




# “É aclamação! É argumentação! É intertextualidade!”: uma análise textual e tecnodiscursiva de tuítes do Big Brother Brasil

“It’s acclamation! It’s argumentation!  
It’s intertextuality!”: a textual and technodiscursive  
analysis of tweets from Big Brother Brasil

Cássia Fernanda de Oliveira Costa<sup>1</sup>   
Estevão Eduardo Cavalcante Carmo<sup>1</sup>   
Jailine Mayara Sousa de Farias<sup>2</sup> 

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE, Brasil

<sup>2</sup>Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB, Brasil

E-mails: [cassia.fernanda@ufpe.br](mailto:cassia.fernanda@ufpe.br); [estevao.eduardo@ufpe.br](mailto:estevao.eduardo@ufpe.br); [jailine.farias@gmail.com](mailto:jailine.farias@gmail.com)

**RESUMO:** A proposta deste trabalho consiste em analisar as estratégias de argumentação que ocorrem por meio da intertextualidade em tuítes publicados pelo perfil do Big Brother Brasil na rede social *Twitter*. Para tanto, articulamos um quadro teórico que reúne reflexões oriundas da Teoria da Argumentação no Discurso (AMOSSY, 2018; 2020), da Análise do Discurso Digital (PAVEAU, 2021) e da Linguística Textual, mais especificamente no que concerne aos estudos sobre intertextualidades estritas e amplas (CARVALHO, 2018; CAVALCANTE; CARVALHO; FARIA, 2017). O *corpus* para investigação é constituído por 27 tuítes publicados nas primeiras horas da madrugada do dia 19 de janeiro de 2023, no perfil do *reality show* Big Brother Brasil, na rede social *Twitter*. Por razões metodológicas, definimos, para este trabalho, um recorte do *corpus*, analisando 4 tuítes que exemplificam as estratégias de persuasão de base intertextual mais recorrentes. Um exame atento dos dados revelou que o perfil do Big Brother Brasil lança mão de ferramentas e práticas (tecno)linguageiras do ambiente digital, articulando-as com outros textos que circulam nesse mesmo espaço, com vistas à persuasão dos usuários do *Twitter* para que eles se engajem com as publicações sobre o *reality show*.

**PALAVRAS-CHAVE:** Persuasão, Intertextualidade, Tuíte, Big Brother Brasil.

**ABSTRACT:** The purpose of this work is to analyze the argumentative strategies developed through intertextuality in tweets published by the official *Twitter* account of the *reality show* Big Brother Brasil. For this purpose, we articulate a theoretical framework that brings together reflections from the Theory of Argumentation in Discourse (AMOSSY, 2018; 2020), Digital Discourse Analysis (PAVEAU, 2021), and Text Linguistics, mainly with regard to the studies on strict and broad intertextualities (CARVALHO, 2018; CAVALCANTE; CARVALHO; FARIA, 2017).

## COMO CITAR

COSTA, Cássia Fernanda de Oliveira; CARMO, Estevão Eduardo Cavalcante; FARIAS, Jailine Mayara Sousa de. “É aclamação! É argumentação! É intertextualidade!”: uma análise textual e tecnodiscursiva de tuítes do Big Brother Brasil. *Revista da Anpoll*, v. 54, n. 1, e1880, 2023. doi: <https://doi.org/10.18309/ranpoll.v54i1.1880>

The *corpus* of our investigation consists of 27 tweets published in the early hours of January 19, 2023, in the *Twitter* profile of the *reality show* Big Brother Brasil. For methodological reasons, we will focus, in this work, on the analysis of 4 tweets, which illustrate the most recurrent intertextual-based persuasion strategies. A close examination of the data revealed that the profile makes use of (techno)language practices and tools from the digital environment, articulating those with other texts that circulate in the same space, with the purpose of persuading *Twitter* users to engage with publications about the reality show.

**KEYWORDS:** Persuasion, Intertextuality, Tweet, Big Brother Brasil.

## 1 Introdução

Partindo do pressuposto de que a dimensão argumentativa é constitutiva de qualquer texto (CAVALCANTE *et al.*, 2022), este trabalho busca discutir e compreender o funcionamento dos elementos persuasivos nos textos, especialmente no que diz respeito às produções nativas digitais, isto é, produções *online*, resultantes de um processo de coconstrução entre elementos languageiros e tecnológicos.

Um dos modos pelo qual opera a argumentação é a intertextualidade, compreendida como fenômeno plural – intertextualidades –, cuja manifestação nos textos passa a se valer também de elementos diversos, muitos dos quais próprios dos ecossistemas digitais. Nesse contexto, o presente trabalho articula contribuições advindas da Linguística Textual (CAVALCANTE *et al.*, 2022; CARVALHO, 2018; CAVALCANTE; CARVALHO; FARIA, 2017), Teoria da Argumentação (AMOSSY, 2018; 2020) e Análise do Discurso Digital (PAVEAU, 2021), com o objetivo de investigar a relação entre as estratégias de argumentação e as intertextualidades em textos produzidos e publicados na rede social *Twitter*. Para tanto, tomamos como base a análise qualitativa de um recorte de 4 tuítes publicados no perfil do *reality show* Big Brother Brasil, em janeiro de 2023.

Assim, o trabalho apresenta um panorama sobre a argumentatividade para, em seguida, refletir sobre os processos intertextuais enquanto estratégias de argumentação, isto é, funcionando a partir de recursos múltiplos em prol de um projeto de dizer. Na sequência, caracterizamos, a partir dos estudos de Paveau (2021), as produções nativas digitais, para então analisarmos a relação entre os elementos tecnolinguageiros mobilizados no conjunto de textos que compõem o *corpus* e o funcionamento dos processos intertextuais.

## 2 A argumentação: fator constituinte do texto

A linguística textual brasileira (doravante LT) a que nos filiamos tem considerado a argumentação como característica inerente ao texto. Tal consideração aprofunda o que já indicava Koch ([1984] 2006) em relação ao fato de que a argumentatividade não está restrita a textos do tipo argumentativo, sendo também observada em narrações e descrições.

Esse aprofundamento quanto à compreensão do papel constitutivo da argumentação nos textos é fruto de diálogos interdisciplinares da LT com os estudos da nova retórica e da análise do discurso, sobretudo com a Teoria da Argumentação no Discurso (TAD), proposta por Amossy (2018). Conforme Cavalcante *et al.* (2019; 2022), o pressuposto de que todo discurso apresenta argumentatividade, defendido por Amossy (2018), é compatível com a LT,

uma vez que a própria autora admite que a análise da argumentação deve se dar em situações interacionais concretas, isto é, em textos. Tal entendimento coaduna também com o que aponta Adam (1992) sobre a orientação argumentativa constituir o cerne em torno do qual se organiza todo texto (CAVALCANTE *et al.*, 2022).

Tem-se, assim, uma visão ampla da argumentação, que se distancia de compreensões mais centradas no *logos*, para as quais a argumentatividade se define somente pela construção lógica de argumentos em favor de determinada tese (AMOSSY, 2020). Nesse sentido, Amossy (2018) distingue duas formas de apresentação da argumentatividade: a “dimensão argumentativa” e a “visada argumentativa”.

A dimensão argumentativa está presente em todo texto e por vezes se apresenta sutilmente, em tentativas de influência que podem passar despercebidas, mas que sempre deixam marcas textuais. A visada argumentativa, por outro lado, não está presente em todos os textos, pois diz respeito às formas mais diretas e explícitas de argumentar. Textos como uma peça jurídica ou uma redação de vestibular, por exemplo, caracterizam-se pela visada argumentativa, pois claramente apresentam e defendem uma tese. É diferente do que ocorre em uma notícia ou em um conto, textos em que normalmente não se defende um argumento de forma direta, mas nos quais há, em maior ou menor medida, a busca por direcionar a compreensão do leitor a determinado sentido, o que corresponde à dimensão argumentativa.

Ainda de acordo com Amossy (2020), esse grau de explicitude da argumentação não está necessariamente ligado à força persuasiva de um texto. Portanto, um texto de dimensão argumentativa pode ser tão persuasivo quanto um de visada argumentativa, o que depende da intenção do locutor-enunciador e de como ele busca posicionar-se diante do auditório. O intuito do locutor-enunciador pode ser, como exemplifica a autora, o de despertar reflexões e questionamentos para os quais formas indiretas de argumentar sejam mais efetivas, uma vez que tendem a não desencadear contradiscursos, pois se caracterizam pela evasão do confronto:

A posição sugerida é, então, bem mais convincente, uma vez que é apresentada na ausência de qualquer posição contraditória e que não é enunciada com todas as letras, mas dada a ser reconstruída pelo alocutário, que *adere mais facilmente a ela na medida em que ele mesmo a (re)constrói*” (AMOSSY, 2020, p. 84, grifos nossos).

Ao considerar a intenção de quem enuncia como fator indissociável da produção discursiva, sem deixar de levar em conta as pressões do interdiscurso e do contexto socio-histórico, Amossy (2020) alia a análise do discurso aos conhecimentos da nova retórica, de Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996). Como consequência de tal aliança, tem-se uma concepção de sujeito “ao mesmo tempo intencional e sobredeterminado” (CAVALCANTE *et al.*, 2022, p. 105), concepção essa que também adotamos na LT.

Por terem o texto como objeto de análise, no que concerne à argumentação, os estudos da LT centram-se em como ela se inscreve textualmente, por meio das categorias textuais, tais como a referenciação, o tópico discursivo e a intertextualidade. Particularmente sobre essa última categoria recai nosso interesse no presente trabalho, por isso a ela dedicamos a seção a seguir.

### 3 As intertextualidades: diálogos entre textos em prol de um projeto de dizer

As reflexões sobre o que compreendemos atualmente como processos intertextuais tiveram início a partir de proposições mais amplas sobre o dialogismo, que emergiram no Círculo de Bakhtin. No entanto, foi apenas com Kristeva (1974) que se cunhou o termo "intertextualidade" para designar as formas de remissão de um texto a outro – isto é, o diálogo "tangível" entre textos. Essa "tangibilidade" é o que diferencia a intertextualidade, que é observável de maneira mais pontual e no âmbito do texto, do dialogismo, que permeia o discurso e é inerente à enunciação (CAVALCANTE *et al.*, 2022).

Como destacam Cavalcante, Carvalho e Faria (2017), a influência de pesquisadores da literatura está presente em boa parte dos trabalhos em linguística sobre os processos intertextuais, sendo Genette um dos autores mais relevantes nesse sentido. A partir das categorias de intertextualidade propostas por Genette, Koch (1991 *apud* KOCH; ELIAS, 2006, p. 86) propõe a distinção de dois tipos de intertextualidade, a explícita e a implícita. A indicação do intertexto seria, para a autora, o fator de distinção entre esses dois tipos de intertextualidade. No primeiro caso, o intertexto é indicado, como nas citações e discursos relatados; já no segundo, essa remissão direta ao texto fonte não acontece e o leitor precisa recuperá-lo em seu repertório sociocultural, como ocorre em paráfrases e paródias (KOCH; ELIAS, 2006).

Também sob influência de Genette, em uma perspectiva que alarga os horizontes de análise da Linguística Textual, Cavalcante, Carvalho e Faria (2017) e Carvalho (2018) consideram a intertextualidade como um fenômeno plural: as intertextualidades estritas e amplas. A proposta dessas autoras toma por base a perspectiva sociocognitiva-discursiva de texto, que o considera como unidade multissemiótica de sentidos, única, irrepetível e situada em determinado contexto socio-histórico, cuja realização dá-se sempre na negociação entre interlocutores (CAVALCANTE; CUSTÓDIO FILHO, 2010; CAVALCANTE *et al.*, 2019).

Como consequência, a abordagem das intertextualidades proposta pelas autoras, a qual também assumimos neste trabalho, atenta para o fato de que os processos intertextuais são também estratégias de argumentação. Assim, a evocação de um intertexto não se dá por acaso, mas se realiza em prol do projeto de dizer empreendido pelo locutor-enunciador. Compreende-se, ainda, que as intertextualidades podem ser manifestas por meio de distintas semioses, já que o caráter multissemiótico também é inerente ao texto.

Ao caracterizar as intertextualidades estritas e amplas, Carvalho (2018) as distingue a partir de um traço principal: a possibilidade de identificar especificamente o texto com o qual o diálogo intertextual é estabelecido<sup>1</sup>. Nas intertextualidades estritas, tal identificação específica é possível, já nas amplas, ainda que o diálogo com outros textos seja observável, não se consegue precisar um texto fonte.

---

<sup>1</sup> Diferentemente da proposta de Koch, nesta abordagem o traço que distingue as intertextualidades amplas das estritas não está ligado à explicitação do texto fonte, mas sim à possibilidade de recuperá-lo na memória discursiva. As paródias, por exemplo, são consideradas na primeira abordagem como casos de intertextualidade implícita; já no entendimento de Carvalho (2018), são tidas como intertextualidade estrita.

Assim, nas intertextualidades estritas há sempre copresença ou derivação. Há copresença quando se observa trechos de um texto em outro, como em citações; há derivação quando um texto é transformado em outro, como nas paródias. Foram identificadas por Carvalho (2018) três tipos de intertextualidades estritas por copresença: a citação literal (com ou sem referências); o parafraseamento de conteúdos e a alusão estrita (menção indireta). As intertextualidades estritas por derivação são descritas pela autora também em três tipos: paródia, transposição e metatextualidade.

As intertextualidades amplas, em contrapartida, são de identificação mais desafiadora, uma vez que se inscrevem textualmente a partir de traços menos explícitos e remetem a um conjunto amplo de textos. Devido a esse caráter difuso, as intertextualidades amplas exigem do interlocutor maior esforço cognitivo e mais alto grau de conhecimento contextual. As categorias que compreendem esse tipo de intertextualidade são a imitação de gênero, a imitação de estilo e a alusão ampla (CAVALCANTE; CARVALHO; FARIA, 2017).

As características de algumas dessas intertextualidades, assim como os papéis que elas desempenham na tessitura da argumentação, poderão ser observadas na análise que empreendemos neste artigo, em tuítes do perfil oficial do *reality show* Big Brother Brasil. Por se tratarem de textos nativos digitais, os textos analisados apresentam particularidades que os distinguem daqueles que circulam *offline*. Sobre essas particularidades, trataremos no tópico a seguir.

## 4 O discurso digital nativo: particularidades tecnolinguageiras do tuíte

Como, neste trabalho, analisamos textos produzidos no ambiente digital, adotamos também algumas reflexões da Análise do Discurso Digital (PAVEAU, 2021) e da Linguística Textual (CAVALCANTE; MUNIZ-LIMA, 2022; GIERING; PINTO, 2021; MARCUSCHI, 1999), a fim de buscarmos compreender como operam os textos aqui investigados.

Em seus estudos, Paveau (2021) rejeita firmemente uma noção de discurso que se restrinja somente à materialidade linguística, isto é, uma perspectiva logocêntrica, que separa de forma assimétrica o que constitui o conteúdo verbal e tudo aquilo que seria exterior ao discurso, designado recorrentemente como extralinguístico. A autora assume, por outro lado, uma concepção pós-dualista, na medida em que considera fundamentalmente relevante tanto o discurso quanto os recursos tecnológicos que atuam na produção dele e na construção dos seus sentidos no ambiente digital. Paveau (2021) revela, assim, uma postura epistemológica simétrica e ecológica, elevando o aparato tecnológico, que, em geral, se negligencia nas análises discursivas, a um patamar de equidade com o próprio discurso.

Daí o emprego, apresentado pela autora, do prefixo “tecno-” em determinadas expressões, como em “tecnodiscurso”, para corroborar uma perspectiva compósita da língua e do discurso nas produções discursivas elaboradas em ambiente digital *online* com o auxílio da internet. Tais produções são designadas por Paveau (2021) como digitais nativas, uma vez que emergem do espaço digital conectado apresentando elementos característicos desse ambiente e atuando também na manutenção dele. Nesse sentido, a autora elenca seis características do discurso digital nativo, a saber: *i*) composição, *ii*) deslinearização, *iii*) ampliação, *iv*) relacionalidade, *v*) investigabilidade e *vi*) imprevisibilidade.

Assinalando essas propriedades na rede social *Twitter*, podemos observar, por exemplo: a composição na constituição dos tuítes por elementos plurissemióticos, como palavras, *emojis* e *hashtags*; a deslinearização por meio dos *links* inseridos nos tuítes e que direcionam o usuário para outros sites; a ampliação da enunciação na possibilidade de inserir comentários no tuíte; a relacionalidade pelo fato de os tuítes manterem entre si e com o ambiente digital relações diversas; a investigabilidade pela possível recuperação e documentação de tuítes na rede social; e, por fim, imprevisibilidade, dada a manipulação dos algoritmos que determinam a circulação de certas postagens na rede social.

Nos estudos mais recentes em LT, surgem gradativamente considerações cujo propósito constitui revisitar as noções de texto e interação à luz, sobretudo, de uma perspectiva pós-dualista, como a desenvolvida por Paveau (2021). Giering e Pinto (2021, p. 44), por exemplo, ressaltam que, na análise de textualidades produzidas em ambiente digital, como no caso deste trabalho, entram em jogo “operações tecnodiscursivas, nas quais a conectividade é estabelecida por elementos tecnolinguageiros que relacionam diferentes elementos – multissemióticos – e permitem percursos navegacionais que os ligam”. Seguindo uma postura ecológica do discurso, as autoras apontam que “o que faz texto” no ambiente digital está fundamentalmente associado não apenas à materialidade linguística, mas igualmente aos recursos e aparatos tecnológicos que atuam na composição do espaço *online*, configurando, dessa forma, os princípios constitutivos dos textos digitais nativos.

Numa linha semelhante de reflexões, Cavalcante e Muniz-Lima (2022) pleiteiam, para o contexto digital, uma noção de interação que ocorre textualmente e sob a qual incidem elementos de ordem humana e/ou não-humana no processo de coconstrução de sentidos.

Tais estudos oferecem o respaldo teórico necessário para o exame de alguns dos fenômenos observados no *corpus* coletado para este trabalho.

## 5 Procedimentos metodológicos

Antes de passarmos à análise, detalhamos, neste tópico, os procedimentos metodológicos que adotamos para a coleta, a organização e o tratamento do *corpus*. Ressaltamos, desde já, que esta análise tem caráter qualitativo e interpretativista, interessando-nos, sobretudo, as estratégias argumentativas de base intertextual que se manifestam nos tuítes coletados.

O *corpus* deste trabalho é constituído por 27 tuítes publicados no perfil oficial do Big Brother Brasil (www.twitter.com/bbb), um *reality show* bastante popular na televisão aberta brasileira e veiculado pela Rede Globo, que transmitiu em 2023 a vigésima terceira edição do programa. Para a seleção dos tuítes que compõem o *corpus*, definimos, primeiramente, o recorte temporal no qual os tuítes haviam sido publicados, as primeiras horas da madrugada do dia 19 de janeiro de 2023, momento em que ocorria a primeira festa da edição do BBB 23, evento que, supomos, geraria maior engajamento dos seguidores do perfil do BBB e usuários do *Twitter*. Efetuado o recorte temporal, coletamos, por meio de captura de tela, todos os tuítes postados a partir da meia-noite do dia supracitado cujo tema fosse a primeira festa do BBB 23, totalizando 27 tuítes, sendo o último sobre o evento publicado às 7 horas da manhã do mesmo dia.

Após a coleta, o armazenamento e a sistematização do *corpus*, buscamos identificar as estratégias argumentativas de base intertextual que se manifestam nos tuítes. Cumpre ressaltar que observamos estratégias variadas que lançavam mão ora de intertextualidade estrita ora de intertextualidade ampla, ou mesmo de ambas. No entanto, para esta análise, optamos por apresentar aquelas estratégias mais recorrentes, configurando estruturas de formação que se repetiam nos próprios tuítes. Desse modo, notamos duas práticas argumentativas e intertextuais recorrentes nas publicações coletadas, o que nos levou a operar um recorte no *corpus* a fim de reunir os tuítes em dois blocos.

No primeiro bloco, agrupamos os tuítes que, por sua organização, estrutura e configuração textual, apresentam práticas tecnolinguageiras que remetem a memes variados publicados na internet. Já no segundo bloco, reunimos os tuítes que apresentam práticas tecnolinguageiras cuja intertextualidade estrita é mais saliente.

Explicados os procedimentos metodológicos associados à coleta, à organização e ao tratamento do *corpus*, passamos, agora, à análise dos tuítes.

## 6 Análise do *corpus*

A análise do grupo de textos que compõe os dados desta pesquisa buscou verificar de que maneira as estratégias argumentativas estão relacionadas ao fenômeno da intertextualidade, evidenciando como este se vale dos recursos tecnolinguageiros próprios do contexto digital para operar, de forma ampla ou estrita, conforme explicitamos nas subseções a seguir.

### 6.1 Tuítes que estabelecem relações de intertextualidade ampla como estratégia de persuasão

Conforme indicamos na seção dedicada à metodologia, os tuítes que selecionamos para o primeiro bloco de análise se caracterizam por apresentarem configurações textuais que remetem às práticas tecnolinguageiras de viralização de textos – imagens, vídeos, áudios, palavras etc. – conhecidas como *memes*. Importa-nos apresentar brevemente a definição de *meme* que consideramos para a análise, a qual o compreende como “[...] uma rica e multifacetada prática linguageira digital, que, por meio da viralização e da intertextualidade, assume proporções gigantescas e imprevisíveis na construção de sentidos” (CAVALCANTE; OLIVEIRA, 2019, p. 21).

Essa compreensão acerca dos *memes* é assumida também por Silva e Cortez (2020, p. 390), que ressaltam o fato de que, no senso comum dos usuários de redes sociais digitais, *meme* é uma “nomenclatura coringa” que designa textos em uma diversidade de gêneros, os quais têm em comum, além do fenômeno de viralização, a produção em contexto digital e o caráter satírico-humorístico.

Os tuítes que analisaremos a seguir não são *memes*, uma vez que não “viralizaram” nas redes, mas estabelecem, a seu modo, relações intertextuais amplas com *memes* a partir de traços semióticos diversos. Dentre os tuítes que coletamos inicialmente, dez apresentam essa característica, dos quais dois serão apresentados a seguir como exemplos:



**Figura 1** – Tuíte 1

Fonte: <https://twitter.com/bbb/status/1615909177473339393>

Acesso em: 25 de janeiro de 2023.

O tuíte acima foi publicado pelo perfil oficial do Big Brother Brasil logo após a apresentação ao vivo da cantora Anitta na primeira festa do *reality show*. Além do trecho verbal e dos ícones imagéticos (*emojis*) que compõem sua seção superior, o texto é composto também por um vídeo de onze segundos, posicionado logo abaixo das *hashtags* “#BBB23” e “#RedeBBB”. O vídeo começa a ser reproduzido para o leitor assim que o tuíte é centralizado na tela, sem qualquer clique, e mostra o fim da performance de Anitta. A cantora está em cima do palco com sua banda e agradece ao BBB e aos participantes do *reality*, que estão de frente para ela e a ovacionam.

É possível observar na tessitura desse tuíte estratégias intertextuais diversas, inclusive formas de intertextualidade estrita, como a citação direta ao programa ao vivo, que se realiza por meio do vídeo. Como explica Carvalho (2018), as intertextualidades amplas e estritas não se dão de maneira estanque e isolada, por isso podemos observá-las atuando conjuntamente nos textos. Porém, conforme pontuamos anteriormente, nos tuítes deste primeiro bloco de análise, as intertextualidades amplas estão em evidência.

O trecho “É CONCEITO! É ACLAMAÇÃO! É @Anitta NO BBB!” reúne formas linguageiras e tecnolinguageiras comuns à rede social *Twitter*, conforme reflexões apresentadas por Paveau (2021). Além disso, a expressão “É conceito! É aclamação”, especificamente, remete a inúmeros textos que circulam nas redes sociais nos quais variações desse enunciado são utilizadas para enaltecer, elogiar e reconhecer as qualidades de algo ou alguém. O uso dessa expressão viralizou, tornando-a um *meme*, de forma que não se consegue recuperar a partir dela um texto fonte específico, mas, sim, um amplo conjunto de textos. Assim, a relação intertextual estabelecida pelo enunciado da Figura 1, que destacamos acima, caracteriza-se como ampla.

À luz do que propõem Carvalho (2018) e Cavalcante, Faria e Carvalho (2017) quanto às intertextualidades amplas, consideramos que, nesse exemplo, a intertextualidade é estabelecida a partir da imitação do estilo de um grupo de usuários cuja expressão é significativa na rede social *Twitter*: os fãs das chamadas “divas pop”. Além da expressão “É conceito! É aclamação!” – bastante utilizada por esse grupo de usuários do *Twitter* no contexto temporal



de elaboração do presente trabalho –, outro indício dessa imitação de estilo é o conjunto de *emojis* que constitui o tuíte. Uma vez que as intertextualidades são também estratégias de argumentação (CAVALCANTE *et al.*, 2020; CAVALCANTE *et al.*, 2022) responsáveis pela construção da dimensão argumentativa do texto (AMOSSY, 2018; 2020), a imitação de estilo que observamos na Figura 1 não é aleatória. Ao adotar no tuíte o estilo de produção textual típico dos fãs de divas pop, o perfil oficial do BBB busca aproximar-se de uma parcela específica do público, que possivelmente se interessaria pela transmissão do programa ao vivo graças ao show de Anitta.

Assim, o uso da intertextualidade ampla que identificamos na Figura 1 intenta promover a identificação dos fãs de divas pop com o *reality*, o que possivelmente geraria mais engajamento para o conteúdo sobre o BBB nas redes sociais e, em consequência, mais audiência para o programa televisivo. Estratégia semelhante é empregada na Figura 2, como veremos a seguir:



**Figura 2** – Tuíte 2

Fonte: <https://twitter.com/bbb/status/1616000966108794881>

Acesso em: 21 de janeiro de 2023.

Assim como na Figura 1, o tuíte acima é elaborado a partir da junção de elementos linguageiros e tecnolinguageiros, tais como construções linguísticas, *emojis*, vídeo e *hashtags*. O enunciado “\*Fim de festa\*”, por exemplo, aparece entre asteriscos, elemento não clicável utilizado em interações *online* para indicar o contexto ou as circunstâncias de determinado diálogo ou narrativa. Após essa indicação do contexto – o fim da primeira festa do BBB –, o texto se desenvolve apresentando o que seria a expectativa para o momento, representada por *emojis* que indicam sono, e em seguida a realidade, mostrada em um vídeo de 14 segundos. No vídeo, opostamente ao apresentado como expectativa, alguns participantes do BBB aparecem animados, falando alto e brincando de sujar uns aos outros com *chantilly*.

A configuração desse tuíte é muito similar à de publicações de perfis humorísticos nas redes sociais. Nesses perfis, a mesma estrutura de indicação de um contexto seguida por um comparativo entre expectativa e realidade é utilizada, geralmente apresentando como

“realidade” um *meme* – isto é, um vídeo, imagem ou áudio, que tenha viralizado nas redes. Portanto, observamos na Figura 2 uma relação de intertextualidade ampla com as publicações de perfis humorísticos das redes sociais. Assim como ocorre na Figura 1, esse diálogo intertextual é evidenciado a partir de uma imitação de estilo, e tem papel fundamental para a dimensão argumentativa do tuíte em análise.

Conforme pontuamos anteriormente, o vídeo que mostra a animação dos participantes no fim de festa está posicionado no texto no qual normalmente as páginas de humor apresentam os *memes*, em uma tentativa de aproximar a cena transmitida pelo *reality* do humor gerado pelos *memes* e, assim, atrair o público que se interessa por esse tipo de entretenimento. Portanto, nesse texto, a imitação de estilo é constituinte do que Amossy (2018; 2020) caracteriza como dimensão argumentativa, pois é empregada como estratégia persuasiva para enfatizar a experiência de divertimento que o leitor pode vir a ter caso assista ao BBB.

Concluindo a análise deste bloco, não poderíamos deixar de mencionar o uso das *hashtags* “#BBB23” e “#RedeBBB”, em todas as figuras apresentadas neste trabalho, uma vez que constituem importantes estratégias de intertextualidade ampla com vistas ao engajamento dos usuários com outros tuítes que compartilham do mesmo interesse sobre o programa. Paveau (2021) considera a *hashtag* uma tecnopalavra, na medida em que se trata de um sequência linguageira que, recebendo o sinal de cerquilha (#), se transforma, então, em um elemento clicável.

Na rede social *Twitter*, o uso dessa ferramenta oferece a possibilidade de reunir em um só fio discursivo outros tuítes que, compartilhando da mesma *hashtag*, versem sobre o mesmo tema. A análise do *corpus* que selecionamos, em conjunto com as reflexões elaboradas por Dutra e Faria (2022), conduziu-nos à compreensão de que a relação intertextual estabelecida entre os tuítes reunidos em uma mesma *hashtag* dá-se a partir da alusão ampla, pois a remissão a outros textos é difusa – não é possível recuperar um traço específico do conjunto de textos reunido, uma vez que o conteúdo dos que utilizam as mesmas *hashtags*, embora trate possivelmente da mesma temática, é diverso, e os próprios usuários que lançam mão da *hashtag* não têm controle sobre quais tuítes estarão ligados aos deles a partir desse uso.

No tópico seguinte, damos continuidade à análise, examinando as estratégias de persuasão que se configuram nos tuítes que constituem o bloco de intertextualidade estrita.

## 6.2 Tuítes que estabelecem relações de intertextualidade estrita como estratégia de persuasão

Conforme mencionado nos aspectos metodológicos, os tuítes desse segundo bloco compartilham entre si determinados elementos que, por sua recorrência, produzem uma configuração estrutural específica que nos chamou a atenção. A título de exemplificação, observemos o tuíte, abaixo:



**Figura 3** – Tuíte 3

Fonte: <https://twitter.com/bbb/status/1615924954859438080>

Acesso em: 21 de janeiro de 2023.

Na Figura 3, é possível notar alguns componentes, apontados por Paveau (2021), que constituem um tuíte. Há, por exemplo, elementos não clicáveis, como as formas languageiras e os *emojis*, e elementos clicáveis, como as *hashtags*, o *hiperlink* (URL) e o *gif*. Entre os elementos não clicáveis, destacamos as formas languageiras que se apresentam, primeiro, como uma citação direta e, em seguida, como uma sequência linguística imperativa que convida o usuário a acessar um *hiperlink*.

A citação direta, aberta por um *emoji* de balão de fala seguido pelo nome de uma das participantes do *reality* cujo enunciado é reproduzido entre aspas, constitui uma intertextualidade estrita por copresença, segundo a categorização proposta por Carvalho (2018). Entendemos que a escolha da citação direta “Eu estou muito com ele, mas ele fala algumas m\*rdas...” não ocorre de forma aleatória, mas consiste numa estratégia argumentativa (AMOSSY, 2018) que suscitaria no usuário a curiosidade em saber de quem a participante fala, uma vez que o referente do pronome “ele” não está explícito no tuíte.

O que nos leva, então, a outra sequência languageira, “Vem conferir sobre quem a sister estava falando”, na qual se nota um convite feito aos usuários para descobrir o participante cujo nome não fora explicitado. A sequência imperativa vem acompanhada, por sua vez, de um elemento clicável, um *hiperlink* que redireciona o usuário para uma notícia<sup>2</sup> publicada no [www.gshow.globo.com](http://www.gshow.globo.com), um dos sites da mesma emissora que transmite o *reality show*. Apenas na notícia é possível descobrir que a fala de Key, reproduzida na citação direta do tuíte, menciona, na realidade, o participante Gustavo. Importante ressaltar que o sentido da fala só se

<sup>2</sup> Disponível em: [https://gshow.globo.com/realities/bbb/bbb-23/festa/noticia/key-alves-do-bbb-23-monta-seu-podio-sem-gustavo-e-sinaliza-questao-que-pode-prejudicar-o-brother.ghtml?utm\\_source=twitter&utm\\_medium=social&utm\\_term=tempo-real&utm\\_content=post-link&utm\\_campaign=bbb](https://gshow.globo.com/realities/bbb/bbb-23/festa/noticia/key-alves-do-bbb-23-monta-seu-podio-sem-gustavo-e-sinaliza-questao-que-pode-prejudicar-o-brother.ghtml?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_term=tempo-real&utm_content=post-link&utm_campaign=bbb)

constrói nas ligações hipertextuais proporcionadas pelo uso de *hiperlink* que redireciona os usuários para outro ecossistema.

Com esse exemplo, notamos que a citação direta não está restrita à sequência linguageira apresentada entre aspas, mas que se encontra também no *hiperlink*, uma vez que, somente por meio deste, a construção de sentidos é plenamente efetivada no tuíte analisado. Além disso, entendemos que as características de relacionalidade do ambiente digital, conforme postuladas por Paveau (2021), foram empregadas no exemplo comentado como estratégia de persuasão do usuário para que este se engaje não somente com o perfil do BBB no *Twitter*, mas que também migre para um dos sites da Rede Globo, garantindo, dessa forma, mais acessos aos produtos digitais da emissora.

Observemos abaixo a Figura 4, que apresenta fenômenos semelhantes:



**Figura 4** – Tuíte 4

Fonte: <https://twitter.com/bbb/status/1615999275342696448>  
Acesso em: 25 de janeiro de 2023.

Na Figura 4, nota-se uma configuração estrutural cujos elementos são semelhantes aos observados na Figura 3, isto é, nome de um participante do programa, uma citação direta atribuída a este, um convite ao usuário por meio de uma construção imperativa e uma citação direta através de *hiperlink*. É possível verificar, ainda, o emprego dos mesmos *emojis* e das mesmas *hashtags*, além da inserção de um *gif* que reproduz visualmente um trecho do momento em que a citação direta foi proferida.

Em nossa análise, entendemos que os *emojis* utilizados não constituem escolhas arbitrárias. O balão de fala estabelece uma relação iconográfica com a citação direta, funcionando como um símbolo que, juntamente com as aspas, reforça o sentido de um discurso reproduzido *ipsis litteris*. O *emoji* dos dois olhos, por sua vez, parece atribuir à citação um *status* de fala relevante para a dinâmica do programa, despertando a curiosidade dos usuários, tendo

em vista, sobretudo, o fato de que as duas citações entre aspas, nas duas figuras, apresentam pronomes cujos referentes não estão explícitos – “ele” e “quem”, na Figura 3 – ou completamente explícitos – “minha” e “seus”, na Figura 4. Por fim, o *emoji* da seta para a direita, após as sequências imperativas que manifestam um convite, indica o *hiperlink* que o usuário pode acessar para conferir a notícia com a fala completa da qual foi retirada a citação entre aspas, destacando o aspecto compósito e deslinearizado dos tuítes.

Sem pretensão de produzirmos afirmações categóricas, presumimos que o *emoji* de seta parece funcionar como um dêitico textual, localizando no espaço do tuíte as informações aí organizadas. Embora analisando os *emojis* em outra esfera discursiva, o que notamos nos tuítes – tanto neste quanto no primeiro bloco de análise – corrobora as conclusões de Terra (2018) sobre o uso de *emojis* como forma de construir sentidos em conjunto com as sequências languageiras, captar a atenção do leitor e reforçar o apelo persuasivo no discurso.

## 7 Considerações finais

Ao longo da análise, observamos que, embora os tuítes publicados pelo perfil do Big Brother Brasil não tenham uma visada argumentativa (AMOSSY, 2018; 2020), há neles o emprego de ferramentas e práticas tecnolinguageiras (PAVEAU, 2021) próprias do ambiente digital com vistas à persuasão dos usuários para que estes assistam ao *reality show* e se engajem com as postagens feitas pelo perfil do BBB na rede social *Twitter*, o que atribui aos tuítes uma dimensão argumentativa. Além disso, notamos que as estratégias persuasivas utilizadas permitem entrever uma relação constante com outros textos do ambiente digital, revelando, assim, modos de intertextualidade característicos desse espaço.

Fundamentados, então, nas considerações sobre intertextualidades estritas e amplas (CARVALHO, 2018; CAVALCANTE; CARVALHO; FARIA, 2017), constatamos dois padrões recorrentes de configuração dos tuítes coletados, o que nos levou, também por razões metodológicas, a dividir a análise em dois blocos de publicações. No primeiro bloco, observamos que, devido à estrutura composicional dos tuítes e às práticas tecnolinguageiras utilizadas, havia uma recorrência no uso de elementos que estabeleciam uma intertextualidade ampla com *memes* que circulam nas redes sociais. No segundo bloco, por sua vez, notamos que a ocorrência de citações diretas a falas incompletas de participantes do *reality* e o uso de *hiperlinks* para redirecionar os usuários a outros ecossistemas relacionados ao BBB configuram exemplos de intertextualidade estrita.

Tais estratégias, aliadas ao emprego de outros recursos tecnolinguageiros, como os *emojis* e as *hashtags*, revelam o gerenciamento de mecanismos intertextuais próprios do ambiente digital a fim de persuadir os usuários a acompanharem o Big Brother Brasil e interagirem com as postagens feitas pelo perfil do *reality* na rede social *Twitter*. Esperamos que este trabalho possa contribuir, ainda que modestamente, para os estudos que se dedicam a reflexões e a análises da argumentação em textos produzidos em ambiente digital.

### CONTRIBUIÇÃO DO/AS AUTORES/AS

**CFOC:** Conceptualização; Escrita – rascunho original; **EECC:** Conceptualização; Escrita – rascunho original; **JMSF:** Escrita – análise e edição; Validação.

## REFERÊNCIAS

- AMOSSY, Ruth. *A argumentação no discurso*. São Paulo: Contexto, 2018.
- AMOSSY, Ruth. A dimensão argumentativa do discurso: questões teóricas e práticas. In.: CAVALCANTE, M.M; BRITO, M. A.P. (Orgs.). *Texto, discurso e argumentação*. São Paulo: Pontes, 2020.
- CARVALHO, Ana Paula. *Sobre intertextualidades estritas e amplas*. 2018. 136f. – Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Ceará, Programa de Pós-Graduação em Linguística, Fortaleza (CE), 2018.
- CAVALCANTE, Mônica Magalhães et al. *Linguística Textual: Conceitos e Aplicações*. Campinas: Editora Pontes, 2022.
- CAVALCANTE, Mônica Magalhães; MUNIZ-LIMA, Isabel. Texto e interação em ambiente digital. *Entrepalavras*, Fortaleza, v. 12, n. esp., e2419, p. 1-17, outubro/2022. Disponível em: <http://www.entrepalavras.ufc.br/revista/index.php/Revista/article/view/2419> Acesso em: 26 de fevereiro de 2023.
- CAVALCANTE, Mônica Magalhães. et al. *Linguística Textual e Argumentação*. Campinas: Editora Pontes, 2020.
- CAVALCANTE, Mônica Magalhães et al. O texto e suas propriedades: definindo perspectivas para análise. (Con)Textos Linguísticos – Linguística Textual e Análise da Conversação: conceitos e critérios de análise, Espírito Santo, v. 13, n. 25, p. 25-39, set. 2019. Disponível em: <http://periodicos.ufes.br/contextoslinguisticos/article/view/27884/18764>. Acesso em: 05 de fevereiro de 2023.
- CAVALCANTE, Mônica Magalhães.; OLIVEIRA, Rafael. O recurso aos memes em diferentes padrões de gêneros à luz da Linguística Textual. *Desenredo*, v. 15, n. 1, p. 8-23. 2019. Disponível em: <https://seer.upf.br/index.php/rd/article/view/8931> Acesso em: 15 de fevereiro de 2023.
- CAVALCANTE, Mônica Magalhães; FARIA, Maria da Graça Soares.; CARVALHO, Ana. Paula. Sobre intertextualidades estritas e amplas. *Revista de Letras*, n. 36, v. 2, jul/dez, 2017. Disponível em: <http://www.periodicos.ufc.br/revletras/article/view/31250> Acesso em: 20 de fevereiro de 2023.
- CAVALCANTE, Mônica Magalhães.; CUSTÓDIO FILHO, Valdinar.; BRITO, Mariza Angélica. *Coerência, referência e ensino*. São Paulo: Cortez, 2014.
- CAVALCANTE, Mônica Magalhães.; CUSTÓDIO FILHO, Valdinar. Revisitando o estatuto do texto. *Revista do GELNE*, Piauí, v. 12, n. 2, p. 56-71. 2010. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/26452>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2023.
- CORTEZ, Suzana Leite; PINTO, Rosalice. Do Pathos Retórico à Empatia Rabateliana: argumentação emocionada em textos/discursos polêmicos. *Rev. de Letras*, vol. 2. n. 36, 2017. Disponível em: <http://www.periodicos.ufc.br/revletras/article/view/31254> Acesso em: 10 de fevereiro de 2023.
- DUTRA, Rafael; FARIA, Maria da Graça. (2022). Intertextualidade e desqualificação do adversário no uso da hashtag em tuítes. *Revista Eletrônica De Estudos Integrados Em Discurso E Argumentação*, 22(3), p. 92-109. Disponível em: <https://periodicos.uesc.br/index.php/eidea/article/view/3528>. Acesso em: 12 de fevereiro de 2023.
- GIERING, Maria Eduarda; PINTO, Rosalice. O discurso digital nativo e a noção de textualidade: novos desafios para a Linguística Textual. *Revista (Con)Textos Linguísticos*, Vitória, v. 15, n. 31, p. 30-47, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/contextoslinguisticos/article/view/35655> Acesso em: 06 de fevereiro de 2023.
- KOCH, Ingedore. *Argumentação e Linguagem*. 10ª ed. São Paulo: Cortez, 2006.
- KOCH, Ingedore; ELIAS, Vanda Maria. *Ler e compreender os sentidos do texto*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2006.

KRISTEVA, Julia. *Introdução à semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 1974.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Linearização, cognição e referência: o desafio do hipertexto*. Comunicação apresentada no IV Colóquio de Associação Latinoamericana de Analistas do Discurso, Santiago, Chile, abril, 1999.

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

PERELMAN, Chaim.; OLDBRECTS-TYTECA, Lucie. *Tratado de Argumentação: a nova retórica*. Trad. Maria Ermantina Galvão G. Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

SILVA, João Paulo; CORTEZ, Suzana Leite. A (re) construção dos referentes em memes verbo-visuais. *Revista (Con) Textos Linguísticos*, Vitória, v. 14, n. 29, p. 386-405, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/contextoslinguisticos/article/view/32149> Acesso em: 18 de fevereiro de 2023.

SILVA, João Paulo Muniz da. *Uma análise textual da argumentação em memes verbo-visuais: entre os processos referenciais e as intertextualidades*. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Letras, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2021.

TERRA, Márcia Figueiredo de Assis. *Emojis como nova estratégia no discurso publicitário*. 2018. 155f. Dissertação de Mestrado – Universidade Federal Fluminense (UFF), Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem, Niterói (RJ), 2018.