

DISCURSO PROPAGANDISTA NO PINTEREST: UMA ANÁLISE BAKHTINIANA

Kalila Sousa Rocha (UESB)

kalilarochaic2025@gmail.com

Márcia Helena de Melo Pereira (UESB)

marciahelenad@yahoo.com.br

Isabela Marçal Rocha Calaes (UESB)

calaesisabela@gmail.com

Thaís Reis Silva (UESB)

thaisreis2806@gmail.com

Na sociedade contemporânea, a ascensão tecnológica e o advento da Web 2.0 introduziram novas formas de veiculação discursiva. Um exemplo dessa transformação são os discursos propagandistas, que evoluíram de seus suportes tradicionais – cartazes, rádio e TV – para serem impulsionados pelos algoritmos de plataformas como o *Pinterest*, que não apenas veiculam, mas também moldam a visibilidade e o engajamento de propagandas. Desse modo, esta pesquisa investiga como o sujeito é interpelado pelo discurso propagandista publicitário mediado pelos algoritmos do *Pinterest*. Para tanto, fundamentamos em Bakhtin (2011; 2017), sobre dialogismo e responsabilidade; Gillespie (2018), acerca dos algoritmos; Charaudeau (2010), sobre a lógica propagandista; e O’Neil (2020), quanto à opacidade e aos vieses éticos do Big Data. Metodologicamente, a geração e a coleta de corpus foram realizadas ao longo de quatro semanas, organizadas por eixos temáticos – moda, beleza e ensino de Língua Portuguesa. Os exames dos dados referentes à segunda semana evidenciam que o algoritmo atua como um dispositivo técnico que simula diálogo e reforça signos ideológicos, moldando a constituição discursiva do sujeito.

Palavras-chave:

Algoritmo. Sujeito. Discurso propagandista publicitário.