



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA CAMPUS I  
CENTRO DE EDUCAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE LETRAS E ARTES  
CURSO DE LICENCIATURA PLENA EM LETRAS – LÍNGUA PORTUGUESA**

**ATAYSA MANUELA DO NASCIMENTO DIAS**

**MÚLTIPLOS SENTIDOS QUE PERMEIAM A PRÁTICA COMUNICATIVA  
NO WHATSAPP ATRAVÉS DE FIGURINHAS**

**CAMPINA GRANDE**

**2022**

ATAYSA MANUELA DO NASCIMENTO DIAS

**MÚLTIPLOS SENTIDOS QUE PERMEIAM A PRÁTICA COMUNICATIVA  
NO WHATSAPP ATRAVÉS DE FIGURINHAS**

Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) apresentado ao Departamento do Curso de Letras e Artes da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito à obtenção do título de graduada em Letras, com habilitação em Língua Portuguesa.

**Área de concentração:** Práticas sociais da linguagem.

**Orientador:** Prof. Me. André Luiz Souza da Silva

**CAMPINA GRANDE  
2022**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

D541m Dias, Ataysa Manuela do Nascimento.  
Múltiplos sentidos que permeiam a prática comunicativa no Whatsapp através de figurinhas [manuscrito] / Ataysa Manuela do Nascimento Dias. - 2022.  
51 p. : il. colorido.  
  
Digitado.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras Português) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Educação, 2022.  
"Orientação : Prof. Me. André Luiz Souza da Silva ,  
Coordenação do Curso de Letras Português - CEDUC."  
1. Leitura. 2. Figurinhas. 3. Stickers. 4. WhatsApp. 5. Múltiplos sentidos. I. Título

21. ed. CDD 410

ATAYSA MANUELA DO NASCIMENTO DIAS

MÚLTIPLOS SENTIDOS QUE PERMEIAM A PRÁTICA COMUNICATIVA  
NO WHATSAPP ATRAVÉS DE FIGURINHAS

Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) apresentado ao Departamento do Curso de Letras e Artes da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito à obtenção do título de graduada em Letras, com habilitação em Língua Portuguesa.

**Área de concentração:** Práticas sociais da linguagem.

Aprovada em: 31 de março de 2022.

**BANCA EXAMINADORA**

*André Luiz Souza da Silva*

**Prof. Me. André Luiz Souza da Silva** (Orientador)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

*Danielle dos Santos Mendes Coppi*

**Profa. Ma. Danielle dos Santos Mendes Coppi** (Examinadora externa)  
Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

*Clara Regina Rodrigues de Souza*

**Profa. Ma. Clara Regina Rodrigues de Souza** (Examinadora interna)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

A minha mãe, pela dedicação, amor, apoio e incentivo, DEDICO.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, primeiramente, a Deus por sempre me guiar e não me deixar cair, diante todas as adversidades vivenciadas até aqui, assim como pelos ensinamentos e oportunidades a mim concedidos.

Aos meus pais, Severino e Terezinha, pelo esforço e apoio, em especial à minha mãe, a mulher que eu mais admiro no mundo, que me incentivou e ajudou, durante todo o curso, sem medir esforços.

Ao meu companheiro Thiago, pelo apoio e incentivo durante a construção desta pesquisa, assim como, também, pela compreensão, diante das minhas ausências.

Aos meus colegas de sala, pelos momentos de apoio, risadas, conversas, cumplicidade e diversão, especialmente à Viviane Nóbrega, por acreditar em mim, incentivar-me e não me deixar desistir.

Ao meu orientador André Luiz, pelas leituras sugeridas ao longo dessa orientação, dedicação e empenho, sempre que necessário.

Agradeço, também, à Universidade Estadual da Paraíba, campus de Campina Grande-PB, pela contribuição enriquecedora para minha formação profissional e pessoal, e aos docentes que fizeram parte dessa caminhada e contribuíram de forma honrosa para o meu processo de aprendizado.

Por fim, um agradecimento a Lídice, Viviane, Monique, Rosemary, Émerson e Thiago, pessoas especiais que aceitaram participar desta pesquisa e foram muito importantes para o resultado final.

“Vistas como um recurso para representar as emoções e opiniões de quem as utiliza, as figurinhas são consideradas “um fenômeno que permite estabelecer diálogo sobre todo e qualquer assunto, de forma bem humorada, e expressar diferentes sentimentos”.

- Carmelino & Kogawa (2020, p. 157).

## RESUMO

Nesta pesquisa, o enfoque são as figurinhas empregadas em conversas de grupo do *WhatsApp*. Partindo desse pressuposto, evidenciamos que as figurinhas são criadas a partir de elementos verbais e imagéticos, a fim de expressar desejos, emoções, opiniões e/ou sentimentos no interlocutor. Perante o exposto, questionamos quais as motivações para o uso das figurinhas tornar-se frequente nas conversas on-line e quais recursos de linguagem são necessários para a compreensão desse fenômeno, sendo possível que além de dinamizar a conversa, promovendo um teor descontraído, informal e divertido, as figurinhas são capazes de promover diferentes sentidos, considerando o contexto da conversa e os conhecimentos prévios dos usuários. Assim sendo, nosso objetivo geral é compreender os múltiplos sentidos acionados por elas, em um grupo de WhatsApp, considerando o contexto e os conhecimentos prévios dos interlocutores. Para tanto, elencamos os seguintes objetivos específicos: analisar opiniões expressas a partir de textos motivadores e inferir a existência de sentido apresentado em cada figurinha. Posto isto, a realização desta pesquisa é motivada pela busca de contribuir com estudos linguísticos, no que concerne ao uso de novos recursos de linguagem, ao aprimoramento da prática comunicativa e à construção de sentidos, em um contexto virtual. A metodologia é baseada em estudos que abordam a prática de leitura e o uso de gêneros textuais com respaldo nos pressupostos da Linguística Textual apoiando-se nas concepções de leitura e conhecimentos prévios, a partir de Koch & Elias (2006) e Kleiman (2016), por exemplo. Quanto a sua classificação, ela é de cunho qualitativo. Para a obtenção de dados, organizou-se um grupo no *WhatsApp* e, mediante a textos motivadores, coletou-se as percepções de sentido e figurinhas, as quais foram analisadas por meio de ação interpretativa, dado que adotamos a prática da interpretação de fatos sociais. Na observação dessas conversas, identificamos que os participantes interagem entre si, ao passo que utilizavam o recurso das figurinhas, as quais, além de dinamizar a conversa, promoviam um teor descontraído, informal e divertido. Como observamos, as figurinhas promovem sentidos, dentre eles: riso, sarcasmo e ironia. Além disso, constatou-se, também, que o conhecimento de mundo é imprescindível para a compreensão dos sentidos produzidos pelas figurinhas, bem como para o desenlace da própria interação na rede.

**Palavras-chaves:** Leitura. Figurinhas. *Stickers*. WhatsApp. Múltiplos Sentidos.



## ABSTRACT

In this research, the approach *is on the figurines* used in conversation groups of *WhatsApp*. Based on this assumption, we show that the figurines are created from verbal and imagery elements, in order to express desires, emotions, opinions and/or feelings in the interlocutor. In view of the above, we have the following question: what are the motivations for the use of figurines to become frequent in online conversations and what are the language resources necessary to understand this phenomenon? The hypothesis raised is that, in addition to streamlining the conversation, promoting a relaxed, informal and fun content, figurines are capable of promoting different meanings, considering the context of the conversation and the users' previous knowledge. This way, our general objective is to understand the multiples senses set in motion by them, in a specific group of *WhatsApp*, considering the context and the previous knowledge of the interlocutors. To this end, we list the following specific objectives: to analyze opinions expressed from motivating texts and infer the existence of meaning presented in each figurine. That said, this research is motivated by the search to contribute to linguistic studies, with regard to the use of new language resources, the improvement of communicative practice and the construction of meanings, in a virtual context. The methodology is based on studies that address the practice of reading and the use of textual genres based on the assumptions of Textual Linguistics based on the conceptions of reading and previous knowledge, from Koch & Elias (2006) and Kleiman (2016), for example. As for its classification, it is of a qualitative nature. To obtain data, a group was organized in *WhatsApp* and, through motivating texts, perceptions of meaning and figurines were collected, which were analyzed through interpretative action, given that we adopted the practice of interpreting social facts. In observing these conversations, we identified that the participants interacted with each other, while using the figurines feature, which, in addition to streamlining the conversation, promoted a relaxed, informal and fun content. As we observed, the figurines promote meanings, among them: laughter, sarcasm and irony. Moreover, it was evidenced, also, that the world knowledge is essential for the understanding of the directions produced for figurines, as well as for the outcome of the proper interaction in the net.

**Word-key:** Reading. Figurines. Stickers. WhatsApp. Multiple Senses.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	11
<b>2 UMA ÂNCORA NAS CONCEPÇÕES DE LEITURA</b>	14
2.1 A Leitura no contexto digital: uma reflexão sobre o leitor contemporâneo	18
<b>3 FUNDAMENTANDO O GÊNERO TEXTUAL/DISCURSIVO</b>	21
3.1 Uma imersão nos gêneros digitais	23
3.2 Figurinhas de WhatsApp: breves considerações	24
<b>4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b>	27
4.1 Perfil dos informantes	30
<b>5 UMA NOVA LINGUAGEM NA PRÁTICA COMUNICATIVA</b>	33
5.1 Um olhar sobre a prática comunicativa no que se refere ao uso das figurinhas	34
5.2 As figurinhas de WhatsApp e seus múltiplos sentidos	42
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	47
<b>REFERÊNCIAS</b>	48
<b>APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO</b>	51
<b>APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO</b>	52

## 1 INTRODUÇÃO

Os aplicativos de mensagens instantâneas estão cada vez mais presentes no cotidiano daqueles que estão imersos na contemporaneidade globalizada e em diferentes contextos: trabalho, estudos, entretenimento etc. Dado exposto, destacamos o *WhatsApp Messenger*, aplicativo disponível para celulares com Android e iPhone (iOS) e também para computadores, em sua versão web, que transformou a comunicação no mundo todo, uma vez que facilita o diálogo entre as pessoas. Além disso, com a criação desse software, surgiram diversos recursos linguísticos e uma linguagem própria, resultando em um aparato para estudos acerca da construção de sentidos.

Nesta pesquisa, o enfoque são as figurinhas empregadas em conversas de grupo do *WhatsApp*. Conforme Carmelino e Kogawa (2020, p. 157), os stickers (figurinhas) são "espécie de figurinhas divertidas e customizadas que têm sido frequentemente usadas nas trocas de mensagens via WhatsApp". Partindo desse pressuposto, evidenciamos que as figurinhas são criadas a partir de elementos verbais e imagéticos, a fim de expressar desejos, emoções, opiniões e/ou sentimentos no interlocutor. Com isso, as figurinhas têm ganhado espaço e propiciado um novo recurso de comunicação virtual, visto que, na maioria das vezes, substitui mensagens escritas ou gravadas em áudio. O uso dessa nova forma de linguagem evidencia a hipertextualidade<sup>1</sup> presente nas produções languageiras que produzem sentidos a partir das conexões semânticas utilizadas no processo de interação que mantém dentro do aplicativo.

Perante o exposto, temos o seguinte questionamento: quais as motivações para o uso das figurinhas tornar-se frequente nas conversas on-line e quais os recursos de linguagem necessários para a compreensão desse fenômeno? A hipótese levantada é a de que, além de dinamizar a conversa, promovendo um teor descontraído, informal e divertido, as figurinhas são capazes de promover diferentes sentidos, considerando o contexto da conversa e os conhecimentos prévios dos usuários.

Assim sendo, nosso objetivo geral é compreender os múltiplos sentidos acionados por elas, em um grupo específico do *WhatsApp*, considerando o contexto e os conhecimentos prévios dos interlocutores. Para tanto, elencamos os seguintes objetivos específicos: analisar opiniões expressas a partir de textos motivadores e inferir a existência de sentido apresentado

---

<sup>1</sup> Hipertextualidade é um conceito associado às tecnologias da informação e que faz referência à escrita eletrônica.

em cada figurinha.

No que se refere à produção de sentido, é necessário compreender a identificação da relação de um texto com outros já existentes, sejam eles verbais, não-verbais ou mistos. Os textos multimodais estão presentes no nosso cotidiano, promovendo uma mistura do verbal com o visual, algo peculiar na maioria das páginas e/ou sites da Web. Sobre isso, Silva, Souza e Cipriano (2015, p. 143) dizem que, “no caso dos gêneros textuais escritos, ocorre a junção de signos verbais e visuais, ou seja, elementos alfabéticos (letras, palavras e frases) e elementos semióticos, como, por exemplo, animações, cores, formatos etc.” Para corroborar com essa ideia, Cavalcante (2010 *apud* RAMOS, 2012):

A produção de linguagem verbal e não verbal constitui atividade interativa altamente complexa de produção de sentidos que se realiza, evidentemente, com base nos elementos presentes na superfície textual e na sua forma de organização, mas que requer não apenas a mobilização de um vasto conjunto de saberes (enciclopédia), mas a sua reconstrução e a dos próprios sujeitos – no momento da interação verbal. (CAVALCANTE, 2010 *apud* RAMOS, 2012).

Dito isso, compreendemos que a interação realizada a partir de textos multimodais são complexas, uma vez que, além do conhecimento de mundo, é necessário que haja (re) construção de sentido no momento da interação com base na forma de organização e elementos utilizados no texto. Para Koch (2010), é através do conhecimento de outros textos que os receptores são capazes de compreender as diferentes formas presentes na produção ou recepção de um determinado texto. Vale salientar que a conexão entre o processo de construção, hipertextualidade (que se configura como um conceito associado às tecnologias da informação e que faz referência à escrita eletrônica, será mais detalhado em capítulos mais adiante) e significação resulta nas palavras como elementos hipertextuais, pois despertam diferentes sentidos ao receptor do texto, mesmo que o discurso o induza a interpretar por outro sentido considerando o que este pretende dizer.

Posto isto, a realização desta pesquisa é motivada pela busca de contribuir com estudos linguísticos, no que concerne ao uso de novos recursos de linguagem, ao aprimoramento da prática comunicativa e à construção de sentidos, em um contexto virtual, além de ser significativa para assuntos a serem desenvolvidos tanto nas aulas de Português do ensino básico, bem como para amparo acadêmico em pesquisas futuras, para estudos concernentes às práticas sociais da linguagem. Por fim, evidenciamos a importância dos estudos linguísticos na vida da autora desta pesquisa, bem como o seu apreço pelas figurinhas de *WhatsApp*, uma vez que estão presentes no seu cotidiano.

A metodologia é baseada em estudos que abordam a prática de leitura e o uso de

gêneros textuais com respaldo nos pressupostos da Linguística Textual apoiando-se nas concepções de leitura e conhecimentos prévios, a partir de Koch & Elias (2006) e Kleiman (2016), por exemplo. Quanto a sua classificação, ela é de cunho qualitativo, dado que se trata de uma pesquisa na qual “o pesquisador vai a campo buscando captar o fenômeno em estudo a partir da perspectiva das pessoas nele envolvidas, considerando todos os pontos de vista relevantes”, conforme Godoy (1995, p. 21). Apresenta caráter exploratório, visto que “tem por objetivo conhecer a variável de estudo tal como se apresenta, seu significado e o contexto onde ela se insere”, conforme aponta (CARDOSO *et al.*, 2006, p. 321).

Para a obtenção de dados, organizou-se um grupo no *WhatsApp* e, mediante a textos motivadores, coletou-se as percepções de sentido e figurinhas, as quais foram analisadas por meio de ação interpretativa, dado que adotamos a prática da interpretação de fatos sociais. Na observação dessas conversas, identificamos que os participantes interagiam entre si, ao passo que utilizavam o recurso das figurinhas, as quais, além de dinamizar a conversa, promoviam um teor descontraído, informal e divertido. Como observamos, as figurinhas promovem sentidos, dentre eles: riso, sarcasmo e ironia.

Dado exposto, esta monografia encontra-se esquematizada em capítulos, configurados da seguinte forma: após esta introdução, o capítulo um faz uma âncora nas concepções de leitura; o capítulo dois traz a fundamentação sobre gênero textual/discursivo; o terceiro aborda os procedimentos metodológicos no qual apresenta-se o perfil dos participantes e a natureza da pesquisa; por fim, no capítulo quatro, nos debruçamos sobre os resultados acerca dos múltiplos sentidos produzidos pelas figurinhas a partir dos dados obtidos.

## 2 UMA ÂNCORA NAS CONCEPÇÕES DE LEITURA

A Linguística Textual surgiu em meados da década de 1960, a fim de estudar e priorizar os textos envolvendo suas ações cognitivas, sociais e linguísticas, as quais contribuem de forma direta para sua compreensão, organização e interpretação. Desse modo, a Linguística Textual investiga as palavras, frases e períodos, e não apenas as orações e itens presentes na tessitura textual. E, conforme aponta Oliveira (2011):

A linguística textual representa um momento em que se procura a superação do tratamento linguístico em termos de unidades menores - palavra, frase ou período no entendimento de que as relações textuais são muito mais do que um somatório de itens ou sintagmas - nessa perspectiva, dois mais dois é mais que quatro (OLIVEIRA, 2011, p. 195).

Nesse sentido, o processo de leitura vai muito além de decodificar códigos linguísticos, isto é, para que ela ocorra de forma significativa é necessário que o leitor compreenda e interprete o texto lido. Dado isso, é através da leitura que nós, enquanto leitores, desenvolvemos o nosso senso crítico, expandimos a nossa capacidade de interpretação e compreensão, enriquecemos o nosso vocabulário, amplificamos nossa imaginação e intelecto, além da aquisição de novos conhecimentos.

Para discorrer sobre leitura, é necessário entender que “o conceito de texto se refere a uma unidade linguística de sentido e de forma, falada ou escrita, de extensão variável, dotada de ‘textualidade’, ou seja, de um conjunto de propriedades que lhe conferem a condição de ser compreendido pela comunidade linguística como um texto” (OLIVEIRA, 2011, p. 194). Dito isso, podemos, inicialmente, discutir sobre três níveis de leitura: *a leitura sensorial, a leitura emocional e a leitura racional*, indicadas por Martins (1989).

A leitura sensorial “não se trata de uma leitura elaborada; é antes uma resposta imediata às exigências e ofertas que esse mundo apresenta, relaciona-se com as primeiras escolhas e motiva as primeiras revelações”, conforme aponta Martins (1989, p. 40). Ou seja, caracteriza-se pelos momentos iniciais que temos durante a nossa infância, isto é, todos aqueles ensinamentos e aprendizados que obtemos para sobreviver na vida adulta. Sobretudo, a leitura sensorial proporciona ao leitor o conhecimento para que consiga realizar apreciações apenas a partir de seus sentidos: olfato, tato, paladar e ouvido.

A leitura emocional acontece a partir das experiências e vivências do leitor no que tange aos seus sentimentos e emoções, “pois emerge a empatia, tendência de sentir o que se sentiria caso estivéssemos na situação e circunstâncias experimentadas por outro, isto é, na pele da outra pessoa, ou mesmo de um animal, de um objeto, de uma personagem de ficção”

(MARTINS, 1989, p. 51-52). Com isso, levantamos uma reflexão acerca das emoções que sentimos durante uma leitura que, consciente ou inconscientemente, acaba nos envolvendo de forma significativa e proporcionando diversas emoções.

Segundo Martins (1989, p. 59), a *leitura emocional*, “é vista como uma fuga da realidade”. Assim, compreendemos que esse nível de leitura é visto como um refúgio para o leitor que procura fugir de seus problemas, na busca por uma realidade paralela, uma vez que lida diretamente com suas emoções. Geralmente, esse nível de leitura está presente em pessoas que são fascinadas pela leitura e entregam-se completamente a todo o contexto apresentado. Entretanto, Martins (1989) afirma que quando o leitor se torna dependente da leitura emocional, ele deixa de ter “um comportamento de quem busca momentos de lazer e distensão ou distração para ser o de alguém que se nega a viver seus próprios problemas e, em consequência, não luta para solucioná-los” (MARTINS, 1989, p. 59).

Na leitura racional, as ideologias se relacionam com o texto, uma vez que são essenciais ao objetivo do autor, a sua visão de mundo e, conseqüentemente, constituem os elementos que o conectam aos leitores de seu texto. Em suma, ela modifica o conhecimento prévio em um novo conhecimento, visto que o leitor desenvolve entendimento sobre o texto.

Vale enfatizar que esses três níveis são síncronos, haja vista que a leitura sensorial antecede a emocional e, depois a racional, o que está diretamente ligado ao processo de amadurecimento do ser humano. De acordo com Martins (1989),

Não se deve também supor a existência isolada de cada um desses níveis. Talvez, haja como disse, a prevalência de um outro. Mas creio mesmo ser muito difícil realizarmos uma leitura apenas sensorial, emocional ou racional, pelo simples fato de ser da condição humana inter-relacionar sensação, emoção e razão, tanto na tentativa de se expressar como na de buscar sentido, compreender a si próprio e o mundo. (MARTINS, 1989, p. 77).

A compreensão de leitura é feita pelo modo com que o leitor compreende e interpreta o que está explícito a partir da intenção pretendida pelo autor. Para isso, Ferreira e Dias (2004) indicam que a interpretação ocorre no momento da interação leitor/autor, gerando sentidos que variam de acordo com o leitor e com a natureza da interação. Logo, a leitura pode ser vista como um processo cognitivo e representativo, com base na interação entre autor, texto e leitor.

De acordo com Koch e Elias (2006), a leitura a partir do foco deve considerar três pontos: *autor*, *leitor* e *autor-texto-leitor*. Na primeira o objetivo é compreender e captar o que é dito pelo autor em um texto. Assim, “o foco de atenção é, pois o autor e suas intenções, e o

sentido está centrado no autor, bastando tão-somente ao leitor captar essas intenções" (KOCH, 2006, p. 10). Então, a leitura acontece a partir das ideias implícitas pelo autor, sem considerar os conhecimentos prévios e experiências de mundo do leitor. A compreensão de leitura é feita pelo modo com que o leitor compreende e interpreta o que está explícito a partir da intenção pretendida pelo autor.

Já a leitura com foco no texto, o texto "é visto como simples produto da codificação de um emissor a ser decodificado pelo leitor/ouvinte [...]", de acordo com Koch e Elias (2006, p. 11), ou seja, considera apenas a estrutura e o sentido das palavras. Logo, a leitura pode ser vista como um processo cognitivo e representativo, uma vez que o foco do leitor é no texto.

Por último, destacamos a leitura com foco no autor-texto-leitor, na qual "os sujeitos são vistos como atores/construtores sociais, sujeitos ativos que - dialogicamente - se constroem e são construídos no texto, considerando o próprio lugar da interação e da constituição dos interlocutores" Koch e Elias (2006, p. 10), ou seja, é composta pelas concepções que nos possibilitam compreender o sujeito.

Diante do exposto, para constituir tais concepções, conceitos de língua, texto e sujeito são importantes para indicarmos como a construção de sentido é compreendida. Para tal, apresentamos uma síntese sugerida por Silva (2021), a qual foi elaborada à luz dos postulados de Koch e Elias (2006):

**Quadro 1** - Termos-chave para cada foco.

<b>Focos</b>	<b>Sujeito</b>	<b>Língua</b>	<b>Texto</b>	<b>Sentido</b>	<b>Leitura</b>
<b>Autor</b>	Sujeito Egocêntrico	Expressão do pensamento	Texto como produto	Centrado no autor	Captação de ideia do autor
<b>Texto</b>	Assujeitado pelo sistema	Instrumento comunicativo	Texto como código	Baseado no código e estrutura textual	Apenas foco no texto, na estrutura textual
<b>Autor-texto-leitor</b>	Atores sociais	Atividade interacionista	Texto como lugar de interação	Construído na interação entre o objeto e o interlocutor	Prática interativa de construção de sentidos

Fonte: (SILVA, 2021, p. 10).

A partir da aquisição da leitura e dos conhecimentos prévios adquiridos ao longo da vida, somos capazes de identificar diferentes sentidos embasados nos elementos textuais e imagéticos presentes em um texto. Para tal, Koch e Elias (2006, p. 13) afirmam que "os



sujeitos são vistos como atores/construtores sociais, sujeitos ativos que se constroem e são construídos no texto, considerando o próprio lugar da interação e da constituição de interlocutores". E, Kleiman (2016, p. 15) enfatiza essa ideia ao afirmar que a compreensão de um texto é um processo que se caracteriza pela utilização de *conhecimentos prévios*, uma vez que o leitor utiliza na leitura o que ele já sabe, o conhecimento adquirido ao longo de sua vida. Ainda nessa perspectiva, Martins (1989) diz que é a partir dos conhecimentos prévios que um sujeito conseguirá decifrar e emitir diferentes sentidos que não estão explícitos no texto.

Tendo em vista tais afirmações, constatamos que os conhecimentos prévios são todas as informações armazenadas em nossa mente, as quais podem ser acionadas a qualquer momento ou quando se fizer necessário. Aqui, é interessante ressaltar que este conhecimento é dinâmico, ou seja, ele não é inerte. O tempo inteiro ele se modifica e se renova, afinal, constantemente estamos pensando sobre algo e, conseqüentemente, mudando nossas ideias e opiniões. Dado isso, para compreender um texto é necessário que o leitor ative níveis de conhecimento: o conhecimento linguístico, o textual e o de mundo, conforme aponta Kleiman (2016, p. 15) e indica ser “[...] mediante a interação de diversos níveis de conhecimento, como o conhecimento linguístico, o textual e o de mundo, que o leitor consegue construir o sentido do texto”.

O *conhecimento linguístico* se caracteriza de maneira implícita e propicia ao leitor a capacidade ao conhecimento lexical e gramatical do texto, o que permite organização estrutural e sua compreensão. Assim, vale enfatizar que é um conhecimento que adquirimos nos primeiros anos de vida e se aperfeiçoa ao longo dos anos. No que diz respeito às figurinhas, trata-se da capacidade de atribuir significado à estrutura verbal presente nesse texto, considerando aspectos linguísticos típicos da cibercultura<sup>2</sup>, bem como de variantes linguísticas que funcionem como gírias, jargões, calões e/ou bordões, por exemplo. Isso revela como o conhecimento linguístico na esfera digital pode ser transcultural.

O *conhecimento textual* está ligado diretamente às noções e conceitos para que haja compreensão de um texto, “pois estão interligados com os conhecimentos prévios e são de suma importância para compreensão de um texto, uma vez que tanto o conhecimento linguístico como o conhecimento textual formam parte do conhecimento prévio, e ambos devem ser utilizados na leitura” (KOCH, 2006, p. 23). E, no que tange às figurinhas, diz

---

<sup>2</sup> De acordo com o **Dicionário Online de Português**, cibercultura refere-se a reunião de padrões, produtos, comportamentos ou valores, que são compartilhados na Internet. Condição social influenciada pelo uso contínuo de computadores, para a comunicação, diversão e negócios.

respeito à compreensão da organização da arquitetura textual<sup>3</sup> apresentada na figurinha, logo, trata-se de compreender a conexão entre recursos imagéticos, verbais, de movimento, etc., a partir da prática com outros textos, tanto do mundo físico – como as HQ – quanto do mundo digitalizado – como os memes da internet.

Por último, temos o *conhecimento de mundo*, aquele adquirido a partir das experiências e relações que o leitor tem ao longo da vida, uma vez que engloba toda a bagagem cultural e social que traz consigo, no que concerne a dar sentido e significação à comunicação que se faz em seu cotidiano. Quando o interlocutor e/ou leitor não possui conhecimento prévio sobre um determinado assunto, a interpretação do sentido exposto no texto se torna limitada, dado que ele não dispõe de recursos que tornam a leitura mais compreensível. Para tal, Kleiman (2016) diz:

Esse conhecimento permite uma grande economia e seletividade, pois ao falar, ou escrever, podemos deixar implícito aquilo que é típico da situação, e focalizar apenas o diferente, o memorável, o inesperado. O interlocutor, que escuta ou lê, pelo fato de ele também possuir esse conhecimento, será capaz de preencher aqueles vazios, aquilo que está implícito, com a informação certa. (KLEIMAN, 2016, p. 26).

Por perspectiva, podemos dizer que quanto mais informações o leitor domina e armazena, mais possível é a compreensão, a produção de sentido e a interpretação de um texto, isto é, a atividade comunicativa torna-se mais efetiva. Conforme Martins (1989, p. 60), “a relação entre texto e ideologias, pois estas são inerentes à intenção (consciente ou inconsciente) do autor, a seu modo de ver o mundo, tornando-se também elementos de ligação entre ele e os leitores de seu texto.” Ou seja, cabe ao leitor relacionar seu conhecimento de mundo com o texto, interseccionando a prática de leitura num movimento entre o que ele já sabe e o que pode passar a saber.

## **2.1 A Leitura no contexto digital: uma reflexão sobre o leitor contemporâneo**

Com o avanço das novas tecnologias nasce uma nova forma de leitura e, conseqüentemente, uma nova categoria de leitores: leitores digitais. Assim, compreendemos que Santaella (2005) caracteriza o internauta como leitor imersivo, uma vez que tem a competência que o capacita a distinguir e compreender os múltiplos sentidos presentes no mundo virtual, bem como tem mais acesso a textos eletrônicos e, conseqüentemente, desenvolve a capacidade de criar estratégias para construir e escolher quais temas e/ou textos aos quais deseja ter acesso.

---

<sup>3</sup> Expressão oriunda dos postulados do ISD (Interacionismo Sócio-discursivo). Ela é formada por três camadas que se entrelaçam: a infraestrutura geral do texto; os mecanismos de textualização; e os mecanismos enunciativos (cf. BRONCKART, 1999 *apud* VIANA; MARINHO, 2009).

De acordo com Santaella (2005), existem três tipos de leitores: o *leitor imersivo*, o *leitor contemplativo* e o *leitor movente*. O leitor imersivo, que é nosso foco, tem como base “as distintas habilidades sensoriais, perceptivas e cognitivas que estão envolvidas nos processos e no ato de ler, de modo a configurar modelos cognitivos de leitor”, segundo Santaella (2005, p. 10). Além disso, a autora reforça ao dizer que

O navegador é também um leitor, na medida em que se entenda a palavra “leitor” como designando aquele que desenvolve determinadas disposições e competências que o habilitam para a recepção e resposta à densa floresta de signos em que o crescimento das mídias vem convertendo o mundo. Trata-se de um tipo especial de leitor, o imersivo, quer dizer, aquele que navega através de fluxos informacionais voláteis, líquidos e híbridos – sonoros, visuais e textuais – que são próprios da hipermídia (SANTAELLA, 2005, p. 11).

No que concerne à leitura no contexto digital, é imprescindível destacar o papel do texto virtual ou hipertexto<sup>4</sup>. Segundo Marcuschi e Xavier (2010, p. 208), “o hipertexto é uma forma híbrida, dinâmica e flexível de linguagem que dialoga com outras interfaces semióticas, adiciona e acondiciona à sua superfície formas outras de textualidade.” Na conjectura atual, estamos imersos na tecnologia de linguagem na qual a sua compreensão não se dá apenas por meio de palavras, mas também, por sons, imagens, gráficos, os quais são publicados em uma plataforma digital para que os sentidos sejam compreendidos pelo leitor digital.

Partindo desse pressuposto, assim como qualquer outro texto impresso tradicional, que leva o leitor a ativar seus conhecimentos de mundo para preencher lacunas existentes, “o hipertexto exige do seu usuário muito mais que mera decodificação das palavras que flutuam sobre a realidade imediata” (XAVIER, 2010, p. 209). Desse modo, o hipertexto traz uma nova forma de leitura, uma vez que possibilita que o internauta escolha, através dos links, o que quer consumir em termos de leitura. Nessa perspectiva, Barros (2006) afirma que:

O texto eletrônico se caracteriza pela criação de um espaço de informação no qual o leitor escolhe seu percurso de leitura através dos links. A possibilidade de acesso a diferentes links produz uma leitura não-linear porque o texto eletrônico se constitui em um grande mosaico de discursos em que o leitor pode escolher o caminho de leitura a ser percorrido, construindo e atribuindo sentidos a esses discursos de maneira diversa da leitura realizada na linearidade espacial do papel (BARROS, 2006, p. 136).

Esses autores discorrem sobre o hipertexto e enfatizam a facilidade que o leitor digital tem em escolher as leituras que atendem ao seu gosto, “o que desobriga o hiperleitor a seguir ortodoxamente as diretrizes organizacionais do autor, como ocorrem com leitores de textos

---

<sup>4</sup> Segundo Heine (2005, p. 02), “texto virtual é o nome dado às novas modalidades de gêneros textuais surgidas com o advento da Internet, dentro do hipertexto”.

impressos”, conforme aponta Xavier (2010, p. 213).

Ainda nessa perspectiva, Eisenkraemer (2006) traz que o texto virtual funciona como um hipertexto, no qual os internautas têm a oportunidade de navegar em uma virtualidade que possibilita uma gama de significantes e informações. Muitos textos passam a ter uma dinâmica mais interativa, ou seja, é possível que várias pessoas acessem o mesmo texto ao mesmo tempo e que vários textos se apresentem dentro de outros, resultando numa gama de informações baseadas nas interações.

Segundo Barreto Lé (2010), a palavra hipertexto surgiu em meados da década de 1960 e tinha como conceito a ideia de que a leitura não era linear, ou seja, ela não era realizada de uma forma direta no meio da informática. Contudo, com o avanço dos estudos linguísticos, passou-se a discutir como a informação se apresenta no ambiente virtual. E, de acordo com Marcuschi (20, p. 83), “o escritor de um hipertexto produz uma série de previsões para ligações possíveis entre segmentos, que se tornam opções de escolha para os hipernavegadores. O interessante é que cada leitor faz suas escolhas e seus caminhos que no geral não são similares ao de outro leitor.” Além disso, o autor disserta que este conceito é considerado um gênero virtual que nos possibilita desenvolver sequências de textos a fim de colaborar para a criação de novos gêneros textuais no âmbito digital.

Nessa perspectiva, Xavier (2010, p. 208) afirma que o “hipertexto é uma forma híbrida, dinâmica e flexível de linguagem que dialoga com outras interfaces semióticas, adiciona e condiciona à sua superfície formas outras de textualidade. Para reforçar Araújo (2017, p. 635) afirma que “o hipertexto permite subdividir um texto em trechos coerentes e relativamente curtos. Também permite fazer referência a outras partes do texto ou a outros textos, totalmente independentes”. Ou seja, a leitura possui características próprias e o campo digital passa a ser um espaço que permite variadas formas textuais, as quais demandam diferentes estratégias de leitura.

### 3 FUNDAMENTANDO O GÊNERO TEXTUAL/DISCURSIVO<sup>5</sup>

Diariamente, temos contato com diversos textos e estamos imersos em diferentes situações comunicacionais que exigem gêneros textuais que funcionem adequadamente em cada uma delas. Normalmente, além de nortear a nossa compreensão, esses textos apresentam características composicionais que permitem identificá-los e/ou classificá-los. Vale salientar que os gêneros são flexíveis, uma vez que sofrem alterações, variam de acordo com a necessidade comunicativa e acompanham as transformações que ocorrem na sociedade. Neste capítulo, discutiremos acerca do gênero textual/discursivo com respaldo nas concepções apresentadas por Bakhtin (2003) e Marcuschi (2002).

De acordo com Bakhtin (2003), os gêneros são divididos em: *gêneros primários* e *gêneros secundários*. Os gêneros primários são considerados simples e estão presentes nas interações espontâneas e informais que ocorrem no dia a dia, e correspondem a: recados, mensagens instantâneas, conversas cotidianas, etc. É importante destacar que cada prática social produz e utiliza gêneros discursivos particulares, que articulam estilos e discursos de maneira relativamente estável num determinado contexto sócio-histórico e cultural. Assim, para uma melhor participação nas práticas sociais, é preciso que o indivíduo saiba ler e produzir diferentes gêneros associados a diferentes práticas sociais.

Já os gêneros secundários são mais complexos e pertencem a textos mais formais, como: artigos científicos, romances, requerimentos etc.; além de virem “de situações de comunicação cultural mais complexas e evoluídas, como também são mais desenvolvidos e organizados por serem, predominantemente, escritos”, conforme aponta Barreto (2008, p. 41). De acordo com Bakhtin (2003), os gêneros secundários são responsáveis pela criação ou reelaboração de outros gêneros primários, formados a partir da prática comunicativa instantânea. Em suma, tanto os gêneros primários quanto os secundários são compostos por enunciados verbais e o que os diferencia é o nível de complexidade em que se apresentam.

Conforme Bakhtin (2003), o conteúdo temático, o estilo, a construção composicional estão conectados diretamente a ação de linguagem e variam de acordo com o contexto interacional. Ainda na perspectiva de gêneros textuais/discursivos, discutiremos, brevemente, sobre o conceito de linguagem, o qual, de acordo com Bakhtin (2003 apud DIAS *et. al*, 2011), trata-se do seguinte:

---

<sup>5</sup> Estes termos apresentam afinidades, logo, serão utilizados neste texto de modo intercambiável, considerando que os dois se referem a unidades sociocomunicativas relativamente estáveis.

A linguagem é de tal modo que o sujeito passa a ocupar papel de destaque em qualquer situação de interação, uma vez que é a partir dele que se torna possível a compreensão das diversas relações sócio-históricas que caracterizam uma sociedade (BAKHTIN, 2003 *apud* DIAS *et. al*, 2011)

As autoras consideram o conceito de linguagem a partir da perspectiva de Bakhtin, uma vez que afirmam que o indivíduo, independentemente da situação comunicacional, é o foco da prática comunicativa. Vale destacar que

Cada prática social produz e utiliza gêneros discursivos particulares, que articulam estilos e discursos de maneira relativamente estável num determinado contexto sócio-histórico e cultural. Assim, para uma melhor participação nas práticas sociais, é preciso que o indivíduo saiba ler e produzir diferentes gêneros associados a diferentes práticas sociais (DIAS *et al*, 2004, p. 153).

Além disso, é válido apontar para a caracterização dos gêneros à luz de Bakhtin no que se refere a tema, construção composicional e estilo. O *conteúdo temático* dos gêneros do discurso é determinado pelas diversas práticas sociais, ou seja, conforme as necessidades das diferentes situações de interação. A *construção composicional* é utilizada de acordo com a intenção discursiva do falante, que escolhe um determinado *gênero do discurso*, isto é, “as formas estáveis de gênero do enunciado” (BAKHTIN, 2003, p. 282). Por fim, temos o *estilo*, considerado um componente do gênero, então, quando se trata da conversação e diálogo: “a passagem do estilo de um gênero para o outro não só modifica o som do estilo nas condições do gênero que não lhe é próprio como destrói ou renova tal gênero” (BAKHTIN, 2003, p. 268), por exemplo. Dessa forma, no processo de transmutação emergem-se os gêneros digitais, que discutiremos mais adiante.

De acordo com Marcuschi (2002, p. 19), os gêneros textuais são “entidades sociodiscursivas e formas de ação social incontornáveis em qualquer situação comunicativa”, que estão conectados diretamente com as nossas vidas e experiências socioculturais, além de serem constituídos a partir das experiências e necessidades exigidas durante o processo de comunicação. No que se refere ao termo *gênero textual*, o teórico aponta que:

Usamos a expressão gênero textual como uma noção propositalmente vaga para referir os textos materializados que encontramos em nossa vida diária e que apresentam características sócio-comunicativas definidas por conteúdos, propriedades funcionais, estilo e composição característica. (MARCUSCHI, 2002, p. 22).

Assim, compreendemos que, para o autor, a expressão gênero textual é vista como uma noção vaga para aludir a textos usados durante a prática comunicativa cotidiana, que apresentam características com base no conteúdo, estilo e estrutura, servindo a uma

funcionalidade em domínios discursivos que, conforme aponta Marcuschi (2008, p. 194), “é um esfera da vida social ou institucional [...], na qual se dão práticas que organizam formas de comunicação e respectivas estratégias de compreensão.” Desse modo, compreendemos que os domínios discursivos perpassam se estabelecem a partir de estratégias de compreensão.

### **3.1 Uma imersão nos gêneros digitais**

No que tange ao contexto virtual, especificamente, sobre gêneros digitais, é imprescindível destacar que estes gêneros se configuram através de novas práticas sociais e assemelham-se aos gêneros já existentes. Dessa forma, o ambiente virtual, considerando o hipertexto, se caracteriza através da comunhão de diferentes recursos de linguagem: verbal, visual, animados, efeitos sonoros etc; os quais são vistos como multimodais, ou seja, é uma “fusão dos diversos recursos das várias linguagens em uma só tela de computador acessíveis e utilizáveis simultaneamente em um mesmo ato de leitura provoca um impacto perceptual-cognitivo no processamento da leitura” (XAVIER, 2010, p. 214).

Esses novos gêneros nos permitem verificar os impactos e/ou contribuições no campo da linguagem, bem como os subsídios da linguagem no que tange ao desempenho adquirido pelos internautas após a utilização de plataformas digitais. Vale ressaltar que as esferas digitais conectam alguns gêneros presentes em outras plataformas digitais. Assim, “há uma pluralidade de textos e de leituras que se apresenta de modo multimidiático, multissemiótico, multimodal, polissêmico” (SILVA, 2005, p. 11). Isto é, tendo em vista que estes gêneros sofrem alterações e reúnem diversos mecanismos que possibilitam uma integração.

A partir do estudo de Pereira (2014) – *O estilo dos gêneros digitais* – o autor buscou tratar das regularidades e sensibilidades que constituem as práticas digitais. Na pesquisa, dedica atenção especial à interação na sua relação com a tensividade e a questão do gênero na perspectiva de Bakhtin, buscando definir características do gênero digital. A discussão apresentada é o resultado da análise de três chats e três fóruns 1 de esfera educacional de cada um dos dois cursos livres online que acompanhamos para a pesquisa de doutorado em 2010: “Games em Educação no Second Life” (GES) e “Pesquisa Acadêmica na Web” (PAW). Como pertencentes à esfera de comunicação pedagógica no ambiente digital, eles apresentam regularidades que nos permitiram depreender um estilo comum, inerente aos gêneros digitais, e, ao mesmo tempo, ajustamentos próprios do modo de presença em cada um.

Logo, é a partir desses gêneros que desenvolvemos uma nova prática de leitura e, através da interação, construímos sentidos de acordo com o contexto. Para Araújo (2017),

com o avanço da tecnologia, novas práticas textuais foram criadas e possibilitam a interação não apenas com textos escritos, mas também, com textos visuais e sonoros, dado que a linguagem, no ambiente digital, inclui a habilidade de construir sentido a partir de textos multimodais, que mesclam palavras, imagens e sons em um mesmo espaço.

Eis que os gêneros textuais/discursivos da era digital são reconhecidos como emergentes, haja vista que são considerados “relativamente variados, mas a maioria deles tem similaridades em outros ambientes, tanto na oralidade como na escrita”, apontam Marcuschi e Xavier (2005, p. 13). Não há como negar que o ambiente virtual é instável e, atualmente, faz parte de um lugar importante no que tange às práticas comunicativas, por isso os gêneros digitais estão envoltos de questionamento acerca “de seu impacto na linguagem e na vida social” (MARCUSCHI; XAVIER, 2005, p. 13).

### 3.2 Figurinhas de WhatsApp: breves considerações

As redes sociais são plataformas criadas por pessoas e/ou empresas com intuito de facilitar o processo comunicativo, por meio de sites e aplicativos que têm diversas possibilidades, como o profissional, de relacionamento, entre outros – sempre permitindo a troca de informações. Segundo Vermelho *et al.* (2014, p. 182), “meios de comunicação mais interativos, liberando os indivíduos das limitações de espaço e tempo, tornando a comunicação mais flexível. Com apenas um clique, qualquer pessoa pode acessar uma informação específica e manter contato com pessoas que estão distantes”. Como exemplos de redes sociais temos: *Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp*, etc. Dentre essas, destacamos a *WhatsApp*: plataforma que proporciona diversos mecanismos que ajudam na interação dos seus usuários, dentre eles: *os stickers*<sup>6</sup>. Consideradas como um novo recurso utilizado dentro das conversas mantidas no aplicativo, as figurinhas foram adicionadas em 2018<sup>7</sup>, e são criadas através de outros aplicativos, fazendo uso de fotos pessoais, de celebridades, desenhos, objetos, entre outras possibilidades.

Assim posto, tomaremos a rede *WhatsApp* enquanto comunidade virtual, pois, as interações não acontecem apenas de modo privado, também ocorrem em grupos específicos, assim favorecendo uma dinâmica comunicacional em meio a um aglomerado de pessoas com um propósito comum, ou seja, é “uma espécie de agregado social que emerge da rede *internetiana* para fins específicos”, conforme aponta Marcuschi (2010, p. 24).

---

<sup>6</sup> Os artigos têm reproduzido o termo *Stickers*, conforme trabalhos em língua inglesa, uma vez que o termo em inglês, significa “adesivo” (conforme o dicionário on-line “Linguee”), mas, neste trabalho, adotamos o termo figurinha por ser muito utilizado pelos internautas durante a prática comunicativa.

<sup>7</sup> Notícia divulgada no site do WhatsApp, em 25 de out de 2018: <https://blog.whatsapp.com/introducing-stickers>



Vistas como um recurso para representar as emoções e opiniões de quem as utiliza, as figurinhas são consideradas “um fenômeno que permite estabelecer diálogo sobre todo e qualquer assunto, de forma bem humorada, e expressar diferentes sentimentos” (CARMELINO; KOGAWA, 2020, p. 157). Dessa forma, salientamos que o uso das figurinhas é essencial no que diz respeito à dinamicidade da interação, uma vez que nos permite criar múltiplos sentidos - que variam de acordo com o contexto da conversa.

Inclusive, a pesquisa de Silva Neto (2020) – *Letramento digital e produção de sentidos: o uso de sticker de WhatsApp no ensino médio* – propõe uma discussão sobre os sentidos que podem ser construídos através de referenciais sócio-históricos advindos de contextos de criação de stickers de WhatsApp, que se justifica pela contribuição para o estudo da linguagem nas aulas de Português. O trabalho se enquadra em uma pesquisa de cunho qualitativo e se baseia em estudos bibliográficos de autores cujas obras discorrem sobre os assuntos já expostos. Assim, a proposta do artigo é possibilitar que os professores/pesquisadores observem e reflitam sobre como dar espaço para a evolução educacional no contexto das tecnologias, ao invés de temê-la, pois, pensando no desenvolvimento cognitivo e social, haja vista que os alunos e futuros alunos precisam estar em sintonia com o mundo pós-moderno.

Assim, evidenciamos que as figurinhas são consideradas polissêmicas e são vistas como um processo de intertextualidade, uma vez que ao serem usadas remetem ou reforçam o que foi dito anteriormente pelo participante de uma conversa. Então, acreditamos que múltiplos sentidos são acionados no processo de interação, diante de uma informação fornecida por outro internauta, uma vez que a multissemiose na tessitura textual possibilita percepção de sentidos, haja vista a configuração de múltiplos recursos presentes nesse gênero. Desse modo, nos debruçamos nos seguintes sentidos: intertextualidade, ambiguidade, humor e ironia.

De acordo com o dicionário *Oxford Languages*, a intertextualidade é a composição de um texto usando outro como base e pode ser feita por meio de citação, paródia ou paráfrase. Já para Carmelino e Kogawa (2020, p. 165) “a intertextualidade pode ser compreendida como uma condição de existência de qualquer texto, uma vez que, a rigor, todo dizer remete a enunciados anteriores”. E, a ambiguidade, por sua vez, é vista como duplicidade de sentidos; característica de alguns termos, expressões, sentenças que expressam mais de uma acepção ou entendimento possível, conforme o *dicionário Online de Português*. Sobre o conceito de humor, classificamos como substantivo masculino com origem no latim *humore*, que significa a disposição do ânimo de uma pessoa ou a sua veia cômica; por fim, a ironia significa

contraste ou incongruência que se afigura como sarcasmo ou troça; acontecimento marcado por esse contraste ou incongruência.

Por fim, podemos sugerir uma composicionalidade para este gênero emergente: a) estrutura por vezes híbrida, mas predominantemente imagética – pessoas comuns, desenhos animados, animais, celebridades etc; que expressam reações, b) temática – da vida cotidiana e oriunda de contextos históricos, políticos, religiosos, midiáticos, etc. e c) estilo – possuem elementos verbais, não-verbais, de movimento, etc., marcados tanto por variantes linguísticas quanto por formas típicas da esfera digital (internetês).

## 4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa teve como finalidade compreender os múltiplos sentidos acionados pelo uso de figurinhas utilizadas em um grupo específico do WhatsApp. Quanto a sua classificação, ela é de cunho qualitativo, dado que se trata de uma pesquisa na qual “o pesquisador vai a campo buscando captar o fenômeno em estudo a partir da perspectiva das pessoas nele envolvidas, considerando todos os pontos de vista relevantes”, conforme Godoy (1995, p. 21).

A coleta de dados foi realizada entre os dias 11 e 15 de janeiro de 2022. Para isso, foi criado um grupo de *WhatsApp* com cinco participantes. O critério de escolha dos participantes foi realizado a partir do grau de intimidade com a autora da pesquisa, tendo em vista que todos fazem parte do seu círculo de amizade há anos, o que propicia que a conversação seja mais espontânea.

Os participantes concordaram com o trâmite da pesquisa mediante Termo de Consentimento (Apêndice A) com informações referentes ao objetivo da pesquisa e que poderiam desistir da participação a qualquer momento. Ao concordarem, responderam a um formulário com dez perguntas, das quais nove eram de múltipla escolha e uma discursiva (Apêndice B). Após os participantes responderem ao formulário, a pesquisa foi iniciada a partir do envio diário de um texto motivador no grupo do WhatsApp “*Figurinha é vida*”, com o objetivo de estimular a produção de sentido e a percepção de cada um. Para isso, usamos quatro textos que contemplam: humor, intertextualidade, ambiguidade e ironia. A seguir, destacamos os textos motivadores que foram usados para iniciar a pesquisa com os participantes:

**Figura 1** - Crítica social a partir do gênero charge



Fonte: <<https://blogdoaftm.com.br/charge-vacinas/>> Acesso em: 28 de dezembro de 2021.

Tendo em vista o contexto pandêmico que vivenciamos nos últimos dois anos, a charge acima faz uma crítica social àquelas pessoas que desacreditam na eficácia da vacina e proferem discursos de ódio na internet. Isso fica evidente na fala da enfermeira ao enfatizar a falta de informação e educação dos internautas. E, conforme Silva (2019), esse gênero pode ser facilmente confundido pelos leitores por outros gêneros”. Então, Martins (2016, p. 19) afirma que “essa confusão não é, contudo, simples ingenuidade do leitor, pois apesar de serem gêneros distintos, todos possuem ligações íntimas entre si, por derivarem de uma mesma origem e suas configurações serem muito assemelhadas”. A charge, por sua vez, critica os acontecimentos atuais que ocorrem no meio social. Observamos que um tema bastante recorrente nas charges é o cenário político, representado com ironia e crítica. Após este elemento, temos a intertextualidade:

**Figura 2** - Intertextualidade a partir de anúncio.



Fonte: <<http://comunicarteadm.blogspot.com/2010/11/o-chamado-sera-que-foi-cobrar.html>> Acesso em: de janeiro de 2022.

Como visto, a figura 02 trata-se de uma propaganda da antiga Telefônica, que utilizou como estratégia os conhecimentos prévios do público para evidenciar a mensagem da propaganda. Na imagem, a empresa usa a personagem Samara, do filme “O Chamado”, com o intuito de duplicar o sentido da mensagem, uma vez que no filme a personagem liga, inesperadamente, para os jovens que assistiram ao vídeo de sua morte.

**Figura 3 - Ambiguidade.**



Fonte: <<https://vogelcomunicacao.wordpress.com/2010/06/08/hello-world/>>. Acesso em: 08 de janeiro de 2022.

Na figura 3, a ambiguidade aparece quando a expressão “Ele é bom de cama”. Um sonho de colchão”, admite mais de um sentido na compreensão da propaganda. Nesse caso, um dos sentidos é que, implicitamente, o homem é bom de cama, no que tange o contexto sexual; outro sentido é que ele tem uma excelente noite de sono devido à qualidade do colchão. Sobre esse fenômeno em campanhas publicitárias, entendemos que são estratégias utilizadas para apresentar um determinado produto com intuito de promover a aceitação de um público específico, haja vista que “o sucesso de um produto/serviço exposto ao público será creditado à boa divulgação, ou seja, a todo processo de propagação que deve gerar uma boa imagem da marca e conquistar credibilidade do que está sendo divulgado”, aponta Souza (2017, p. 14).

**Figura 4** - Ironia a partir de tirinhas.



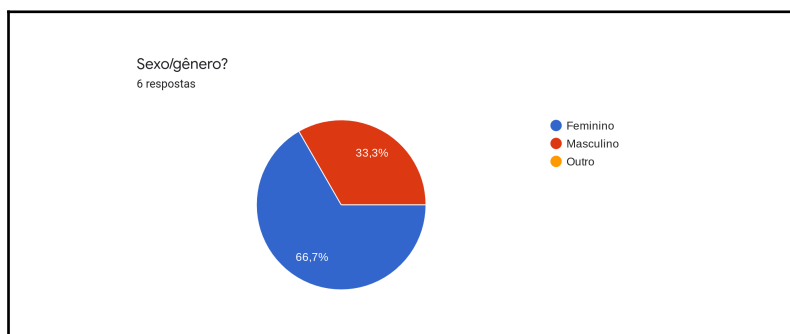
Fonte: <<https://br.pinterest.com/pin/340303315593038616/>> Acesso em 09 de janeiro de 2022

A figura 04 mostra um contexto irônico, uma vez que ao ser questionada sobre os motivos de o lobo ter interesse em comer porquinhos, a personagem explica e o rotula de "desalmado". Entretanto, na sequência, chama, supostamente, o filho para fazer um lanche que contém presunto, alimento feito à base de carne de porco. Logo, subentende-se que o garotinho também é desalmado e não há coerência entre a fala da personagem e seu comportamento, uma vez que "a construção harmônica entre visual e verbal toma a maior relevância frente a comunicação de sentido nas tirinhas, necessitando de coerentes articulações", conforme Braga & Cruz (2017, p. 03).

#### 4.1 Perfil dos informantes

Aplicamos um questionário com uma seção para traçar o perfil dos nossos informantes, considerando o acesso a essas mídias digitais.

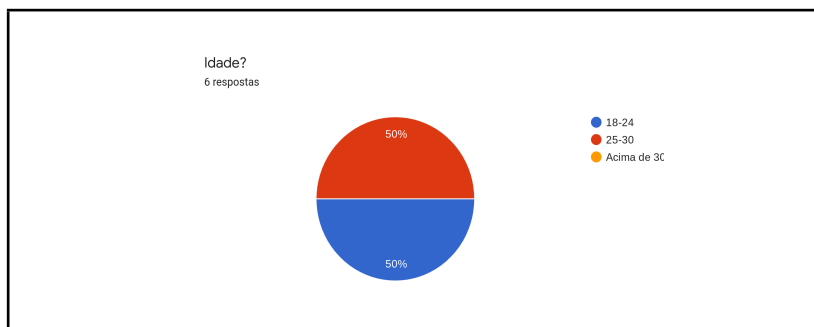
**Gráfico 1** - Gênero dos informantes.



Fonte: Dados coletados pela autora, 2022.

Conforme apresentado no gráfico 1, a pesquisa foi composta por seis informantes: quatro do gênero feminino, o que corresponde a 66,7% dos dados, e dois do gênero masculino, totalizando 33,3%.

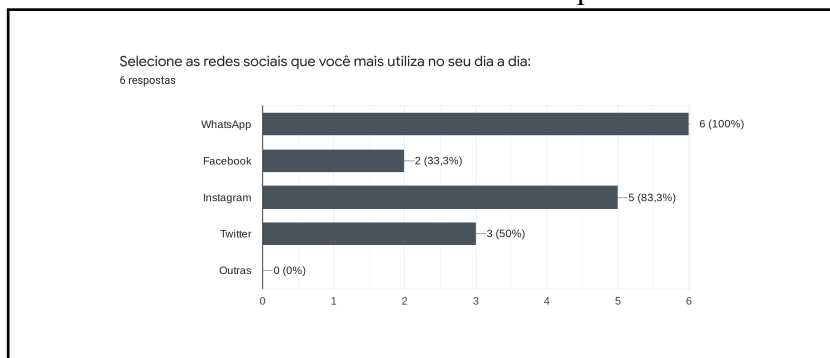
**Gráfico 2 - Faixa etária dos informantes.**



**Fonte:** Dados coletados pela autora, 2022.

No que concerne à faixa etária, 50% dos participantes têm idade entre 18 e 25 anos, os outros 50% correspondem entre 25 e 30 anos, conforme figura 2.

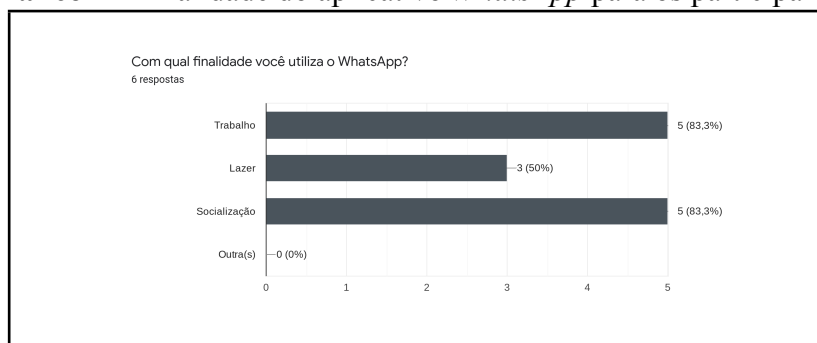
**Gráfico 3 - Redes sociais mais utilizadas pelos informantes.**



**Fonte:** Dados coletados pela autora, 2022.

O gráfico 3, corresponde às redes sociais que os participantes mais utilizam no seu cotidiano. Assim, verificamos que o *Whatsapp* é a rede mais utilizada, com 100% das respostas. Em seguida, vem o *Instagram*, com 83,3%, o que indica que cinco informantes têm a rede social como um meio de interação. O *Facebook* e *Twitter*, apresentaram porcentagens inferiores às demais, dado que, respectivamente, apresentaram 33,3% (dois usuários) e 50% (três usuários).

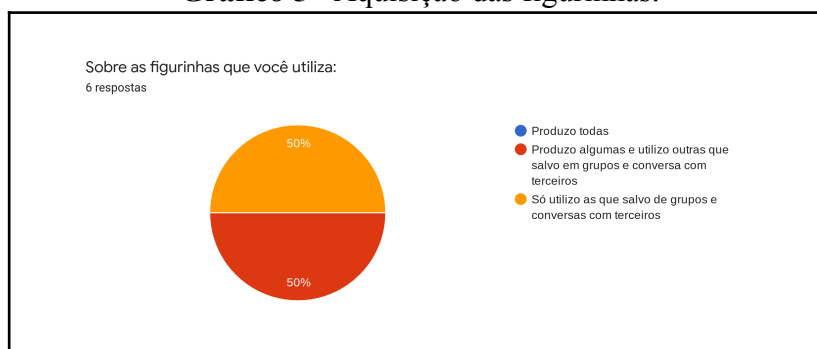
**Gráfico 4 - Finalidade do aplicativo *WhatsApp* para os participantes.**



**Fonte:** Dados coletados pela autora, 2022.

Acima, temos o gráfico 4, que apresenta os resultados em relação para quais finalidades os participantes usam as redes sociais. Observemos que 83,3% dos usuários usam as redes sociais tanto para o trabalho quanto para socialização e 50% para fins de lazer.

**Gráfico 5 - Aquisição das figurinhas.**



**Fonte:** Dados coletados pela autora, 2022.

Após serem questionados sobre as figurinhas, 50% respondeu que utiliza figurinhas salvas em grupos e conversas com terceiros, e os outros 50% produzem suas próprias figurinhas e utilizam as adquiridas por meio de grupos e conversas particulares.



## 5 UMA NOVA LINGUAGEM NA PRÁTICA COMUNICATIVA

Nesta seção, discutiremos acerca da pergunta subjetiva do questionário, conforme mencionado na metodologia, na qual solicitamos dos participantes que respondessem ao seguinte questionamento: *na sua opinião, qual a importância das figurinhas para a comunicação dentro do WhatsApp?* A fim de facilitar a compreensão, classificamos os informantes por ordem numérica e enfatizamos que as respostas foram transcritas de acordo com as originais. A seguir, observemos as respostas dadas:

**Quadro 1** - A importância das figurinhas no contexto digital

Participante	Resposta do participante
1	<i>As figurinhas tornam as conversas mais leves e por vezes mais objetivas... Acho que foi uma ótima iniciativa desta plataforma social.</i>
2	<i>Elas representam, muitas vezes, minhas expressões.</i>
3	<i>As figurinhas tornam os diálogos mais práticos</i>
4	<i>É uma forma de tirar a seriedade e tornar a conversa descontraída. Se ela for criada para fins educativos, pode ajudar como lembretes entre grupos escolares.</i>
5	<i>São formas mais descontraídas de comunicação, tirando o "ar" sério das conversas".</i>
6	<i>Trazer expressões faciais ou situações que faríamos se estivéssemos juntos, tornando a conversa mais agradável, engraçada e menos formal.</i>

**Fonte:** Elaborado pela autora, 2022.

O participante (1) destaca que as figurinhas são muito significativas no que tange à objetividade e dinamicidade das conversas, bem como enfatiza que a atualização que contemplou as figurinhas ao aplicativo foi muito satisfatória. E, ao analisarmos a resposta dada pela participante (2), entendemos que, através do uso das figurinhas, enquanto internauta, ela consegue expor suas expressões faciais no que se refere a um determinado contexto comunicacional, visto que "os stickers constituem um mecanismo de reação", conforme indicam Carmelino e Kogawa (2020, p. 162).

Depois, temos a participante (3) destacando a praticidade proporcionada pelo uso das figurinhas dentro do ambiente virtual, ou seja, "é como se os usuários coletassem (e colecionassem) respostas prontas para usar em ocasiões futuras" (CARMELINO; KOGAWA, 2020, p. 162). Já as respostas dos participantes (4) e (5) foram semelhantes ao destacarem a

pertinência das figurinhas no intuito de trazerem dinamicidade e tornarem o contexto comunicacional mais descontraído. Um ponto relevante é que a participante (4) tem conhecimento prévio acerca do uso das figurinhas em outras situações, além da informalidade, visto que considerou dois contextos: a retirada da formalidade das conversas e o uso das figurinhas para fins educativos. Logo, é possível pensarmos o critério de situacionalidade em relação ao uso desse recurso.

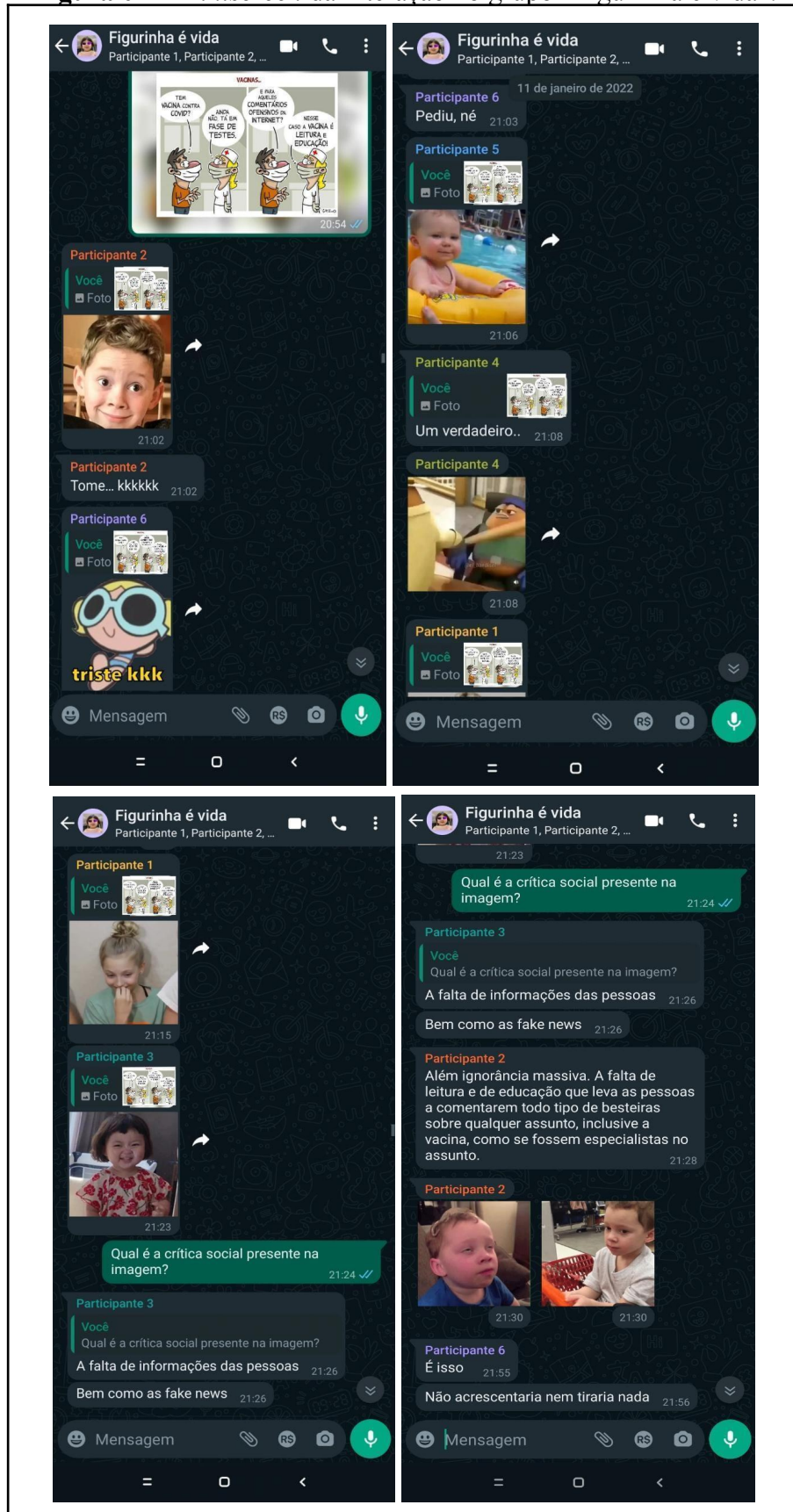
Dessa forma, notamos que a participante (4) destaca a importância das figurinhas não apenas para dinamizar as conversas, mas também, para que sejam usadas entre professores e alunos em grupos educacionais. Vale salientar que, tendo em vista o contexto pandêmico vivenciado nos últimos dois anos, o uso das figurinhas foi uma estratégia utilizada pelos professores para gerar uma aproximação e descontração entre a turma durante o período de aulas remotas.

Por fim, a resposta de (6) é uma síntese de todas as respostas, pois destaca a importância das figurinhas para trazer expressões e/ou comportamentos que teriam em diferentes situações e contextos, além de propiciar informalidade e agradabilidade nas conversas. Assim, constatamos que as respostas são condizentes com a proposta defendida aqui e com as postulações no que tange ao uso desse recurso no contexto comunicativo digital.

### **5.1 Um olhar sobre a prática comunicativa no que se refere ao uso das figurinhas**

Nesta seção, discutiremos sobre as figurinhas utilizadas como reação, a partir da leitura de quatro textos motivadores, conforme a metodologia explanada, bem como os sentidos produzidos por essas figurinhas. A seguir, destacamos uma sequência de *printscreen* realizados no grupo “*Figurinha é vida*”, divididos pelos textos motivadores e os dias de realização da coleta de dados, respectivamente.

Figura 01 - *Printscreen* da interação no grupo “Figurinha é vida”.



Fonte: coleta de dados, 2022.

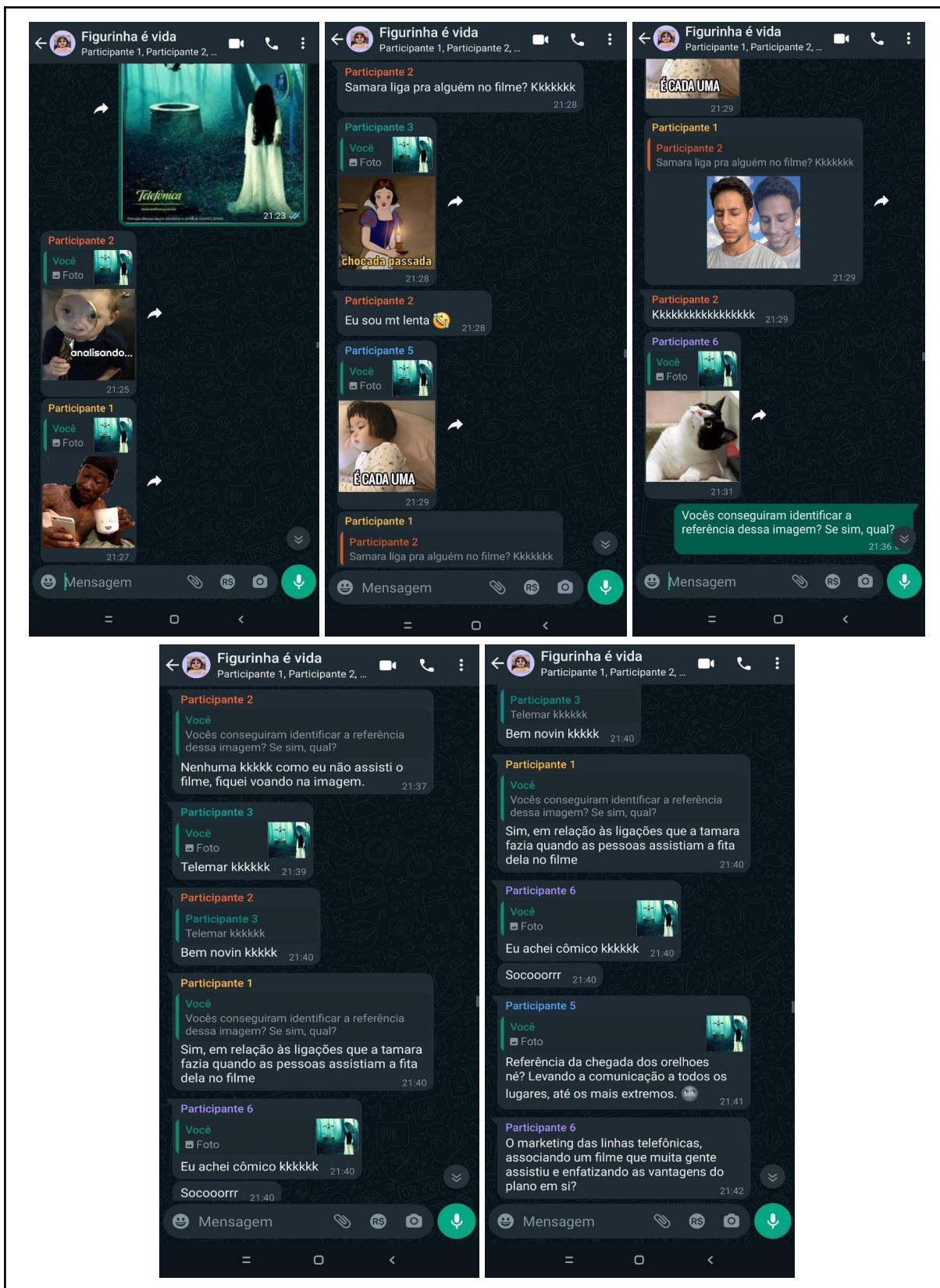
Como apresentado na metodologia e para contextualização, a figura 01 consiste em uma troca de mensagens motivadas pela charge intitulada “Vacinas” com intuito de promover, por meio da leitura, a produção de sentido entre os participantes. Tendo em vista que a charge faz uma crítica à grande quantidade de comentários oriundos de internautas antivacinação nas redes sociais, observemos que todos utilizaram figurinhas que exprimem sentido de satisfação em relação à resposta dada por um dos personagens do texto que dizia: “*nesse caso a vacina é leitura e educação*”.

Considerando, também, que estamos vivenciando uma pandemia e que diariamente há incentivo para que a população se vacine contra a COVID-19, entendemos que os participantes estavam munidos de conhecimentos prévios sobre o assunto, bem como concordam com discurso presente, já que se posicionaram favoráveis ao tema central da charge e expuseram opiniões positivas, mediante diferentes figurinhas.

Após expressarem suas opiniões com figurinhas, foi realizada a seguinte pergunta: *qual é a crítica social presente na imagem?* E, a informante (3) responde com objetividade que a charge trata de uma crítica direta à falta de informação das pessoas e as *fake news* que são disseminadas diariamente no ambiente virtual; já a resposta da participante (2) foi mais contextualizada, tendo em vista que enfatiza a ignorância, a falta de leitura e educação como os principais fatores para a grande quantidade de comentários ofensivos nas redes não apenas em relação às vacinas, mas também, a outros assuntos correlatos à pandemia. Por último, temos participantes que compactuam com a ideia de (2) , (1) e (4) não expuseram suas opiniões.

Conforme Silva (1999, p. 16), “a riqueza maior de um texto reside na sua capacidade de evocar múltiplos sentidos entre os leitores”. A partir dessa afirmação, constatamos que o texto motivador acionou percepção semelhante nos participantes e que têm conhecimento prévio para identificar a crítica presente no texto, dado que se manifestaram usando figurinhas diversas para expressar uma mesma reação. Logo, embora se trate de um assunto atual e complexo, as figurinhas trouxeram leveza para a conversa, tornando a conversação menos formal.

Figura 02 - *Printscreen* da interação no grupo “Figurinha é vida”.



Fonte: coleta de dados, 2022.

A figura 2 traz uma interação referente ao segundo dia de coleta, que se iniciou com um anúncio - também apresentado na metodologia - com intuito de investigar a compreensão dos participantes acerca da intertextualidade presente no texto, bem como os sentidos produzidos pelas figurinhas e percebidos pelos internautas a partir da leitura desse gênero textual. Verificamos que alguns participantes utilizaram figurinhas mistas, mas que têm sentidos similares no que concerne a ideia central do texto motivador.

De acordo com Kleiman (2016, p. 15), “a compreensão de um texto é um processo que se caracteriza pela utilização de conhecimento prévio: o leitor utiliza na leitura o que ele já sabe, o conhecimento adquirido ao longo de sua vida”. Com base nessa afirmação, verificamos que ao dizer: “*kkkkk Samara liga pra alguém no filme?*”, a participante (2) tem conhecimento de mundo, dado que ela identifica a personagem e o filme.

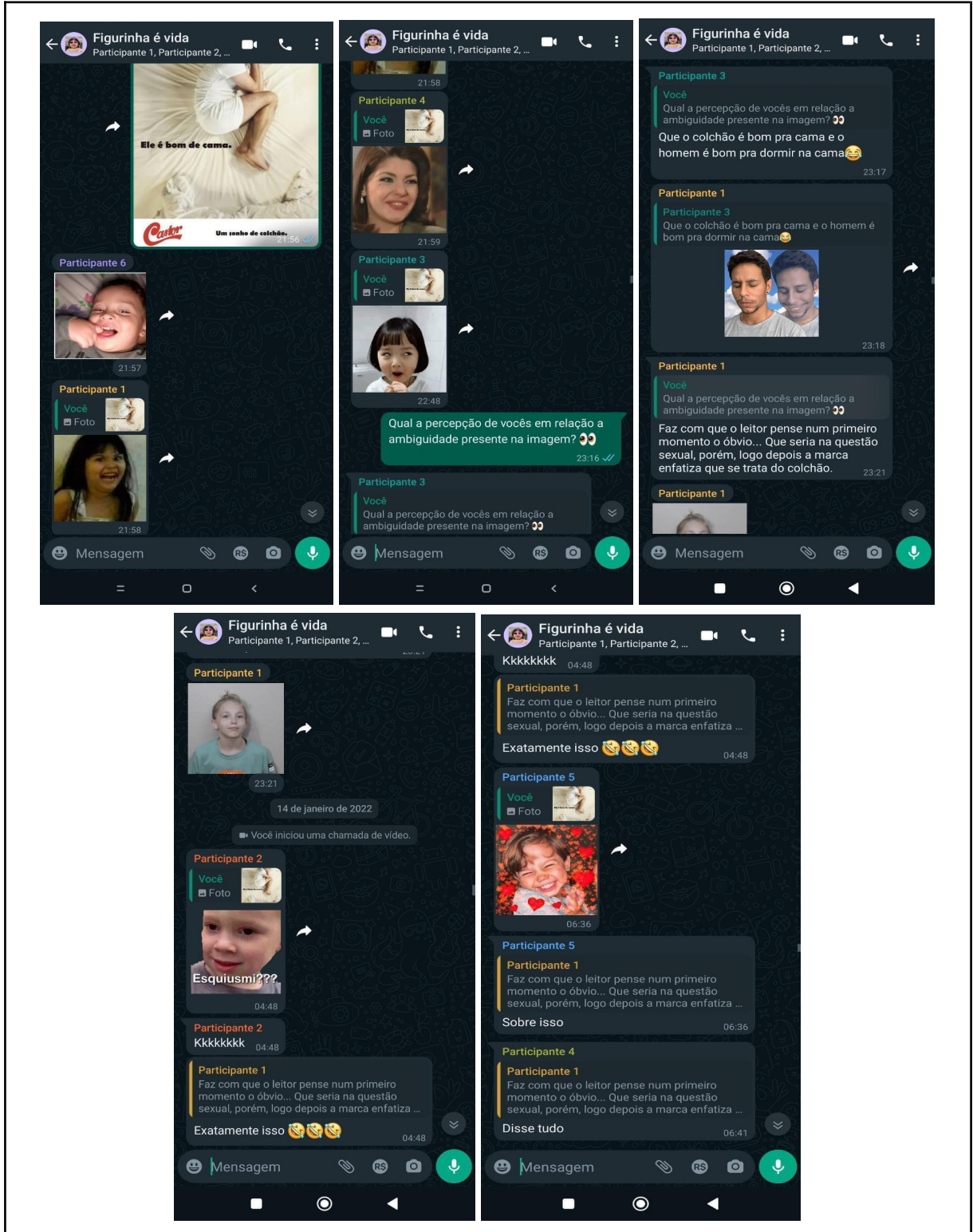
Ao serem questionados sobre a referência presente na imagem, (2) responde que “*nenhuma kkkkk como eu não assisti o filme, fiquei voando na imagem*”. Essa resposta demonstra como o conhecimento linguístico e textual é insuficiente no processo de compreensão, uma vez que (2) não depreende sentido pleno por não conhecer o filme tampouco a personagem.

Adiante, temos (3): “*Telemar<sup>8</sup> kkkkkk*”, (1) diz “*sim, a relação com às ligações que a Samara fazia quando as pessoas assistiam a fita dela no filme*”. Na sequência, (5) aponta: “*referência da chegada dos orelhões, né? Levando a comunicação a todos os lugares, até os mais extremos*”. Já (6) compreende que “*o marketing das linhas telefônicas, associando um filme que muita gente assistiu e enfatizando as vantagens do plano em si?*”. Com base nas análises, constatamos que os participantes (3), (5) e (6) foram os que demonstraram ter conhecimento prévio acerca dos dois textos, tanto da antiga companhia quanto do filme “O Chamado”, facilitando a compreensão da intertextualidade presente.

---

<sup>8</sup> Concessionária de serviços de telecomunicações do Brasil que, atualmente, chama-se “Oi”.

Figura 03 - Printscreens da interação no grupo “Figurinha é vida”

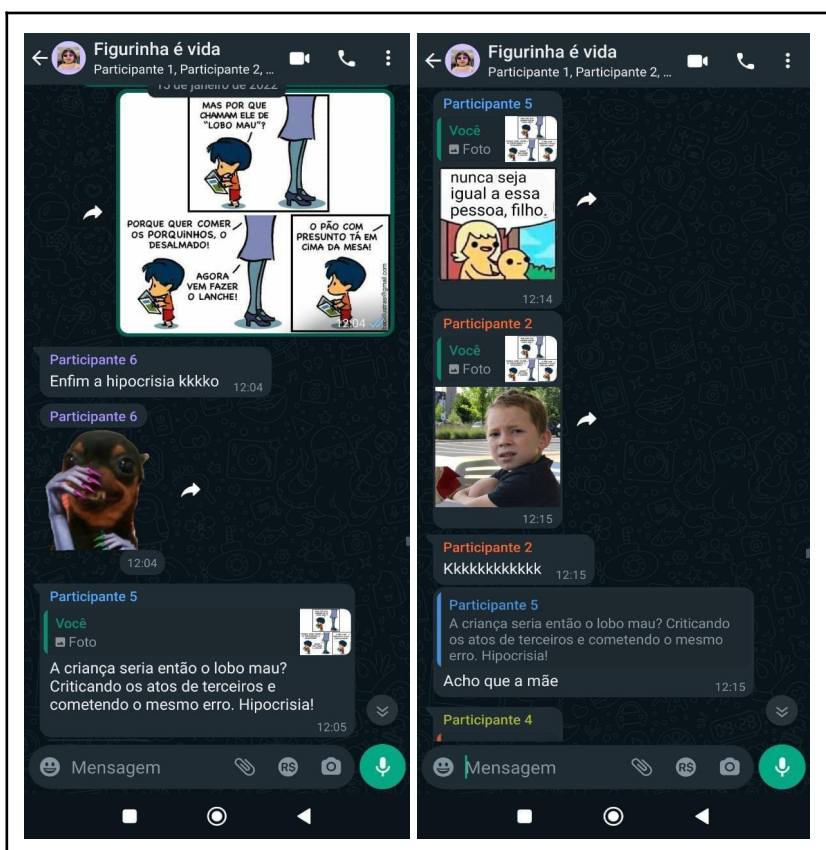


Fonte: coleta de dados, 2022.

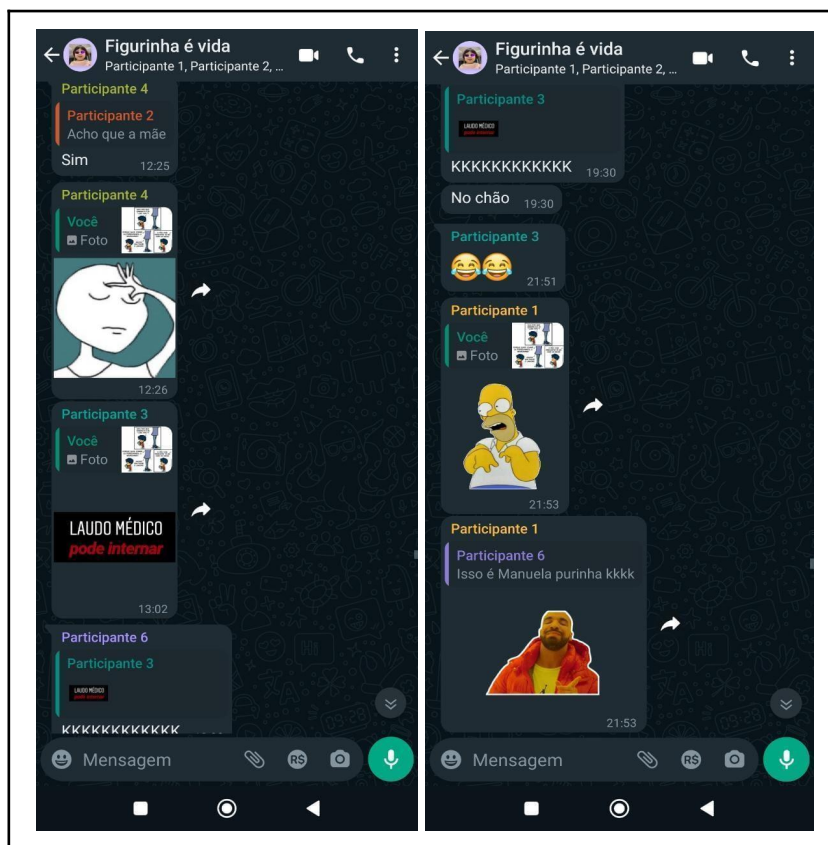
Na figura 3, apresentamos um contexto de interação a partir da análise de um anúncio publicitário. Com base nas figurinhas utilizadas pelos participantes para reagirem ao texto, fica evidente que eles perceberam o sentido, haja vista serem capazes de compreender a ambiguidade presente no texto.

Após serem questionados sobre a percepção em relação ao sentido presente no texto, o participante (1) responde: *“faz com que o leitor pense num primeiro momento o óbvio... Que seria na questão sexual, porém, logo depois a marca enfatiza que se trata do colchão”*, identificando a ambiguidade presente no texto. Os demais concordam com 1. Notemos que os participantes identificaram a ambiguidade presente no texto motivador, visto que utilizaram figurinhas pertinentes com o sentido presente na propaganda e concordaram com o participante (1) utilizando frases como *“exatamente isso”*, *“sobre isso”*, *“disse tudo”*. Dessa forma, evidenciamos que o participante (1) foi o único que apontou o gênero anúncio publicitário e os demais participantes identificaram a ambiguidade presente no texto.

**Figura 04** - *Printscreen* da interação no grupo “Figurinha é vida”.







Fonte: coleta de dados, 2022.

Vejam os acima, na figura 04, as reações dos participantes em relação à análise do quadrinho mencionado na metodologia. Observamos que todos possuem conhecimento textual e linguístico para identificar a crítica no texto, isso fica evidente nas figurinhas utilizadas por eles, que transmitem sentido de indignação e perplexidade.

Com base na análise, observamos que foram utilizadas figurinhas verbais e não verbais e todas possuem sentido de indignação, com exceção do participante (6) que utilizou uma figurinha sarcástica. De acordo com Carmelino e Kogawa (2020, p. 25), as figurinhas “chamam a atenção pelo aspecto multimodal, pelo humor, pela rapidez e por condensar informações – que funcionam em muitas situações como argumentos prontos, à espera de serem acionados conforme a situação demandada pela interação estabelecida”. Logo, verificamos que os participantes estão munidos de figurinhas para serem usadas durante a interação, a partir dos sentidos percebidos na interação, e têm conhecimento prévio suficiente para compreender o texto motivador, bem como identificar a ironia presente.

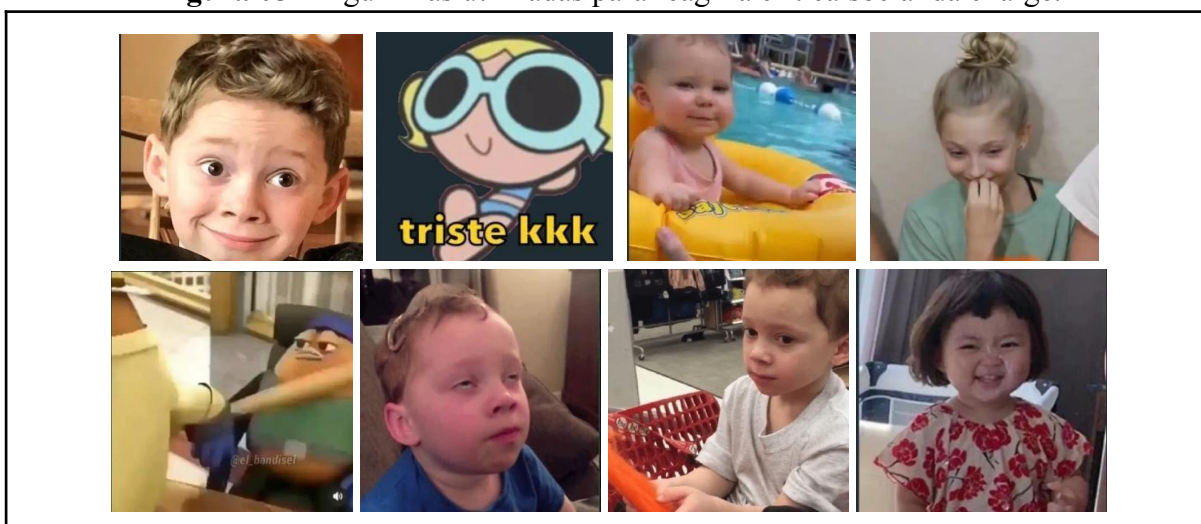
Após analisar o texto motivador, o participante (6) diz: “*enfim a hipocrisia... kkkk*”, isso denota que ele compreendeu a ironia presente no texto. Na sequência, a participante (5) questiona: “*a criança seria então o lobo mau? Criticando os atos de terceiros e cometendo o mesmo erro. Hipocrisia!*” Como resposta a participante (2) diz: “*acho que a mãe*” e a

participante (4) concorda com (2). Assim, evidencia-se que houve um equívoco na compreensão de (5), haja vista que a hipocrisia era proveniente da mãe, e não do menino, mas o compartilhamento na comunidade virtual possibilita que a construção de sentido seja coletiva, oportunizando rearranjos interpretativos.

## 5.2 As figurinhas de *WhatsApp* e seus múltiplos sentidos

No que tange à sua construção e caracterização, as figurinhas apresentam uma composição, geralmente, multimodal, ou seja, “são constituídos por elementos imagéticos e /ou verbais e podem conter apenas elementos visuais, apenas verbais e, o mais comum, visuais e verbais”, conforme (CARMELINO; KOGAWA, 2020, p. 162). A seguir, analisamos as figurinhas que apresentam sentido semelhante no contexto comunicacional observado, a partir de cada um dos textos motivadores: charge, anúncio publicitário e tirinha.

**Figura 05** - Figurinhas utilizadas para reagir à crítica social da charge.



Fonte: coleta de dados, 2022.

Na figura 05, temos oito figurinhas que foram utilizadas para reagir a uma charge que traz uma crítica social àquelas pessoas que desacreditam na eficácia da vacina e proferem discursos de ódio na internet. Observamos que há predominância de figurinhas que contemplam imagens de crianças com diferentes expressões, bem como personagens de desenhos animados. Estas figurinhas são usadas frequentemente por outros usuários do aplicativo WhatsApp, e podem ser utilizadas em diversas situações para expressar emoções, opiniões e posicionamentos em diversos contextos interacionais.

Vale informar que é imprescindível que o usuário saiba que “o diálogo que as figurinhas estabelecem com outros enunciados previamente existentes é importante não só

para compreendê-las, mas, sobretudo, para entender o que expressam quando são usadas” (CARMELINO; KOGAWA, 2020, p. 167). Assim, as figurinhas acima podem ser usadas em situações de interação que contemplem: ironia, sarcasmo, deboche, alegria, irritação e/ou agressividade.

Nas figurinhas de crianças, identificamos que elas têm mais expressividade e promovem sentidos mais precisos, dado que “as expressões faciais é o meio pelo qual o ser humano possui, através da linguagem corporal, a maior comunicabilidade das emoções” (PANCERI, 2017, p. 15). Com base na ordem da direita para a esquerda, observamos que a figurinha 1 indica sarcasmo e/ou deboche; a 3 indica passividade e tranquilidade; a 4 passa sentido de timidez e vergonha; o sentido provocado pela 6 remete à impaciência e irritação; a 7 demonstra passividade e concentração; por fim, a expressão da última criança é de riso.

Também é válido mencionar as figurinhas oriundas de animações, logo destacamos a figurinha 2 que a personagem está, supostamente, na piscina e sem preocupações. Entretanto, sua composição inclui o texto verbal: “*é triste kkk*”. Neste caso, identificamos uma ironia, pois há um paradoxo no que tange a construção da imagem, uma vez que o adjetivo refere-se a algo e a imagem mostra outra, o que nos faz refletir mediante a expressão “é rir pra não chorar”, espécie de bordão oriundo da internet.

**Figura 06-** Sentidos produzidos pelas figurinhas no que se refere à intertextualidade



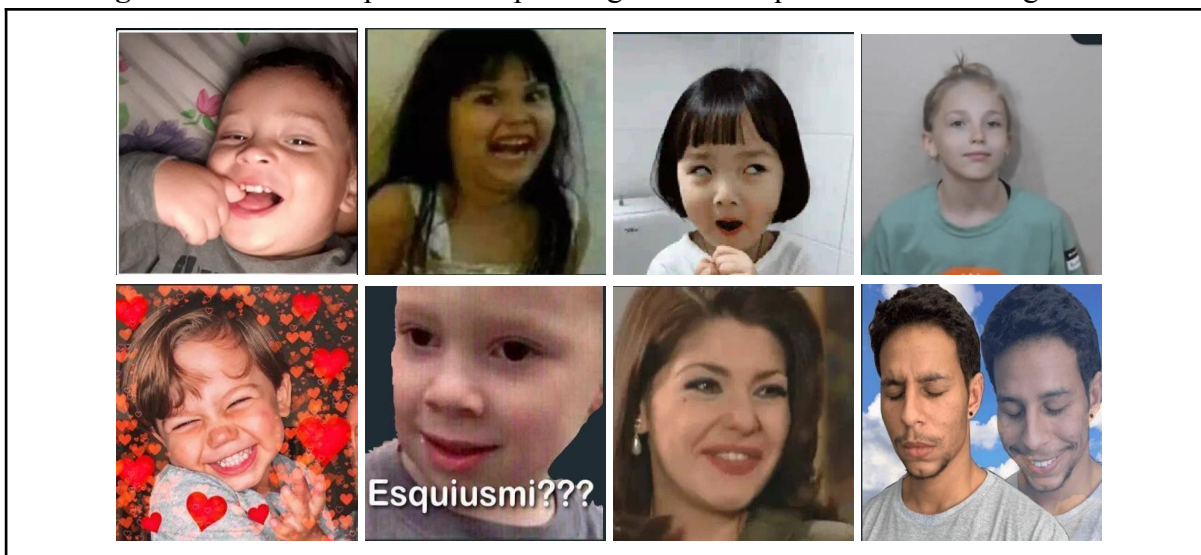
Fonte: coleta de dados, 2022.

No que tange à intertextualidade, as figurinhas acima foram utilizadas com intuito de expressar curiosidade, surpresa, perplexidade e humor. Conforme aponta Martins (2008, p. 05), “a leitura da imagem é diferente da leitura da palavra, pois a imagem produz seus efeitos

de significado pela imagem que é, não se valendo necessariamente de estruturas verbais para produzir significado”, ou seja, há diferença entre figurinhas verbais e não verbais: as primeiras, produzem efeitos de sentido único, e as segundas, possuem elementos verbais que possibilitam a produção de um sentido que se desdobra. Portanto, para que haja construção de sentido, é necessário que os leitores ativem seus conhecimentos sociocognitivos a fim de compreender a mensagem implícita em cada figurinha, independentemente de serem verbais ou não-verbais. Em síntese, as figurinhas são mescladas de linguagem verbal e não verbal e podem ser usadas em situações de surpresa, ironia, tristeza e indignação.

Nas figurinhas mistas, identificamos os seguintes textos verbais: “*analizando*”, que indica a ação de analisar algo; “*chocada passada*” indica surpresa e/ou perplexidade em relação a alguma situação, imagem, texto, etc; “*é cada uma*” que indica indignação ou irrelevância. Nas figurinhas não verbais, considerando a sequência da direita para a esquerda, temos a 2 que indica sarcasmo, a 4 remete a ironia, quando o usuário aparentemente concorda com algo, mas, internamente, gosta da situação. Já a 5 traz a imagem de um gato olhando para cima, o que indica que o usuário está apenas na posição de observador/avaliador de uma determinada ação.

**Figura 07** - Sentidos produzidos pelas figurinhas no que se refere a ambiguidade.



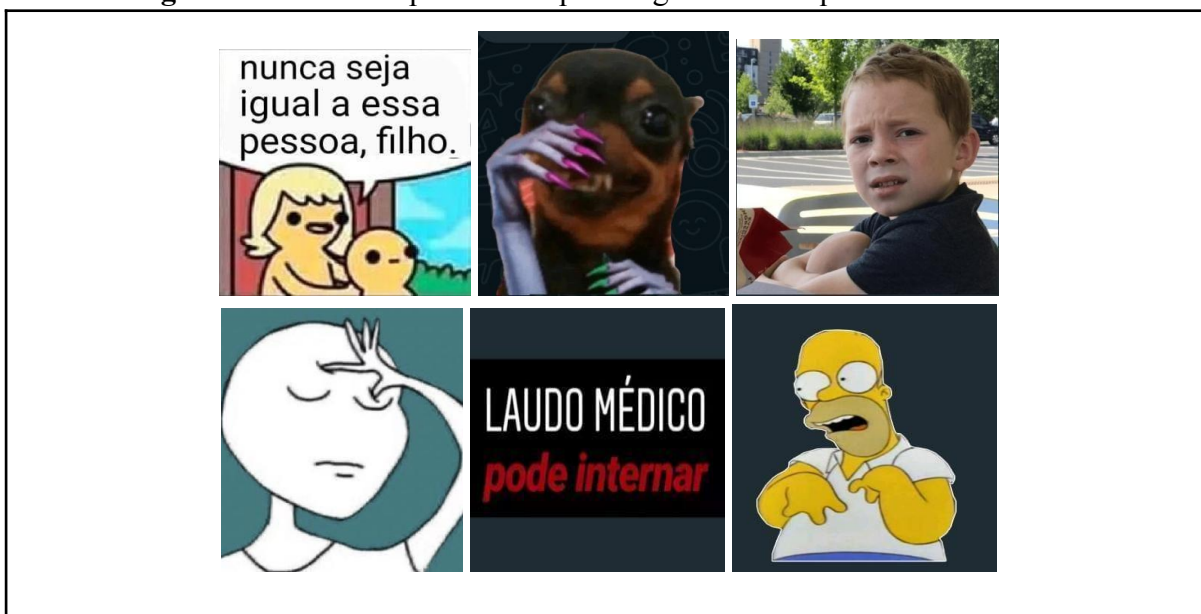
Fonte: coleta de dados, 2022.

As figurinhas acima foram usadas para reagir à ambiguidade presente no anúncio publicitário do colchão, que fez com que os participantes conotassem malícia, uma vez que o assunto da propaganda faz menção a prática comunicativa. No que diz respeito à construção de sentido, Duran (2009) discorre que o processo de leitura constitui-se da conexão entre leitor e texto, o que permite que este seja totalmente responsável pela construção de sentido.

Ainda nesta perspectiva, conforme Carmelino e Kogawa (2020), para que haja interpretação e compreensão das figurinhas é necessário que o leitor recupere, através da intertextualidade, situações e fatos referentes. Portanto, o sentido de cada figurinha será construído, individualmente, pelos participantes através do contexto interacional e do conhecimento de mundo que têm.

Analisamos na face dos personagens, o “ar de riso”, que sugere uma percepção de sentido aproximada entre os participantes, tendo em vista que elas denotam nuances diferentes. Considerando a ordem da esquerda para direita, as figurinhas 1, 2, 3 e 8 apresentam nuances na face que indicam sentidos semelhantes, haja vista que todas demonstram a percepção dos participantes quanto à ambiguidade presente no texto. Com base nas análises faciais, as figurinhas 4 e 7 produzem sentido de quem entendeu o contexto, mas prefere não demonstrar. Já a figurinha 6 traz uma linguagem mista, dado que é constituída por uma imagem e a expressão “*esquiismi???*”, uma adaptação da expressão em inglês “*excuse me*”, que significa “com licença”, entretanto o sentido da expressão está ligado à ironia e ao sarcasmo. Em contrapartida, a figurinha 5 é a única que não apresenta sentido correspondente ao tema abordado no anúncio publicitário, uma vez que a face da criança indica meiguice e fofura, munida de corações, o que reforça essa percepção.

**Figura 08** - Sentidos produzidos pelas figurinhas no que se refere à ironia.



Fonte: coleta de dados, 2022.

Na figura 08, vemos figurinhas utilizadas pelos participantes para reagir ao texto motivador 04, que pertence ao gênero textual tirinha. A semelhança entre elas está no sentido

produzido por cada uma, pois embora todas indiquem reação de indignação, também possuem sentidos particulares que possibilitam seu uso em diversos contextos interacionais, uma vez que as figurinhas “servem de recurso de presença, ou seja, procedimento que atua de modo direto sobre a nossa sensibilidade e que tem por objetivo ilustrar a tese que se quer defender”, conforme Carmelino e Kogawa (2020, p. 24).

Observemos que nessa situação foram usadas figurinhas com linguagem verbal, não verbal e mistas. Para melhor compreensão, consideremos a ordem da direita para a esquerda. A figurinha 1 retrata uma situação em que a mãe pede para que o filho não tenha comportamento similar ao de uma pessoa, assim subtende-se que seja um comportamento negativo. Geralmente, essa figurinha é usada em situações nas quais os usuários desaprovam uma atitude ou em contextos irônicos. As figurinhas 2, 3, 4 e 6 são compostas por linguagem não verbal: a primeira é caracterizada com a imagem de um cachorro mais a figura de uma mão, que indica sarcasmo e deboche; na 3 vemos uma criança, aparentemente, buscando entender uma situação ou contexto, geralmente usada para demonstrar falta de compreensão ou descredibilidade.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Consideradas como um novo recurso de linguagem, as figurinhas são essenciais no que tange à dinamicidade da prática comunicativa, uma vez que nos permite criar múltiplos sentidos - que variam de acordo com o contexto da conversa - tornando-a mais dinâmica. Dito isso, é possível entendermos como a prática de leitura tanto não se limita ao domínio de códigos quanto não se restringe ao contexto escolar, sendo uma prática da vida cotidiana e lapidada nos arcos da vida em comunidade, marcada por fatores de diferentes ordens, inclusive digitais, por força da sociedade globalizada e intermediária.

Dito isso, buscamos analisar a percepção dos sentidos emitidos por figurinhas dentro da rede social WhatsApp, considerando o contexto e os conhecimentos prévios, a partir de temas motivadores que favorecem a livre expressão de opiniões por parte dos usuários. Com base nas análises e resultados, constatamos que além de dinamizar a conversa, promovendo um teor descontraído, informal e divertido, as figurinhas promovem sentidos, dentre eles: riso, sarcasmo, ironia, entre outros. Além disso, constatou-se, também, que o conhecimento de mundo é imprescindível para a compreensão dos sentidos produzidos pelas figurinhas, bem como para o desenlace da própria interação na rede.

Por fim, evidenciamos a contribuição desta pesquisa para futuros estudos da linguagem no que concerne ao uso de novos recursos de linguagem, aprimoramento da prática comunicativa e a construção de sentidos em um contexto virtual, assim como, também, em futuras aulas de Língua Portuguesa do ensino básico para estudos no que tange à produção de sentidos. Dado exposto, ressaltamos a satisfação por alcançarmos os objetivos propostos e constatarmos que as figurinhas, além de serem um recurso da linguagem contemporânea, são importantes para a interação sociovirtual, atualmente, marcada por um movimento transcultural.

## REFERÊNCIAS

- APRESENTANDO FIGURINHAS. **Blog do WhatsApp**. 25 de outubro de 2018. Disponível em: <<https://blog.whatsapp.com/introducing-stickers>>. Acesso em 17 de fev. de 2022.
- ARAÚJO, E. V. F. de. **Internet, hipertexto e gêneros digitais: novas possibilidades de interação**. 2017. p. 635- 637
- BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. Tradução de Maria Ermantina Galvão G. Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- BARRETO LÉ, J. Hipertexto e fluxo informacional: considerações sobre o dado e o novo na web. In: RIBEIRO, A. E.; VILLELA, A. M. N.; SOBRINHO, J. C.; SILVA, R. B. (orgs.). **Linguagem, tecnologia e educação**. Minas Gerais: Peirópolis, 2010, p. 64-76.
- BARRETO, T. R. F. **O gênero textual tira em vestibular: uma análise de questões de leitura e compreensão**. 2008. 100f. Dissertação de Mestrado (Letras), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.
- BARROS, C. G. P. de. Letramento digital - considerações sobre a leitura e a escrita na internet. **Polifonia**, v. 12, n. 12 (1), 2006.
- BARTON, D; LEE, C. **Linguagem online: textos e práticas digitais**. Tradução de Milton Camargo Mota. São Paulo: **Parábola Editorial**, 2015.
- CARDOSO, J. L.; SOUZA, M. A. de; ALMEIDA, L. B. Perfil do contador na atualidade: um estudo exploratório. **Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**, v. 3, n. 3, p. 275-284, 2006.
- CARMELINO, A. C. KOGAWA, L. A intertextualidade como marca dos stickers do WhatsApp. **Revista (Con)Textos Linguísticos**, v. 14, n. 27, p. 156-176, 2020.
- CARMELINO, A. C. KOGAWA, L. Stickers do Whatsapp: (nova) forma persuasiva de interação bem-humorada. **Revista Eletrônica De Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, p. 6-27, 2020.
- CONGRESSO NACIONAL UEADSL, 8. Minas Gerais. **Anais do Congresso Nacional Universidade, EAD e Software Livre**. Minas Gerais: Universidade, EaD e Software Livre. 2017. 6 p. Tema: Construção da ironia em tirinhas por sua unidade de sentido. BRAGA, Paloma Bernardino. CRUZ, Werterley. Germano da. Disponível em: <[www.periodicos.letras.ufmg.br](http://www.periodicos.letras.ufmg.br)>. Acesso em: 08 de mar. 2022.
- DIAS, E. et al. Gêneros textuais e (ou) gêneros discursivos: uma questão de nomenclatura? **Revista Interações**, Uberlândia, v. 7, n. 19, p. 142-155, 2011. Disponível em: <<http://www.periodicos.letras.ufmg.br/>>. Acesso em: 10 de fev. de 2022.
- EISENKRAEMER, R. R. Leitura digital e linguagem cifrada dos internautas. **Texto Digital**, Florianópolis, v. 2, n. 2, Dezembro/2006.
- FERREIRA, S. P. . DIAS, M. da G. B. B. A leitura, a produção de sentidos e o processo inferencial. **Psicologia em estudo**, v. 9, p. 439-448, 2004.
- GODOY, A. S.. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de empresas**, v. 35, n. 3, p. 20-29, 1995.



HEINE, P. Considerações sobre o hipertexto e os gêneros virtuais emergentes no seio da tecnologia digital. **Revista Inventário**, v. 4, 2005.

KLEIMAN, A. **Texto e leitor: aspectos cognitivos da leitura**. 16. ed. Campinas: Pontes, 2016.

KOCH, I. V. ELIAS, V. M. **Ler e compreender: os sentidos do texto**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2006.

KOCH, I. G. V. **O texto e a construção dos sentidos**. 9. ed. São Paulo: Cortez, 2010.

MARCUSCHI, L. A. 2002. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In Â. P. Dionísio; A. R. Machado; M. A. Bezerra (Orgs.) **Gêneros Textuais & Ensino**. Rio de Janeiro: Editora Lucerna: 19-36.

MARCUSCHI, L. A. O hipertexto como um novo espaço de escrita em sala de aula. **Revista Linguagem & Ensino**, v. 4, n. 1, p. 79-111, 2001.

MARCUSCHI, L. A. XAVIER, A. C. Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital. In: **Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido**. 2. ed; - Rio de Janeiro: Lucerna, 2005. p. 13-14

MARTINS, C. J. **Discurso e Imagem: leitura do texto cinematográfico**. Disponível em: <<http://www.gestaoescolar.diaadia.pr.gov.br/>>. Acesso em: 16 de fev. de 2022.

MARTINS, M. H. **O que é leitura**. 11. ed. São Paulo: Brasiliense, 1989 (Coleção Primeiros Passos).

OLIVEIRA, J. A. de. **A intertextualidade no gênero propaganda**. 2012. 22f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras - com habilitação em língua portuguesa) - Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2012.

OLIVEIRA, M. R. de. Linguística Textual. In: MARTELOTTA, M. E. **Manual de Linguística**. 2. ed. - São Paulo: Contexto, 2011. p. 193-194

PANCERI, João Antônio Campos. **Reconhecimento de Expressões Faciais Baseado em Active Appearance Model**. 2017. 76f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Elétrica) - Universidade Federal do Espírito Santo, Espírito Santo, 2017.

PEREIRA, D. R. M. O estilo dos gêneros digitais. **Estudos Semióticos**. v. 10, n. 2, São Paulo, 2014. p. 53-65.

RAMOS, P. Estratégias de referenciação em textos multimodais: uma aplicação em tiras cômicas. **Linguagem em (Dis)curso**, v. 12, n. 3, p. 743-763, 2012.

SANTOS, M. A. dos. **Leitura de charges políticas: acionando múltiplos sentidos**. 2016. 23f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras) - Universidade Estadual da Paraíba, Guarabira, 2016.

SILVA, E. T. Concepções de leitura e suas consequências no ensino. **Perspectiva**, v. 17, n. 31, p. 11-20, 1999.

SILVA, G. R. da. **A leitura crítica do gênero charge e dos seus múltiplos sentidos**. 2019. 37f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras)- Universidade Estadual da Paraíba, Guarabira, 2019.

SILVA NETO, C. B. da. **Letramento digital e produção de sentidos**: o uso de Stickers de Whatsapp no ensino médio. 2020. 31f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Ensino de Línguas e Literaturas na Educação Básica) - Universidade Estadual da Paraíba, Guarabira, 2020

SILVA, O. S. F. Tecendo os fios da experiência dos professores de língua portuguesa: do texto do papel ao texto digital. In: **XVII Encontro de Pesquisa Educacional Norte e Nordeste - Reunião Científica Regional da ANPEd**, Belém/PA. XVII EPENN, 2005

SILVA, S. P. da; SOUZA, F. E. de; CIPRIANO, L. C. Textos multimodais: um novo formato de leitura. 2015. **Linguagem em (Re)vista**, vol. 10, n. 19. Niterói, jan.-jun./2015

SILVA, W. S. da. **Um convite aos X-men: uma proposta para a prática de leitura na escola**. 2021. 35f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras) - Universidade Estadual da Paraíba, Guarabira, 2021.

SOUZA, L. T. de. **O fenômeno da ambiguidade**: uma análise semântica a partir do anúncio publicitário da cerveja Devassa. 2017. 22f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras) - Universidade Estadual da Paraíba, Guarabira, 2017.

VERMELHO, S. C. *et al.* Refletindo sobre as redes sociais digitais. **Educação & sociedade**, v. 35, n. 126, p. 179-196, 2014.

VIANA, Priscila Lopes. MARINHO, Janice Helena Chaves. **A arquitetura textual de “Santinhos Políticos”**. 2009. 143f. Dissertação (Mestrado em Linguística) - Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, 2009.

## APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO

16/03/2022 01:14 MÚLTIPLOS SENTIDOS QUE PERMEIAM A PRÁTICA COMUNICATIVA NO WHATSAPP ATRAVÉS DO USO DE FIGURINHAS...

### MÚLTIPLOS SENTIDOS QUE PERMEIAM A PRÁTICA COMUNICATIVA NO WHATSAPP ATRAVÉS DO USO DE FIGURINHAS

#### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

A seguir, você irá assinalar o item "sim", autorizando a sua participação voluntária na pesquisa intitulada "Múltiplos sentidos que permeiam a prática comunicativa no WhatsApp através do uso de figurinhas", desenvolvida pela aluna Ataysa Manuela do Nascimento Dias, como pesquisa de conclusão de curso (TCC) pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), sob orientação do Prof. Me. André Luiz Souza da Silva. Dito isso, estás ciente de que os procedimentos (formulários, questionários e/ou entrevistas) não terão custos e desconfortos para você, também não tendo riscos envolvidos. Assim, você autoriza os responsáveis pela pesquisa a conservar, sob sua guarda, os resultados da pesquisa, assim como a utilizar estas informações sobre o participante em reuniões, congressos e publicações científicas, uma vez que sua identidade estará mantida em sigilo. Também está ciente que terá direito a respostas de quaisquer dúvidas que possam surgir durante a sua participação na pesquisa. Em hipótese alguma, você será identificado e poderá retirar este consentimento em qualquer momento da investigação, sem qualquer penalização. Este termo de consentimento lhe foi apresentado, entendendo que seu conteúdo foi compreendido.

Alvorada - RS, Janeiro de 2022.

Ataysa Manuela do Nascimento Dias, residente na Rua Ceará, 471, Alvorada - RS. (83) 99886-6160

#### \*Obrigatório

1. E-mail \*

---

2. Tenho mais de 18 anos e concordo em participar

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

QUESTIONÁRIO

As perguntas a seguir antecedem nossa interação no grupo de WhatsApp.

## APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO

16/03/2022 01:14 MÚLTIPLOS SENTIDOS QUE PERMEIAM A PRÁTICA COMUNICATIVA NO WHATSAPP ATRAVÉS DO USO DE FIGURIN...

3. Sexo/gênero?

*Marcar apenas uma oval.*

Feminino

Masculino

Outro

4. Idade?

*Marcar apenas uma oval.*

18-24

25-30

Acima de 30

5. Selecione as redes sociais que você mais utiliza no seu dia a dia:

*Marque todas que se aplicam.*

WhatsApp

Facebook

Instagram

Twitter

Outras

6. Com qual finalidade você utiliza o WhatsApp?

*Marque todas que se aplicam.*

Trabalho

Lazer

Socialização

Outra(s)

16/03/2022 01:14 MÚLTIPLOS SENTIDOS QUE PERMEIAM A PRÁTICA COMUNICATIVA NO WHATSAPP ATRAVÉS DO USO DE FIGURIN...

7. Você costuma utilizar figurinhas na sua comunicação dentro do WhatsApp?

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

Não

8. Sobre as figurinhas que você utiliza:

*Marcar apenas uma oval.*

Produzo todas

Produzo algumas e utilizo outras que salvo em grupos e conversa com terceiros

Só utilizo as que salvo de grupos e conversas com terceiros

9. Na sua opinião, qual a importância das figurinhas para a comunicação dentro do WhatsApp?

---

---

---

---

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários