

ESTRATÉGIAS (HIPER)TEXTUAIS E(M) ENSINO DE REDAÇÃO DO ENEM NO *INSTAGRAM*

Ana Clara Benevides Lopes (UESB)

femilopes@hotmail.com

Márcia Helena de Melo Pereira (UESB)

marciahelenad@yahoo.com.br

Ana Claudia Oliveira Azevedo (UESB)

98anaclaudia@gmail.com

Filipe Santos Guerra (UESB²⁶)

filipe.guerra16@gmail.com

RESUMO

A emergência de *sites* e aplicativos de redes sociais, proporcionada pela *web 2.0*, possibilitou que qualquer usuário da internet elaborasse e publicasse (hiper)textos. Dentre os diversos propósitos apresentados por tais produções de linguagem, há publicações que se voltam à didatização de determinado objeto de ensino-aprendizagem. Diante disso, o objetivo deste trabalho é analisar as estratégias de (hiper)textualização utilizadas em *posts* do *Instagram* que têm o propósito de ensinar a redação solicitada pelo Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM). Para isso, baseou-se nas assertivas de Amorim (2021) sobre o gênero publicação de *Instagram*, nas discussões de Azevedo, Guerra e Pereira (2021) acerca do(s) conceito(s) de (hiper)texto e nas cartilhas disponibilizadas pelo INEPa respeito da redação do ENEM. Como procedimento metodológico, adotou-se a captura de tela de duas publicações de *Instagram* que buscam ensinar a escrita de um parágrafo introdutório no gênero discursivo em questão. A análise dos dados mostrou que os *posts* se constituem por meio de diversas estratégias de (hiper)textualização: cores diferentes, caixas de texto, *emoticons*, *emojis*, desenhos, caixa alta, entre outras. Além disso, observou-se, em ambas as postagens, um esforço dos criadores dos *posts* para demarcar a sua autoria, mediante a utilização de elementos como logomarcas.

Palavras-chave:

Hipertexto. *Instagram*. Redação do ENEM.

ABSTRACT

The emergence of social networks, provided by *web 2.0*, enabled any internet user to create and publish (hyper)texts. One of the various purposes presented by these language productions is the teaching of a subject. Therefore, we aim to analyze the (hyper)textualization strategies used in *Instagram* posts that seek to teach the essay requested by the Brazilian National High School Exam (ENEM). We based on Amorim's (2021) assertions about the *Instagram* post genre; on the concepts of (hyper)text

²⁶ O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001. O conteúdo deste trabalho é produto do amparo dessa instituição.

discussed by Azevedo, Guerra, and Pereira (2021); and on the material provided by the Brazilian National Institute of Educational Studies and Investigations (INEP) regarding ENEM essay. As a methodological procedure, we screen captured two Instagram posts that aim to teach how to write an introductory paragraph of ENEM essay. The data analysis showed that the posts present several (hyper)textualization strategies: different colors, text boxes, emoticons, emojis, drawings, caps lock, among others. We also observed, in both posts, an effort to mark authorship by using elements as logos.

Keywords:

Hypertext. ENEM essay. Instagram post.

1. Considerações iniciais

A capacidade criadora humana tem amplificado e potencializado uma variedade de tecnologias intelectuais, as quais suscitam práticas sociais e culturais distintas, que se institucionalizam por meio da linguagem. Uma dessas tecnologias é o hipertexto, que, por apresentar uma engenharia virtual, tem rompido limites (geográficos, temporais etc.) que eram, no passado, definitivos ao longo do processo comunicacional. Por conseguinte, esse recurso comunicacional versátil e cada vez mais popular é, atualmente, utilizado para o cumprimento de diferentes propósitos comunicativos, dentre os quais se destaca o didático, sobretudo em redes sociais virtuais.

Tendo isso em vista, o objetivo deste trabalho é analisar as estratégias de (hiper)textualização utilizadas em *posts* do *Instagram* que têm o propósito de ensinar a redação solicitada pelo Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM). Para cumpri-lo, utilizaremos como arcabouço teórico nuclear deste artigo as discussões de Amorim (2021) acerca do gênero publicação de *Instagram*, as assertivas de Azevedo, Guerra e Pereira (2021) a respeito do(s) conceito(s) de (hiper)texto e as cartilhas disponibilizadas pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP) acerca da redação do ENEM.

Isso posto, na seção 2, a seguir, apresentamos uma breve revisão de literatura sobre o(s) conceito(s) de hipertexto. Além disso, ainda nessa seção, tratamos, também, dos gêneros *post* de *Instagram* e redação do ENEM. Posteriormente, na seção 3, esclarecemos aspectos metodológicos do trabalho e efetivamos a discussão a respeito dos dados que compõem o nosso *corpus*. Por último, na seção 4, pontuamos algumas conclusões viabilizadas pela pormenorização desses dados.

2. Fundamentação teórica

Nesta seção, apresentamos a fundamentação teórica para a realização desta análise. No tópico 2.1, discutimos os diversos conceitos de hipertexto expostos por Azevedo, Guerra e Pereira (2021), a fim de caracterizar esse objeto de estudo. Em seguida, na subseção 2.2, apresentamos o gênero publicação de *Instagram*, abordado por Amorim (2021) e Amorim e Pereira (2021). Logo depois, comentamos, no tópico 2.3, sobre a redação do ENEM, com base no material fornecido pelo INEP.

2.1. Conceito(s) de hipertexto

O conceito de hipertexto e os estudos sobre esse objeto integram a Linguística brasileira desde o início do século XXI. Visto ora como uma grande revolução ora como uma continuidade dos textos impressos/manuscritos, a categoria *hipertexto* tem sido bastante explorada, de modo que não há um consenso entre os estudiosos da linguagem acerca de sua definição e caracterização.

Diante disso, Azevedo, Guerra e Pereira (2021) (re)discutem três diferentes noções de hipertexto apresentadas por pesquisadores brasileiros, a fim de buscar a concepção mais adequada para os textos produzidos na internet contemporaneamente. Para isso, os autores organizam o seguinte contínuo, exibido na figura 1, que demonstra quais perspectivas consideram o hipertexto como um elemento mais ou menos próximo dos textos impressos ou manuscritos.

Figura 1: Contínuo das concepções de hipertexto.



Fonte: Azevedo, Pereira e Guerra (2021, p. 2267).

Como mostrado na figura 1, os autores explicam que, para Coscarelli (2006; 2009) e Ribeiro (2006, 2018), o hipertexto compartilharia muitos traços com os textos impressos. Segundo essas autoras, características comumente atribuídas aos hipertextos – como a presença de mais de

uma semiose (multimodalidade ou multissemiose) e a não linearidade na construção textual – estão presentes há séculos em textos impressos ou manuscritos.

Nessa perspectiva, a modalidade verbal (oral ou escrita) da língua está sempre acompanhada de outras semioses, como entonação e as expressões faciais e corporais, no caso da oralidade, e aspectos tipográficos – margens, fonte, cores etc., no caso da escrita. Além disso, recursos como referências e notas de rodapé, além da divisão dos textos em capítulos ou seções, demonstram a sua não linearidade constitutiva. Devido a isso, de acordo com essas autoras, “a novidade está no próprio suporte e na velocidade com que os nós são acessados nos hipertextos digitais” (RIBEIRO, 2006, p. 23), apenas.

Por outro lado, como Azevedo, Guerra e Pereira (2021) mostram, de acordo com Koch (2003) e Marcuschi (1999; 2010), o hipertexto, apesar de apresentar determinada continuidade em relação ao texto impresso, particulariza-se em relação a ele. Nesse sentido, podemos destacar que “(...) o *hipertexto* não pode ser tratado como um gênero e sim como um modo de produção textual que pode estender-se a todos os gêneros dando-lhes neste caso algumas propriedades específicas” (MARCUSCHI, 2010, p. 31).

Tais propriedades consistem, por exemplo, no uso dos *hyperlinks*, que proporcionam uma leitura única do hipertexto, de modo que cada leitor seria, também, coautor do hipertexto. Tanto Koch (2003) quanto Marcuschi (1999) elencam as seguintes características para definir o hipertexto: “1) não linearidade; 2) volatilidade; 3) espacialidade topográfica/topografia; 4) fragmentariedade; 5) multissemiose; 6) interatividade e 7) iteratividade” (AZEVEDO; GUERRA; PEREIRA, 2021, p. 2271).

Azevedo, Guerra e Pereira (2021) apresentam, ainda, uma terceira perspectiva acerca do hipertexto, representada por Xavier (2002; 2010; 2015), precursor do estudo desse objeto no Brasil. O linguista considera o hipertexto como um *novo modo de enunciação*, que revoluciona as formas de se comunicar, a ponto de haver um obscurecimento da noção de autor como proprietário de seu discurso. Conforme o pesquisador, o hipertexto seria caracterizado pelos seguintes aspectos: ubiquidade, imaterialidade/virtualidade, não linearidade, convergência de linguagens e intertextualidade infinita (XAVIER, 2015).

Azevedo, Guerra e Pereira (2021) baseiam-se nessas cinco características para analisar o seu *corpus*, formado por dois hipertextos – um

tweet e um *post* de *Facebook*. Nessa análise, os autores constataam uma proximidade entre hipertextos e textos impressos/manuscritos, visto que ambos apresentam características como a multiplicidade de linguagens, a intertextualidade e a construção não linear. Entretanto, eles reconhecem que há fatores particulares do hipertexto, como a virtualidade e a ubiquidade, que potencializam as possibilidades de uso das diferentes linguagens e permitem, por exemplo, a explicitação da intertextualidade por meio do uso de *links* e o uso simultâneo das diversas semioses.

Com base nisso, neste trabalho, adotamos a perspectiva de que o hipertexto, embora não represente uma ruptura, diferencia-se do texto impresso/manuscrito. Porém, vale ressaltar que ele não deixa de apresentar as condições essenciais para que seja considerado um texto, como resalta Koch (2003). Por isso, utilizamos o termo *estratégias de (hiper)textualização*, dado que as estratégias utilizadas nas publicações de *Instagram* analisadas podem ser tanto exclusivas do hipertexto quanto heranças do texto canônico.

É importante destacar, também, que, a partir da segunda metade da década de 2000, com a *web 2.0*, houve o surgimento dos *sites* – e, posteriormente, aplicativos – de redes sociais, que causaram uma complexificação nos hipertextos, visto que estes passaram a ser produzidos por qualquer usuário. Dentre esses hipertextos, destacamos, neste trabalho, a publicação de *Instagram*, realizada no aplicativo/site de rede social *Instagram*, no qual é possível, conforme Amorim (2021), criar perfis privados ou públicos que permitem a postagem de fotos e/ou vídeos, acompanhados (ou não) por legendas. Na seção a seguir, abordamos com mais detalhes esse gênero.

2.2. O gênero publicação de *Instagram*

A publicação de *Instagram*²⁷ é classificada por Amorim (2021) como um gênero do discurso. Para fazer essa afirmação, a autora se baseia na concepção bakhtiniana, segundo a qual os gêneros – por meio dos quais ocorre a interação humana nos vários campos de atividade – são formados por conteúdo temático, estilo e construção composicional.

No caso específico do gênero publicação de *Instagram*, Amorim (2021) destaca a diversidade de seu conteúdo temático, tendo em vista a

²⁷ Ao longo deste trabalho, utilizamos, indistintamente, os termos “publicação de *Instagram*” e “*post* de *Instagram*” para nos referir a esse gênero.

alta flexibilidade do gênero, que permite que ele abarque diversos aspectos linguístico-textuais-discursivos. Consequentemente, o seu estilo é marcado pela forte presença do estilo individual, que permite ao usuário fazer escolhas relacionadas aos recursos presentes na(s) imagem(ns) ou vídeo(s) que compõe(m) a publicação, bem como à legenda, que pode ou não estar presente. Por fim, no que concerne à construção composicional, conforme Amorim e Pereira (2022),

[...] destaca-se o meio de circulação que é virtual e a possibilidade de reconhecer o gênero pelo layout, que inclui nome do usuário, disposição dos elementos hipertextuais, localização, o recurso semiótico, a legenda, comentários, entre outros, mesmo fora da rede social de origem. (AMORIM; PEREIRA, 2022, p. 60)

Diante disso, compreendemos que, embora o gênero publicação de *Instagram* esteja submetido a certas coerções de seu suporte (o *Instagram*), há espaço para a manifestação de marcas do sujeito que o produz e publica. Nesse sentido, vale destacar que a internet, de modo geral, permite que cada perfil construa sua identidade com base em suas publicações, o que inclui tanto aspectos temáticos quanto estilísticos.

Considerando as diversas possibilidades de interação na rede social *Instagram*, no presente trabalho, enfocamos publicações cujo propósito é ensinar a redação do ENEM, mais especificamente o seu parágrafo introdutório. Tal recorte torna necessária uma breve exposição sobre esse objeto de ensino–aprendizagem específico, a qual é realizada a seguir.

2.3. A redação do ENEM

A redação do ENEM é responsável por 20% da nota dos candidatos no exame, o que pode ser decisivo para sua entrada no Ensino Superior. Devido à importância dessa nota para os resultados dos participantes, o INEP costuma disponibilizar aos candidatos uma cartilha, a qual tem a intenção de explicitar a metodologia de avaliação adotada pelo instituto de forma sucinta e transparente, bem como salientar o que se espera do participante em cada uma das competências avaliadas.

De acordo com esse material, a redação requerida no ENEM é um texto dissertativo-argumentativo, em prosa, formado por introdução, desenvolvimento e conclusão. Nele, um tema de cunho político, social, cultural ou científico precisa ser problematizado pelo escrevente, que deve, além disso, propor uma intervenção ante aquela situação. A referida cartilha aponta, ainda, que o sujeito deve, obrigatoriamente, defender uma

tese (um ponto de vista acerca do tema apresentado), a qual deve se sustentar em argumentos plausíveis, sistematizados com coerência e coesão, compondo uma unidade textual – um todo significativo.

Além disso, o material revela eminência cinco competências utilizadas pelo INEP como critério de avaliação das redações do ENEM. A justificativa dada pelo instituto para essa divisão é a de que, pelo fato de o texto ser tomado por eles como uma “(...) unidade de sentido em que todos os aspectos se inter-relacionam para constituir a textualidade, a separação por competências na matriz tem a finalidade de tornar a avaliação mais objetiva” (BRASIL, 2018, p. 11).

As competências supracitadas podem ser resumidas da seguinte forma: 1) Competência 1: avalia se o candidato domina a modalidade escrita formal da língua portuguesa, observando a adequação do texto à gramática e à fluidez da leitura; 2) Competência 2: avalia se o sujeito assume notadamente um ponto de vista relacionado ao tema fixado na proposta, adequando-se à tipologia dissertativo-argumentativa, bem como semobiliza conceitos de áreas de conhecimento diversas para explicar o tema; 3) Competência 3: avalia a inteligibilidade do texto, isto é, a coerência e a razoabilidade entre as ideias desenvolvidas, o que reclama um projeto de texto (planejamento textual); 4) Competência 4: avalia a coesão textual na redação, ou seja, a aplicação de mecanismos linguísticos para a estruturação da argumentação; e 5) Competência 5: avalia a exposição de uma proposta de intervenção para o problema tratado.

Diante dessas informações, os perfis de *Instagram* voltados ao ensino de redação buscam explorar, em seus *posts*, maneiras de ajudar os candidatos a atingirem a nota máxima em cada uma das cinco competências salientadas anteriormente. Posto isso, uma das dicas abordadas por esses perfis diz respeito à introdução do texto, como mostramos na seção a seguir.

3. *Análise*

Nesta seção, apresentamos a análise dos dados. Nosso *corpus* foi formado por capturas de tela de duas publicações de *Instagram* – mais especificamente, publicações que tematizavam possibilidades/estratégias de feitura da introdução da redação solicitada pelo ENEM e que apresentavam a configuração de privacidade determinada como pública. Tudo isso é exposto em duas figuras, por meio das quais discutimos como a materialização desses enunciados com propósitos didáticos específicos

ocorre, a fim de perscrutar as estratégias (hiper)textuais utilizadas para a produção de sentido nas postagens.

O primeiro *post* que analisamos foi publicado pelo perfil @redacao_top (Redação TOP | Rodrigo Davel), com quase 59 mil seguidores. Como o *post* é organizado em forma de *carrossel* (inserção de mais de uma imagem na mesma postagem), apresentamos, a seguir, uma montagem com todas as suas imagens.

Figura 2: Publicação de Instagram do perfil @redacao_top.



Fonte: *Instagram*. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CgEho-FusMX/>. Acesso em: 24 ago. 2022.

Ao observarmos a figura 2, percebemos que o perfil @redação_top focaliza a introdução, uma das partes do texto dissertativo-argumentativo solicitado pelo ENEM. Com isso, o usuário visa a apresentar modelos que, segundo ele, foram mais utilizados nas redações que obtiveram nota máxima (1000) no exame. Ainda conforme @redacao_top, a identificação de um padrão na elaboração das introduções dessas redações se deu mediante uma análise de 100 redações que chegaram à nota 1000 nos anos 2018, 2019, 2020 e 2021, dentre as quais 80% “têm a mesma estrutura e lógica”. Para comprovar as suas afirmações iniciais, são apresentados quatro excertos de introduções dos respectivos anos. Enfim, o *post* é finalizado com a explicação do padrão verificado nas introduções, além de uma espécie de propaganda do “curso de redação top” do dono do perfil. A publicação é composta, também, por uma legenda, sobre a qual comentamos adiante.

A segunda publicação analisada pertence ao perfil @profviniusoliveira (Profinho | 1º Professor Nota 1000 no Enem), que tem cerca de 186 mil seguidores. Uma vez que a postagem também é or-

ganizada em forma de *carrossel*, expomos, a seguir, todas as imagens em uma montagem.

Figura 3: Publicação de *Instagram* do perfil @profvinciusoliveira.



Fonte: *Instagram*. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cf115PHthA/>. Acesso em: 24 ago. 2022.

Assim como a postagem apresentada anteriormente, vemos que o *post* da figura 3 também aborda a introdução da redação solicitada pelo ENEM, com o objetivo de expor três formas possíveis e fáceis de começá-la, “sem usar modelo”, aspecto que, em tese, a diferencia da postagem exposta na figura 2. Com isso, tomando por base o tema “os desafios da educação financeira para a juventude brasileira”, o usuário seleciona o que, segundo ele, são três técnicas simples para introduzir a redação do ENEM “de um jeito impactante”, quais sejam: 1) alusão histórica, quando o redator inicia o texto com “um fato que aconteceu há muitos anos, décadas ou séculos”; 2) citação de lei, quando o redator menciona, no início do texto, uma lei associada ao tema; e 3) contextualização, quando o redator introduz o texto com a exposição de “um fato atual de conhecimento geral”. Juntamente às definições de cada “técnica”, o perfil apresenta exemplos de cada uma delas, por meio de fragmentos textuais que ilustram possíveis introduções das redações. Por fim, ele conclui a postagem solicitando que os leitores salvem o *post* – por meio do recurso de salvamento de *posts* disponibilizado pelo *Instagram* –, caso tenham gos-

tado. Além das imagens, a publicação de @profvinciusoliveira contém uma legenda, a qual será abordada posteriormente neste texto.

Tendo, assim, apresentadas as duas postagens, passemos, agora, ao detalhamento das estratégias de (hiper)textualização utilizadas em sua elaboração. Como estamos lidando com (hiper)textos *on-line*, convém observarmos as características que os particularizam em relação aos textos impressos. Assim, destacamos a *imaterialidade/virtualidade* desses enunciados, tendo em vista que, neles, há recursos que não são possíveis senão no ambiente digital: 1) a opção de adicionar comentários de forma instantânea, mediante recurso próprio da rede social, que possibilita, ainda, que diversos tipos de *emojis* sejam incorporados aos comentários; 2) as possibilidades de curtir, comentar e enviar repostas a publicação nos *stories* por meio de um toque ou um clique; 3) as possibilidades de curtir e responder aos comentários; 4) a atualização automática do tempo de publicação do *post*, como em “1 sem” (uma semana), abaixo da legenda, em ambos os *posts*, que nos permite saber há quanto tempo a postagem foi feita; 5) a alternativa de tradução imediata da legenda e dos comentários, mediante um toque ou clique em “ver tradução”, o que permite, por exemplo, que um trecho em outra língua seja convertido, de forma automática; 6) a presença de *links* para que as postagens sejam compartilhadas; 7) a possibilidade de acesso ao perfil do autor do *post* ou daqueles que, nele, deixaram comentários; e 8) a opção de acessar as *hashtags* presentes na legenda e, assim, visualizar outras publicações relacionadas àqueles assuntos. Esses aspectos confirmam o caráter imaterial e virtual das postagens analisadas neste trabalho.

Devido a essa virtualidade, para Xavier (2015), o caráter não linear dos hipertextos está presente tanto em sua construção quanto em sua leitura. Nesse sentido, constatamos que a *não linearidade* das publicações analisadas se dá, principalmente, no momento de leitura, dado que é possível começar pela legenda, “pular” algumas imagens sem ler todas as informações, ler primeiro os comentários, entre outras opções, semelhantes às oferecidas em textos impressos/manuscritos. Vale ressaltar que as informações apresentadas em cada imagem que compõe o *carrossel* seguem uma ordem linear, uma vez que, em ambas as publicações, os usuários apresentam, inicialmente, o seu assunto e, depois o desenvolvem. No caso de @redacao_top, esse desenvolvimento é composto pela exposição de exemplos, seguida pela sistematização do padrão de introdução; ao passo que, no *post* de @profvinciusoliveira, há a apresentação de três diferentes técnicas. Considerando que, caso houvesse uma mudança na ordem dessas informações, a construção de sentido poderia ficar compro-

metida, salientamos que, assim como defende Marcuschi (1999), há uma linearização básica nos hipertextos, assim como em qualquer outro texto. Portanto, o diferencial, aqui, é somente a forma virtual de acesso aos *posts*, que se relaciona mais diretamente a sua imaterialidade/virtualidade, e não à não linearidade em si.

Outro aspecto observado nas postagens é a *ubiquidade*, que concerne ao fato de que estas podem ser acessadas por diversas pessoas, em lugares distintos, bastando que se tenha acesso à internet. Conectada à *web*, qualquer pessoa que possua o *link* das postagens ou que tenha acesso aos perfis que as publicaram poderá acessá-la ao mesmo tempo, curtindo, comentando, compartilhando, salvando etc., independentemente de onde estiverem, aspecto este que não é possível com um texto impresso, a menos que dele se façam cópias. Assim, ratificamos, conforme Xavier (2015), o caráter ubíquo do texto da internet.

A terceira característica observada nos (hiper)textos em análise é a *convergência de linguagens*, ou seja, a existência de diferentes semioses, sem que, entre elas, haja uma concorrência. Esse elemento também é chamado de multimodalidade ou multissemiose – mais de um sistema de símbolos e/ou signos na estruturação textual. Reconhecemos que, nas publicações analisadas, este aspecto não diferencia o texto publicado no ambiente digital do texto impresso, mas está presente, de forma bastante acentuada, nesse ambiente. Como o principal objetivo deste trabalho é justamente investigar as estratégias utilizadas para a construção desses *posts*, cujo objetivo é ensinar como fazer a introdução de uma redação do ENEM, dedicamo-nos, de forma mais detalhada, à explicitação das estratégias multimodais utilizadas pelos autores dos perfis.

Assim, constatamos que há uma vasta mobilização de múltiplas semioses para a construção do sentido dos enunciados. As cores, por exemplo, desempenham um papel importante: no primeiro *post*, @redacao_top utiliza cores vermelhas para chamar a atenção (provavelmente daqueles que buscam um modelo que os leve a obter a nota máxima no ENEM) para as palavras “modelo” e “redação nota 1000”, além de utilizar cores diferentes para indicar as partes que compõem esse modelo nas introduções (vermelho, preto e verde); no segundo *post*, vemos que @profvinciusoliveira também utiliza cores diferentes para chamar a atenção de determinadas informações, como o uso da cor vermelha no trecho “de começar a redação” – indicando, assim, o principal objetivo do *post* –, além da cor amarela, logo abaixo, em uma fonte menor, para apresentar uma informação secundária, mas ainda bastante importante: a

de que se trata de uma forma fácil para iniciar a redação, sem o uso de modelos.

É interessante observar a necessidade de ambos os autores frisarem essa informação em seus *posts*: existe uma discussão²⁸, no âmbito do ensino de redação, sobre ensinar ou não ensinar modelos prontos, os quais, supostamente, facilitariam o processo de produção das redações por parte dos estudantes em uma situação de prova, como o ENEM. Por um lado, há aqueles que acreditam que os modelos são positivos e contribuem para que os alunos alcancem uma nota melhor, como pode ser visto na publicação de @redacao_top, que apresenta o “**modelo** de introdução mais usado nas redações nota 1000” (grifo nosso). Por outro lado, há os que defendem que os modelos engessam a produção e, muitas vezes, atrapalham o desenvolvimento da autoria por parte dos alunos (aspecto que, inclusive, constitui um dos critérios de avaliação do ENEM, observado na competência 3). Essa última perspectiva é aparentemente adotada por @profvinciusoliveira, que se propõe a expor “3 formas de começar a redação do ENEM de um jeito fácil e **sem usar modelo**” (grifo nosso).

Além disso, outra estratégia utilizada para destacar informações nas postagens é o sombreamento em algumas porções do texto, como em “mais usados nas”, “analisei 100 redações nota 1000”, “identifiquei um padrão” e “no curso de redação top”, no primeiro *post*, e “de começar a redação”, “arrasta pra ver” e “salva o *post*”, no segundo, o que se assemelha ao uso de marca-textos que utilizamos sobre os textos impressos. Na figura 3, notamos, ainda, a presença do desenho de uma lâmpada ligada, o que, junto do texto verbal, pode levar à compreensão de que as técnicas do professor tirarão os alunos da “escuridão”, que, nesse caso, seria não conseguir fazer uma boa (e impactante) introdução.

Para organizar visualmente cada uma das técnicas expostas para a produção da introdução da redação, o perfil @profvinciusoliveira as enumera, como pode ser visto na figura 2, utilizando letras maiúsculas e brancas (TÉCNICA 1, TÉCNICA 2 e TÉCNICA 3), e, em seguida, especifica-as, por meio de letras minúsculas e pretas sombreadas em amarelo (alusão histórica, citação de lei e contextualização, respectivamente), indicando, dessa forma, que estas informações se encontram subordinadas àquelas. Ainda, abaixo das especificações das técnicas, há uma definição para cada uma delas, as quais aparecem, também, predominantemente em letras minúsculas, porém sem nenhum sombreamento, revelando, as-

²⁸ Pretendemos abordar essa discussão com mais detalhes em trabalhos futuros.

sim, mais uma relação de subordinação entre essas informações e as anteriores nas imagens. Ao mesmo tempo, outro recurso é utilizado para a exemplificação de cada técnica: o usuário se vale de uma espécie de caixa de texto vermelha que envolve a porção textual que ilustra a aplicação da técnica já apresentada e conceituada. Ressaltamos que os recursos utilizados pelo produtor do hipertexto em questão parecem ter contribuído positivamente para a construção da clareza do enunciado: as próprias respostas ao *post*, expressas nos comentários, parecem confirmar essa hipótese, já que nenhuma delas demonstra dificuldade de compreendê-lo.

Em relação à postagem do perfil @redacao_top, apresentada na figura 2, a organização das três partes que formam o padrão por ele identificado nas redações que obtiveram nota 1000 segue um percurso diferente: o usuário apresenta, primeiro, os exemplos dessas partes em introduções prontas, diferenciando-as por meio das cores vermelha, preta e verde, como mencionamos anteriormente. Assim, são apresentados exemplos de quatro anos diferentes (2018; 2019; 2020; 2021), cuja organização, nas imagens, é sempre a mesma: imagem de um boné, sigla “E-NEM” seguida do ano em que a redação foi produzida, trecho correspondente à introdução e, ao final, a identificação do perfil por meio da sigla “REDTOP”.

Mais à frente, na postagem, percebemos que o produtor do *post* utiliza quase o mesmo padrão de organização das imagens com os exemplos, para, de fato, explicar o funcionamento do modelo, isto é, o que deve conter em cada parte da introdução. Nesse sentido, a imagem do *post* também apresenta, nesta ordem: o desenho de um boné; um dizer, abaixo, que solicita ao leitor que acompanhe as cores; um parágrafo apresentado em vermelho, preto e verde, o qual explica o que deve conter nas três partes da introdução; outro dizer, que afirma que todo o padrão pode ser replicado – o que não consta nas imagens dos exemplos –; e, por fim, novamente, o termo “REDTOP” para identificar o perfil.

Observamos, portanto, que as imagens de explicitação das regras e de seus exemplos, no perfil @redacao_top, são muito parecidas, o que revela uma mobilização menos produtiva dos recursos multimodais nesta postagem, que objetive diferenciar um tipo de informação de outro. Diante disso, comentários como “Eu estava lendo e vê se estou certa: contextualização, problematização, recorte temático e tese” – cujo interlocutor parece querer confirmar se a sua compreensão está correta – ou “cada um é um parágrafo ou essa parte se apresenta em um único?” e “você poderia diferenciar as cores que estão dd vermelho, verde e preto ?” –

que demonstra a não compreensão da função das cores na nona imagem que compõe o *post* – parecem revelar problemas na construção da clareza do enunciado, ocasionados por uma utilização menos diversa de estratégias multimodais.

Salientamos, ainda, que, nas postagens em análise, algumas estratégias multimodais foram utilizadas, pelos dois perfis, com o objetivo de sublinhar a sua autoria nos enunciados. No *post* produzido por @redacao_top, o desenho de um boné, em algumas imagens, relaciona-se com o boné utilizado pelo usuário em sua foto de perfil e, também, em outras postagens de sua página na *Instagram*. Além disso, vemos o termo “REDTOP”, envolto em um retângulo vermelho, o que funciona como uma espécie de logomarca. Já na postagem de @profvinciusoliveira, também verificamos algo que pode ser associado a uma logomarca: trata-se do termo “profinho”, na parte superior da primeira imagem, o qual faz referência à forma como o usuário se nomeia em seu perfil.

Soma-se a essa estratégia a adição da própria foto do usuário, na primeira e na última imagens, na qual ele está vestido com uma camisa em cuja estampa vemos, também, o nome “profinho”. Desse modo, percebemos que, embora Xavier (2010) fale de um certo ofuscamento da autoria, há, nesses *posts*, a mobilização de estratégias (hiper)textuais efetivas para demarcá-la.

Para concluirmos a discussão acerca da multimodalidade e dos sentidos produzidos por meio dela, merecem destaque, também, as legendas das postagens, que se constituem, em ambos os *posts*, por texto verbal e não verbal. Na publicação do perfil @redacao_top, o usuário afirma: “Isso é spoiler de verdade!” e, mais abaixo, apresenta algumas *hashtags* relacionadas ao conteúdo do enunciado, bem como ao seu público-alvo: #redação #enem2022 #nota1000 #dica #estudar #vestibulandos. Um dos *emojis* utilizados na legenda da postagem representa um rosto sorridente com óculos de sol (objeto geralmente utilizado em ambientes de lazer, como praias, mas que também é associado, no meio virtual, ao sentimento de confiança), o que reforça o grau de descontração e a ideia de segurança já impressos no enunciado verbal, em que @redacao_top defende que o conteúdo do seu *post* é um “*spoiler* de verdade”, ou seja, algo que efetivamente será encontrado na maioria das redações que alcançam a nota 1000 no ENEM. Em seguida, aparecem os *emojis* que representam aplausos, sugerindo que a informação apresentada no *post* é digna de aprovação pelo público.

Na postagem da figura 3, por sua vez, o perfil @profvinciusoliveira declara, na legenda, que “a técnica 2 é a MELHOR de todas!”, além de solicitar aos interlocutores: “Salva este post pra poder voltar aqui sempre que estiver escrevendo redações ;)”. Abaixo, o usuário utiliza diversos hifens, um após o outro, para formar uma linha e, embaixo da linha, apresenta as seguintes *hashtags*: #redacaoenem #enem #enem2022 #inep #redacao #sisu, indicando o assunto do *post*. Observamos, assim, que @profvinciusoliveira faz o uso de letras maiúsculas na palavra “melhor”, para chamar a atenção do que, para ele, é a principal técnica, em comparação com as outras que ele apresenta. Além disso, o elaborador da postagem reforça, na legenda, algo que está, também, na última imagem do *post*: a solicitação para que o interlocutor salve a postagem, de modo a poder consultá-la no momento em que for produzir uma redação. Ao final da solicitação, há um *emoticon* que representa um rosto piscando (formado por um ponto e vírgula e um parêntese), o que, conforme Azevedo (2022), pode corresponder a uma espécie de combinado entre o usuário e o leitor.

Finalmente, percebemos que a *intertextualidade infinita* – cruzamento entre todos os textos da internet –, abordada por Xavier (2015) como uma propriedade dos hipertextos, também se verifica nas publicações de @redacao_top e de @profvinciusoliveira. As *hashtags*, por exemplo, como aponta Azevedo (2022), são uma forma de indexar hipertextos, de modo que, ao clicar em uma delas, o leitor é levado a outras publicações que também a utilizem. O movimento inverso também pode acontecer: ao pesquisar uma das *hashtags* utilizadas nos *posts*, os leitores podem se deparar com essas publicações e, assim, acessar o perfil, ler os comentários, entre outras possibilidades não lineares. Com isso, constatamos que as *hashtags* manifestam uma intertextualidade explícita com outras publicações que também abordam questões relacionadas ao ENEM e à redação.

Além disso, notamos uma relação de intertextualidade entre o conteúdo do *post* e as redações que obtiveram nota máxima no ENEM, especialmente no perfil de @redacao_top, que recorre a trechos dessas redações para ilustrar o padrão de introdução por ele identificado. No que diz respeito ao conteúdo do *post* elaborado por @profvinciusoliveira, vemos que os exemplos das três técnicas apresentados por ele mantêm relação explícita com outros textos e eventos: no exemplo da primeira técnica, há menção à Grande Depressão, também conhecida como Crise de 1929, assunto abordado, especialmente, na disciplina escolar de História; no da segunda técnica, o usuário faz referência ao campo legislativo

brasileiro, recorrendo à Lei nº 14.181, de 2021, também conhecida como Lei de Prevenção ao Superendividamento; por fim, no exemplo da terceira técnica, ele cita um caso amplamente divulgado na mídia, isto é, o de um “jovem influenciador digital”, conhecido como Luva de Pedreiro, que foi vítima de um golpe contratual de seu próprio empresário.

Ademais, podemos mencionar que há uma relação intertextual entre o conteúdo de ambas as postagens e o conteúdo expresso nas cartilhas do participante do ENEM, em que consta que o participante deve produzir um texto dissertativo-argumentativo, que apresente, dentre outros aspectos, introdução com tese bem definida, mobilização de repertório sociocultural (por meio de citações, referências a outras disciplinas, a fatos amplamente noticiados etc.) e discussão de um problema, elementos referidos tanto por @redacao_top quanto por @profvinciusoliveira em seus *posts*. Ressaltamos, para finalizar esta seção, que também essa última característica, percebida nas duas publicações analisadas neste trabalho, não é exclusiva dos textos da internet, mas pode ser potencializada nesse ambiente, uma vez que, como vimos, um simples toque ou clique pode rapidamente levar o usuário a diversos outros textos que se relacionam com os *posts* em questão.

4. Conclusão

Neste trabalho, analisamos as estratégias de (hiper)textualização utilizadas em dois *posts* do *Instagram* que têm o propósito de ensinar o parágrafo introdutório da redação solicitada pelo Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM). A análise dos dados mostrou que os *posts* se constituem por meio de estratégias de (hiper)textualização diversas, relacionadas, principalmente, à virtualidade/imaterialidade e às amplas possibilidades de uso das diferentes linguagens, isto é, à multimodalidade. Nesse sentido, ressaltamos o uso de elementos como cores diferentes, sombreamento, caixas de texto, *emoticons*, *emojis*, desenhos, caixa alta e *hashtags* para a construção de sentidos de ambas as publicações. Além disso, constatamos que ambas as postagens contêm um esforço dos criadores dos *posts* para demarcar a sua autoria, mediante a utilização de elementos como logomarcas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMORIM, Marina Martins Pinchemel. *O hipertexto no ensino-(app)rendizagem: a retextualização no meio digital*. 2021. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Programa de Pós-Graduação em Linguística, Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Vitória da Conquista, 2021.

AMORIM, Marina Martins Pinchemel; PEREIRA, Márcia Helena de Melo. Instagram no Ensino Médio: contribuições da produção hipertextual para o ensino-aprendizagem de Português. In: MONTEIRO, J.C. da S.; BOTTENTUIT JUNIOR, J.B.; RODRIGUES, S.F.N. (Org.). *Ensino e aprendizagem com as redes e mídias sociais*. 21. ed. São Paulo: Mentis Abertas, 2021. p. 57-65

AZEVEDO, Ana Claudia Oliveira; GUERRA, Filipe Santos; PEREIRA, Márcia Helena de Melo. (Re)visitando conceitos de hipertexto: uma análise de textos digitais. *Revista Philologus*, ano 27, n. 81, supl., Rio de Janeiro, set./dez. 2021.

AZEVEDO, Ana Claudia Oliveira. *O gênero tweet e a (hiper)textualização de objetos de ensino-aprendizagem*. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Programa de Pós-Graduação em Linguística, Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Vitória da Conquista, 2022. 202f.

BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep). *A redação no Enem 2020: cartilha do participante*. Brasília-DF: INEP, 2020.

KOCH, Ingedore Vilaça. Texto e hipertexto. In: KOCH, I.V. *Desvendando os segredos do texto*. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2003. p. 61-73

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Linearização, cognição e referência: o desafio do hipertexto. *Línguas e instrumentos linguísticos*, n. 3, p. 21-45, Campinas, jan./jun. 1999.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital. In: XAVIER, A.C.; MARCUSCHI, L.A. (Org.). *Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido*. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2010. p. 15-80

RIBEIRO, Ana Elisa. Texto e leitura hipertextual: novos produtos, velhos processos. *Linguagem & Ensino*, v. 9, n. 2, p. 15-32, Pelotas, jul./dez. 2006.

Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos

XAVIER, Antonio Carlos. Leitura, texto e hipertexto. In: XAVIER, A.C.; MARCUSCHI, L.A. (org.). *Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido*. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2010. p. 207-20

XAVIER, Antonio Carlos. Desafio do hipertexto e estratégias de sobrevivência do sujeito contemporâneo. *Estudos da Língua(gem)*, v. 13, n. 2, p. 73-90, Vitória da Conquista, dez. 2015.