase ao “fazer” e não às injunções, instruções e conselhos, decide por nomeá-la de discurso de incitação à ação. Segundo o autor (2019, p. 255):

Os textos que entram nessa vasta e confusa categoria são decididamente factuais e todos visam uma finalidade prática (mesmo o horóscopo, que se aproxima mais do conselho do que da programação). Esses textos são destinados a facilitar e a guiar a realização de uma tarefa ou macroação do sujeito que a deseja ou que é responsável por fazê-la.

Com essa afirmação, destaca-se que a unidade desses textos reside em sua natureza factual e em sua finalidade voltada sempre ao “fazer”. A marca distintiva dessa categoria é a "presença massiva de predicados de ação", que abrangem desde a proibição estrita até a injunção procedural:

A grande característica desses textos é a presença massiva de predicados de ação: da proibição da ação (“Proibido fumar”) à injunção para agir de maneira procedural (toque a campainha e entre), passando pela representação de ações sucessivas e de protocolos de ação. (Adam, 2019, p. 255).

Entendemos, portanto, que há uma infinidade de gêneros que abarcam essa categoria, todos tendo uma finalidade comum: a de agir como guia e/ou facilitador de determinada ação pretendida.

Ainda, conforme Adam (*ibidem*), o discurso de incitação à ação é dividido em três grandes grupos. O primeiro diz respeito aos textos de ordem injuntiva; o segundo aos textos procedurais-procedimentais; e o terceiro às diferentes maneiras de aconselhamento:

Figura (6) – Os 3 grandes grupos do discurso de incitação à ação



Obs.: Estes grupos são mais ou menos injuntivos, procedurais e de conselho, podendo haver mesclas entre si.

Fonte: Adaptado de Adam (2019).

Cabe ressaltar que, embora Adam (2019) utilize a nomenclatura discurso de incitação à ação para designar essa categoria macro, optamos, neste trabalho, pelo termo “textos” de incitação à ação. Essa escolha fundamenta-se na necessidade de

evitar imprecisões ou confusões terminológicas, visto que nossa fundamentação teórica integra conceitos advindos da Análise do Discurso (AD).

É necessário pontuar também que o grau de obrigatoriedade, nos textos de incitação à ação, pode sofrer variações de acordo com o gênero textual: em gêneros de ordem injuntiva, a exemplo dos reguladores (leis e afins), a obrigatoriedade é maior. Em gêneros como a receita culinária e as instruções de montagem, essa obrigatoriedade torna-se média. Já em gêneros como conselhos de beleza, horóscopo, há mais liberdade para o sujeito-agente obedecer ou não àquilo que se pede/instrui.

Dentre as principais características linguísticas desse tipo de texto apontadas por Adam (2019), destacam-se seis:

- (C1): características enunciativas;
- (C2): contrato de verdade e promessa de sucesso;
- (C3): léxico especializado;
- (C4): representação de ações e força ilocutória;
- (C5): marcas de conexão;
- (C6) macrossegmentação tipográfica.

Sobre as **características enunciativas (C1)**, o autor descreve a existência de um paradoxo aparente que regula a enunciação dos textos de incitação à ação. O autor observa que esses textos geralmente emanam de um *expert* (como uma marca ou um laboratório), mas a sua presença enunciativa é sistematicamente apagada. Os indicadores da situação de enunciação são igualmente removidos, com raras exceções para assinaturas acompanhadas de fotos em horóscopos, guias ou certas receitas.

Um paradoxo aparente regula enunciativamente os textos de incitação à ação. Eles vêm de um *expert* cuja presença enunciativa é apagada. Com o locutor (instância da marca, do laboratório etc), os indicadores da situação de enunciação são também apagados. (ADAM, 2019, p.275)

Quanto ao papel do destinatário, Adam explica que o lugar do sujeito-agente é deixado pronominalmente aberto, frequentemente através do uso do "você", para que possa ser ocupado por cada leitor-usuário. Esse lugar também pode ser preenchido por formas impessoais ou pelo pronome "se" (equivalente ao *on* francês), como

observado em exemplos como "corta-se", "deve-se aplicar". O uso do infinitivo também colabora para essa estrutura impessoal, enquanto o imperativo mantém seu valor conativo sem que a ausência do pronome signifique, nesse caso, um efeito de apagamento do destinatário.

A característica **contrato de verdade e promessa de sucesso (C2)** estabelece a base pragmática que sustenta a relação entre o *expert* e o leitor nos textos de incitação à ação. Segundo o linguista, existe um contrato implícito entre as partes que assegura ao destinatário que, caso ele siga rigorosamente todas as recomendações e respeite os procedimentos descritos, o objetivo final será alcançado.

Essa promessa de êxito é o que justifica e explica o apagamento do sujeito da enunciação, uma vez que a neutralidade e a ausência de marcas subjetivas garantem que as informações sejam percebidas como objetivas e tecnicamente seguras. Adam recorre à semiótica de Greimas para ilustrar como essa lógica opera em textos programadores, como receitas ou partituras, onde a execução correta das indicações dadas resulta inevitavelmente no objeto pretendido.

No **léxico especializado (C3)**, vemos que há um vocabulário próprio para cada gênero, fundamentado no pressuposto de que os coenunciadores compartilham um conhecimento prévio do universo de referência, seja ele a medicina, a cozinha ou a jardinagem. O autor destaca que esse léxico se manifesta por meio de *scripts* de ação, como "fazer saltear" ou "regar", e pelo uso de terminologias técnicas ou científicas muito específicas, como "enzimas", "oligoelementos" ou "oxadiazona".

Além disso, Adam nota que a nominalização das ações é uma estratégia recorrente para criar termos de especialidade, resultando em formações lexicais terminadas em *-gem* (*regagem*), *-ção* (*utilização, motivação*) ou *-mento* (*tratamento, relaxamento*).

A respeito da **representação de ações e força ilocutória (C4)**, o autor define como uma das marcas mais fortes desses textos a abundância de predicados que representam ações temporais sucessivas. Essas ações são geralmente atualizadas por verbos no infinitivo, imperativo, futuro ou presente, muitas vezes acompanhadas por verbos modais como "poder" e "dever", que servem para informar com precisão o modo de execução da tarefa. Adam enfatiza que a parte instrucional-procedural

desses textos possui um valor ilocutório diretivo muito marcado, enquanto as partes descritivas carregam um duplo valor, sendo simultaneamente informativas e orientadoras da ação.

A segunda grande característica de superfície é a presença de um grande número de proposições de valor ilocutório forte, em particular, de atos diretivos sucessivos (*dire de*) muito marcados no imperativo e um pouco menos no infinitivo. No presente e no futuro, o valor é mais assertivo (*dire que*) e mais particularmente preditivo com o futuro. (Adam, 2019, p. 277)

Dessa forma, a força ilocutória não se estende uniformemente por todo o texto, mas concentra-se nos segmentos que visam diretamente a transformação da realidade por meio do agir do destinatário.

No item **marcas de conexão (C5)**, Adam destaca que a arquitetura dos textos de incitação à ação é sustentada por uma organização interna que prioriza a progressão da tarefa. O autor ressalta a importância dos indicadores de escopo, como as estruturas formadas por *para/como + infinitivo* ou *se/em caso de + imperativo*, que desempenham um papel crucial na delimitação das ações, embora note que sua frequência pode ser reduzida em gêneros específicos, como receitas e guias. Um dos pontos centrais desta característica é o forte contraste entre a raridade de conectores argumentativos e a abundância de organizadores temporais, que são as ferramentas linguísticas responsáveis por precisar a sucessão cronológica e a duração das operações e suboperações.

Além da dimensão temporal, Adam confere grande relevância aos organizadores locativos dentro do discurso procedural. Ele observa que a presença massiva desses marcadores de lugar caracteriza especialmente os guias de viagem, de caminhada e de excursão, nos quais a orientação espacial é o objetivo principal. No entanto, esses organizadores também exercem uma função técnica vital em outros gêneros, servindo para indicar a parte precisa de um objeto sobre a qual se deve realizar uma operação, conforme o que é prescrito em manuais de instalação, instruções de uso e montagem.

Os organizadores temporais permitem precisar a sucessão e/ou a duração das operações e das suboperações. A presença de muitos organizadores locativos caracteriza, principalmente, os guias de viagem, de caminhada, de excursão, mas eles servem também para indicar a parte precisa de um objeto sobre a qual se dá uma operação conforme instruções de uso manuais de instalação e instruções de montagem. (Adam, 2019, p.278)

A macrossegmentação tipográfica (C6) denota a manifestação visual através de uma fragmentação textual estratégica e do uso intensivo de recursos gráficos. Essa característica baseia-se em uma ampla exploração de possibilidades tipográficas que visam garantir a legibilidade das instruções. O autor observa que as linhas de texto são frequentemente demarcadas por marcadores (como os "chips") e por indicações alfanuméricas que organizam a progressão da tarefa. Além disso, há uma presença marcante de componentes icônicos (como fotografias, desenhos, mapas e infográficos) que deixam de ser meras ilustrações para se tornarem parte da informação principal.

Adam ressalta que, especialmente em instruções de montagem de móveis ou em guias, os desenhos e esquemas numerados muitas vezes substituem parcial ou totalmente a enumeração verbal das ações, pois nesses casos o objetivo não é apenas "dizer", mas sim "mostrar como fazer".

Essas características de segmentação tipográfica colocando o plano de texto em evidência são também próprias dos discursos didáticos e da imprensa escrita. Elas são bem mais importantes nos textos de incitação à ação por razões pragmáticas de articulação limitada do dizer ao fazer prático, na passagem à ação programada. (Adam, 2019, p.278)

Essa estruturação visual permite que o texto separe claramente suas partes, como listas de ingredientes, ferramentas necessárias ou equipamentos, o que é fundamental em gêneros que lidam com a criação de um objeto ou a realização de um percurso. Adam conclui que esse agrupamento e fragmentação de unidades textuais, somado a configurações verbais semelhantes, é o que permite aproximar gêneros tão distintos quanto uma receita culinária e um guia de escalada sob um mesmo "ar de família".

Considerando as características apontadas por Adam, percebemos que a estruturação visual e linguística dos textos de incitação à ação funciona como um motor para a argumentatividade, visando influenciar diretamente o modo como o interlocutor vê, pensa e sente a sua realidade. Essa dinâmica torna-se fundamental na contemporaneidade, momento em que, como aponta Adam (2019), as figuras tradicionais de autoridade e aconselhamento são substituídas por novos agentes de regulação social – como consultores e *coaches* –, tendo a tecnologia como mediadora da propagação de seus discursos. Assim, as estratégias de incitação deixam de ser meras instruções técnicas para se tornarem instrumentos complexos de direção de

conduta, mediando a relação entre o saber especializado do *expert* e a prática cotidiana do sujeito-agente no ambiente digital.

4 ARGUMENTAÇÃO NO ÂMBITO DA LINGUÍSTICA TEXTUAL

Nesta dissertação, filiamo-nos a uma Linguística Textual de caráter interdisciplinar. Portanto, no que diz respeito à argumentação, este estudo parte de uma LT que estabelece diálogos com a Retórica, com a Nova Retórica, com a Pragmadialética e com a Análise do Discurso, respeitando os limites teórico-metodológicos de cada uma dessas disciplinas.

Destacamos que a produção textual requer uma operação por parte de um locutor que mobiliza estratégias de textualidade para produzir sentido(s). É sobre essas estratégias que a LT dedica sua atenção em pesquisas que tomam o texto como objetivo de análise. Ou seja, no âmbito do texto, acreditamos que essas estratégias corroboram para a construção de sentidos que auxiliam nos pontos de vista indicados pelo locutor, tendo em vista que a organização textual está a serviço de uma tentativa de influência que pode ocorrer de maneira mais implícita ou mais explícita, o que nos faz partir do pressuposto defendido por Adam (2011) de que a textualidade está orientada argumentativamente.

Embora seja um fator importante para as análises textuais, Cavalcante *et al.* (2020) advertem que a LT não é uma disciplina que busca desenvolver uma teoria sobre a argumentação. No entanto, a LT incorpora o aspecto dialógico de todo texto, com base em Bakhtin (2011). Além disso, conforme os autores supracitados, a argumentação é concebida “como um pressuposto inegável e como uma motivação para a análise de diversas estratégias de organização textual” (p.13). Em geral, os critérios analíticos da LT buscam descrever e interpretar a organização textual no projeto de dizer de um locutor que tenta influenciar seu(s) interlocutor(es) em alguma medida.

Nos estudos textuais, a argumentação, considerada a partir do aspecto dialógico, é concebida como uma atividade essencialmente humana, em que o texto é condição *sine qua non* para sua manifestação. Assim, a argumentação está presente nas mais diversas interações que o ser humano realiza no dia a dia, no uso da linguagem que, segundo Koch e Elias (2017, p. 13), revela “relações que desejamos estabelecer, efeitos que pretendemos causar, comportamentos que queremos ver desencadeados, determinadas reações verbais ou não verbais que pretendemos provocar no nosso interlocutor etc.”.

Atualmente, a Teoria da Argumentação no Discurso, proposta pela analista de discurso Ruth Amossy (2018), é a que mais se aproxima dos pressupostos argumentativos assumidos pelas análises do grupo de pesquisa Prottexto¹. Essa profícua aproximação com a TAD nos ajuda a empreender este trabalho a partir de três aspectos importantes já mencionados por Macedo (2018) e Cavalcante *et al.* (2020):

1) A TAD considera que a argumentação é inerente ao discurso. Compartilhamos desse ponto de vista, mas salientamos que, para nós, filiados à LT, a argumentação é constitutiva da textualização;

2) Essa teoria propõe que a argumentação deve ser, para além de outros fatores, apreendida no nível do texto, mas ressaltamos que, diferente da TAD, nossa concepção de texto está para além da ligação dos elementos que compõe a superfície textual (o cotexto);

3) A teoria desenvolvida por Ruth Amossy nos possibilita trabalhar com as modalidades argumentativas, tendo em vista que a argumentação é concebida num *continuum*. Para esta investigação, interessa-nos apenas as modalidades patêmica e pedagógica.

Ressaltamos, novamente, que nosso objetivo é investigar o discurso de incitação à ação de modo a explicitar sua ocorrência em perfis de *coaches* financeiros da rede social *Instagram*, a fim de analisar a composição de textos motivacionais/*coaching*, partindo sempre do pressuposto de que a organização do texto é orientada a partir de motivações argumentativas. Desse modo, neste capítulo, discutimos sobre a interface entre a LT e TAD para destacarmos a concepção de argumentação que sustenta nossa análise, e damos ênfase às modalidades patêmica e pedagógica que nos ajudam a compreender os propósitos argumentativos na composição de textos motivacionais/*coaching*.

¹Fundado em 2002, o Grupo Prottexto (Grupo de Pesquisa em Texto, Gênero e Discurso) é uma referência na Linguística Textual brasileira, vinculado à Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB) e liderado pelas pesquisadoras Mariza Angélica Paiva Brito e Suelene Silva Oliveira. Com forte inserção internacional, suas investigações abrangem desde fenômenos como a referenciação e a intertextualidade até a interação humano-máquina em contextos digitais, consolidando parcerias com universidades estrangeiras e contribuindo diretamente para a formação docente e o desenvolvimento de materiais didáticos.

4.1 A interface entre Linguística Textual e Teoria da Argumentação no Discurso

Um dos primeiros aspectos observados na linguagem foi a argumentação, isso se levamos em conta que ela era trabalhada desde a antiguidade grega. Segundo Plantin (2008), os gregos utilizavam a argumentação com o objetivo de persuadir seus povos nas questões que envolviam negociações de terras, bem como questões em torno de problemas políticos e sociais, sendo, portanto, uma arte que dirigia a cidade a partir do compartilhamento de uma fala que respondia à ideia do *logos* como discurso e como razão.

Desde o surgimento dos sofistas, os “mestres na arte de bem falar”, a argumentação tem encontrado terreno em espaços de opiniões conflitantes, embora buscassem o apagamento do que colocava os homens em posições contraditórias, agindo diretamente na multiplicidade de opiniões (Kerferd, 2004). Já na tradição aristotélica, a retórica argumentativa insiste na negociação das diferenças para se chegar a um acordo, trata-se, desse modo, segundo Amossy (2017, p. 19), da “deliberação como gestão racional dos desacordos através da troca verbal”. Nesse sentido, as formas de persuasão se tornam objeto de uma disciplina que busca as condições necessárias para se chegar ao consenso.

O filósofo grego se preocupa com uma retórica que possa possibilitar, por meio da troca verbal, a estruturação e exposição de argumentos que se relacionem de modo direto com as decisões que interferem na vida pública. Assim, para ele, a arte retórica pode ser definida “como a faculdade de observar, em cada caso, o que este encerra de próprio para criar a persuasão” (Aristóteles, 2011, p. 44).

Fruto da *polis*, notamos que a retórica clássica estabelece o manejo da controvérsia em prol de um debate que interfere nas decisões coletivas, garantindo, assim, o funcionamento de uma sociedade democrática a partir da prática da palavra pública. Ou seja, fundamental para o funcionamento democrático, o orador fazia uso da retórica para compartilhar seus pontos de vista com o auditório, a fim de que este compartilhasse de suas convicções, gerando decisões que representassem os interesses da maioria. Nesse sentido, a argumentação retórica se inclinava para uma tentativa de convencer o outro sobre a validade de um ponto de vista em busca do acordo.

O mesmo podemos observar em *O Tratado da argumentação: a Nova Retórica*,

de Chaim Perelman e Lucie Olbrechts-Tyteca, redigido em 1958 e desenvolvido no campo da filosofia do Direito. Essa retomada à obra aristotélica insiste ainda sobre o caráter comunicacional de toda argumentação, levando em conta as “técnicas discursivas que permitem provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses que se lhes apresentam ao assentimento” (Perelman; Olbrechts-Tyteca, 2014, p. 4), da mesma forma como insiste no acordo como o objetivo de toda a palavra em seu uso argumentativo. Desse modo, as duas tendências retóricas têm em comum o fato de considerarem a argumentação sob uma perspectiva da busca pelo consenso nas trocas verbais.

Atualmente, a argumentação já se encontra como um objeto de estudo em análises discursivas. Embora a argumentação tenha sido reconhecida no seio da Análise do Discurso francesa contemporânea por Dominique Maingueneau, é Amossy (2016) que reivindica a incorporação da argumentação retórica nos estudos de análise do discurso, indo além do reconhecimento de que a argumentação é um aspecto fundamental para a coerência discursiva.

Compreende-se, então, a tarefa assumida pela análise dita retórica ou argumentativa: ela estuda as modalidades múltiplas e complexas da ação e da interação linguageiras. Desse modo, ela reivindica seu lugar não somente nas ciências da comunicação, mas também no seio de uma linguística do discurso, compreendida em sentido amplo como um feixe de disciplinas que se propõem a analisar o uso que se faz da linguagem em situações concretas. Mais precisamente, a análise argumentativa apresenta-se como um ramo da Análise do Discurso (AD) na medida em que deseja esclarecer os funcionamentos discursivos, explorando uma fala situada e, pelo menos, parcialmente sujeita a coerções. (Amossy, 2018, p. 11).

A LT mantém uma relação de proximidade com a TAD no que diz respeito à intencionalidade do locutor – um agente que age por meio de uma fala social para exercer influência sobre o outro. É assim que o locutor é concebido pela Nova Retórica, um sujeito estrategista. Porém, de acordo com Macedo (2018), ao contrário da Nova Retórica, a LT entende que o sujeito não tem controle absoluto de seu dizer, pois o sujeito é também atravessado por forças sociais e posicionamentos ideológicos.

Além disso, Cavalcante *et al.* (2020) apontam outro aspecto em comum entre LT e TAD: a busca de interpretação das marcas de negociação dos elementos retóricos nos textos: *logos* (o discurso, a razão), *ethos* (a imagem que o orador projeta de si mesmo em seu discurso) e *pathos* (as emoções que o orador suscita em seu

auditório). Na LT, segundo Macedo (2018), essas marcações são analisadas nas unidades de análise do texto, já que não se pretende analisar o modo como os discursos funcionam, nem as lógicas socioinstitucionais que os orientam, mas tão somente entender o que faz de um texto um texto, como um locutor constrói a coerência e negocia sentidos para influenciar o outro.

Além disso, diferente de Amossy (2006), que entende o texto numa perspectiva que privilegia o verbal e os aspectos pontuais do cotexto, nós nos orientamos numa LT que já ultrapassou o nível das análises interfrásticas. Nesse sentido, consoante Cavalcante (2016, p. 114), o texto é:

[...] uma abstração, um enunciado que tem uma unidade negociada e contextualizada de coerência, além de ter início, meio e fim. Essa unidade de sentidos – objeto de análise da LT – é abstraída das relações dialógicas e dialógicas e define seus limites, como *texto*, quando acontece como evento comunicativo único, irrepetível e conclusivo.

Cavalcante *et al.* (2020) defendem que o locutor age sobre o interlocutor por meio de diversos recursos micro e macrotextuais, sejam eles verbais, imagéticos, tecnológicos etc. Desse modo, ocupamo-nos de entender como os propósitos comunicativos são colocados em textos por meio de estratégias de textualidade em gêneros do discurso convencionalizados em esferas de atividades humanas, numa relação estreita com a perspectiva de Adam (2019) que considera a descrição e interpretação do texto a partir de uma orientação argumentativa.

Reiteramos, pois, o aspecto dialógico e as motivações argumentativas que estimulam as análises da LT para uma visão da textualidade fundada na argumentação, em que o locutor opera seu texto a fim de influenciar o outro. Assim, consoante Cavalcante *et al.* (2020, p. 22):

É na dimensão do texto que a argumentação se evidencia. Se, para Amossy, a argumentação é constitutiva do discurso, penso que, para a Linguística Textual, é na dimensão das relações de textualização que a argumentação se inscreve, em total dependência com as relações de coerência textual. A argumentação é constitutiva do discurso, mas é no texto que ela se expressa.

Portanto, pautamo-nos na ideia de que os critérios analíticos da LT contribuem para a análise argumentativa nos discursos, já que a análise da textualidade descreve e explica as escolhas textuais de um locutor – estrategista e ao mesmo tempo constrangido por forças sociais e ideológicas – que tenta agir sobre o outro através de

seu projeto de dizer. Por isso, nesta pesquisa, assumimos o ponto de vista discursivo defendido pela analista de discurso Ruth Amossy.

A TAD, ramo da Análise do Discurso francesa, é uma teoria centrada na argumentação no interior do discurso, o que faz necessário alguns esclarecimentos sobre a questão do sujeito, aspecto central nas disciplinas discursivas. Sabemos que nas análises de discurso o sujeito não é dono de seu dizer, seja porque recaem sobre ele forças ideológicas e discursivas, seja porque ele está submetido a uma inconsciência que lhe é constitutiva (Mussalim, 2006). Por outro lado, o sujeito retórico tem vontade própria e é concebido, desde a Antiguidade Clássica, em trabalhos como os de Aristóteles, como um sujeito soberano, que utiliza a língua para persuadir outros sujeitos. Na TAD, Amossy (2016) propõe que esse sujeito retórico seja repensado no seio da AD.

Assim, o sujeito da TAD “elabora um projeto persuasivo constrangido por fatores de ordem social que definem a forma genérica e o pertencimento de sua fala a uma significação social dotada de lugares comuns e de argumentos próprios” (Cavalcante *et al.*, 2020, p. 26). Como já destacamos, esse é um ponto de convergência entre LT e TAD, já que aquela considera que o sujeito mobiliza estratégias textuais que atendam a seus propósitos comunicativos, embora não deixe de ser um sujeito atravessado por forças sociais e ideológicas.

Assim, ser estrategista não anula o fato de que o sujeito está determinado por uma fala social. No discurso, o sujeito tenta influenciar o outro através de uma *doxa* (que ele adere inconscientemente) subentendida em seu projeto de dizer. O sujeito só produz sentidos a partir dessa fala situada. Amossy (2005) considera que a *doxa* e a fala social são condições imprescindíveis para que o sujeito possa tentar influenciar o outro. Em suma, o sujeito é livre e ao mesmo tempo coagido.

Na TAD, disciplina com a qual nos aproximamos na definição de argumentação para esta dissertação, Ruth Amossy advoga por uma argumentação que não se limita num processo de levar um auditório a aderir a uma tese. A autora defende a noção de uma argumentação que englobe “todas as modalidades segundo as quais a fala tentar agir no espaço social” (Amossy, 2006, p. 3). Desse modo, a pesquisadora redefine o conceito de argumentação como:

[...] a tentativa de modificar, de reorientar, ou mais simplesmente, de reforçar, pelos recursos da linguagem, a visão das coisas da parte do alocutário. [...] [a] tentativa de fazer aderir não somente a uma tese, mas também a modos de pensar, de ver, de sentir". (Amossy, 2011, p. 130).

Considerando o exposto, a argumentação é concebida em um sentido mais amplo, uma vez que nem sempre o discurso busca apresentar uma tese, um dizer projetado para apresentar um posicionamento declarado do locutor. Há situações em que o discurso busca apenas orientar os modos de pensar, de ver e de sentir dos interlocutores. Para tal concepção, Amossy parte de bases enunciativas e pragmáticas, e, mais especificamente, de uma concepção bakhtiniana de linguagem², e de pesquisas desenvolvidas por Émile Benveniste, no âmbito dos estudos da enunciação, e Catherine Kerbrat-Orecchioni, que desenvolve conceitos no campo da comunicação e análise conversacional.

Com Ruth Amossy, aceitamos a noção de uma argumentação que engloba toda produção enunciativa, e defendemos, com base em Cavalcante *et al.* (2020), que os critérios analíticos da LT contribuem para a análise da argumentação nos discursos, tendo em vista que o locutor age no seu dizer a partir de uma motivação que reflete seus propósitos comunicativos na textualidade. Em outras palavras, a LT elege "como critérios de análise os diversos recursos de que se vale o locutor para tentar persuadir a quem ele projeta como interlocutor e, muitas vezes, como terceiro" (p. 15).

Dessa maneira, ao considerar que a argumentação "não participa somente dos textos que tentam fazer aceitar uma tese bem definida, mas também daqueles que levam a compartilhar um ponto de vista sobre o real, reforçando valores, orientando a reflexão" (Amossy, 2018, p. 46), a TAD destaca dois modos distintos de apreender os modos de organização da argumentatividade no discurso: pela **visada argumentativa** e pela **dimensão argumentativa**.

Assim, na visada argumentativa, o locutor planeja um projeto argumentativo confesso com o claro objetivo de persuadir seus interlocutores. A figura (2) ilustra um gênero com essa organização argumentativa, em que os participantes da troca verbal

² A autora se alinha a uma visão dialógica de linguagem a partir do pensamento de Mikhail Bakhtin e seu círculo, assumindo a noção de responsividade ativa que pontua que enunciar é sempre estabelecer uma relação com um já dito, seja para concordar, para refutar ou para modificar esse já dito.

apresentam opiniões e argumentos sobre um tema político debatido.

Figura (7) – Debate eleitoral entre Jair Bolsonaro e Marina Silva



Fonte: <https://veja.abril.com.br/politica/bolsonaro-decide-que-nao-vai-mais-comparecer-a-debates/>.
Acesso em: 05 de jun. de 2025.

O debate eleitoral é um gênero discursivo em que os candidatos declaram seus pontos de vista acerca de temas de interesse para a sociedade. A ideia fundamental do discurso eleitoral parte do pressuposto de que os interlocutores explicitem posicionamentos a fim de ganhar adeptos e, conseqüentemente, seus votos. A pregação na igreja, a publicidade, o editorial etc. são outros gêneros discursivos com visada argumentativa.

Por outro lado, nos textos com dimensão argumentativa, Ruth Amossy enfatiza que o locutor apresenta seu ponto de vista sem a pretensão de persuadir seus interlocutores. Nesse caso, o locutor exerce influência orientando os modos de pensar do parceiro da interação. Esse modo de organização argumentativa adota a noção bakhtiniana de dialogismo, já que, segundo Bakhtin (2011), todo discurso responde a um já dito.

A argumentatividade aparece, então, como uma consequência do dialogismo inerente ao discurso. Isso é um desvio da retórica clássica, que se ligava apenas aos projetos argumentativos confessos: considera-se aqui que a argumentação atravessa o conjunto dos discursos. (Amossy, 2018, p. 43).

A figura (3) é um exemplo de texto com dimensão argumentativa:

Figura (8) – Tirinha de Mafalda



Fonte: <https://revistagalileu.globo.com/Cultura/noticia/2020/09/7-tirinhas-de-mafalda-para-refletir-sobre-os-tempos-atuais.html>. Acesso em: 05/06/2025.

Na figura (3), notamos que o texto estabelece uma crítica ao campo de atuação política, isso se evidencia pela relação que Mafalda estabelece entre a noção de “palavrão” (palavras grosseiras, obscenas) e o campo de atuação política. Assim, o autor da tirinha orienta os modos de pensar de seus leitores partindo de uma *doxa* amplamente conhecida no contexto brasileiro e em diversos outros países: a conduta dos políticos nos leva a crer que a política é uma esfera de atividade humana suja, horrenda, chegando ao ponto de se tornar um tabu, em que a mera verbalização do nome “política” deve ser evitada para não ofender as pessoas, tendo em vista o desconforto de Mafalda. Além da tirinha, o romance e a notícia, por exemplo, são gêneros que comportam uma dimensão argumentativa.

A partir dessa distinção entre visada e dimensão argumentativa, A TAD defende uma concepção modular da argumentação. Na próxima sessão deste capítulo, discutimos sobre o *continuum* da argumentação e as modalidades argumentativas que daí emergem, com ênfase nas modalidades patêmica e pedagógica que embasam a análise que aqui propomos nesta pesquisa.

3.1.1 As modalidades argumentativas: patêmica e pedagógica

Para operacionalizar o estudo do funcionamento discursivo da argumentação, Ruth Amossy (2008) propõe a noção de modalidade argumentativa. Isso é consequência da distinção entre os dois modos de organização argumentativa nos discursos (visada e dimensão), o que faz com que a argumentação seja percebida em um *continuum*, que, por sua vez se apresenta em modalidades argumentativas. Tendo como base essa concepção modular, a autora defende que as modalidades argumentativas são “tipos de trocas argumentativas que, atravessando os gêneros do discurso, modelam a forma como a argumentação funciona tanto num quadro dialogal quanto num dialógico” (Amossy, 2008, p. 232).

A oposição problemática do argumentativo e do não argumentativo é substituída, então, pela concepção de um *continuum* que apresenta modalidades argumentativas diversas, de tal modo que a argumentação pode revestir-se de aspectos variados.. (Amossy, 2018, p. 43).

Amossy (2008) faz a descrição de seis possíveis modalidades, sugerindo que o *continuum* é aberto para diversas práticas languageiras que manifestam diferentes modos de organização da argumentatividade no discurso. Para tal concepção, a autora defende as modalidades argumentativas como “estruturas verbais de troca/interação argumentativas” caracterizadas pelos seguintes parâmetros:

Quadro (1) – Parâmetros das modalidades argumentativas

PARÂMETROS	
Parâmetro A	Os papéis desempenhados pelos participantes no dispositivo enunciativo (parceiros, adversários).
Parâmetro B	A maneira pela qual ocorre a tentativa de persuasão (apaixonada, racional, colaborativa, instrutiva).
Parâmetro C	O modo como o interlocutor é concebido (ser de razão e/ou de sentimento, aluno ou discípulo, cúmplice ou rival etc.).

Fonte: Amossy (2008).

Com base nesses parâmetros, destacamos abaixo a classificação das seis modalidades apontadas por Amossy (2008). No entanto, ressaltamos que nossa atenção recai especialmente nas modalidades patêmica e pedagógica, o que significa que as ilustramos com exemplos nesta etapa teórica da dissertação.

- a. Modalidade demonstrativa:** Diz respeito à própria argumentação retórica, por isso é confundida com a própria argumentação, pois nela o locutor busca a adesão do interlocutor a uma tese, pautado em uma demonstração racional que lança mão de argumentos. A redação escolar e o discurso parlamentar, por exemplo, são gêneros que privilegiam essa modalidade.
- b. Modalidade de coconstrução:** Possibilita que os participantes de uma interação levantem um problema e, coletivamente, coconstruam respostas para solucionar tal problema. Os gêneros como a reunião profissional e a conversa familiar ilustram essa modalidade argumentativa.
- c. Modalidade negociada:** Apresenta um tipo de interação em que os participantes, apesar de ocuparem posições conflitantes, buscam, coletivamente, o consenso que solucione a questão que os coloca em posições divergentes. As negociações comerciais e as trocas diplomáticas são gêneros que fazem parte dessa modalidade argumentativa.
- d. Modalidade polêmica:** Os participantes da interação ocupam posições profundamente antagônicas, em que há o ataque mútuo às teses adversárias e a desqualificação do outro no embate verbal, pois não se argumenta para persuadir o adversário, mas para obter a adesão do auditório. As controvérsias forjadas pelas mídias contemporâneas, como no gênero debate midiático que confrontam adversários políticos, ilustram essa modalidade.
- e. Modalidade patêmica (ou patética):** O locutor apela aos sentimentos do auditório para garantir sua adesão a um determinado ponto de vista. A campanha, como podemos observar na figura (4), é um exemplo que manifesta esse tipo de modalidade argumentativa.

Figura (9) – Campanha de adoção



Fonte: <https://www.defensoria.ba.def.br/defensoria-lanca-folder-com-orientacoes-para-a-adocao-de-criancas-e-adolescentes/>. Acesso em: 06 de jun. de 2025.

Para conscientizar e induzir as pessoas a adotarem crianças e adolescentes, a Defensoria Pública do Estado da Bahia realiza uma campanha que enfatiza o valor sentimental da família: o amor, que é o laço afetivo mais forte que une as pessoas. Assim, adotar é um ato de amor porque constrói uma família. Além da campanha, o discurso lírico pode ser tomado como outro exemplo que abrange essa modalidade argumentativa.

f. Modalidade pedagógica: O locutor (ou uma instância de locução) ocupa um *status* superior em relação ao outro, pois está autorizado a dizer o que diz, como o detentor de um saber que merece credibilidade. Isso é o que podemos perceber em um tutorial de maquiagem (figura 5), por exemplo.

Figura (10) – Tutorial de maquiagem para iniciantes



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=pp68RJNStZM>. Acesso em: 06 de jun. de 2025.

A youtuber Thassyane Miranda ensina milhares de pessoas a usarem diferentes tipos de maquiagem em vídeos publicados em seu canal oficial no YouTube. A maquiadora profissional ocupa esse lugar de “professora” e os internautas que acompanham seus tutoriais ocupam o lugar de “aprendiz”. Por isso, há uma predominância da modalidade argumentativa pedagógica nos textos produzidos por Miranda, tendo em vista que ela detém um saber que é compartilhado com outras pessoas. A literatura infantil e o livro escolar, por exemplo, também privilegiam essa modalidade.

Diante do exposto, reiteramos que a noção de argumentação da TAD é essencial para a realização desta pesquisa de abordagem textual, principalmente no que concerne à concepção modular da argumentação que nos possibilita analisar textualmente as modalidades patêmica e pedagógica, já que buscamos investigar os textos de incitação à ação de modo a explicitar sua ocorrência em perfis de *coaches* financeiros da rede social *Instagram*, a fim de analisar a composição de textos motivacionais/*coaching*, partindo sempre do pressuposto de que a organização do texto é orientada a partir de motivações argumentativas.

Estabelecidas as bases da TAD e compreendidas as modalidades que sustentam a relação entre locutor e auditório, entendemos que o arcabouço

construído até este ponto oferece a sustentação necessária para a análise das estratégias argumentativas nos textos de incitação à ação. Assim, o capítulo seguinte descreverá o percurso metodológico adotado, detalhando a constituição do *corpus*, os critérios de seleção e os procedimentos analíticos que permitirão observar, na prática, o funcionamento das categorias teóricas discutidas anteriormente.

5 METODOLOGIA

Neste capítulo, apresentamos o percurso metodológico desta pesquisa, detalhando a caracterização da investigação, a definição do *corpus*, os procedimentos de coleta e de análise de dados. Ao realizar esta análise, buscamos contribuir para a compreensão dos textos de incitação à ação em perfis de *coaches* financeiros no ecossistema digital *Instagram*, considerando as dimensões linguísticas e argumentativas que sustentam essas práticas discursivas no ambiente on-line.

5.1 Natureza e abordagem da pesquisa

Esta investigação apresenta-se como pesquisa de natureza básica, uma vez que visa ampliar o conhecimento teórico sobre os textos de incitação à ação em perfis de *coaches* financeiros no *Instagram*, sem preocupação imediata com aplicação prática direta. Adota-se uma abordagem qualitativa, que foca na descrição detalhada e na interpretação dos dados textuais.

Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa explicativa, pois busca não apenas descrever o fenômeno, mas compreender as relações causais e as estratégias argumentativas subjacentes. O método é indutivo, na medida em que as hipóteses sobre as regularidades linguísticas e argumentativas emergem do exame atento do *corpus*, sem imposição prévia de categorias rígidas (Ghardt & Tolfo, 2009).

5.2 Seleção e composição do *corpus*

Para delinear o *corpus*, foram escolhidos dois perfis públicos de *coaches* financeiros no *Instagram* (@nathfinanças e @thiago.nigro) com base em critérios de relevância, engajamento e pelo contraste discursivo que ambos exercem no nicho de finanças do *Instagram* brasileiro.

Thiago Nigro é um dos maiores influenciadores de finanças do mundo, com uma audiência superior a 10 milhões de seguidores. Sua trajetória como autor de *best-sellers* (como "Do Mil ao Milhão") e CEO do Grupo Primo confere-lhe uma autoridade consolidada no mercado editorial e empresarial. Sua presença midiática, ampliada por sua inserção em círculos de celebridades, permite analisar como o discurso do *coaching* financeiro se hibridiza com o entretenimento e o estilo de vida.

Por outro lado, a escolha de Nath Finanças justifica-se por sua atuação pautada na educação financeira com viés social e técnico. Apesar de possuir um número quantitativamente menor de seguidores em relação a Nigro, Nathália detém um capital simbólico elevado, legitimado por prêmios de prestígio (Prêmio CLAUDIA 2025, Prêmio Nise da Silveira e o reconhecimento internacional da ONU/MIPAD como uma das afrodescendentes mais influentes do mundo). Sua formação acadêmica pela FGV e sua atuação como colunista no Grupo Globo e autora da Editora Intrínseca oferecem um contraponto pedagógico focado na transformação social e no combate ao racismo estrutural através das finanças.

Em cada perfil, foram selecionadas três publicações que contém elementos de incitação à ação (orientações, conselhos, recomendações). Ao final, o *corpus* é composto por seis textos – três por perfil – que representam diversidade de assuntos relacionados a questões financeiras (investimentos, economia doméstica, empreendedorismo financeiro) e formatos (legenda, carrossel, *prints* da rede social X, e *story* transcrito).

5.3 Coleta de dados

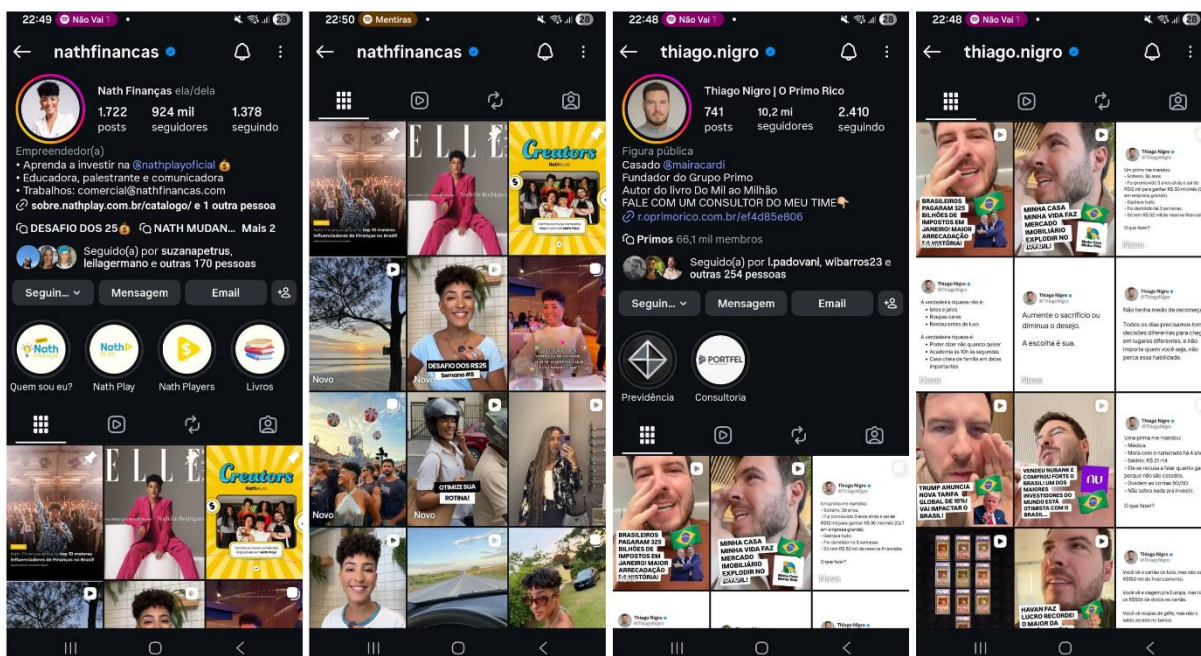
Como técnica de coleta de dados, utilizamos a documentação indireta, entendida como a seleção de materiais previamente publicados e acessíveis em plataformas digitais. Considerando a natureza do nosso objeto (os textos de incitação à ação em gêneros digitais de aconselhamento financeiro) selecionamos publicações de dois perfis públicos no *Instagram*: o da educadora financeira Nathália Rodrigues, conhecida como Nath Finanças, e o do influenciador e investidor Thiago Nigro, conhecido como Primo Rico. Ambos os perfis possuem grande alcance e se inserem no universo da educação financeira digital, mas mobilizam estratégias discursivas distintas, o que possibilita uma análise comparativa.

Todas as publicações foram armazenadas em capturas de tela (*printscreen* e gravação de tela), garantindo o máximo possível de fidelidade ao original.

A seguir explanaremos como se apresentam os perfis de Nath Finanças e Primo Rico na rede social *Instagram*. Interessa-nos observar, de modo panorâmico e descritivo, a organização visual e temática das publicações mais recentes exibidas no

feed. Trata-se de um recorte pontual, baseado em um *print* das últimas postagens, o que permitirá a compreensão dos critérios de seleção do *corpus* e trará à tona o modo como as publicações analisadas foram escolhidas.

Figura (11) – Os perfis de Nath Finanças e Primo Rico



Fonte: <https://www.instagram.com> Acesso em: 24 de fev. de 2026.

A análise da organização visual e do fluxo de postagens nos perfis de Nath Finanças e Thiago Nigro foi etapa fundamental para a delimitação do material de pesquisa. No perfil de Nath Finanças, observa-se um feed marcadamente orgânico, que integra de forma fluida a vida pessoal à trajetória profissional. Essa configuração oferece uma liberdade maior na seleção de dados, uma vez que a influenciadora explora diversos formatos nativos da plataforma, como carrosséis educativos, fotografias de eventos, vídeos, registros de rotina e capas de revistas.

Em contrapartida, o perfil de Thiago Nigro apresenta uma estrutura mais rígida e padronizada, o que impõe certas delimitações na coleta. A produção de conteúdo do influenciador concentra-se em dois eixos principais: a republicação de textos curtos em formato de imagem (capturas de tela do X/Twitter) e a postagem de vídeos analíticos. Nos vídeos, Nigro foca predominantemente em oferecer panoramas econômicos e explicar notícias do cenário nacional e internacional, sem necessariamente apresentar conselhos ou orientações diretas em todas as falas.

Devido a essa característica, a seleção de postagens em seu perfil centrou-se nos registros textuais onde a oferta de diretrizes financeiras é mais explícita e recorrente.

Assim, a escolha dos posts não foi aleatória, mas condicionada pelas possibilidades de entrega de cada perfil, garantindo que o material selecionado fosse o mais representativo da atuação de cada influenciador.

5.4 Procedimentos de análise

Após a leitura e sistematização do referencial teórico, os dados foram analisados conforme os seguintes procedimentos:

- 1. Contextualização da produção e circulação dos textos digitais:**
Inicialmente, situamos os dois perfis dentro do ecossistema digital em que atuam, observando as dinâmicas de interação e circulação de textos nesse ecossistema. A análise levou em conta os recursos utilizados (como carrosséis e diferentes formatos) e o modo como esses textos se configuram como discursos de incitação à ação, nos termos de Jean-Michel Adam (2019).
- 2. Classificação das modalidades argumentativas em Amossy (2018):**
A partir das categorias de Ruth Amossy (2018), foram identificadas as modalidades **pedagógica** (em que o locutor se coloca como alguém que ensina e orienta) e **patêmica** (em que há apelo emocional e empático com o interlocutor), com diferentes predominâncias em cada perfil. A análise desses modos de argumentar permitiu compreender os efeitos de sentido que constroem relações de poder, empatia ou distância entre locutor e público.
- 3. Análise das características linguísticas apontadas por Adam (2019):**
A terceira etapa consistiu na identificação das características linguísticas e estruturais que configuram os textos como parte de um discurso de incitação à ação. Observamos os 6 aspectos:

- (C1): características enunciativas;
- (C2): contrato de verdade e premissa de sucesso;
- (C3): léxico especializado;
- (C4): representação de ações e força ilocutória;
- (C5): marcas de conexão;
- (C6) macrossegmentação tipográfica.

Essa etapa nos permitiu, além de atestar a categorização em que esses textos se inserem, verificar de que modo essas características acabam contribuindo também para a argumentação presente neste tipo de texto.

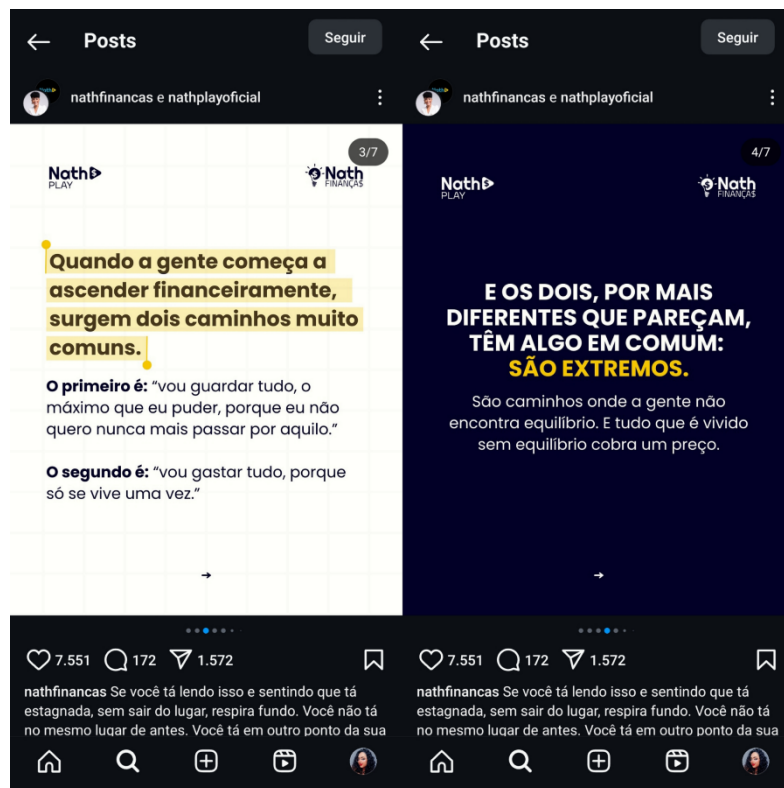
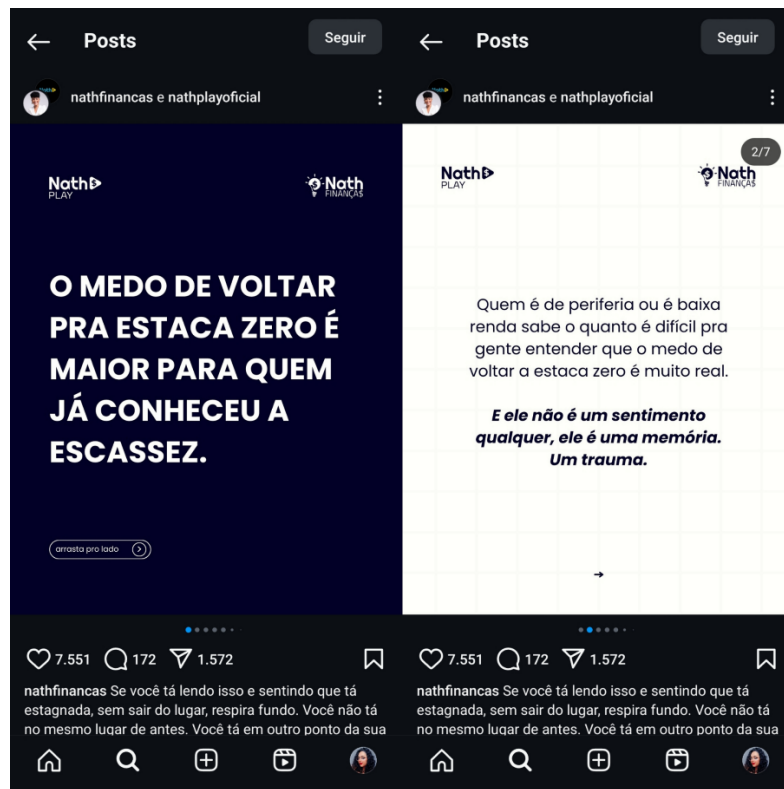
Para além dos procedimentos citados, operacionalmente, nossa análise foi estruturada em três blocos comparativos, totalizando o exame dos seis textos (três de cada perfil selecionado). Para viabilizar uma análise contrastiva, a composição desses blocos orientou-se pela escolha de postagens com temas afins. Essa estratégia metodológica permitiu observar como cada influenciador mobiliza recursos linguísticos e argumentativos distintos diante de tópicos financeiros semelhantes, evidenciando as particularidades de suas abordagens.

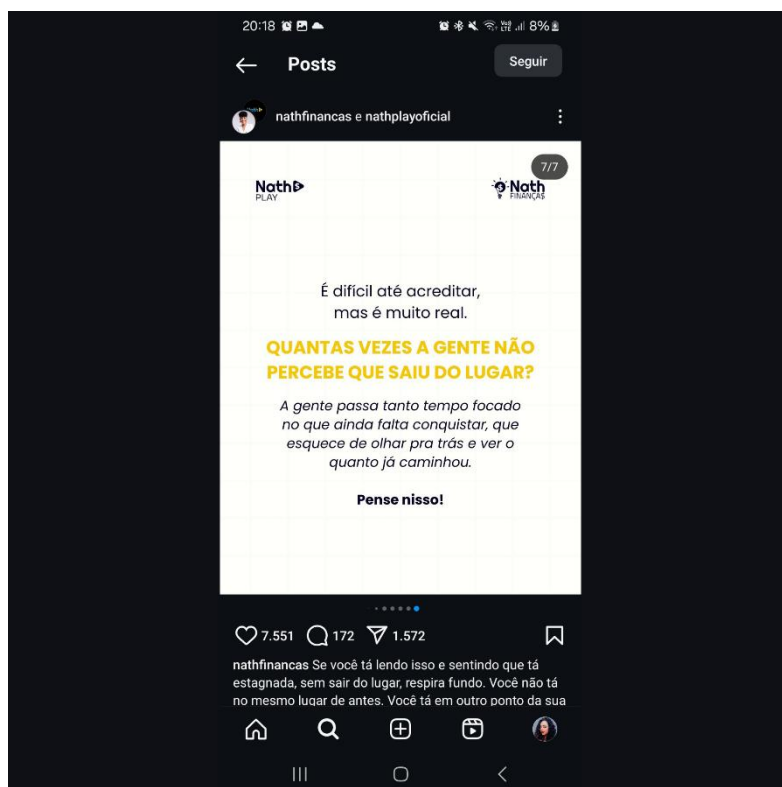
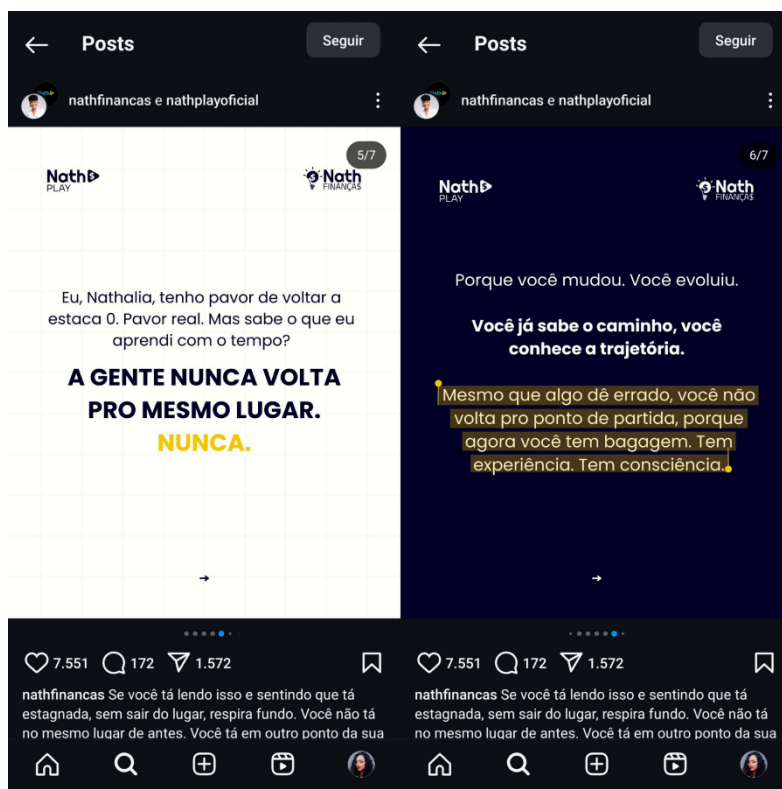
Por fim, todas essas escolhas nos permitiram examinar como diferentes vozes da educação financeira on-line mobilizam o discurso de incitação à ação para orientar comportamentos e valores associados ao dinheiro, ao sucesso e à superação pessoal.

5.5 Análise dos dados

O primeiro exemplo que escolhemos analisar se trata de um carrossel (série de imagens contidas em uma única publicação em sequência) e traz à tona uma questão que pode ser um dos maiores receios de quem veio da pobreza: o medo de voltar à estaca zero. No carrossel é possível fazer a leitura de textos através do gesto de “passar a página”, como se o leitor estivesse folheando uma revista. A seguir, a sequência de imagens que aparecem em um carrossel do perfil Nath Finanças, publicado em 11 de abril de 2025.

Texto (1) – Carrossel sobre o medo de voltar pra estaca zero





Fonte: *Instagram*. <https://acesse.one/8AKks>. Acesso em 6 de jun de 2025.

As imagens capturadas apresentam uma sequência de partes de um texto, visualizadas dentro de um perfil no *Instagram*. O contexto de navegação indica que o

usuário está inserido no ambiente de um perfil específico (no caso, o perfil da influencer Nath Finanças), onde se observa a confluência de elementos gráficos, textuais e interativos que caracterizam a experiência tecnotextual conforme delineada por Paveau (2021).

No topo da tela, estão os elementos fixos da interface do aplicativo: nome do perfil, foto de exibição, botão de seguir (ou seguindo), ícones de compartilhamento e menu de opções. Esses recursos configuram um ambiente que favorece tanto o consumo de conteúdo quanto uma navegação personalizada. No perfil, há a presença do nome de usuário (precedido por “@”) e da bio (biografia), que pode conter *hashtags*, *emojis*, marcadores identitários e *links* clicáveis, reforçando assim o que Paveau (2021, p. 58) conceitua como **composição**, uma vez que “esse tipo de constituição tecnolinguageira é desenvolvida por um hibridismo semiótico”, unindo o código verbal às propriedades técnicas da plataforma.

A publicação exibida ocupa o centro da tela e é composta por uma imagem ou vídeo acompanhada de uma legenda textual. Abaixo da imagem, encontram-se os ícones que permitem interação direta com o conteúdo: curtir, comentar, compartilhar (por mensagem privada) e salvar. Esses recursos estendem a circulação do enunciado e exemplificam o que Paveau chama de **aumento**, já que as postagens podem ser prolongadas no tempo e no alcance por meio das interações do público.

A legenda da publicação, por sua vez, pode incluir uma combinação de linguagem verbal, *emojis*, *hashtags*, menções a outros perfis (no exemplo há a marcação de um outro perfil que corresponde à empresa da usuária) e *links* externos. O uso de *hashtags* e marcações permite que o conteúdo seja indexado, favorecendo sua visibilidade fora do círculo imediato de seguidores. Trata-se da **investigabilidade** da mídia: os conteúdos são recuperáveis por meio de palavras-chave e do funcionamento algorítmico da plataforma, o que insere o discurso em um campo de busca e rastreabilidade constante.

É importante observar que, ao estarmos dentro de um perfil e não apenas no *feed* geral, temos acesso a uma estrutura organizada em abas, como: grade de publicações, *reels*, vídeos longos e marcações feitas por outros usuários. Essa estrutura de navegação não linear permite que o leitor percorra múltiplos caminhos

enunciativos a partir de um ponto de entrada qualquer, uma manifestação da **deslinearização**, segundo Paveau (2021).

Outro aspecto relevante é a presença de *links* externos, geralmente localizados na bio do perfil ou na legenda (quando ativáveis), que conduzem o leitor a outras plataformas, como *WhatsApp*, páginas de vendas ou canais do *YouTube*. Isso reforça a descontinuidade textual típica do tecnotexto e evidencia a integração entre linguagens, redes e espaços discursivos distintos, contribuindo para a **relacionalidade** do ambiente digital.

Ainda que o print mostre um recorte fixo, a experiência de navegação no *Instagram* é caracterizada por uma **imprevisibilidade** constante: o que aparece na tela depende do algoritmo, das interações anteriores e da performance da conta analisada. Os enunciados se atualizam, os comentários se multiplicam, e o engajamento modifica a visibilidade da publicação, aspectos que comprovam a natureza instável e dinâmica do discurso em rede.

Para além das características tecnotextuais, já na primeira página do carrossel em questão, observamos a presença de um enunciado de forte carga afetiva: “*o medo de voltar para a estaca zero é maior para quem já conheceu a escassez*” (p.1). Essa estratégia confirma a natureza da **patemização**, na qual “uma tese e um ponto de vista são apresentados no discurso mono gerado ou num diálogo de modo a tocar o auditório para obter sua adesão” (AMOSSY, 2018, p. 233), utilizando o medo da escassez como ponto de contato afetivo.

Na página seguinte, a patemização se intensifica com a evocação de termos como “*trauma*”, “*memória*” e “*medo*”, que reforçam a carga afetiva do discurso. A frase “*E ele não é um sentimento qualquer, ele é uma memória. Um trauma*” (em negrito, no final da página) explicita a estratégia de ancoragem em experiências dolorosas compartilhadas, típica da argumentação patêmica (p.2). Aqui, o enunciador não apenas descreve um sentimento, mas o vincula a uma história de sofrimento, ampliando a identificação com o público.

Logo em seguida, aparece a oposição entre os afetos mobilizados: de um lado, o medo (“*não quero nunca mais passar por aquilo*”), associado à escassez; de outro, o desejo (“*só se vive uma vez*”), ligado ao prazer imediato. Essa dualidade emocional

é central para a argumentação, pois prepara o terreno para a proposta de equilíbrio que virá nas páginas seguintes (p.3). Depois a expressão *“tudo que é vivido sem equilíbrio cobra um preço”* (p.4) retoma evoca sentimentos através da ameaça de consequências, reforçando o apelo emocional por meio de uma linguagem que mistura alerta e reflexão.

Na quinta página há uma confissão pessoal da enunciadora: *“Eu, Nathalia, tenho pavor de voltar à estaca 0. Pavor real.”*. O uso de termos como *“pavor”* e *“estaca zero”* (agora em primeira pessoa) aprofunda a conexão emocional, enquanto a afirmação *“A GENTE NUNCA VOLTA PRO MESMO LUGAR”* (com *“NUNCA”* em amarelo) opera uma resignificação do medo, transformando-o em motivação (p.5). Já na sexta há uma ênfase à superação (*“você mudou. Você evoluiu”*), mas com um tom de consolo, ao sugerir que a bagagem adquirida impede o retrocesso total. A repetição de *“tem experiência. tem consciência”* (em amarelo) reforça a segurança emocional oferecida ao leitor, fechando o ciclo do trauma mencionado na segunda página (p.6).

Por fim, na sétima página, a pergunta *“QUANTAS VEZES A GENTE NÃO PERCEBE QUE SAIU DO LUGAR?”* (em caixa alta e amarelo) convida a uma reflexão que mistura autorreconhecimento e afeto, enquanto a conclusão *“pense nisso!”*, que é uma frase muito comum em textos que convocam à reflexão, reforça o chamado à ação ancorado na emoção (p.7).

A modalidade **pedagógica** também é um elemento recorrente na análise do carrossel, aparecendo em diversos momentos para guiar o leitor e transmitir ensinamentos. Na terceira página, por exemplo, o enunciador propõe um tipo de categorização didática da realidade (duas reações comuns diante da ascensão financeira), estabelecendo uma espécie de miniaula sobre comportamentos econômicos (p. 3). Essa estrutura dual reforça o papel do enunciador como alguém que orienta o interlocutor. Já na quarta página, a modalidade pedagógica se manifesta na tentativa de transmitir um ensinamento ou regra de conduta (*“evite os extremos, busque o equilíbrio”*) (p. 4), combinando-se com traços da modalidade patêmica ao alertar sobre as consequências dos extremos.

Na quinta página, ao transformar uma experiência pessoal em um ensinamento coletivo, o texto retoma a modalidade pedagógica, na qual a enunciadora se posiciona como alguém que aprendeu com a vida e agora repassa esse aprendizado ao

interlocutor (p. 5). A sexta página reitera essa presença, com a repetição de argumentos sobre “*bagagem*” e “*experiência*”, sinalizando uma modalidade pedagógica em que a autora se posiciona como alguém que ensina uma lição de vida baseada em seu próprio percurso, e interpela o leitor como aprendiz (p. 6). Por fim, na sétima página, a frase final “*pense nisso*” traz traços da modalidade pedagógica ao sugerir uma tarefa interpretativa ao leitor: refletir, reavaliar, reaprender a perceber sua própria evolução (p. 7).

Quanto às características linguísticas apontadas por Adam (2019), a presença ou apagamento do enunciador varia ao longo do carrossel, influenciando diretamente a relação com o leitor. Na primeira página, há um **apagamento** parcial do enunciador (C1), já que não há indícios diretos de quem fala (p. 1), mas o *ethos* implícito do perfil autoral permite que o público infira a autoria, algo já previsto por Adam (2019, p.275), quando diz que “o locutor [...], os indicadores de situação de enunciação são também apagados. Constituem uma exceção as assinaturas”, ou nesse caso, a identificação do autor do texto de outra maneira.

Na segunda página, no entanto, essa neutralidade é desfeita pela presença do uso da primeira pessoa do plural em “*a gente*” e a construção “*quem é de periferia ou baixa renda sabe...*” marca a não neutralidade enunciativa (C1) (p. 2), indicando um locutor que se insere no grupo de interlocutores. Na quarta página, a presença do enunciador é mantida pelo uso da primeira pessoa do plural (“*a gente*”), o que mantém a ideia de identificação coletiva e de alguém que compartilha a experiência com o público (p. 4).

A quinta página marca a entrada explícita da enunciatória: “*Eu, Nathalia, tenho pavor de voltar à estaca 0. Pavor real. Mas sabe o que eu aprendi com o tempo?*”. Esse movimento marca diretamente a **não neutralidade enunciativa** (C1), já que a autora não apenas se assume como enunciatória, mas também como alguém que compartilha uma experiência pessoal (p. 5). Na sexta página, mesmo com o uso do pronome “você”, não há “apagamento do enunciador (C1): embora o uso do pronome “você” oculte momentaneamente o “eu”, o texto continua inserido dentro de um carrossel autorreferenciado, que dá sequência à fala pessoal iniciada na página anterior (p. 6). Por fim, na sétima página, o enunciador retoma a postura de conselheiro (p. 7) com a frase “*pense nisso!*”, consolidando sua presença como guia.

O **contrato de verdade** (C2) é estabelecido de diferentes maneiras ao longo do carrossel, buscando a adesão do leitor à premissa do discurso. Na primeira página, ele é firmado implicitamente por meio da generalização da experiência: a frase carrega um valor de verdade, com o qual o leitor tende a concordar a partir de sua própria vivência (p. 1). A segunda página constrói esse contrato de forma mais afetiva, onde a construção afetiva do argumento, que antecede a incitação propriamente dita (p. 2) prepara o terreno para a adesão. Na quarta página, o contrato de verdade é reforçado aqui pela forma assertiva e pela generalização das consequências: “*tudo que é vivido sem equilíbrio cobra um preço.*” (p. 4), apresentando uma máxima universal. A quinta página fortalece o contrato de verdade, pois a enunciação de um sentimento íntimo e subjetivo (o “*pavor real*” de voltar à estaca zero) é apresentada como ponto de partida para um aprendizado (p. 5).

Por sua vez, na sexta página, o texto “se ancora na ideia de que a experiência adquirida torna impossível o retorno ao “*ponto de partida*” (p. 6), validando o medo e oferecendo uma saída simbólica para ele. Finalmente, na sétima página, a pergunta retórica “*QUANTAS VEZES A GENTE NÃO PERCEBE QUE SAIU DO LUGAR?*” atua como um operador argumentativo que propõe implicitamente que o leitor já avançou, mesmo que não tenha notado, e precisa reconhecer isso (p. 7), firmando uma verdade sobre o progresso pessoal.

O **léxico** empregado no carrossel é cuidadosamente selecionado para evocar emoções e situar o campo semântico do discurso. Na primeira página, a página mobiliza termos fortemente associados à precariedade e superação: “*estaca zero*”, “*medo*”, “*escassez*” (p. 1), acionando uma carga emocional. Na segunda, o “campo semântico se alinha a um léxico da escassez e da vulnerabilidade (C3), presente nas expressões “*baixa renda*”, “*voltar à estaca zero*”, “*medo*”, “*memória*” “*trauma*” (p. 2), palavras que carregam forte carga afetiva.

A terceira página apresenta um léxico voltado à área econômica e ao comportamento financeiro (C3), e essa seleção vocabular não é aleatória; ela delimita o campo de atuação do locutor, pois, segundo Adam (2019, p. 277), “a cada gênero corresponde um léxico próprio de um domínio de especialidade”, o que neste caso confere autoridade técnica ao discurso de educação financeira, com expressões como “*ascender financeiramente*”, “*guardar tudo*”, “*gastar tudo*”, “*passar por aquilo*”, e “*só*

se vive uma vez" (p. 3). Na quarta página, o léxico se organiza em torno de termos como "extremos", "equilíbrio" e "preço", todos de forte valor simbólico e emocional (p. 4). A quinta página continua explorando termos de valor emocional e simbólico, com destaque para a oposição entre "voltar" e "nunca" (p. 5).

Na sexta página, a presença de expressões como "você já sabe o caminho", "conhece a trajetória" e "tem bagagem. Tem experiência. tem consciência" revela o uso de um léxico de crescimento e conhecimento (C3)" (p. 6). Por fim, na sétima página, o léxico inclui termos que sugerem uma reavaliação da autopercepção de progresso, como "focado no que ainda falta conquistar" e "olhar para trás e ver o quanto já caminhou" (p. 7).

A **força ilocutória** e a presença de **verbos de ação** evoluem ao longo do carrossel, de um tom mais informativo para um mais diretivo. Na primeira página, não há ainda a presença de verbos de ação fortes ou instruções diretas (C4) (p. 1), pois cumpre a função de título. Na segunda página, a força ilocutória não aparece por meio de verbos imperativos, mas sim por construções que visam sensibilizar e preparar o terreno para as páginas seguintes (p. 2).

A terceira página expõe dois comportamentos contrastantes que funcionam como alternativas de conduta: guardar ou gastar" (p. 3), que, embora não imperativos, apontam para atitudes que o leitor pode adotar. Na quarta página, a força ilocutória (C4) está presente na forma de advertência. O tom usado é instrucional e avaliativo (p. 4). A quinta página apresenta a afirmação "A GENTE NUNCA VOLTA PRO MESMO LUGAR", que, apesar de não estar no modo imperativo, o conteúdo tem valor diretivo e mobilizador (p. 5).

Na sexta página, a estrutura frasal é caracterizada pela "abundância de predicados representando ações temporais sucessivas e atualizadas verbalmente" (ADAM, 2019, p. 277), orientando o comportamento do interlocutor e demonstrando sua transformação (C4): "mudou", "evoluiu", "sabe", "conhece", "tem" (p. 6), que, mesmo não sendo imperativos, atribuem competências e sugerem continuidade. Por fim, na sétima página, a frase final "pense nisso!" funciona como uma conclusão imperativa de ordem injuntiva (p. 7), um chamado direto à ação reflexiva.

Os **marcadores conectivos e a organização textual** são cruciais para a fluidez e coesão do carrossel. Na primeira página, o marcador “*arrasta pro lado*”, acompanhado de uma seta, funciona como elemento que organiza a navegação e estrutura o conteúdo sequencial (p. 1). Na segunda página, não há marcadores conectivos expressivos nesta página (C5), mas a progressão temática e a disposição visual do texto [...] contribuem para a segmentação visual e argumentativa (p. 2).

Na terceira página, as expressões “*o primeiro é*” e “*o segundo é*” funcionam como operadores de coesão e guias interpretativos, auxiliando o leitor a acompanhar o raciocínio (p. 3). Na quarta página, destacam-se expressões como “*por mais diferentes que pareçam*” e “*e tudo que é vivido...*”, que promovem a coesão argumentativa entre esta página e as anteriores” (p. 4). A quinta página utiliza o uso de “*mas*” introduz a contraposição ao medo inicial, sinalizando a transição para um aprendizado positivo (p. 5). Na sexta página, a conjunção “*porque*” no início do trecho estabelece uma relação causal direta com a página anterior (p. 6).

E na sétima página, o contraste entre “*focado no que ainda falta*” e “*esquece de olhar para trás*” estrutura uma argumentação baseada na oposição entre futuro e passado, falta e conquista (p. 7), fornecendo uma explicação causal para a pergunta anterior.

A **formatação** (C6) é um elemento visual e estratégico que contribui para a construção de sentido no carrossel. Na primeira página, a tipografia em caixa alta e branca sobre fundo azul escuro chama atenção e confere destaque (p. 1). Na segunda página, o fundo branco com padrão quadriculado remete visualmente a um *planner* ou caderno (p. 2), e o destaque em negrito para os termos finais serve como reforço visual.

A terceira página usa letras maiores com marca-texto amarelo destacam o trecho “*quando a gente começa a ascender financeiramente, surgem dois caminhos muito comuns*” (p. 3), trazendo uma estética de ênfase. Na quarta página, o uso da cor amarela em “**SÃO EXTREMOS**” atua como marcador tipográfico que orienta a leitura e valoriza esse trecho (p. 4). A quinta página combina elementos visuais e verbais, com o uso do amarelo em “**NUNCA**” destaca o núcleo da afirmação, ampliando o efeito de certeza e segurança (p. 5).

Na sexta página, a cor amarela em fundo marca-texto destaca visualmente a última parte do texto (p. 6), funcionando como uma conclusão parcial. Finalmente, na sétima página, a escolha da cor e do destaque gráfico (em letras amarelas e em caixa alta) dá ênfase ao ponto de virada da reflexão (p. 7).

O segundo texto é uma postagem de 31 de maio de 2025 e foi selecionado do perfil do influenciador Thiago Nigro, conhecido popularmente como Primo Rico. O texto trata, ainda que de forma mais sutil, sobre a mesma questão do exemplo anterior (o medo de voltar à estaca zero).

Texto (2) – Não corte o cafezinho



Fonte: *Instagram*. <https://acesse.one/S6KMi>. Acesso em 7 de jun de 2025.

O *print* traz uma publicação comum no perfil do Primo Rico. Frequentemente o autor captura a tela das publicações dele no ecossistema X (antigo *Twitter*) e posta no *Instagram* sem acrescentar outros recursos ao texto. Essa transição de conteúdos entre diferentes plataformas evidencia, para além da **composição**, a possibilidade de **investigabilidade** da mídia, uma vez que os enunciados digitais, conforme pontua

Paveau (2021, p. 59), "são, portanto, investigáveis, ou seja, localizáveis e coletáveis", permitindo que o texto circule e seja recuperado em diferentes contextos tecnotextuais.

Podemos perceber logo de cara que a modalidade pedagógica é central neste texto, atuando como um conselho financeiro direto. A instrução "*Sua energia deve estar em ganhar mais, trabalhar com paixão e investir sempre que puder*" é um guia explícito para o leitor, enquanto a oposição entre "*pequenos prazeres*" e "*investir*", culminando em "*mas investir é o que garante que seus dias leves durem para sempre*", estabelece uma lógica de causa e efeito e uma hierarquia de valores que visa educar sobre a importância do investimento a longo prazo. Além disso, a quebra da crença popular de economizar em tudo, ao sugerir "*Não corte o cafezinho*", também funciona como um ensinamento que propõe uma nova perspectiva.

Em paralelo, a modalidade patêmica se manifesta sutilmente ao invocar sentimentos de bem-estar e aspiração. A menção às "*pequenas alegrias da vida*" e a ideia de que "*pequenos prazeres deixam o dia leve*" buscam ativar um sentimento de contentamento. O desejo de que os "*dias leves durem para sempre*" apela para a busca humana por segurança e felicidade duradoura, gerando uma conexão emocional que impulsiona a adesão à ideia de investir. A inclusão de "*Trabalhar com paixão*" também toca em um afeto positivo, associando o esforço financeiro à realização pessoal.

Quanto às características apontadas por Adam (2019), a **presença do enunciador** (C1), mesmo sem o uso explícito da primeira pessoa, é implícita através do *ethos* consolidado do Primo Rico como especialista em finanças; o leitor reconhece a autoridade do conselho. Essa autoridade é reforçada pela escolha pronominal, uma vez que, na estrutura de incitação à ação, "o lugar do sujeito-agente (destinatário) é deixado pronominalmente aberto (você)" (ADAM, 2019, p. 276).

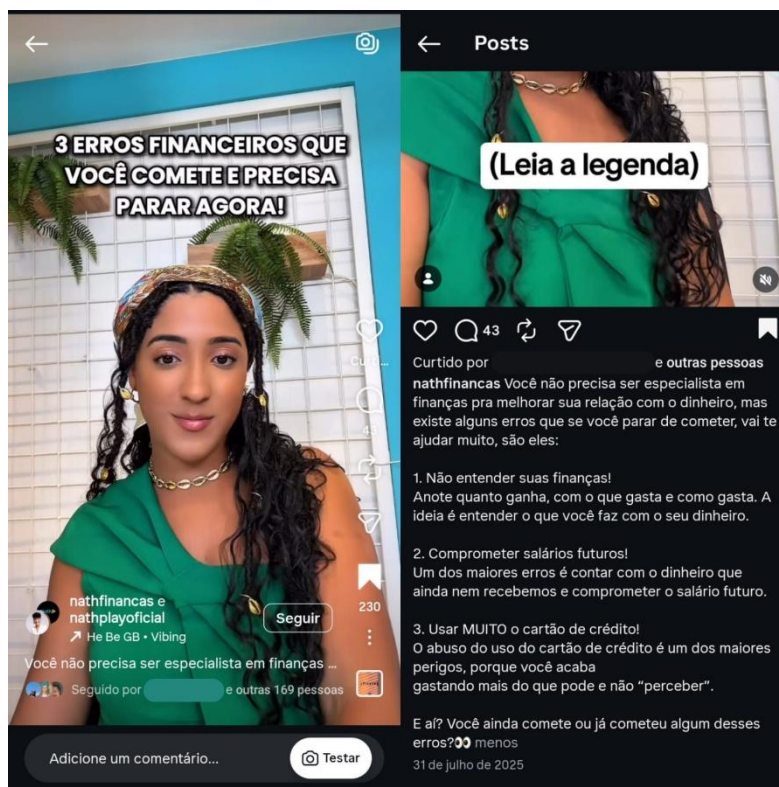
O **contrato de verdade** (C2) é estabelecido pela aparente sensatez da máxima "*investir é o que garante que seus dias leves durem para sempre*", apresentada como uma verdade no universo financeiro, à qual o leitor, buscando segurança e felicidade, tende a aderir. Conforme Adam (2019, p. 276), essa adesão ocorre pois "entre o expert e o leitor faz-se um contrato de verdade relativo às informações fornecidas".

O **léxico** (C3) da publicação é uma fusão estratégica de termos cotidianos (“*cafezinho*”, “*pequenas alegrias*”, “*dia leve*”) com vocabulário financeiro (“*ganhar mais*”, “*investir*”), tornando o discurso acessível e aspiracional. A **força ilocutória** (C4) é marcada por injunções e conselhos diretos: a proibição “*Não corte o cafezinho...*” e as instruções “*Sua energia deve estar em ganhar mais... e investir...*”, que claramente direcionam as ações do leitor.

A **organização textual e os marcadores conectivos** (C5) são eficazes na estruturação da argumentação. O “*nem*” conecta as proibições, enquanto o “*mas*” (“*Pequenos prazeres deixam o dia leve, mas investir...*”) introduz uma contraposição crucial, estabelecendo uma hierarquia de valores e conduzindo o leitor do prazer imediato à segurança futura. Por fim, embora o enunciado não detalhe a **formatação** (C6), é comum em postagens do Primo Rico que a objetividade e clareza, dando ênfase à mensagem em si, sem tantos recursos de cores ou imagens.

Após observar como Thiago Nigro utiliza a autoridade de seu ethos para validar conselhos diretos em postagens de *layout* minimalista, voltamos o olhar para uma nova estratégia de Nath Finanças que explora a dinâmica multimodal do *Instagram*. Se no exemplo anterior a mensagem se esgotava em um quadro fixo, o texto que analisamos a seguir desloca o núcleo do sentido para a legenda, utilizando o vídeo apenas como um disparador de atenção. Essa transição de formato nos permite observar como diferentes recursos tecnotextuais são mobilizados para abordar o mesmo problema: a relação do sujeito com seus hábitos de consumo e a necessidade de instrução para evitar o retrocesso financeiro.

Texto (3) - 3 erros financeiros que você comete e precisa parar agora!



Fonte: *Instagram*. <https://acesse.one/tzmPt>. Acesso em 27 de novembro de 2025.

As imagens capturadas e a descrição do vídeo apresentam uma estratégia comum no *Instagram*: o uso de um gancho visual (o vídeo) que remete o usuário à legenda para o consumo do conteúdo principal. Esse formato exemplifica a **composição** tecnotextual, onde a imagem e o texto escrito em sobreposição ("3 erros financeiros que você comete e precisa parar agora!") estão integrados à matéria tecnológica da plataforma. Essa integração de diferentes linguagens confirma a natureza dos tecnotextos, pois, segundo Paveau (2021, p. 58), "os tecnodiscursos podem ser plurisemióticos e mobilizar simultaneamente [...] texto, imagem fixa ou animada, som [...]".

O comando "(Leia a legenda)", em destaque no topo da tela, manifesta a **deslinearização** do enunciado, pois a leitura não segue um eixo sintagmático único, exigindo que o usuário interrompa a visualização do vídeo para buscar o sentido na descrição textual. Além disso, a presença de ícones de interação e a pergunta final na legenda ("E aí? Você ainda comete...") favorecem o **aumento**. Este fenômeno ocorre porque "os discursos digitais nativos são parcialmente produzidos e/ou formatados

por programas e algoritmos, fato que os torna **imprevisíveis**" (PAVEAU, 2021, p. 59), permitindo que o alcance do discurso seja prolongado pelas respostas do público, enquanto o formato em si garante a **investigabilidade** do conteúdo por meio de rastreamento no perfil da influencer.

No que diz respeito à argumentação, observa-se o uso estratégico da **modalidade patêmica** logo no início da legenda ao afirmar: "Você não precisa ser especialista em finanças pra melhorar sua relação com o dinheiro". Essa formulação busca gerar proximidade e identificação, reduzindo a ansiedade do interlocutor e validando suas dificuldades subjetivas com o tema.

Em paralelo, a **modalidade pedagógica** é exercida por Nath ao se posicionar como detentora de um saber credível, autorizada a listar "erros" e prescrever condutas, como se observa no tom instrucional dos itens numerados. Ao descrever o uso do cartão de crédito como um dos "maiores perigos", a enunciadora mobiliza o afeto do medo para garantir a adesão ao seu ponto de vista educativo.

Quanto às características de incitação à ação (Adam, 2019), o texto apresenta uma clara configuração do **sujeito-agente** (C1) por meio do uso recorrente do pronome "você" e de verbos que interpelam o leitor diretamente, como "Anote" e "pare de cometer". Este lugar de destinatário, conforme Adam (2019, p. 276), caracteriza-se por ser uma posição que "pode ser ocupado por cada leitor-usuário".

O **contrato de verdade** (C2) é firmado na premissa de que seguir esses passos "vai te ajudar muito", estabelecendo um pacto de sucesso entre a *expert* e seu público. O **léxico especializado** (C3) organiza-se em torno de termos como "finanças", "salários futuros" e "cartão de crédito", neste caso, "o léxico é imposto pela precisão informacional buscada" (ADAM, 2019, p. 277), que situa o discurso no campo econômico. A **força ilocutória** (C4) manifesta-se no uso de verbos no imperativo e no infinitivo com valor diretivo ("Anote", "Não entender", "Comprometer", "Usar").

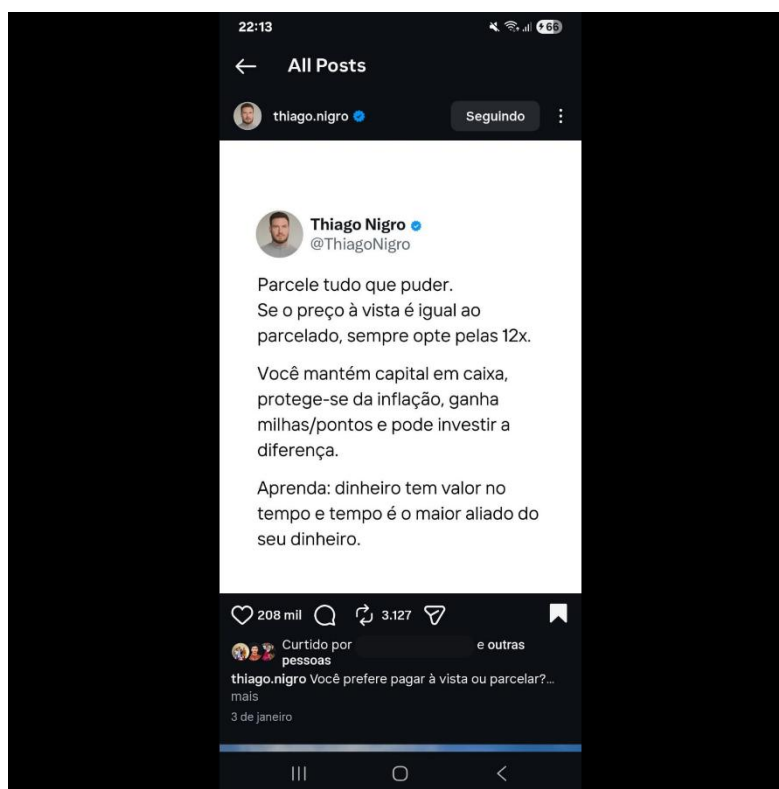
A organização do texto é sustentada por **marcas de conexão** (C5) como a lista numerada (1, 2 e 3) e o uso do conectivo "mas", que introduz a contraposição entre a falta de especialização e a necessidade de evitar erros práticos. Por fim, a **macrossegmentação tipográfica** (C6) mostra o uso de letras garrafais em "MUITO", o destaque visual da lista e o uso de emojis funcionam como guias de leitura que

denotam a hierarquia de importância de cada instrução no ambiente digital. Essa organização visual é fundamental, pois “os textos de incitação à ação têm como propriedade comum uma grande segmentação e uma ampla exploração das possibilidades de formatação” (ADAM, 2019, p. 278), visando facilitar a apreensão rápida das instruções pelo usuário.

Encerrada a análise da estratégia multimodal de Nath Finanças, que se vale da tensão entre o audiovisual e a legenda extensa para engajar seu público, retornamos ao sistema comum das postagens de Thiago Nigro.

Observa-se que, em contraste com a fragmentação e os recursos gráficos vibrantes da análise anterior, o Primo Rico retoma o formato que caracteriza grande parte de sua produção: o *print* estático de uma postagem originalmente veiculada no X (antigo Twitter). Essa alternância de estilos entre os influenciadores reforça como os tecnotextos podem se apresentar oscilando entre a saturação de recursos visuais e a sobriedade de um texto que aposta quase exclusivamente na autoridade do conteúdo e na força do seu ethos de especialista.

Texto (4) – Parcele tudo que puder



Fonte: Instagram. <https://acesse.one/Ew5dn>. Acesso em 27 de novembro de 2025.

Assim como no exemplo anterior do influenciador, esta publicação se caracteriza por ser um recorte fixo de um texto curto, evidenciando uma **composição** tecnotextual voltada à simplicidade e à replicação de conteúdos entre plataformas.

Esse gesto de transpor um enunciado do X para o *Instagram* demonstra a **relacionalidade** do ambiente digital, onde um discurso migra de rede mantendo sua carga informativa original. Diferente da Nath Finanças, que no exemplo anterior utilizou o vídeo para “empurrar” o leitor para a legenda, aqui a mensagem é autossuficiente na imagem, embora a **deslinearização** ainda ocorra na interação com a legenda curta que questiona o público: “Você prefere pagar à vista ou parcelar?”. A **investigabilidade** e o **aumento** são garantidos pelas ferramentas fixas da interface, que permitem que o conselho financeiro circule de forma viral, acumulando mais de 200 mil curtidas.

No plano da argumentação, a **modalidade pedagógica** é novamente central, manifestando-se como uma aula de estratégia financeira que desafia o senso comum. Ao utilizar o termo “Aprenda:”, Nigro assume o status de mestre que detém um saber técnico superior, autorizando o leitor a adotar um comportamento (parcelar em 12x) sob a promessa de ganho intelectual e financeiro. De forma complementar, a **modalidade patêmica** atua na busca pela segurança e liberdade: a ideia de “proteger-se da inflação” e “manter capital em caixa” apela para o desejo de controle e para a diminuição do medo da perda, gerando uma conexão com o sucesso prometido.

Sobre as características linguísticas de incitação à ação, o **sujeito-agente** (C1) é convocado pelos verbos no imperativo “Parcela”, “opte” e “Aprenda”. Além do imperativo, nota-se que “o infinitivo permite as estruturas impessoais” (ADAM, 2019, p. 276), o que contribui para o tom de regra universal que o influenciador imprime ao seu conselho financeiro.

Enquanto Nath Finanças foca em “parar de cometer erros” (um viés de correção), Nigro foca no “fazer para ganhar” (um viés de otimização). O **contrato de verdade** (C2) é estabelecido por uma lógica causal apresentada como lei universal: o tempo é o maior aliado do dinheiro. A eficácia dessa argumentação reside na ideia de que “esse contrato implícito garante ao destinatário que, se ele se conforma com todas as recomendações e se respeita os procedimentos indicados, alcançará o objetivo

visado” (ADAM, 2019, p. 276). O **léxico** (C3) é especializado e focado em investimentos: “capital em caixa”, “inflação”, “milhas/pontos”, “investir a diferença” e “valor no tempo”.

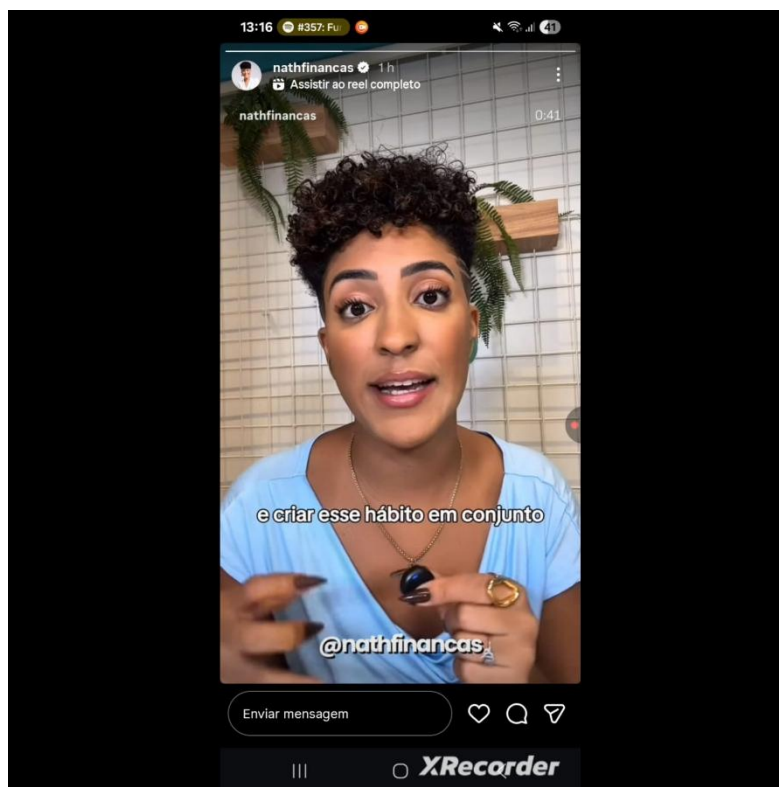
A **força ilocutória** (C4) é puramente diretiva, transformando o texto em uma série de instruções precisas. Os **marcadores de conexão** (C5) como o condicional “Se” (“Se o preço à vista é igual...”) e a conjunção “e” estruturam o raciocínio lógico que fundamenta o conselho. Nota-se que, apesar de haver alguns conectores, na incitação à ação, “sua frequência é reduzida em alguns gêneros” (ADAM, 2019, p. 278), priorizando-se a fluidez da interação direta sobre a coesão gramatical rígida.

Por fim, a **macrossegmentação tipográfica** (C6) foca na clareza do texto sobre o fundo branco, utilizando parágrafos curtos para destacar as vantagens da ação proposta. Diferente da Nath, que utilizou o recurso de lista e caixa alta para alertar perigos, Nigro utiliza a pontuação e a brevidade para conferir autoridade e urgência ao seu “método” de sucesso.

Encerrada a discussão sobre as lógicas de crédito e parcelamento, avançamos para o último bloco comparativo, que aborda a prática de poupar dinheiro sob perspectivas socioeconômicas contrastantes. Embora ambos os influenciadores utilizem o valor nominal de “25” como isca para o engajamento, a periodicidade proposta revela o abismo entre os públicos-alvo de cada enunciador.

Enquanto Thiago Nigro propõe uma economia diária de 25 reais – um montante que pressupõe uma margem de manobra financeira considerável –, Nath Finanças orienta o leitor a guardar o mesmo valor por semana, adequando a instrução a uma realidade de maior restrição orçamentária. Observaremos a seguir como essa diferença de escala impacta a **modalidade patêmica** e o **contrato de verdade** estabelecido com seus respectivos seguidores.

Texto (5) – Desafio dos 25



Fonte: Instagram. <https://youtube.com/shorts/fYZiFk8pfEU>. Acesso em 15 de janeiro de 2026.

“Desafio dos 25, estamos na semana 5. Vamos ver quanto que temos já acumulado? Vamos embora. Bom, já temos acumulados 125 reais. Para quem não sabe o Desafio dos 25, eu criei pra você criar o hábito de guardar dinheiro. Porque a gente sabe que não é fácil guardar dinheiro e criar esse hábito em conjunto é muito mais legal. A gente tem uma comunidade no Instagram onde vocês recebem uma planilha gratuita mais o passo a passo de todos os bancos onde guardar o seu dinheiro, que eu ensino a guardar no CDB de liquidez diária de todos os bancos, de forma 100% gratuita. Então é só entrar na comunidade do Instagram, já temos 125 reais acumulados. Se você quer guardar um mês, pode guardar por mês. Quinzenal, pode guardar quinzenal. Por semana, pode guardar. O importante é guardar até 25. Pode ser 2 reais, 3 reais, o importante é criar esse hábito de guardar dinheiro. Comenta aqui embaixo quanto você já tem aí guardado e se você quer participar, comenta Desafio dos 25.”

No que tange à tecnotextualidade, o fato de o conteúdo estar nos *stories* acentua sua natureza efêmera e dinâmica. Nesse ambiente, a composição une a linguagem oral e gestual do vídeo à infraestrutura tecnológica do *Instagram*, reforçando a ideia de que “os discursos digitais nativos são compósitos” (PAVEAU, 2021, p. 58), uma vez que o enunciado se completa através do convite à “comunidade” da plataforma.

A **deslinearização** é central, pois o formato de *stories* permite que o usuário navegue entre diferentes fragmentos de conteúdo, exigindo que ele saia do eixo do vídeo para acessar recursos externos, como a planilha gratuita mencionada. O **aumento** é potencializado pelas ferramentas específicas deste formato, como o adesivo de *link* ou a caixa de comentários. Essa dinâmica amplia o alcance do conteúdo, pois “os discursos digitais nativos revelam uma enunciação ampliada por causa da conversacionalidade da web social” (PAVEAU, 2021, p. 59).

A **relacionalidade** é estabelecida com a dinâmica de grupos fechados na rede social. A **investigabilidade** é garantida pelo nome do desafio, que funciona como um índice recuperável em destaques ou buscas, enquanto a **imprevisibilidade** reside na expiração do conteúdo em 24 horas e na interação em tempo real da comunidade, onde os relatos dos seguidores transformam a percepção do valor de 25 reais em uma conquista coletiva.

Sob a ótica da argumentação de Amossy (2018), a **modalidade patêmica** continua sendo a mais predominante nas publicações do perfil da *coach*, pautada na empatia e no acolhimento. Ao afirmar que “não é fácil guardar dinheiro” e que fazer isso em conjunto é “muito mais legal”, a enunciadora mobiliza o afeto da solidariedade e reduz o peso da culpa financeira, buscando uma identificação horizontal com o público.

Em contrapartida, a **modalidade pedagógica** manifesta-se na oferta do “passo a passo” e da “planilha gratuita”, onde Nath ocupa o status de facilitadora do saber técnico. Ela simplifica conceitos como “CDB de liquidez diária”, autorizando-se a ensinar onde e como guardar o dinheiro de forma segura, agindo como uma guia que remove as barreiras burocráticas para o aprendiz.

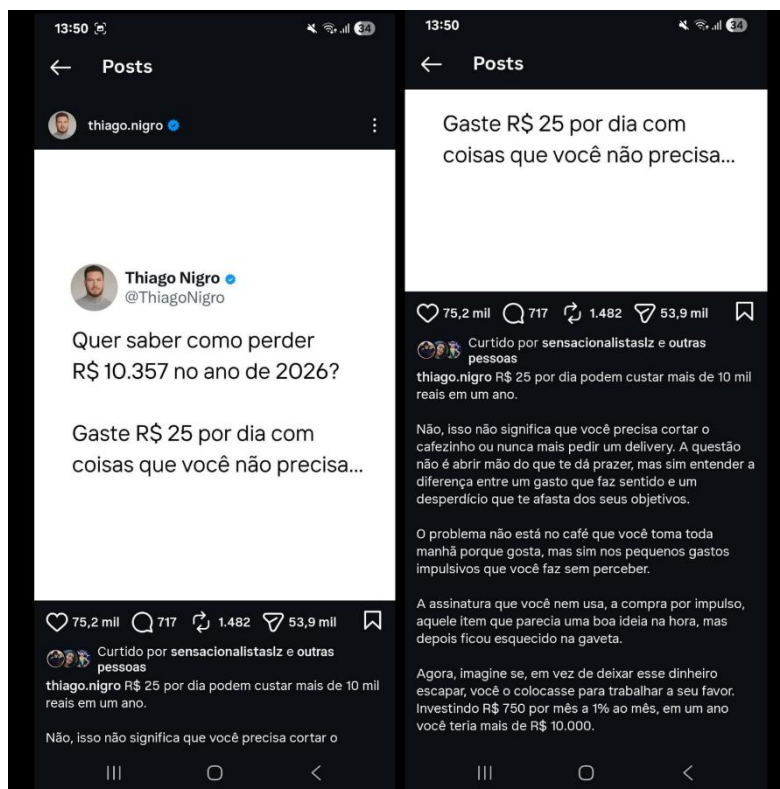
Quanto às características de incitação à ação de Adam (2019), o ponto (C1) destaca a construção de um **sujeito-agente** inclusivo. Ao utilizar o “nós” (“estamos na semana 5”, “quanto que temos”) e o “você” (“pra você criar o hábito”), Nath cria um lugar de fala compartilhado onde o leitor é convidado a ser o executor da ação de poupar. O **contrato de verdade** (C2) é firmado na materialidade do acúmulo: “já temos acumulado 125 reais”, uma prova palpável de que o método funciona se as instruções forem seguidas.

O **léxico especializado** (C3) é adaptado para a democratização financeira, utilizando termos como “acumulado”, “CDB de liquidez diária”, “planilha” e “bancos”. O uso desses termos é viável “[...] pelo fato de o universo de referência [...] ser supostamente comum aos comunicadores” (ADAM, 2019, p. 277), o que permite a Nath democratizar conceitos sem perder a precisão técnica. A **força ilocutória** (C4) é exercida por verbos de comando e incentivo como “Entra”, “Comenta”, “Guarda” e “Exercitar”, que direcionam o comportamento de forma injuntiva. Tal diretividade é típica do gênero, caracterizando-se pela “presença de um grande número de preposições de valor ilocutório forte” (ADAM, 2019, p. 277), que convocam o seguidor à prática imediata.

As **marcas de conexão** (C5) organizam o progresso do desafio (“semana 5”, “acumulado já”), enquanto a **macrossegmentação tipográfica** (C6), embora o texto seja oral, é sugerida pela estrutura de lista de periodicidades (mensal, quinzenal, semanal) e pelo uso de elementos visuais no vídeo que reforçam o “passo a passo”, mostrando ao seguidor não apenas o que fazer, mas como o hábito se torna viável na prática cotidiana.

Após detalharmos como Nath Finanças utiliza a efemeridade e a interatividade dos *stories* para construir um ambiente de apoio mútuo e microeconomia acessível, voltamos o olhar para a estratégia de Thiago Nigro, que opera em uma lógica de escala distinta. Enquanto a proposta anterior se ancora na **modalidade patêmica** da solidariedade para viabilizar poupanças semanais, o texto que analisaremos a seguir desloca o foco para a otimização de gastos diários, utilizando a autoridade dos grandes números para interpelar o leitor. Essa transição nos permite observar como o valor nominal de “25 reais” é ressignificado: se para Nath ele representa o ápice de um esforço semanal coletivo, para o Primo Rico ele é o ponto de partida de um desperdício individual a ser combatido, revelando as diferentes premissas de sucesso e os públicos-alvo que cada enunciador pretende mobilizar.

Texto (6) – Como perder R\$ 10.357 em 2026



Fonte: *Instagram*. <https://acesse.one/tzmPt>. Acesso em 15 de janeiro de 2026.

Na publicação de Thiago Nigro, datada de janeiro de 2026, há a utilização de uma provocação sobre gastos cotidianos para introduzir uma lição de investimento. Enquanto tecnotexto, a publicação apresenta uma **composição** que hibridiza a estética minimalista do X (Twitter) com a interface interativa do *Instagram*, transformando um texto curto em um objeto visual de alto impacto.

A **deslinearização** manifesta-se no movimento obrigatório que o leitor deve fazer entre a imagem de impacto (“Quer saber como perder...”) e a legenda densa, que funciona como um desdobramento técnico e explicativo do enunciado inicial. Essa dinâmica confirma que “os discursos digitais nativos não se desenvolvem obrigatoriamente em um eixo sintagmático específico do fio do discurso” (PAVEAU, 2021, p. 58), permitindo que o sentido seja construído entre a composição da imagem estática e a continuação na legenda. Além da quebra entre imagem e legenda, a arquitetura da plataforma reforça essa característica, pois “eles podem ser

deslinearizados pelos links hipertextuais” (PAVEAU, 2021, p. 68), que permitem ao usuário saltar para outros conteúdos antes mesmo de concluir a leitura do post atual.

O **aumento** é verificado pelas métricas de conversacionalidade e circulação, com destaque para os 53,9 mil compartilhamentos que expandem a presença do discurso para além do perfil original e a **relacionalidade** é estabelecida pelo diálogo com práticas comuns de consumo (o cafezinho e o delivery), inserindo o post em uma rede de tecnodiscursos sobre finanças pessoais.

A **investigabilidade** é garantida pela indexação algorítmica e pelo uso de termos-chave que permitem a recuperação futura do conteúdo, enquanto a **imprevisibilidade** reside na dinâmica instável dos comentários, onde o sentido original pode ser tensionado ou validado pela audiência em tempo real.

Sob a perspectiva da argumentação de Amossy (2018), a **modalidade patêmica** é o motor de engajamento da legenda; o enunciador evoca o prazer imediato e os gastos impulsivos para, em seguida, mobilizar a culpa e o medo da perda financeira (“dinheiro escapar”). Essa estratégia visa gerar uma identificação emocional com o erro para que a solução seja mais bem aceita.

A **modalidade pedagógica** sustenta o tom de autoridade do texto, no qual Nigro ocupa um status superior de mentor que ensina o leitor a “entender a diferença” entre gasto e investimento. Ao detalhar o cálculo de R\$ 750 mensais a 1% de juros, o enunciador utiliza o saber técnico para conferir credibilidade à sua proposta educativa, transformando uma reflexão comportamental em uma regra matemática inquestionável. Essa estrutura de ensino é a base da modalidade, na qual “uma instância de locução em posição superior transmite um saber e leva à reflexão com o auditório que ocupa o lugar de aprendiz” (AMOSSY, 2018, p. 234).

Quanto às características de incitação à ação de Adam (2019), observa-se em (C1) a construção do **sujeito-agente** através do uso sistemático do pronome “você” (“você faz sem perceber”, “você nem usa”), o que apaga momentaneamente a figura do expert para que o leitor ocupe o lugar daquele que deve agir. O **contrato de verdade** (C2) é selado pela promessa de sucesso baseada na precisão dos números; o valor de “R\$ 10.357” e a projeção de “mais de R\$ 10.000” em um ano funcionam como um pacto silencioso de eficácia do método. O **léxico especializado** (C3) é

denso e focado no mercado, utilizando termos como “assinatura”, “investindo”, “1% ao mês” e “capital”. A **força ilocutória** (C4) é exercida por predicados de ação e verbos de comando como “Gaste”, “Imagine”, “Entenda” e “Colocasse”, que direcionam o comportamento do interlocutor. As **marcas de conexão** (C5) organizam o texto de forma estratégica, com o “Não...mas sim” refutando objeções e o “Agora” marcando a transição para a conclusão injuntiva. Por fim, a **macrossegmentação tipográfica** (C6) na legenda, dividida em parágrafos breves com números em destaque, orienta a leitura e reforça visualmente o contraste entre a pequena perda diária e o grande ganho anual projetado. Dessa forma, a organização visual não é meramente estética; “essas características de segmentação tipográfica são próprias dos discursos didáticos” (ADAM, 2019, p. 278), servindo para facilitar a memorização e a execução das etapas propostas pelo enunciador.

Após a análise detalhada de cada um dos corpora, sintetizamos as principais convergências e divergências observadas entre os perfis investigados. A fim de proporcionar uma visão panorâmica e comparativa das estratégias argumentativas, apresentamos, a seguir, uma tabela que sistematiza os traços que caracterizam as publicações de Nath Finanças e Thiago Nigro.

Quadro (2) – Análise comparativa

Critério / Bloco	Nath Finanças (Publicação)	Primo Rico (Publicação)
Público-alvo	Pessoas com dificuldades financeiras ou menor poder aquisitivo; público jovem.	Pessoas com condição financeira estabelecida que buscam ampliar patrimônio.
Linguagem	Tom conversacional e informal; uso de marcas de oralidade e proximidade.	Tom formal; linguagem de especialista; postura de autoridade.
Estratégias Argumentativas	Predomínio do <i>pathos</i> (apelo à sensibilidade); foco em vivências e contextos.	Uso de imperativos; baixa contextualização; abordagem pedagógica e prescritiva.

Bloco 1 – Formato	Carrossel no <i>Instagram</i> .	<i>Print</i> de postagem do X/Twitter.
Bloco 1 – Tema	Maneiras de evitar a escassez.	Maneiras de evitar a escassez.
Bloco 1 – Semelhanças	Mix de modalidades patêmica e pedagógica; presença de características de Adam (2019).	Mix de modalidades patêmica e pedagógica; presença de características de Adam (2019).
Bloco 1 – Diferenças	Enfatiza a prevenção da escassez e a valorização das conquistas pessoais.	Enfatiza o acúmulo contínuo e investimento; menor exploração visual.
Bloco 2 – Formato	Vídeo com gancho visual.	<i>Print</i> de postagem do Twitter/X.
Bloco 2 – Tema	Erros financeiros que podem ser evitados.	Erros financeiros que podem ser evitados.
Bloco 2 – Semelhanças	Predominância pedagógica; organização em dicas; marcas de oralidade.	Predominância pedagógica; foco em instruções diretas.
Bloco 2 – Diferenças	Desencoraja o uso excessivo de crédito e parcelamentos longos.	Incentiva o uso de crédito e parcelamento como estratégia financeira.
Bloco 3 – Formato	Vídeo legendado.	<i>Print</i> do Twitter/X com direcionamento para a legenda.
Bloco 3 – Tema	Práticas de poupança / guardar dinheiro.	Práticas de poupança / guardar dinheiro.
Bloco 3 – Semelhanças	Incentiva a constituição de reservas financeiras.	Incentiva a constituição de reservas financeiras.

Bloco 3 – Diferenças	Sugere guardar valores menores com menor frequência (ex: semanal).	Sugere guardar valores maiores com maior frequência (ex: diária).
---------------------------------	--	---

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados obtidos na pesquisa (2026).

Em suma, as análises empreendidas revelam que, embora Nath Finanças e Thiago Nigro operem dentro do mesmo ecossistema digital e compartilhem o objetivo de orientar comportamentos financeiros, suas estratégias discursivas divergem na forma como constroem a autoridade e mobilizam o interlocutor.

Nos tecnotextos de **Nath Finanças**, observa-se o sobressalto da **modalidade patêmica**, uma vez que sua argumentação é profundamente ancorada na “emoção do destinatário e na construção de um *ethos* de proximidade”. Ao explorar a organicidade do feed e compartilhar sua trajetória pessoal, Nathália não apenas ensina, mas busca a adesão por meio da identificação com a realidade financeira da classe trabalhadora, transformando o afeto em um instrumento de engajamento.

Em contrapartida, no perfil de **Thiago Nigro (O Primo Rico)**, prevalece a **modalidade pedagógica**. Conforme postula Amossy (2018), essa modalidade caracteriza-se pela “transmissão de um saber autorizado a um destinatário considerado aprendiz”. A estruturação de seu feed em máximas e análises de mercado consolida uma relação de poder assimétrica, na qual o locutor se posiciona como um detentor de conhecimentos exclusivos e técnicos. Enquanto Nathália mobiliza o leitor pelo sentimento de pertencimento, Nigro o faz pela autoridade da competência, evidenciando que a incitação à ação no *Instagram* é moldada tanto pelo capital simbólico do influenciador quanto pela estratégia que ele escolhe projetar em seus tecnotextos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao encerrarmos este percurso investigativo, retomamos os propósitos que nortearam nossa pesquisa para reafirmar o cumprimento dos objetivos estabelecidos. Propusemo-nos a investigar como a argumentatividade se constitui nos textos de incitação à ação produzidos por coaches financeiros no Instagram, considerando as restrições e possibilidades do ambiente tecnodiscursivo. Nesse sentido, as análises empreendidas permitiram responder aos nossos questionamentos centrais, revelando de que modo a argumentatividade se manifesta através de recursos tecnolinguageiros e como esses textos se caracterizam na referida rede social.

Dada a importância e as possibilidades de interação proporcionadas pelo *Instagram*, o texto de incitação à ação tem se desenvolvido nesse ecossistema digital, especialmente por meio de perfis de *coaches* financeiros, que articulam linguagem acessível e recursos tecnotextuais. O texto, constituído nessa mídia pela multimodalidade e pela relação entre linguagem e tecnologia, assume características distintas em relação a conselhos financeiros tradicionais, difundidos em formatos mais unidirecionais como livros e palestras.

Diante desse novo repertório de circulação de discursos sobre finanças, propusemos uma análise de textos de incitação à ação com função de aconselhamento financeiro, publicados no perfil Nath Finanças e do Thiago Nigro (Primo Rico), com o objetivo de compreender como os recursos linguísticos e digitais se articulam na construção da argumentatividade desses enunciados.

É importante ressaltar que neste trabalho adotamos uma concepção de texto que o considera como lugar de interação e, adotamos também, uma perspectiva ampla de argumentação, considerando o texto de incitação à ação como um tipo de texto que mobiliza estratégias patêmicas e pedagógicas, conforme Amossy (2018). Nesse sentido, a pesquisa revelou que a arquitetura dos perfis – o que aqui denominamos tecnotextualidade – atua como uma extensão das estratégias argumentativas de cada locutor.

A organicidade do *feed* de Nath Finanças, ao hibridizar as esferas pessoal e profissional através de uma estética de proximidade, não é meramente uma escolha visual, mas a base material que sustenta sua **modalidade patêmica**. Essa

configuração permite que o conselho financeiro deixe de ser uma imposição técnica para se tornar uma partilha baseada na empatia e na identidade social, validando o discurso pela experiência vivida.

Em contrapartida, a padronização e a curadoria técnica observadas no perfil de Thiago Nigro reforçam a **modalidade pedagógica** por meio de um *ethos* de autoridade inquestionável. O uso de *tecnotextos* curtos e assertivos, derivados de outras redes como o X (Twitter), estabelece um contrato de verdade baseado na eficiência e na pragmática. Enquanto a primeira utiliza a plataforma para reduzir a distância entre locutor e interlocutor, o segundo utiliza os mesmos recursos para consolidar uma assimetria necessária ao lugar de mestre, demonstrando que a incitação à ação é indissociável da imagem de si construída tecnologicamente.

Essa diferenciação se aprofunda ao observarmos o lugar de fala e o registro linguístico adotados por cada influenciador. No caso de Nath Finanças, a argumentação é legitimada por uma trajetória de superação, em que a locutora fala invariavelmente a partir da perspectiva de quem já vivenciou a escassez financeira. Esse posicionamento permite que ela se coloque no lugar do interlocutor de maneira empática, utilizando uma linguagem simplificada e acessível que atua como ferramenta de democratização da educação financeira. Tal estratégia reduz as barreiras do conhecimento técnico e fortalece a confiança do público, que se vê representado no discurso.

Em uma direção oposta, Thiago Nigro constrói sua autoridade por meio de um distanciamento estratégico, falando de um lugar de êxito consolidado que projeta certa superioridade em relação ao aprendiz. Seu tom, embora instrutivo, é marcado por uma diretividade que exige do seguidor um esforço de adequação aos princípios de uma elite financeira. Enquanto a linguagem de Nathália busca a inclusão pelo nivelamento da comunicação, a de Nigro opera pela aspiração, exigindo que o destinatário ascenda ao seu nível de compreensão. Assim, a democratização da informação na primeira e o distanciamento meritocrático no segundo revelam como os textos de incitação à ação são moldados por ideologias distintas – e assim destinados a públicos também distintos – sobre o papel do dinheiro na sociedade.

Constatamos, ainda, com base nas categorias propostas por Adam (2019), que os textos analisados apresentam as principais marcas dos textos de incitação à ação:

predicados de ação, uso do imperativo, conectores argumentativos e elementos tipográficos que organizam o texto. Além disso, os recursos do *Instagram*, como carrosséis, *emojis* etc, funcionam como recursos que atuam na construção dos sentidos do texto, favorecendo a compreensão, o engajamento e a circulação do conteúdo. Essa tecnotextualidade potencializa a dimensão performativa do texto e fortalece o vínculo com os seguidores.

Por fim, acreditamos que este estudo ofereça uma contribuição para os estudos em Linguística Textual, ao analisar como os textos de incitação à ação se atualiza em ambientes digitais e como a argumentatividade se configura em gêneros marcados por forte carga social e identitária. Contudo, entendemos que este trabalho não esgota o tema, mas abre caminhos para investigações futuras mais amplas.

Recomendamos que novas pesquisas explorem o uso dos textos de incitação à ação no contexto escolar, observando como o discurso pedagógico financeiro pode ser integrado ao ensino de línguas e à formação cidadã. Além disso, sugerimos a expansão desta análise para outros nichos de influenciadores digitais e outras plataformas, a fim de verificar se as regularidades aqui observadas se mantêm em diferentes domínios. Esperamos que esta pesquisa sirva de base para reflexões sobre a relação entre linguagem, tecnologia e as dinâmicas de engajamento social na contemporaneidade.

REFERÊNCIAS

- ADAM, J. **Textos: tipos e protótipos**. São Paulo: Contexto, 2019.
- ADAM, J.M. **A linguística textual: introdução à análise textual dos discursos**. Trad. João Gomes da Silva Neto et al. 2. ed. rev. e aum. São Paulo: Cortez, 2011.
- AMOSSY, R. **A argumentação no discurso**. Coordenação de tradução: Eduardo Lopes Piris e Moisés Olímpio-Ferreira; Tradução: Angela M. S. Corrêa ... [et al.]. – São Paulo: Contexto, 2018.
- AMOSSY, R. As modalidades argumentativas do discurso. *In*: LARA, G.; MACHADO, I.; EMEDIATO, W. (Org.). **Análises do discurso hoje**, vol. 1. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008, p. 231-254.
- AMOSSY, R. Rhétorique et analyse du discours. Pour une approche socio-discursive des textes. *In*: ADAM, Jean-Michel; HEIDMANN, ute (ed.). **Sciences du texte et analyse de discours**. Etudes de Lettres, 2005, p. 163-179.
- AMOSSY, R. Argumentação e análise do discurso: perspectivas teóricas e recortes disciplinares. **EID&A**, Ilhéus, n. 1, p. 129-144, nov. 2011.
- AMOSSY, R. **Apologia da polêmica**. São Paulo: Contexto, 2017.
- AMOSSY, R. Pour une Analyse discursive et argumentative de la polemique. *In*: PIRIS, Eduardo Lopes; FERREIRA, Moisés Olímpio. **Discurso e argumentação em múltiplos enfoques**. Coimbra: Grácio Efitor, 2016, p. 113-128.
- AMOSSY, R. **L'argumentation dans le discours**. Paris: Armand Colin, 2006.
- ARISTÓTELES. **Retórica**. São Paulo: Edipro, 2011.
- BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. Tradução: Paulo Bezerra. – 6 ed. – São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011.
- CAVALCANTE, M. M. Abordagens da argumentação nos estudos de Linguística Textual. **ReVEL**, edição especial vol. 14, n. 12, 2016.
- CAVALCANTE, M. M. *et al.* **Linguística textual: conceitos e aplicações**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2022.

CAVALCANTE; M. M. et al. **Linguística Textual e Argumentação**. 1. ed. – Campinas, SP: Pontes editores, 2020.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

HEINEMANN, W. **Textlinguistik heute**. Entwicklung, Probleme, Aufgaben. Leipzig, 1982.

HEINEMANN, W.; VIEHWEGER, D. **Textlinguistik: eine Einführung**. Tübingen, Niemeyer, 1991.

KERFERD, G. B. **O movimento sofista**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

KOCH, I. G. V. **Introdução à Linguística Textual: trajetória e grandes temas**. São Paulo: Contexto, 2017.

KOCH, I. G. V.; ELIAS, V. M. **Escrever e argumentar**. – São Paulo: Contexto, 2017.

MARCUSCHI, L. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola, 2008.

MACEDO, P. S. A. **Análise da argumentação no discurso: uma perspectiva textual**. Tese (Tese de Doutorado). Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Programa de Pós-Graduação em Linguística, Fortaleza, 2018.

MARTINS, Mayara Arruda. **Tecnotextualidade e campo dêitico digital – análise de aspectos interacionais e enunciativos**. 2024. 161 f. Tese (Doutorado em Linguística) - Programa de Pós-Graduação em Linguística, Centro de Humanidades, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2024.

MUNIZ-LIMA, I. **Modos de interação em contexto digital**. 2022. 178 f. Tese (Doutorado em Linguística) - Programa de Pós-graduação em Linguística, Centro de Humanidades, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2022.

MUNIZ-LIMA, I. **Linguística textual e interação digital**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2024.

MUSSALIM, F. Análise do discurso. *In*: MUSSALIN, Fernanda; BENTES, Anna Christina (org.). **Introdução à Linguística: domínios e fronteiras**, v. II. 5 ed. São Paulo: Cortez, 2006. p. 101-142.

PAVEAU, Marie-Anne. Discurso e *links*. Hipertextualidade, tecnodiscursividade, escritura. *In: Texto, discurso e argumentação: traduções* (2020). Tradução de Maria Eduarda Giering e Luciana Cavalheiro. Tradução do texto “*Des discours et des liens. Hypertextualité, technodiscursivité, écriture*”, originalmente publicado na revista *Semen – Revue de sémiotique et de linguistique des textes et discours*, nº 42, em 2017.

PAVEAU, M. **Análise do discurso digital**: dicionário das formas e das práticas. 2. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2022.

PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. **Tratado da argumentação**: a nova retórica. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

PLANTIN, C. **A argumentação**: história, teorias, perspectivas. São Paulo: Parábola, 2008.