



Argumentação Verbo-Visual em Tecnotextos Publicitários: Intertextualidade como Estratégia Argumentativa em Posts do @duolingobrasil no Instagram

Verbo-Visual Argumentation in Advertising Technotexts: Intertextuality as an Argumentative Strategy in @duolingobrasil's Instagram Posts

Paulo Maia de Oliveira

Ananias Agostinho da Silva

Resumo: Como diversas empresas presentes nas redes sociais, a plataforma Duolingo se serve de estratégias argumentativas que unem intertextualidade e argumentação verbo-visual para promover seus produtos. O escopo deste trabalho se consubstancia na investigação e apreciação das estratégias que a equipe de marketing dessa plataforma utilizou durante a campanha publicitária Morte do Duo, veiculada na rede social Instagram. Partindo da base teórica proposta, principalmente, por Cavalcante *et al.* (2022), Carvalho (2018) e Paveau (2021), analisamos como intertextualidade e relacionalidade foram empregadas, em suas diversas nuances, como estratégias argumentativas em tecnotextos presentes no perfil oficial de uma grande marca de materiais de ensino em uma das maiores redes sociais do mundo. Como outros textos que recorrem ao sentido, à interação e à referência, os textos da campanha do Duolingo, a fim de produzir sentido, apelam para referências, memórias culturais e conexões com outros textos, levando em conta as especificidades do ambiente digital acessado. Usuários que interagem com esses tecnotextos são conduzidos, sobretudo, pelas remissões intertextuais, a compartilhar perspectivas relacionadas a temas do cotidiano, como aprendizado de idiomas, cultura global, humor e desafios linguísticos, elementos característicos da identidade discursiva do perfil analisado.

Palavras-chave: intertextualidade; relacionalidade; estratégias argumentativas.

Abstract: Like many companies active on social media, the Duolingo platform employs argumentative strategies that combine intertextuality and verbo-visual argumentation to promote its products. The scope of this study lies in the investigation and evaluation of the strategies used by the platform's marketing team during the Death of Duo advertising campaign, disseminated on the social network Instagram. Based primarily on the theoretical framework proposed by Cavalcante *et al.* (2022), Carvalho (2018), and Paveau (2021), we analyze how intertextuality and relationality were employed, in their various nuances, as argumentative strategies in technotexts published on the official profile of a major educational brand on one of the world's largest social media platforms. Like other texts that rely on meaning, interaction, and referentiation, the texts from Duolingo's campaign appeal to references, cultural memory, and connections with other texts in order to produce meaning, taking into account the specificities of the digital environment. Users who interact with these technotexts are guided, above all, by intertextual references to share perspectives related to everyday themes such as language learning, global culture, humor, and linguistic challenges—elements that characterize the discursive identity of the profile under analysis.

Keywords: intertextuality; relationality; argumentative strategies.

INTRODUÇÃO

As redes sociais reúnem, nas suas arquiteturas digitais, diversas mídias que, outrora, só existiam em formato físico e/ou analógico, desvinculadas da internet. Tendo em vista essa realidade imbricada de mídias interconectadas, Rojo e Moura (2019) ressaltam a obsolescência da separação dessas mídias, já que a esfera digital abarca os meios de comunicação que já tiveram existência plenamente independente. Conclui-se, portanto, que o conceito de mídia assumiu novas nuances e essa terminologia “é usada, com frequência, para designar também a imprensa, a grande imprensa, o jornalismo, o meio de comunicação, o veículo” (Rojo; Moura, 2019, p. 30). Com seu amplo alcance e seu potencial agregador, as mídias digitais cumprem um papel fulcral na difusão de notícias, no entretenimento e na publicidade.

Situada nos domínios discursivos intitulados “comercial” e “publicitário”, a publicidade exerce o papel de persuadir o destinatário a comprar determinado produto ou contratar determinado serviço (Marcuschi, 2008). Dessa forma, os anúncios publicitários são fundamentalmente “enunciados incitadores à ação” (Marcuschi, 2002, p. 28), ou seja, eles se constituem como ferramentas de persuasão, cujo fim é transformar expectadores em consumidores. No âmbito das redes sociais, o Instagram se destaca como meio de promoção de produtos e serviços. Aproveitando-se das características dessa plataforma, os profissionais de marketing que administram perfis no Instagram realizam campanhas publicitárias pautadas pela dinâmica dessa rede. É nesse contexto que se situa o corpus da nossa análise: o perfil @duolingobrasil.

O Duolingo é uma plataforma de aprendizado que oferece 106 cursos de idiomas diferentes em 41 línguas, incluindo também uma pequena variedade de idiomas construídos. O Duolingo pode ser acessado num site ou por meio de um aplicativo móvel de celular. A receita do Duolingo advém de anúncios na versão gratuita e dos cursos pagos na versão premium (Wikipédia, 2025). O Instagram, dada a atual dinâmica de comunicação das redes sociais, oferece-se como um meio de propagar serviços como o Duolingo. Para atingir esse fim, os produtores de conteúdo responsáveis pela comunicação do Duolingo via Instagram lançam mão de memes, trends e outros recursos semióticos típicos dessa rede social, que oportunizam uma comunicação efetiva com o público-alvo. No contexto de uma rede social como o Instagram, as estratégias argumentativas aplicadas nesse ambiente virtual apresentam duas características marcantes: a intertextualidade e a relacionalidade (Paveau, 2021).

Com tudo isso em vista, nossa análise objetiva demonstrar como as relações intertextuais se consubstanciam nas estratégias argumentativas presentes em posts do Duolingo na rede social Instagram. Para entender essas práticas tecnolinguageiras, analisaremos quatro posts do perfil @duolingobrasil. Como justificativa para esta pesquisa, apontamos a importância de se analisar como as marcas usam os tecnotextos para se comunicarem com seu público.

A Relacionalidade e o Discurso Digital Nativo

O advento de novas necessidades comunicacionais mudou a forma como as pessoas compõem textos e o modo como elas interagem com as novas mídias. As atuais estruturas fragmentadas e visuais de informação patenteiam essas transformações (Adam, 2022). Num passado não tão distante, a difusão de informação e conhecimento só se viabilizava por meio da mídia impressa, com suportes tais como jornais e livros. Na contemporaneidade, muitos textos se produzem em artefatos tecnológicos (telefones celulares, computadores etc.) e se difundem por meio da internet, num processo que secundariza a circulação de produção escrita por meios impressos. As redes sociais, estreitando a comunicação entre os indivíduos, proporcionaram uma dinamicidade que inexistia mesmo na primeira fase da expansão da internet.

As interações conjuntas desse ambiente podem se consubstanciar como curtidas, comentários, reações e compartilhamentos, num conjunto de possibilidades interativas que são típicas desse novo mundo virtual (Paveau, 2021). As características e formas desse ambiente das multimídias oportunizam uma leitura e escrita não-linear (Adam, 2022). Os discursos digitais nativos, produções linguageiras que surgiram da dinâmica da internet e das redes sociais, têm um conjunto de características que mereceram uma descrição pormenorizada, pois eles são fruto das mudanças de padrão e estrutura nas mídias. Segundo a linguista francesa Marie-Anne Paveau (2021), os discursos digitais nativos apresentam seis características: composição, deslinearização, ampliação, investigabilidade, imprevisibilidade e relacionalidade. No próximo parágrafo, descreveremos mais aprofundadamente cada uma dessas características.

A princípio, os discursos digitais nativos se caracterizam por uma composição de matéria mista, patente tanto na forma manifesta (por exemplo, a hashtag e o pseudônimo do Twitter), como nos tecnodiscursos que se esteiam na estrutura das redes sociais (Paveau, 2021). A deslinearização é a ausência de uma linha de leitura obrigatória para se acompanhar uma interação com um texto digital, já que o escreiteiro pode seguir links que remetem a outras páginas que não estariam presentes no momento de leitura/escrita (Paveau, 2021). A ampliação é a capacidade dos discursos nativos digitais de se desdobrarem para além da sua estrutura original, por meio de comentários dos leitores e dos compartilhamentos dos usuários, criando uma interação infinita e repleta de possibilidades (Paveau, 2021). A investigabilidade, no âmbito do discurso digital nativo, é a possibilidade de se investigar a rota das menções e utilizações dos textos ao longo do percurso virtual de leitura e escrita (Paveau, 2021). A imprevisibilidade é a impossibilidade de se prever os textos produzidos nos meios digitais, tanto pelo fator humano de produção quanto pelo fator mecânico da distribuição algorítmica (Paveau, 2021). A relacionalidade é a capacidade de se relacionar os discursos digitais com outros discursos, tanto virtuais quanto oriundos de fora da internet (Paveau, 2021).

Pelo exposto, nota-se que os discursos digitais nativos constituem um universo textual contíguo a outros discursos escritos, fruto da natureza da sua

construção. O leitor/escritor desse discurso tem acesso a infinitas possibilidades, pois pode navegar por meio de links, algoritmos, hashtags, palavras pesquisáveis. Não parece haver limites para as portas de acesso a textos virtuais. Devido às inovações na sua constituição, os gêneros textuais e discursos outrora praticados fora do campo digital exigem um novo enfoque teórico, enfoque esse que abarque o alcance e as potencialidades técnicas desses discursos digitais.

Nos discursos digitais nativos das redes sociais, a intertextualidade e a relacionalidade desempenham um papel central na construção de significados. As interações que ocorrem em plataformas como Instagram e X (antigo Twitter) exemplificam essa dinâmica, na qual os comentários estabelecem conexões com o post inicial, podendo tanto reforçar quanto desviar-se do conteúdo principal. Esse fenômeno cria uma rede de sentidos que influencia as postagens subsequentes, evidenciando a natureza dialógica dos textos digitais. Nesse contexto, Cavalcante, Brito e Martins (2024) ressaltam que essas interações acentuam as peculiaridades dos textos ao serem inseridas em ambientes digitais, evidenciando como a intertextualidade se manifesta de maneira mais imediata e dinâmica nesse meio.

Além da interação direta entre postagens e comentários, a relacionalidade textual nos discursos digitais nativos também se manifesta na retomada de conteúdos já existentes. Paveau (2021) enfatiza que a produção textual nesse ambiente frequentemente dialoga com textos anteriores, ressignificando-se em novos contextos históricos e sociais. Um exemplo claro ocorre quando uma postagem no Instagram referência eventos passados, proporcionando aos leitores uma compreensão ampliada do presente. Essa retomada cria vínculos entre diferentes temporalidades, evidenciando como a intertextualidade contribui para a construção de sentidos nos discursos digitais.

Por fim, a intertextualidade e a relacionalidade nos discursos digitais nativos não se limitam às conexões explícitas, mas também englobam influências sutis que moldam a produção textual. Comentários, repostagens e citações criam um tecido discursivo no qual cada novo texto carrega vestígios dos anteriores, consolidando uma rede de significados compartilhados. Conforme ressaltado por Cavalcante, Brito e Martins (2024), essa dinâmica interacional destaca as singularidades dos textos digitais, nos quais a rapidez e a amplitude das interações potencializam a construção coletiva de sentidos. Dessa forma, o ambiente digital se revela um espaço privilegiado para a manifestação da intertextualidade e da relacionalidade, evidenciando o papel ativo dos leitores na construção do discurso.

A intertextualidade e a relacionalidade, embora apresentem semelhanças, possuem características específicas que as distinguem no contexto dos discursos digitais nativos. A intertextualidade, conforme abordada pela Linguística Textual (LT), refere-se à relação entre textos, evidenciada pela retomada de enunciados, referências e citações de outras produções textuais. No entanto, no ambiente digital, essa dinâmica ganha novos contornos devido à instantaneidade e à conectividade das plataformas. Nesse sentido, a relacionalidade, conforme destaca Paveau (2021), amplia a noção de intertextualidade ao enfatizar não apenas a ligação entre textos, mas também as condições tecnológicas, os dispositivos de acesso e as

interações do leitor, que influenciam a construção dos significados. Dessa forma, os textos digitais tornam-se potencialmente infinitos, uma vez que cada leitura ou interação pode gerar novos desdobramentos discursivos.

A especificidade da relacionalidade nos discursos digitais nativos está diretamente ligada ao papel ativo do interlocutor na construção do sentido. Como aponta Paveau (2021), a escolha do dispositivo e do navegador, assim como o perfil do destinatário e o contexto de leitura, impactam a produção textual. Esse processo evidencia que a comunicação digital não é apenas um fenômeno linear, mas sim uma rede de relações em constante transformação. Diferentemente da intertextualidade clássica, que se concentra nas conexões entre textos já existentes, a relacionalidade enfatiza o caráter dinâmico da interação em tempo real, na qual os textos são continuamente modificados pelas respostas e reinterpretações dos leitores. Desse modo, a produção textual digital transcende a simples citação, configurando-se como um processo colaborativo e aberto.

Portanto, compreender a intertextualidade e a relacionalidade no contexto digital é essencial para analisar os discursos contemporâneos. Enquanto a intertextualidade revela as influências textuais e a continuidade do conhecimento, a relacionalidade destaca a complexidade das interações mediadas pela tecnologia, que ampliam as possibilidades de construção de sentido. Paveau (2021) ressalta que, nesse cenário, o corpus analisado deve ser pensado em uma lógica relacional, considerando não apenas os enunciados isolados, mas também as conexões estabelecidas entre eles. Assim, o estudo dos discursos digitais nativos exige uma abordagem que contemple tanto as referências intertextuais quanto as relações contextuais e tecnológicas que moldam a comunicação contemporânea.

Intertextualidade e Relacionalidade como Estratégias Argumentativas

A intertextualidade, enquanto estratégia argumentativa, permite que as produções textuais dialoguem com outras vozes, conferindo legitimidade e persuasão ao discurso. Conforme destaca Cavalcante (2020), esse recurso amplia o potencial argumentativo ao estabelecer conexões com textos previamente conhecidos pelo leitor, facilitando a negociação de sentidos. Tradicionalmente, a intertextualidade é associada à citação direta ou à reprodução de fragmentos textuais específicos. No entanto, a autora propõe uma visão mais ampla, na qual o diálogo entre textos pode ocorrer de forma implícita, por meio de alusões, referências culturais ou imitações estilísticas. Dessa maneira, a intertextualidade se revela como uma ferramenta estratégica, capaz de reforçar argumentos ao evocar conhecimentos prévios compartilhados entre o autor e o interlocutor.

Além da intertextualidade, a relacionalidade também atua como uma estratégia argumentativa, sobretudo no contexto dos discursos digitais nativos. Diferentemente da intertextualidade, que enfatiza a retomada de textos específicos, a relacionalidade se caracteriza pela construção de sentidos a partir das interações estabelecidas entre diferentes elementos do texto e seu contexto de produção.

Como destaca Paveau (2021), nos ambientes digitais, a escolha do dispositivo, do navegador e do destinatário influencia a forma como o texto é produzido e interpretado. Essa dinâmica permite que o autor utilize recursos como hiperlinks, comentários e compartilhamentos para ampliar a argumentação, conectando seu discurso a outras fontes de informação e reforçando sua credibilidade. Dessa forma, a relacionalidade contribui para a construção de um discurso mais persuasivo, ao integrar múltiplas perspectivas em tempo real.

É importante destacar que intertextualidade e relacionalidade não são estratégias excludentes, mas complementares, especialmente no ambiente digital. Enquanto a intertextualidade confere autoridade ao discurso ao dialogar com textos previamente consolidados, a relacionalidade potencializa a argumentação ao estabelecer conexões dinâmicas e contextuais. Conforme aponta Carvalho (2018), a intertextualidade pode ocorrer de forma estrita, por meio da citação direta, ou de forma ampla, quando há apenas uma alusão estilística ou temática. No contexto digital, essas modalidades se entrelaçam com a relacionalidade, criando discursos abertos e em constante transformação. Assim, ambas as estratégias atuam em conjunto para fortalecer a argumentação, tornando os textos mais persuasivos e eficazes na negociação de sentidos com o interlocutor.

A intertextualidade estrita ocorre quando há uma retomada direta de um texto-fonte na construção de um novo texto, subdividindo-se em copresença e derivação. A copresença manifesta-se por meio da citação, da alusão e da paráfrase, estabelecendo uma relação explícita entre os textos. Já a derivação envolve a criação de um novo texto a partir de um texto anterior, podendo ocorrer por meio da paródia, da transposição ou da metatextualidade. Essas modalidades, ao inserirem elementos de outros textos no discurso atual, conferem maior autoridade ao enunciador e ampliam o potencial persuasivo do texto, tornando-se, assim, recursos estratégicos no processo argumentativo.

Por outro lado, a intertextualidade ampla caracteriza-se por relações mais sutis e implícitas entre textos, sem a necessidade de retomada direta de um texto específico. Segundo Carvalho (2018), essa categoria se subdivide em imitações e alusões amplas. As imitações ocorrem quando o texto em construção se apropria de traços estilísticos, elementos temáticos ou gêneros discursivos de outros textos, conferindo-lhe um tom familiar ao leitor. Já a alusão ampla refere-se à menção a um conjunto de textos ou a situações compartilhadas coletivamente, criando uma rede de significados que ressoa na memória cultural do interlocutor. Ambas as modalidades ampliam o alcance argumentativo do discurso ao estabelecerem conexões simbólicas que evocam o repertório sociocultural do leitor, fortalecendo, assim, a construção de sentidos.

A relacionalidade, por sua vez, complementa a intertextualidade ao enfatizar as conexões dinâmicas entre os textos e seu contexto de produção, especialmente em ambientes digitais. Diferente da intertextualidade, que se concentra nas referências a textos anteriores, a relacionalidade considera as múltiplas influências que moldam o discurso no momento da interação, como o dispositivo utilizado, o perfil do destinatário e o contexto sociocultural. No meio digital, essa estratégia

argumentativa potencializa o impacto do texto ao integrar comentários, hiperlinks e compartilhamentos que ampliam o diálogo com outras fontes. Dessa forma, a intertextualidade e a relacionalidade atuam conjuntamente como recursos argumentativos essenciais, proporcionando ao texto maior coerência, legitimidade e capacidade de persuasão perante o leitor.

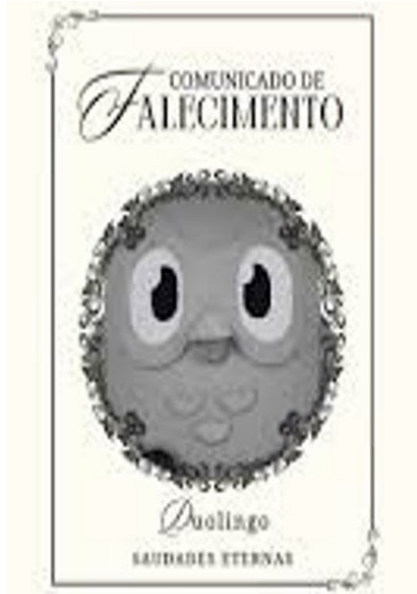
METODOLOGIA

A metodologia deste trabalho fundamenta-se em uma abordagem qualitativa, visando analisar o papel da intertextualidade e da relacionalidade como estratégias argumentativas em posts da rede social Instagram. O corpus da pesquisa é composto por três (03) publicações do perfil @duolingobrasil, selecionadas por sorteio, tendo em vista a representatividade dessas postagens no ecossistema digital. A escolha desse perfil justifica-se por seu caráter institucional e pela relevância de suas publicações no contexto das redes sociais, o que permite observar como os recursos intertextuais e relacionais são empregados para influenciar a construção de sentidos.

Intertextualidade e Argumentação em Posts do Duolingo Brasil

As redes sociais têm se consolidado como espaços de intensa circulação de discursos, nos quais o uso de elementos multimodais e intertextuais desempenha papel central para captar a atenção dos usuários e promover o engajamento. Nesse contexto, a intertextualidade e a relacionalidade emergem como estratégias argumentativas capazes de estabelecer conexões entre diferentes textos e contextos culturais, potencializando o impacto das publicações. A intertextualidade, conforme Carvalho (2018), pode manifestar-se por meio de paródias, alusões e transposições, permitindo que novos sentidos sejam construídos a partir da transformação de textos-fonte. Já a relacionalidade, característica dos ambientes digitais, evidencia-se na interação contínua entre os usuários e os dispositivos tecnológicos, bem como na capacidade de os conteúdos se adaptarem às dinâmicas específicas das plataformas em que são compartilhados.

Nesse sentido, este trabalho busca analisar quatro imagens disponíveis no perfil @duolingobrasil, no Instagram, destacando o uso da intertextualidade e da relacionalidade como recursos argumentativos. A análise considera como o perfil utiliza elementos visuais e discursivos reconhecíveis para estabelecer diálogos com outros textos do universo digital, ao mesmo tempo em que explora as funcionalidades da plataforma para ampliar o alcance e a interação com o público. A partir dessa abordagem, pretende-se demonstrar como essas estratégias não apenas conferem criatividade às postagens, mas também influenciam a construção de sentidos, consolidando o papel das redes sociais como espaços de produção e ressignificação de discursos. Fazemos a análise da primeira imagem:

Imagem 1 - Comunicado do “falecimento” da corujinha Duo.

Fonte: <https://www.meioemensagem.com.br/comunicacao/duolingo-anuncia-morte-de-mascote-em-acao-nas-redes-sociais>.

A imagem analisada apresenta o formato típico de um comunicado de falecimento, porém, em vez de exibir uma fotografia de uma pessoa, traz o mascote do aplicativo Duolingo, a coruja Duo, em preto e branco. A composição visual evoca um tom fúnebre, mas o uso de um personagem conhecido por suas mensagens humorísticas e insistentes em lembretes de estudo sugere uma construção discursiva baseada no humor e na ironia. Essa escolha visual capta a atenção do público ao subverter um gênero textual normalmente associado à seriedade, gerando um efeito de surpresa e comicidade.

A intertextualidade se manifesta como uma alusão à pressão constante exercida pelo aplicativo para que os usuários mantenham sua sequência de estudos. O formato de comunicado de falecimento, nesse caso, pode ser interpretado como uma representação simbólica da “morte” do Duo quando o usuário interrompe suas lições. Trata-se de uma intertextualidade estrita por copresença, conforme definido por Cavalcante *et al.* (2020), em que a imagem recupera elementos visuais característicos de anúncios fúnebres, mas os ressignifica ao inseri-los em um contexto humorístico e digital. Além disso, a ampliação do texto ocorre nas redes sociais, onde os usuários frequentemente interagem com memes semelhantes, conferindo continuidade ao discurso inicial e contribuindo para sua circulação e ressignificação em diferentes contextos digitais.

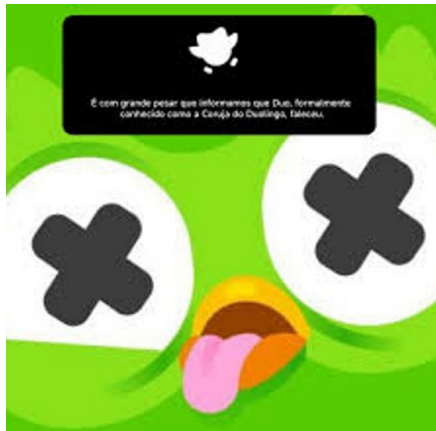
Imagem 2 – Urgente, Duo morreu!.



Fonte: https://www.instagram.com/divpropaganda/p/DGVs8c9pUk7/?img_index=1.

A imagem analisada apresenta o personagem Duo, a coruja símbolo do aplicativo Duolingo, em uma representação humorística e inesperada: a notícia fictícia de sua morte. O texto em destaque, “Urgente: Duo, a Coruja do Duolingo, Morreu!”, utiliza um formato visual e linguístico típico de manchetes sensacionalistas, com a palavra “Urgente” em caixa alta e em branco para captar a atenção imediata do público. O fundo escuro com linhas em tons de laranja e verde, aliado à posição do personagem em queda, intensifica o tom dramático da cena, enquanto o botão “Arraste e confira” sugere a continuidade do conteúdo, característica comum em publicações digitais.

Do ponto de vista da intertextualidade, a imagem configura uma imitação de estilo de gênero, conforme definido por Carvalho (2018, p. 101), ao reproduzir a estética de chamadas jornalísticas de cunho urgente, porém adaptada ao universo humorístico da marca Duolingo. A intertextualidade é aqui mobilizada como estratégia argumentativa para gerar engajamento, atraindo o público através da surpresa e do humor. Além disso, a relacionalidade manifesta-se na interação entre o conteúdo e o público digital, incentivado a deslizar a imagem para obter mais informações. Esse formato explora os recursos multimodais da plataforma Instagram, evidenciando como as relações estabelecidas no ambiente digital contribuem para a construção de sentidos, em um diálogo constante entre os elementos visuais, textuais e a participação ativa dos usuários.

Imagem 3 – “Duo morreu, galera!”.

Fonte: https://www.instagram.com/marshaal.universe/p/DF8SuBtx8E0/?img_index=1.

Nesta imagem, a continuidade da narrativa humorística em torno da suposta morte de Duo, a coruja do Duolingo, é reforçada visualmente pelo close em seu rosto. Os olhos com sinais de “X” e a língua para fora remetem a uma representação caricatural da morte, comum em animações e memes. O fundo verde vibrante, característico do personagem, mantém a identidade visual da marca, enquanto o retângulo preto no topo, com o ícone de uma flor branca e o texto “É com grande pesar que informamos que Duo, formalmente conhecido como a Coruja do Duolingo, faleceu.”, simula um comunicado fúnebre tradicional, contrastando ironicamente com o tom cômico da imagem.

A intertextualidade manifesta-se na imitação de um gênero textual específico — o anúncio de falecimento —, porém reinterpretado de forma humorística e inesperada. Segundo Carvalho (2018, p. 101), essa transformação de um formato reconhecível amplia o efeito persuasivo, capturando a atenção do público ao romper com expectativas. Além disso, a relacionalidade evidencia-se no contexto digital em que a postagem circula, já que seu impacto depende da temporalidade e das tendências do momento. O uso do humor baseado em memes e referências culturais populares é mais eficaz quando sintonizado com o repertório atual dos usuários das redes sociais, ressaltando como o contexto sociocultural e o meio digital moldam a recepção e os sentidos produzidos pela publicação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise evidencia como a intertextualidade e a relacionalidade são estratégias fundamentais para ampliar o engajamento e consolidar a presença da marca nas plataformas digitais. Ao recuperar elementos de gêneros conhecidos, como comunicados de falecimento e anúncios de impacto, a marca estabelece diálogos com repertórios culturais amplamente reconhecidos, gerando surpresa

e humor. Esses deslocamentos de sentido, conforme apontado por Cavalcante *et al.* (2020, p. 108), demonstram o papel da intertextualidade na ressignificação de textos, conferindo-lhes novos propósitos, como atrair a atenção do público e reforçar a identidade da plataforma de idiomas.

Além disso, a relacionalidade própria dos discursos digitais contribui para a construção de vínculos mais próximos e interativos entre a marca e seus seguidores. A circulação desses posts no Instagram não apenas possibilita o consumo do conteúdo, mas também incentiva os usuários a participarem ativamente por meio de comentários, compartilhamentos e recriações. Essa característica se relaciona ao conceito de escritores, que, ao interpretar e reinterpretar as postagens, colaboram para a propagação dos sentidos atribuídos às imagens. Desse modo, o ambiente digital se configura como um espaço dinâmico de produção e reprodução discursiva, em que os textos se entrelaçam e se reinventam continuamente.

REFERÊNCIAS

ADAM, Jean-Michel. **A noção de texto**. Tradução brasileira de Maria das Graças Soares Rodrigues, João Gomes da Silva Neto e Luis Passeggi. Revisão técnica da tradução por João Gomes da Silva Neto. Natal: EDUFRRN, 2022.

CARVALHO, Ana Paula Lima de. **Sobre intertextualidades estritas e amplas**. 2018. 135 f. : il. color. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Programa de Pós-Graduação em Linguística, Fortaleza, 2018.

CAVALCANTE, Mônica Magalhães. **Os Sentidos do Texto**. São Paulo: Editora Contexto, 2012.

CAVALCANTE, Monica Magalhães; BRITO, Mariza Angelica Paiva; MARTINS, Mayara Arruda. **Quadro enunciativo de diferentes tipos de interação digital**. In: MARQUESI, Sueli Cristina. *Texto e metodologias ativas: interfaces na pesquisa e no ensino*. 1. ed. São Paulo: Pontes Editores, 2024.

DUOLINGO. In: **WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre**. Wikimedia, 2025. Disponível em: < <https://pt.wikipedia.org/wiki/Duolingo> >

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Gêneros textuais: definição e funcionalidade**. In: DIONISIO, Angela Paiva; MACHADO, Anna Raquel; BEZERRA, Maria Auxiliadora. (orgs.). *Gêneros textuais e ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002, p. 19-35.

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

PAVEAU, Marie-Anne. **Análise do discurso digital: dicionário das formas e das práticas**. Campinas: Pontes, 2021.

ROJO, Roxane; MOURA, Eduardo. **Letramentos, mídias e linguagens**. São Paulo: Parábola Editorial, 2019, p. 30-40.