

## O GÊNERO DISCURSIVO *PUBLIPOST*: UMA ANÁLISE DO DISCURSO DIGITAL NA REDE SOCIAL *INSTAGRAM*

*Kemylla Diniz Cunha Alves* (UEMS)

[kemylladiniz@hotmail.com](mailto:kemylladiniz@hotmail.com)

*Aline Saddi Chaves* (UEMS)

[alinechaves@uems.br](mailto:alinechaves@uems.br)

O *Instagram* é uma rede social de compartilhamento de fotos e vídeos, constituindo na época atual uma das principais ferramentas de comunicação e relacionamento no ambiente digital. Inicialmente concebida para divulgar conteúdos relacionados ao dia a dia dos usuários, esta ferramenta vem se transformando em um novo espaço para a publicidade desenvolver suas estratégias de *marketing*. Com isto, as marcas passaram a ter novas oportunidades de atingir o seu público alvo, pois o nível de engajamento é alto e permite uma aproximação entre clientes e empresas. Nesse contexto, surge o gênero discursivo *publipost*, caracterizado como um cruzamento da publicação (*post*), gênero prototípico da rede social *Instagram*, e o anúncio publicitário. Nosso objetivo, nesta comunicação, é descrever o *publipost* e explicar seus efeitos de sentido, partindo da hipótese de que o discurso publicitário se apropria da cena genérica do *post* para desenvolver seu próprio dispositivo de fala, tomando como fiador da mensagem um(a) influenciador(a) digital, como uma personalidade pública. A análise comparativa da configuração semiótica e enunciativa de posts e *publiposts*, no *corpus* selecionado, aponta para uma estratégia persuasiva renovada para o discurso publicitário, que se caracteriza pela necessidade constante de inovar, para conseguir atrair a atenção do público-alvo.

Palavras-chave:

*Publipost*. Discurso publicitário. Análise do Discurso Digital.