



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

INSTITUTO DE LETRAS

DEPARTAMENTO DE LÍNGUAS ESTRANGEIRAS E TRADUÇÃO

LÍNGUAS ESTRANGEIRAS APLICADAS AO MULTILINGUISMO

E À SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

GIOVANA LACERDA SOARES

***STICKERS/FIGURINHAS COMO RECURSOS DE MENSAGENS DE TEXTO NO
WHATSAPP***

Brasília

Fevereiro de 2023

STICKERS/FIGURINHAS COMO RECURSOS DE MENSAGENS DE TEXTO NO *WHATSAPP*

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à banca do Departamento de Línguas Estrangeiras e Tradução da Universidade de Brasília, como requisito parcial para a aprovação do curso de bacharelado em Línguas Estrangeiras Aplicadas ao Multilinguismo e à Sociedade da Informação.

Orientador: Prof. Dr. Cesário Alvim Pereira Filho

RESUMO

Este trabalho propõe uma análise do uso das figurinhas ou *stickers* do aplicativo *WhatsApp*. A análise se deu de forma a entender os processos que podem levar o usuário a enviar uma figurinha e não uma mensagem de texto escrito (digitado). Foi abordado como as figurinhas podem ser consideradas texto, como se deu a alternância formal/informal no aplicativo *WhatsApp*, bem como o conceito de multimodalidade presente nas figurinhas. A análise dos dados obtidos via formulário visou compreender o uso de figurinhas por diferentes grupos etários e em diferentes contextos conversacionais. Os resultados apontaram para um uso significativo de figurinhas, independentemente do fator etário, bem como o uso expressivo de *stickers* em contextos informais.

Palavras-chave: figurinha, sticker, WhatsApp, aplicativo de mensagem

ABSTRACT

The present work proposes an analysis of the use of stickers in the application WhatsApp. The analysis intended to understand the processes that may lead the user to send a sticker instead of a written (typed) text message. The concept of sticker being considered text was addressed, as well as the alternation between formal and informal text in WhatsApp, and the concept of multimodality present in stickers. Data analysis, collected via form, intended to comprehend the use of stickers by different age groups and various conversational contexts. The results have pointed to a significant use of stickers, regardless of the age group, as well as a considerable use of stickers within informal contexts.

Keywords: stickers, WhatsApp, messaging apps

RESUMEN

Este artículo propone un análisis del uso de *stickers* en la aplicación *WhatsApp*. El análisis se realizó para comprender los procesos que pueden llevar al usuario a enviar una *sticker* y no un mensaje de texto escrito (digitado). Se discutió cómo los *stickers*/figuritas pueden considerarse texto, cómo se produce la alternancia formal/informal en la aplicación *WhatsApp*, así como el concepto de multimodalidad presente en los *stickers*/figuritas. El análisis de los datos obtenidos a través del formulario buscaba comprender el uso de las figuritas/adhesivos por parte de

distintos grupos de edad y en diferentes contextos conversacionales. Los resultados señalaron una utilización significativa de *stickers*, independientemente de los grupos de edad, así como el uso expresivo de los *stickers* en contextos informales.

Palabras-clave: figuritas, adhesivos, pegatinas, stickers, WhatsApp, aplicaciones de mensajería

INTRODUÇÃO

O presente artigo tem por objetivo realizar um levantamento de dados sobre o uso de figurinhas/*stickers* entre diferentes faixas etárias e contextos conversacionais. Desse modo, ele estrutura-se a partir de uma contextualização do que é a figurinha, seu uso no *WhatsApp*, a alternância entre linguagem formal e informal neste aplicativo, bem como a característica da multimodalidade presente nos *stickers*. A seguir, são descritos os dados coletados via formulário (*Google Forms*) que visam uma maior compreensão do uso das figurinhas por diferentes participantes nos diferentes contextos propostos.

O trabalho parte da hipótese de que diferentes figurinhas são utilizadas a depender: i) do contexto em que são usadas (familiar, de trabalho e entre amigos) e ii) da faixa etária que se vale deste recurso. Busca-se verificar se o uso de *stickers* está, de fato, relacionado a esses dois aspectos.

A pesquisa foi motivada pela curiosidade em relação ao uso da comunicação verbal e não verbal no *WhatsApp*, por meio do recurso de figurinhas/*stickers* neste aplicativo. De forma empírica, pode-se observar a presença desse recurso em vários aplicativos de uso cotidiano, tais como: *Instagram*, *Messenger*, *Work Chat*, *Telegram*, *KakaoTalk* e, principalmente, no *WhatsApp*. Neste último observa-se maior frequência de uso por ser um aplicativo próprio para troca de mensagens e por ser o mais utilizado entre diferentes círculos sociais. Igualmente, se observou que nesse aplicativo a frequência de uso de *stickers* era maior do que nos outros, seja porque se usa mais esse aplicativo do que os demais, seja porque o uso das figurinhas é mais intuitivo nele do que em outros aplicativos.

Posto isso, o principal objetivo deste estudo é contribuir para o melhor entendimento a respeito do uso de figurinhas no aplicativo *WhatsApp*. Desta forma, espera-se colaborar com o campo da Sociedade da Informação e com o do Ciberespaço, posto que *stickers* do *WhatsApp* estão presentes e são bastante utilizados nesse meio.

A comunicação na atual civilização da imagem se dá igualmente com o verbal (fala e escrita) e com o não verbal (imagens e recursos imagéticos). Ambos os recursos se complementam, cada um com a sua função, para que a comunicação se dê da forma mais efetiva possível. Como afirma Guimarães: “As palavras, assim como as imagens, são fragmentos de um sintagma mais geral, e a unidade da mensagem se realiza em um nível mais avançado.” (GUIMARÃES, 2013, p. 2)

Dessa forma, buscou-se entender as razões que levam à escolha do uso de figurinhas/*stickers* quando do envio de mensagem no *WhatsApp*, ao invés do envio de uma mensagem de texto escrita (digitada).

Nesse trabalho os termos “figurinha” e “*sticker*”¹ serão usados como sinônimos. Dessa forma, é preciso entender o que estas são. Figurinha/*Sticker* é um recurso conversacional disponível no aplicativo *WhatsApp*, assim como em outros aplicativos e que tem se popularizado nos últimos anos, como afirma Sousa:

[...] desde o ano de 2018 tem-se as figurinhas do WhatsApp, também chamadas de sticker, palavra inglesa que significa adesivo. Este é um recurso oferecido pela rede social, inicialmente com alguns pacotes já instalados e outros podendo ser baixados através do aplicativo de compra. (SOUSA, 2020, p. 7)

A metodologia deste artigo se constitui a partir de dois blocos principais. O primeiro consiste em uma pesquisa bibliográfica e o segundo, em uma análise dos dados, resultado de uma pesquisa via formulário (*Google Forms*). Pretende-se apresentar o conceito de figurinha, explicar o viés teórico que permite considerá-la texto, bem como descrever os processos comunicativos via imagem no *WhatsApp*, e suas diferenças em relação à comunicação face a face.

Quanto à análise dos dados, será feita uma exposição do uso de figurinhas para responder a uma mensagem de texto, e à outra figurinha, bem como o uso desse recurso para iniciar uma conversa e para finalizá-la. Será feita uma análise para compreender se a faixa etária dos participantes influencia no uso dos *stickers* nesse contexto. Em seguida, será feita uma análise do uso de figurinhas em diferentes contextos conversacionais (entre amigos, familiares e em grupos de trabalho). Por fim, serão analisadas as principais razões pelas quais as pessoas

¹ O termo *sticker* é um estrangeirismo vindo do inglês que significa literalmente “adesivo”. No contexto dos aplicativos de troca de mensagens, o *sticker* pode ser entendido como uma figura digital que imita um adesivo. Neste trabalho, os termos “figurinha” e “*sticker*” serão usados como sinônimos, pois no Brasil há quem diga um e há quem diga o outro.

se valem de figurinhas e como estas são utilizadas para gerar humor e/ou “quebrar o gelo” em uma conversa.

METODOLOGIA

Cabe ressaltar que esta pesquisa se encaixa no curso Línguas Estrangeiras Aplicadas ao Multilinguismo e à Sociedade da Informação (LEA-MSI) da Universidade de Brasília (UnB) por se tratar de uma proposta de análise que envolve recurso comunicacional presente no Ciberespaço e na Sociedade da Informação. A primeira parte desse trabalho, portanto, consiste em uma pesquisa bibliográfica para contextualização dos conceitos-chave do trabalho.

A partir da conceituação da pesquisa bibliográfica, será possível abordar os conceitos mais relevantes da pesquisa. Através da aplicação de formulário (*Google Forms*), será possível realizar uma análise dos dados para entender quais as intenções quando do uso de figurinhas por cada faixa etária e por quê.

Esta pesquisa é de natureza qualitativa-quantitativa, pois, como afirmam Pereira et al., (2018) “os métodos qualitativos são aqueles nos quais é importante a interpretação por parte do pesquisador com suas opiniões sobre o fenômeno em estudo”, e nessa pesquisa há uma questão aberta e não obrigatória a ser respondida. Ao mesmo tempo, é também quantitativa pois “muitas vezes os métodos qualitativos podem se transformar em quantitativos por meio do emprego de questões fechadas”. (PEREIRA et al., 2018, p. 67)

Este trabalho tem, portanto, o objetivo de entender a presença de figurinhas no processo comunicativo por mensagens no *WhatsApp*, e sua escolha por partes de usuários que optam pelas figurinhas em substituição ao texto escrito/digitado.

As figurinhas, também conhecidas como *stickers*, são recursos visuais bastante utilizados em aplicativos de mensagens, atualmente. Apesar de aparecer em outros aplicativos: *Instagram*, *Facebook* e *Telegram*, entre outros, para esta análise proposta serão abordadas figurinhas enviadas apenas no aplicativo de mensagem *WhatsApp*.

A partir do surgimento das figurinhas, estas têm se tornado cada vez mais usuais. Este trabalho as divide em 3 modalidades para facilitar o entendimento e a análise. Existem as figurinhas 1) **verbais**, compostas apenas por texto escrito, as 2) **não verbais**, compostas apenas por imagem ou vídeo, e as 3) **mistas**, que possuem texto escrito e imagem/vídeo. As figurinhas desta modalidade, em vídeo, não foram analisadas pois as amostras enviadas estavam todas em

formato de imagem por uma questão de conversão de arquivo. As figurinhas que continham vídeos/gifs foram analisadas estaticamente no formato da imagem que aparece e que permanece no *WhatsApp* quando esta não foi carregada.

Essa pesquisa também aborda os *stickers* usados por diferentes grupos etários. Tanto jovens como adultos se valem desse recurso na comunicação por aplicativo de mensagem e o objetivo deste trabalho é entender essa ocorrência. Na busca por apreender tal fenômeno, algumas indagações norteiam o percurso da pesquisa. São elas: Por que em vez de mandar uma mensagem de texto escrito em uma conversa, os usuários do *WhatsApp* enviam figurinhas? Quais são as mais utilizadas por cada faixa etária? Em quais contextos conversacionais as figurinhas estão mais presentes (profissional, familiar ou entre amigos)?

Com o intuito de responder às indagações apresentadas, tem-se o objetivo geral e os objetivos específicos da presente pesquisa:

Objetivo geral

Entender os porquês da escolha do uso de figurinhas/*stickers* em vez de uma mensagem de texto escrito no processo de comunicação por mensagem no aplicativo *WhatsApp*.

Objetivos específicos

- a) Aprofundar o conceito de figurinha;
- b) Descrever as características da troca de mensagens no *WhatsApp*;
- c) Compreender os processos comunicativos por imagens e não por mensagem de texto escrito;
- d) Identificar, comparar e analisar quais são as figurinhas mais utilizadas por cada faixa etária (12-19), (20-29), (30-49) e (50-61);
- e) identificar, comparar e analisar as figurinhas mais utilizadas em cada contexto conversacional descrito (entre amigos, entre familiares e em contexto profissional).

Para realizar a análise, o trabalho será em duas etapas:

1. Pesquisa bibliográfica para contextualização dos seguintes pontos: a) as figurinhas como texto e a alternância formal/informal no aplicativo *WhatsApp* e b) a multimodalidade das figurinhas;
2. Aplicação de formulário escrito para a coleta de dados e a criação de banco de dados de figurinhas do *WhatsApp* com participantes de diferentes faixas etárias, (12-19), (20-29), (30-49) e (50-61).

REFERENCIAL TEÓRICO

O aplicativo *WhatsApp* é bastante popular ao redor do mundo, conforme divulgado em seu website:

Mais de dois bilhões de pessoas, em mais de 180 países, usam o WhatsApp para manter o contato com amigos e familiares, a qualquer hora ou lugar. O WhatsApp é gratuito e oferece um serviço de mensagens e chamadas simples, seguro e confiável para celulares em todo o mundo.²

Por tantas pessoas utilizarem esse aplicativo, é possível conectar a todos, mesmo que estejam em diferentes partes do mundo, e que falem diferentes línguas, no mesmo Ciberespaço. O Ciberespaço, por sua vez, é a “[...] instauração de uma rede de todas as memórias informatizadas e de todos os computadores.” (LÉVY, 1994, p.1). Além disso, por ser um aplicativo de troca de informações constantes, este se insere na cultura da Sociedade da Informação em que vivemos.

A Sociedade da Informação, ou Sociedade do Conhecimento, ou ainda Sociedade em Rede, de acordo com Castells (2005), é o espaço-tempo em que nos encontramos. Esta Sociedade está fundamentada na tecnologia que proporciona a troca de informações de forma quase que instantânea por todo o globo.

A sociedade em rede, em termos simples, é uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microelectrónica e em redes digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação a partir de conhecimento acumulado nos nós dessas redes. (CASTELLS, 2005, p.20)

A respeito da presença da imagem em nossa sociedade visual, Koury (2014) relata que:

A partir dos anos de 1990 a discussão sobre o texto visual começou a ser retomada nas ciências sociais, através de uma discussão sobre o seu papel e a sua dimensão nas pesquisas sociais. Teve início, assim, ainda dentro de um lugar metodológico, mas que foi se ampliando para uma discussão sobre as possibilidades teóricas abertas pelas imagens nas ciências sociais. Hoje o interesse pelas imagens é visto como uma área de pesquisa que, em muito, amplia o texto escrito, como, em alguns casos, o ultrapassa, e abre um espaço para o debate sobre o alcance da produção das imagens nas ciências sociais para a compreensão das relações face a face e suas possibilidades analíticas, já que excedem em muito o visível imediato para captar gestos e silêncios difíceis de serem administrados nas pesquisas puramente qualitativas e com o suporte apenas escrito. (KOURY, 2014, p. 318)

² https://www.whatsapp.com/about/?lang=pt_br

A tecnologia que permite a comunicação de forma rápida está em processo de mudança constante. Nesse processo, novas ferramentas vão surgindo, e dentro destas, novas funcionalidades. Dentre essas ferramentas, está o aplicativo de troca de mensagens *WhatsApp*.

De acordo com o site oficial do *WhatsApp*, este aplicativo foi criado por Jan Koum e Brian Acton, “[...] que já haviam trabalhado juntos no Yahoo por 20 anos. O *WhatsApp* se juntou ao Facebook em 2014, mas continua a operar como um *app* separado com foco no serviço de mensagens rápido e confiável em qualquer lugar do mundo.”³

Em junho de 2021 o aplicativo contava com mais de cem milhões de usuários no Brasil, de acordo com o gráfico da *Statista*, publicado em 2022 por Michelly Purz no *Messenger People*:

Número de usuários do WhatsApp por país e em milhões em junho de 2021

Usuários globais do WhatsApp em países selecionados em 2021

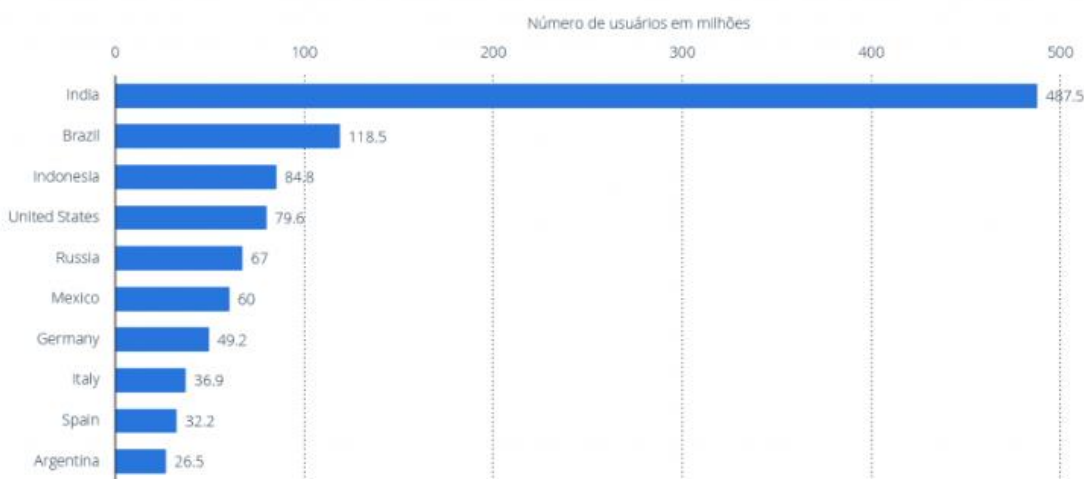


Figura 1 – Fonte: *Messenger People*⁴

Como dito anteriormente, com o surgimento das figurinhas, o seu uso tem se tornado cada vez mais frequente. Retomando a classificação introduzida na metodologia deste trabalho, os *stickers* foram divididos em 3 modalidades para facilitar o entendimento e a análise. Existem as figurinhas 1) **verbais** (compostas apenas por texto escrito), as 2) **não verbais** (compostas apenas por imagens ou vídeos) e as 3) **mistas** (que possuem texto escrito e imagens/vídeos).

³ <https://www.whatsapp.com/about>, grifo nosso

⁴ <https://www.messengerpeople.com/pt-br/whatsapp-no-brasil/>

A partir dessa categorização de diferentes tipos de *stickers*, torna-se possível perceber o recurso da polissemia usada na elaboração e no uso cotidiano das figurinhas, como afirmam Carmelino e Kogwa (2020):

Por serem polissêmicos, podem ser empregados em diferentes situações de interação, o que dá um tom mais divertido e atual ao assunto a que se referem. Nesse sentido, as figurinhas acabam assumindo o papel que convém a quem as usa. Esses são apenas alguns dos motivos que podem elucidar a intensa frequência de adesão a esse recurso nas conversas via WhatsApp. (CARMELINO; KOGWA, 2020, p. 162)

É válido destacar esse ponto: além de uma figurinha ser criada e usada em um determinado formato (com ou sem texto escrito), essa mesma figurinha pode ser usada em diferentes contextos. Em um grupo formal, de trabalho, por exemplo, ela pode cumprir um propósito que pode ser completamente diferente em um grupo informal, com amigos, podendo causar estranheza ou gerar humor, ao ser percebido que ela está sendo usada em um contexto não usual.

No entanto, além dos conceitos que caracterizam a figurinha, é necessário ater-se ao que ela não é. Por vezes, o conceito de figurinha pode ser confundido com o de *emoji*. Os *emojis* podem ser incluídos nas mensagens de texto conforme elas são escritas. Os *stickers*, no entanto, não podem ser usados juntamente com a mensagem de texto escrita no *WhatsApp*.

Um total de três padrões foram observados como objetivos dos emoticons. a) Substituto de texto [escrito] – uso de emoticons apropriados no lugar de texto [escrito] quando esse se torna trabalhoso. [...] b) Saudações – uso de emoticons como linguagem propriamente dita. Os sujeitos usaram convenientemente emoticons populares como boa noite, continue, não desista, bom dia etc., o que claramente representa uma mensagem no lugar de linguagem de texto escrito. [...] c) Complemento textual – uso de emoticons para complementar o texto. Emoticons foram usados para fornecer explicações secundárias e para melhorar a precisão [da informação] ao adicionar nuances e um contexto para as mensagens de texto escrito. (LEE et al., 2016, p. 3, tradução nossa, grifo nosso)⁵

Conforme foi pontuado, os *emojis* podem ser substitutos de texto escrito, ou seja, o usuário pode escolher enviar um *emoji* como resposta à uma mensagem no aplicativo, assim

⁵ Do inglês: A total of three patterns were observed as functional use of emoticons. a) Substitute for text - using suitable emoticons in place of texts when texting becomes bothersome. [...] b) Social greeting - using emoticons as a language itself. Subjects conveniently used popular emoticons such as good night, cheer up, good morning etc. that clearly represented a message in place of text language. [...] c) Supplement for text - using emoticons to supplement the text. Emoticons were used to provide subsidiary explanation and improvement in accuracy by adding nuance and context to the text based messages. (LEE et al., 2016, p. 3, grifo nosso)

como um *sticker* pode ser usado na mesma função. Eles também podem ser usados como forma de saudação, no início de uma conversa, assim como os *stickers*.

Até aí o leitor pode supor que os *stickers* e os *emojis* são a mesma coisa. No entanto, o terceiro aspecto, que é a sua propriedade de ser incluído em uma mensagem juntamente com o texto escrito, o diferencia do *sticker*.

Ainda é importante destacar que a criação e regulamentação dos *emojis* é dada pelo Unicode Consortium, que se responsabiliza por promover sua padronização. Dessa forma, torna-se um processo laborioso a criação de um *emoji*. Como explicado em seu website, o *Unicode Consortium* informa:

A variedade de línguas encontradas na Web hoje se dá graças ao suporte de caracteres fornecido pelo Unicode, que possibilita que computadores suportem cada língua em uso hoje virtualmente, e para que usuários e programadores produzam conteúdo em sua própria língua. Nós promovemos um código único para cada caractere, em cada língua, em cada programa, em cada plataforma. (Tradução nossa)^{6 7}

Os *stickers*, no entanto, podem ser criados a partir de aplicativos próprios para esta função. Além disso, as figurinhas não possuem órgão regulamentador.

A partir da diferenciação entre os *emojis* e as figurinhas, ambas funcionalidades do aplicativo *WhatsApp*, é preciso ater-se às suas peculiaridades para melhor compreender o seu uso por diferentes grupos etários e diferentes contextos conversacionais.

1. As figurinhas como texto e a alternância formal/informal no aplicativo *WhatsApp*

Neste trabalho, como anteriormente informado, pretende-se tratar sobre o tema figurinhas ou *stickers* como recursos textuais e conversacionais do aplicativo *WhatsApp*. Assim sendo, é importante esclarecer o viés teórico que possibilita tal recurso ser considerado texto. Afinal, muitas vezes a figurinha é composta apenas por imagem e nenhum texto escrito. Nesse sentido, Custodio Filho e Arruda (2018) salientam que texto é aquilo que instiga as pessoas a

⁶ Do inglês: The variety of languages found on the Web today is thanks to the character support provided by Unicode, which enables computers to support virtually every language in use in the world today, and for users and programmers to develop content in their own native language. We provide a unique code for every character, in every language, in every program, on every platform.

⁷ <https://home.unicode.org/basic-info/overview/>

interpretar os estímulos externos a elas para que elas produzam sentido. Para exemplificar, os autores complementam:

A interpretação que o jogador de vôlei faz sobre os movimentos da equipe adversária na hora do saque (chamada pelo locutor televisivo de “leitura do jogo”); o conjunto de gestos que fazem parte da “conversa” entre o limpador de parabrisas e o motorista quando o carro para no semáforo; as considerações mentais sobre pobreza/caridade/economia que um indivíduo faz quando vê um desabrigado na rua; os movimentos e tudo o mais envolvido no ato sexual; a equação matemática... Tudo pode ser considerado texto, porque nos chama a participar ativamente de uma interação para a qual devemos dar sentido(s). (CUSTODIO FILHO e ARRUDA, 2018, p. 4).

Dito de outro modo, tudo aquilo com o que se pode interagir para extrair sentido na interação humana pode ser considerado texto. Ou ainda, aquilo que compõe os sentidos postos, ou que busca estabelecer ou transmitir uma mensagem, sendo texto escrito ou não-escrito (visual), pode ser considerado texto. As figurinhas não são diferentes. Ao enviar uma figurinha no *WhatsApp*, o emissor convida o receptor a interpretar aquela figurinha e a atribuir-lhe sentido da forma que a sua subjetividade o permitir. Sendo assim, ainda que seja uma imagem, ela se configura como texto.

Isso posto, é importante considerar que a evolução dos meios de comunicação tem trazido cada vez mais frequentemente o uso de imagens nos processos comunicativos. Isso não se configura como um problema, como afirma Joly: “[...] a imagem, longe de ser um flagelo contemporâneo ameaçador, é um meio de expressão e de comunicação que nos liga às tradições mais antigas e mais ricas da nossa cultura”. (JOLY, 1994, p. 155) É sabido que muito antes de a escrita ter sido inventada, os primeiros homens já documentavam suas vidas e se comunicavam por meio de pinturas em cavernas. Esta comunicação por imagens perdurou através dos séculos através de pinturas artísticas e da escrita em quadrinhos, para citar alguns exemplos. Por isso, hoje quando um interlocutor se vale de uma imagem para passar uma mensagem em um aplicativo de troca de mensagens como o *WhatsApp*, ele não está de forma alguma contribuindo para o apagamento da língua escrita, mas está se valendo de um recurso há muito utilizado pelos seres humanos para se fazerem compreendidos.

Paralelamente a isso, cabe considerar que o estudo da imagem não compreende uma ciência exata e que sua análise, categorização e definição não pode ser feita sem levar em conta a subjetividade de cada interlocutor envolvido na interação. Como sustenta Mendes (2013):

A imagem goza de certa liberdade. Embora possamos por vezes encontrar padrões, eles são aleatórios se comparados a uma gramática mais “fixa” da língua. Além disso,

qualquer pessoa de qualquer lugar do mundo pode ter uma interpretação de uma imagem, mas sempre teremos o fator cultural como força motriz dessa leitura, criando uma diversidade de efeitos possíveis de sentido, muitas vezes imprevisíveis. (MENDES, 2013, p. 13)

A assertiva acima aplicada à análise e ao contexto de uso das figurinhas no *WhatsApp*, compostas em grande parte ou inteiramente por imagens, há de considerar a liberdade de interpretação e a subjetividade daquela imagem tanto para o emissor quanto para o destinatário. A imagem em questão poderá ser interpretada de modo completamente diferente pelos interlocutores.

Isso posto, e sabendo que a Linguística se ocupa do estudo do signo e das diversas formas de comunicação, Joly (1994) aponta, com base em alguns autores, o seguinte: 1º) Saussure (1999), com sua ciência geral dos signos, postulou que na comunicação existe um significante (representado pelos sons) e um significado (o sentido, conceito); 2º) Peirce (1978) compreende que a comunicação se dá a partir de três pontos: 1) aquilo que é de fato perceptível, o significante; 2) aquilo que ele representa, o referente; e 3) aquilo que ele significa, o significado. Para exemplificar a visão de Peirce, Joly (1994) faz uma comparação desses três pontos da comunicação tomando como base uma fotografia:

O exemplo da imagem é ainda mais demonstrativo e pode ajudar a melhor compreender a natureza do signo: uma fotografia (significante) representando um alegre grupo de pessoas (referente) pode significar, de acordo com o contexto, foto de família ou, na publicidade, alegria ou convivência (significados). (JOLY, 1994, p. 35)

Para esta pesquisadora, se Peirce define que a comunicação é dada por esses três pontos e se eles se aplicam a uma imagem, é possível concluir que as imagens são consideradas linguagem e, como tal, fazem parte dos processos comunicativos.

O enfoque deste trabalho é dado à troca de mensagens no aplicativo *WhatsApp* que faz uso tanto da linguagem verbal quanto da não-verbal. Em uma sociedade dominada também pelo visual, é necessário considerar a alternância de signos verbais e não verbais na comunicação. Isso se confirma posto que: “Em geral, vemos que a manipulação do modo verbal e visual é uma maneira muito sofisticada e criativa de apontar e negociar a informalidade do intercâmbio [de registro]”⁸ (SAMPIETRO, 2016, p.15, tradução nossa, adição nossa).

⁸ Do espanhol: *En general, vemos que la manipulación del modo verbal y visual es una manera muy sofisticada y creativa de señalar y negociar la informalidad del intercambio [de registro].* (SAMPIETRO, 2016, adição nossa)

Esse intercâmbio de registro mencionado por este autor torna-se presente nas reflexões que envolvem tanto a língua falada quanto a escrita. Quando alguém se encontra em uma reunião de trabalho que exige uma situação conversacional formal, deve usar um registro adequado, de acordo com o contexto (formal/informal). Este registro é trocado, após o término da reunião, como, por exemplo, quando a pessoa passa a se comunicar com um colega com quem tem mais intimidade, em uma situação informal.

No *WhatsApp* também ocorre o intercâmbio (formal/informal), mas não por meio de linguagem corporal ou de expressão facial. Logo, uma das maneiras encontradas/utilizadas pelos interlocutores é o uso dos *stickers*/figurinhas para demonstrar a mudança de linguagem. Isto se confirma em: “[...] através da escrita é possível encontrar dualidade e ter interpretações equivocadas, entretanto, com a utilização de uma representação visual torna-se mais fácil a compreensão, além de tornar o contato mais divertido” (SODRÉ, 2022, p.11). Ou seja, além de informar ao interlocutor que houve mudança de registro formal/informal como no exemplo, cria-se uma situação com menos margem para equívocos de interpretação, pois promove uma conversa mais descontraída e bem humorada.

2. A multimodalidade dos *stickers* / figurinhas

No que diz respeito aos *stickers*, estes são considerados um recurso multimodal e isso deve ser levado em conta no momento de sua análise.

[...] os textos multimodais consistem em textos materializados a partir de elementos advindos dos diversos registros da linguagem (verbal e visual). Quando essa junção acontece, dizemos que o texto é multimodal. Ou seja, ele traz consigo tanto signos alfabéticos (letras, sílabas, palavras e frases), quanto elementos imagéticos e visuais, tais como: cores, formas, formatos etc. (SILVA et. al, 2015, p. 4)

A multimodalidade presente nas figurinhas vai além de elas apresentarem recursos verbais ou não verbais, pois envolve interpretação subjetiva de seu conteúdo. Um determinado *sticker* pode gerar humor para um determinado grupo conversacional e em outros causar estranheza. Todos os aspectos do conteúdo de uma figurinha, muitas vezes, só são verdadeiramente compreendidos por aqueles envolvidos no processo de sua criação. Se usado em outros contextos, muitas vezes os usuários podem atribuir outros significados àquele *sticker*.

Muitas figurinhas/*stickers*, utilizadas no *WhatsApp*, possuem essa característica da multimodalidade. Podemos, como já informado, classificá-las em três categorias: verbais, não

verbais e mistas, compostas, respectivamente, por: 1) texto escrito, 2) apenas imagem ou vídeo
3) texto escrito e imagem/vídeo. Abaixo, alguns exemplos destas categorias:



Figura 2 – Arquivo pessoal



Figura 3 – Arquivo pessoal



Figura 4 – Arquivo pessoal

A categorização de figurinhas apresentadas aqui levanta um questionamento sobre a de número 1, uma vez que é possível notar que este tipo de figurinha não é somente composto por texto escrito, pois esta (em si mesma) é uma imagem. Além disso, a escolha da fonte e das cores por parte de quem a produziu têm um porquê. SILVA et al. (2015) explicam como esse processo de escolha de construção textual se dá:

A construção textual, hoje, não concede primazia apenas à modalidade escrita da linguagem. Pelo contrário, inúmeros recursos visuais e imagéticos podem ser empregados. [...] Para tal, a escolha da letra (fonte), a cor, o formato e a forma, além de como tudo isso vai ser materializado no papel serão fatores de suma importância. (SILVA et al., 2015, p. 3)

Dessa forma, entende-se que ainda que o *sticker* seja composto apenas de texto escrito, a sua criação se valeu também de recursos visuais, tais como: fonte e cores da letra. Estes são recursos não verbais, ou seja, imagens. Por esse motivo, a categoria 1 (somente texto escrito) também pode ser considerada multimodal, assim como a categoria 3 (texto escrito e imagem). No entanto, a categoria 2 (apenas imagem ou vídeo) não é considerada multimodal, levando-se em consideração o que foi exposto. Apesar disso, para facilitar o entendimento e a categorização, o nome da categoria 1 (somente texto escrito) se mantém para facilitar a identificação do grupo de *stickers*.

Dessa forma, deve-se considerar que comunicação por meio de aplicativo de mensagem difere-se de processos comunicativos face a face. Apesar de o aplicativo *WhatsApp* possuir modalidades de conversação por mensagens escrita, de áudio, vídeo, gif, *emoji*, figurinha, chamada de vídeo e ligação, há algumas limitações. Recursos próprios da fala não podem ser reproduzidos por vezes. São, mais especificamente, “limitações impostas aos mecanismos de tomada de turno [...]” (FERRARI et al., 2019, p.13). Ou seja, no *WhatsApp*, por vezes, não ocorre a alternância dos interlocutores. Isso pode se dar por vários motivos, como por exemplo, o interlocutor B não estar online, no momento, ou até mesmo não querer responder à mensagem do interlocutor A.

No entanto, ainda que não seja possível ter a resposta do interlocutor, de forma mais imediata, como na comunicação oral, isso de forma alguma é impedimento para que haja comunicação. Os interlocutores encontram meios de manter a comunicação, ainda que interrompida, e um dos meios de fazê-lo é enviando uma figurinha para “quebrar o clima” – gerar humor, e desculpar-se pela demora.

Tanto as figurinhas como os *emojis*, gifs, vídeos são recursos de imagem utilizados pelos interlocutores na comunicação via *WhatsApp*. É importante destacar que esse aspecto também caracteriza a multimodalidade presente no aplicativo, uma vez que, como explicam Ferrari, Avelar e Guedes (2019):

[...] o aplicativo [WhatsApp] promove um processo de Integração Experiencial, de caráter múltiplo e multimodal, que envolve os espaços de FALA, ESCRITA e IMAGEM. Assim, desenvolvemos a ideia de que o espaço de FALA pode ser mapeado no espaço linguístico/conceptual de ESCRITA, como também pode ser mapeado no espaço paralinguístico/conceptual de IMAGEM. (FERRARI, ALVES e GUEDES, 2019, p.14. Grifo dos autores)

Dessa forma, ao analisar os processos comunicativos do aplicativo, é necessário levar-se em conta a multimodalidade presente no próprio *WhatsApp*, e não só a multimodalidade das figurinhas. Uma complementa a outra e promove uma comunicação mais completa e parecida com a face a face.

ANÁLISE DOS DADOS

A segunda parte desse trabalho consistiu na aplicação de um formulário para levantamento de dados sobre o uso de figurinhas. Foram coletadas 94 respostas, das quais 93 responderam positivamente à pergunta 0: “Este formulário tem por finalidade a coleta de dados que serão armazenados e/ou divulgados preservando o anonimato de todos os envolvidos. Você está ciente e de acordo em prosseguir?” Dessa forma, a análise se baseou nas 93 respostas que responderam “sim” a essa pergunta, e 1 resposta não foi considerada por não estar de acordo com os padrões éticos da pesquisa.

Dos 93 participantes analisados, 90 informaram que utilizam figurinhas do *WhatsApp* (96,8% do total). Dos 3 participantes que afirmaram não utilizar *stickers*, dois se encontram na faixa dos **30-49** anos e o outro participante está entre **20-29** anos. Eles não comentaram o porquê de não fazerem uso dos *stickers*. No entanto, uma participante que afirmou usar figurinhas, comentou: “**Raramente uso figurinhas, mas gosto das mais criativas que vejo em grupos de amigos.**” Ainda outro, que também afirmou se valer deste recurso, escreveu: “**Geralmente uso mais gifs do que figurinhas**”.

Houve participantes que afirmaram fazer uso deste recurso e o porquê: “**Uma figurinha vale mais do que 2000 palavras! Kkk**”, “**Figurinhas são uma forma maravilhosa de**

comunicação, expressivas e cômicas.” Uma participante relatou a sua frequência de uso dos *stickers*: **“Eu uso figurinhas o dia todo para conversar”**, e ainda outros expressaram o quanto estão satisfeitos com esse recurso: **“Figurinhas são tudo pra mim!”**, **“figurinhas são tudo, foi a melhor ideia que Zap teve”**,

A maioria dos participantes que respondeu ao formulário foi a da faixa dos **20-29** anos, e a que menos foi a de **50-61** anos, como informa o Gráfico 1, a seguir. Vale destacar também que os participantes desta última faixa etária (**50-61**) não enviaram nenhum exemplo de figurinhas, que era uma parte opcional do formulário. Já as outras faixas etárias enviaram alguns exemplos de figurinhas.

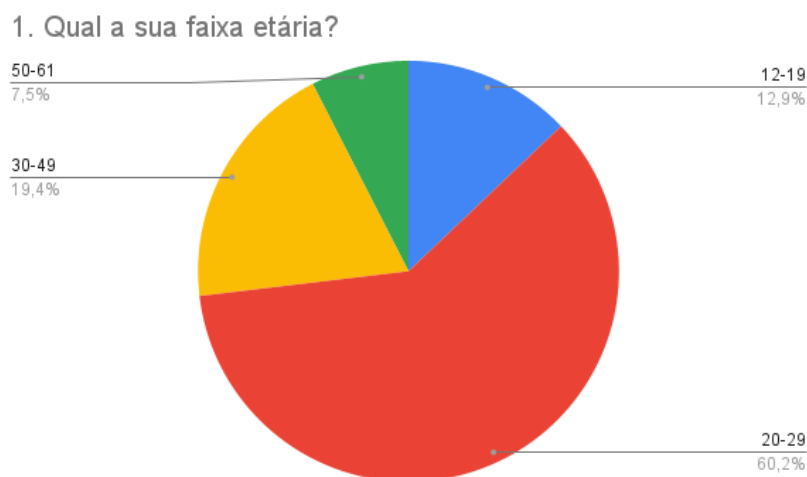


Gráfico 1 – Faixa etária dos participantes do questionário

A pesquisa apresentava seis faixas etárias para o participante assinalar a qual pertencia: a) **0-11**, b) **12-19**, c) **20-29**, d) **30-49**, e) **50-61** e f) **acima de 62 anos**. As faixas etárias a) **0-11** e f) **acima de 62 anos** não foram assinaladas pelos participantes. Portanto, estas duas não estão na análise de dados, o que explica o resultado apresentado no gráfico 1, acima.

Todos os participantes da faixa etária b) **12 a 19** afirmaram que utilizam figurinhas do *WhatsApp*. Eles foram questionados sobre o “momento” em que utilizam as figurinhas, isto é, se fazem o seu uso: 1) ao responder uma mensagem de texto escrito, 2) ao responder a uma outra figurinha enviada pelo interlocutor, 3) para iniciar uma conversa ou finalizá-la. Os dados informados sobre o ponto 1) “ao responder mensagem de texto escrito”, apontam que 66,7% o

fazem **regularmente**⁹, enquanto 25% **sempre** o fazem e apenas 8,3% respondem mensagens de texto escrito com figurinhas **raramente**. Quanto ao uso de figurinha do ponto 2) “ao responder uma outra figurinha enviada pelo interlocutor”, os dados informam que 83,3% o fazem **sempre**, enquanto 16,7% o fazem **regularmente**. Em se tratando do ponto 3) “iniciar uma conversa com uma figurinha”, 41,7% dos participantes afirmaram que **raramente** o fazem, 33,3% **nunca** o fazem e 25% o fazem **regularmente**. Ainda sobre o ponto 3) “para finalizar uma conversa com figurinha”, 50% dos participantes afirmaram que finalizam a conversa com figurinhas **regularmente**, 33,3% o fazem **raramente**, 8,3% **sempre** e 8,3% **nunca** finalizam a conversa com *stickers*.

A faixa etária com maior participação, como informado anteriormente, foi a c), dos **20 a 29** anos. 98,2% desse grupo afirmou que usa *stickers* do *WhatsApp*, e apenas 1 resposta foi negativa. Quanto aos que usam *stickers* 1) “ao responder mensagem de texto escrito”, 51,8% o fazem **regularmente**, 30,4% o fazem **sempre**, 16,1%, **raramente** e 1,8%, **nunca**. Os que se valem de *stickers* 2) “ao responder uma outra figurinha enviada pelo interlocutor”: 53,6% **regularmente**, 42,9% **sempre**, 1,8% **raramente** e 1,7% **nunca**. Sobre o uso 3) “iniciar uma conversa com uma figurinha”, 51,8% **raramente** o fazem, 23,2%, **regularmente**, 21,4%, **nunca** e 3,6%, **sempre**. 3) “para finalizar uma conversa com figurinha”, 48,2% o fazem **regularmente**, 35,7%, **sempre**, 12,5%, **raramente**, e 3,6%, **nunca**.

Quanto aos participantes da faixa d) **30 a 49**, 88,9% afirmaram que usam figurinhas do *WhatsApp*, enquanto que 11,1% (2 participantes), não usam. A utilização das figurinhas 1) “ao responder mensagem de texto escrito”: 50% **regularmente**, 27,8% **raramente** e 22,2% **sempre**. As respostas com figurinhas 2) “ao responder uma outra figurinha enviada pelo interlocutor”: 38,9% **regularmente**, 33,3% **raramente** e 27,8% **sempre**. *Stickers* utilizados para 3) “iniciar uma conversa com uma figurinha”: 50% **nunca**, 27,8% **raramente**, 22,2% **regularmente**. *Stickers* usados 3) “para finalizar uma conversa com figurinha”: 50% **regularmente**, 38,9% **raramente** e 11,1% **sempre**.

Por fim, houve as respostas dos participantes de faixa etária e) **50 a 61** anos. Destes, 100% afirmaram que utilizam figurinhas do *WhatsApp*, e as usam frequentemente 1) “ao responder mensagem de texto escrito”. 71,4% **regularmente** e 28,6% **sempre**. Também usam os *stickers* 2) “ao responder uma outra figurinha enviada pelo interlocutor”, já que 71,4%

⁹ Os termos “sempre”, “regularmente”, “raramente” e “nunca” deveriam ser assinalados no formulário da pesquisa em resposta às perguntas sobre a frequência de uso das figurinhas em diferentes situações.

afirmaram usá-lo dessa forma **regularmente**, e 28,6%, **sempre**. No entanto, para 3) “iniciar uma conversa com uma figurinha”, 85,7% afirmaram que **raramente** se valem de figurinhas, enquanto 14,3% afirmaram fazê-lo **regularmente**. Por fim, 3) “para finalizar uma conversa com figurinha”, 85,7% dos participantes declararam fazê-lo **regularmente**, enquanto 14,3% afirmaram que **sempre** o fazem.

A fim de compreender mais profundamente em que esses dados se traduzem com relação ao uso de figurinhas por cada faixa etária, propôs-se analisar a frequência em dois aspectos, apenas. Os participantes realizam tal uso de *stickers* com alta frequência ou com baixa frequência? Ao considerar “**sempre**” e “**regularmente**” como alta frequência, e “**raramente**” e “**nunca**” como baixa frequência, temos que, independentemente da faixa etária e em se tratando de maiorias absolutas, em todos os casos, as respostas foram semelhantes. A saber: as respostas com figurinhas a texto escrito foram de alta frequência em todas as faixas etárias: 91,7% (**12 a 19**), 82,2% (**20 a 29**), 72,2% (**30-49**) e 100% (**50-61**). De forma análoga, as respostas com figurinhas a outras figurinhas também foram de alta frequência: 100% (**12 a 19**), 96,5% (**20 a 29**), 66,7% (**30 a 49**) e 100% (**50 a 61**). No entanto, quando o uso de figurinhas é para iniciar uma conversa, a maioria indicou fazer o uso em baixa frequência: 75% (**12 a 19**), 73,2% (**20 a 29**), 77,8% (**30 a 49**), 85,7% (**50 a 61**). Quanto ao uso de figurinhas para finalizar uma conversa, a maioria o faz com alta frequência: 58,3% (**12 a 19**), 83,9% (**20 a 29**), 61,1% (**30 a 49**), 100% (**50 a 61**).

Dessa forma, em se tratando do uso de figurinhas em resposta aos textos escritos, a maioria dos participantes, de todas as faixas etárias, afirmaram fazer uso¹⁰. Quanto ao uso de figurinhas em resposta a outras figurinhas, participantes de todas as faixas etárias afirmaram que têm esse costume¹¹. A maioria dos participantes, afirmou que não costuma iniciar uma conversa com um *sticker*, como consta no Gráfico C, em anexo, apesar de haver variações de frequência. De forma semelhante, a maioria dos participantes afirmou que costuma finalizar uma conversa com *stickers* frequentemente, ainda que em níveis diferentes, como consta no gráfico D, em anexo.

Diante dos dados apresentados, foi possível inferir que a idade não é um fator que, nesse primeiro momento de análise, influencia nas respostas. Alguns dados merecem destaque, como o uso de figurinha em resposta a outra figurinha na faixa etária dos **30 a 49** anos, que não

¹⁰ Gráfico A em anexo.

¹¹ Gráfico B em anexo.

apresentou uma frequência tão elevada (66,7%). De forma semelhante, no que diz respeito ao uso de figurinhas para finalizar uma conversa, pouco mais da metade dos participantes entre **12 e 19** anos (58,3%) afirmaram fazê-lo com frequência, assim como os participantes entre **30 e 49** anos (61,1%). Apesar de ser maioria absoluta, há uma parcela considerável de respostas contrárias à maioria, e por isso mereceram destaque. No entanto, no início desta pesquisa, acreditava-se que a faixa etária seria um fator influente no uso de figurinhas e que, a depender desse fator, as respostas seriam bem diversas.

A pesquisa buscou ainda saber dos usuários do *WhatsApp* quanto ao uso de *stickers* nos seguintes contextos/ambientes e/ou situações: i) ambiente de trabalho, ii) contexto familiar e iii) grupos de amigos. Os dados obtidos foram os seguintes:

- A maioria dos participantes (59,1%) não utiliza *stickers* no contexto de trabalho, (Gráfico 2).

13. Você usa figurinhas no contexto de trabalho (Grupo com o chefe e colegas)?

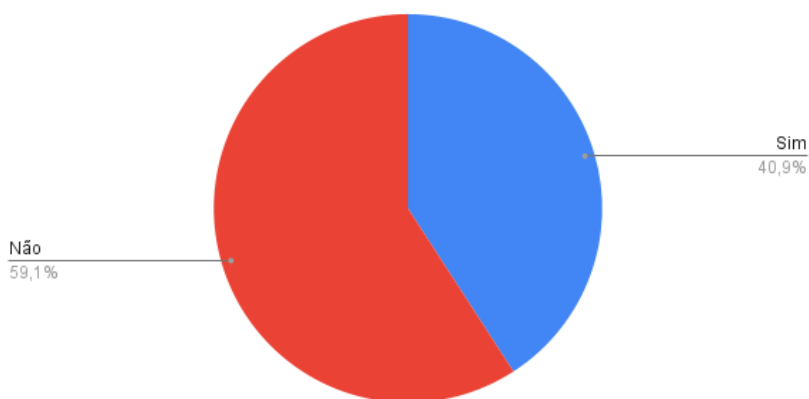


Gráfico 2 – Figurinhas em contexto de trabalho

- Por outro lado, a maioria (78,5%) utiliza as figurinhas com a família (Gráfico 3).

15. Você usa figurinhas em contexto familiar (conversa individual ou grupo de família)?

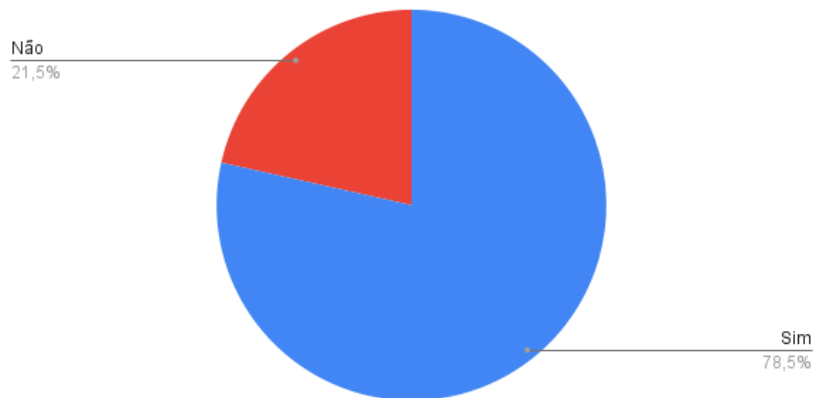


Gráfico 3 – Figurinhas em contexto familiar

- De forma quase unânime (98,9%) dos participantes afirmaram utilizar as figurinhas entre amigos, (Gráfico 4).

17. Você usa figurinhas em conversas individuais ou grupo de amigos?

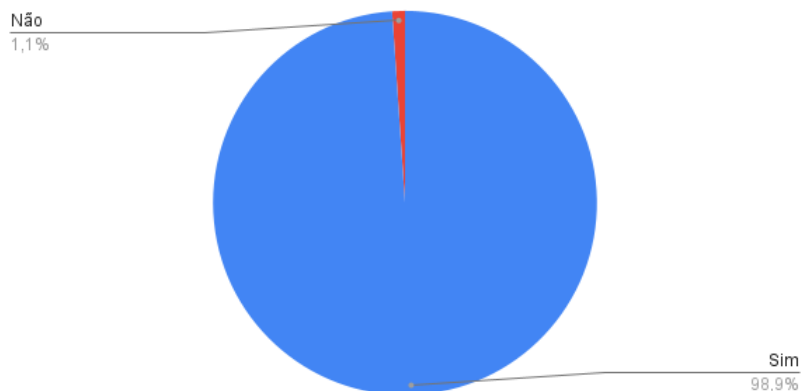


Gráfico 4 – Figurinhas entre amigos

Com base nesses gráficos, foi apontado que o uso de figurinhas pode ter sido visto inicialmente como algo informal, mas que, com o passar do uso, se tornou uma prática presente também em contextos mais formais. Essa suposição pode ser suportada quando da análise do uso das figurinhas em contexto de trabalho, pois apesar de a maioria dos participantes não utilizar figurinhas em contextos de trabalho, ou seja, mais formais, 40,9% afirmaram que se valem desse recurso ao conversar com colegas de trabalho ou até mesmo chefes. Além das

respostas fechadas, buscou-se nas respostas abertas¹² comentários que suportassem a ideia de que as figurinhas não seriam mais usadas apenas em contextos informais, mas também em contextos formais. Um dos participantes afirmou que a **“Figurinha facilita bastante a comunicação, principalmente com aqueles que você tem menos afinidade ou quase não conversa.”**, que pode também suportar a hipótese do porquê de as figurinhas serem usadas em contexto de trabalho.

Os resultados apontaram, com a pequena amostra coletada de participantes entre 50 e 61 anos, que esse grupo também se vale do uso de figurinhas. 100% dos participantes dessa faixa etária afirmaram que usam figurinhas do *WhatsApp*. Também afirmaram, de forma unânime, que as usam para gerar humor, as usam em grupos de amigos e de familiares. Uma das participantes na faixa etária dos **50 a 61** explicou que as usa para deixar a conversa mais descontraída:

“Acho que as figurinhas deixam a conversa mais divertida e são uma forma de deixar os textos mais leves. Ainda poupa tempo de escrever algumas mensagens, e muitas vezes são uma forma "disfarçada" de enviar nossas opiniões sobre algo constrangedor, por exemplo”

De forma semelhante, do grupo etário **30-49**, uma participante afirmou que o propósito das figurinhas pode ser trazer emoção à conversa do *WhatsApp*, feito esse que se dá de forma diferente no *WhatsApp* e em uma conversa face a face, como já foi explorado anteriormente:

“Eu amo figurinhas. O texto pode ser escrito com uma emoção, mas a pessoa que lê, pode fazer a leitura com uma emoção diferente pela falta da entoação. E as figurinhas, pela expressão, transmitem isso. Então, texto e figurinha acabam se complementando.”

Uma participante do grupo etário de **20-29** deixou um comentário que complementa esse anterior: **“Gostaria de falar de como a gente evita uma briga com figurinhas ou começa ela. [...]”**. Na visão dessa participante, no *WhatsApp*, por vezes, o uso do texto escrito não proporciona aos interlocutores a possibilidade de se expressar da forma pretendida, o que

¹² Houve no formulário uma pergunta de resposta aberta: “Gostaria de adicionar alguma informação extra ou comentário?”. Apenas 21 participantes, dos 94 totais, enviaram resposta à essa pergunta. Dentre estas, algumas respostas foram elogios à pesquisa, outras foram “Não”, e ainda outras foram relato de dificuldade de envio de arquivo. Tais comentários, que não apresentaram dados para análise, não foram incorporados nesta pesquisa, mas estão disponíveis para consulta ao final do trabalho, no apêndice.

pode acarretar discussões, isto é, ruído na comunicação e, segundo ela, por meio do uso de figurinhas, essa situação poderia ser amenizada.

Participantes de várias faixas etárias enviaram diferentes figurinhas. Alguns enviaram figurinhas que utilizam para “quebrar o gelo”, figurinhas para gerar humor, outros enviaram figurinhas que utilizam no contexto de trabalho, familiar e entre amigos, e alguns enviaram suas figurinhas favoritas. Dentre todas essas categorias, não foi possível identificar um padrão, ou seja, figurinhas repetidas. Foi possível perceber que as figurinhas são recursos muito particulares e que cada um escolhe usar aquelas com as quais mais se identifica, não sendo possível perceber um padrão de figurinhas mais utilizadas por cada faixa etária, nem de figurinhas mais usadas em determinados contextos conversacionais (profissional, familiar ou entre amigos).

Quanto ao porquê de em vez de enviar uma mensagem de texto escrito em uma conversa, os usuários do *WhatsApp* enviam figurinhas, não houve na pesquisa uma pergunta com essas palavras exatas, mas, os participantes podiam adicionar comentários livres ao final, de forma opcional. As respostas obtidas nessa última pergunta foram bem diversas, e algumas foram citadas anteriormente. Parece pertinente destacar mais uma das respostas da pergunta final do formulário, de uma participante da faixa etária de **20-29** anos: **“As figurinhas são perfeitas porque a mesma figurinha pode ser usada em diferentes contextos”**. Ela destaca a versatilidade dos *stickers*, que podem ser utilizados desde contextos mais formais até informais, e por diferentes grupos etários, o que aponta para uma justificativa quanto ao uso de figurinhas em lugar de textos escritos: a sua versatilidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As figurinhas do *WhatsApp* se apresentam como um recurso com bastante potencial para ser estudado, desde o seu processo de criação até o seu uso. Neste trabalho foram estabelecidos alguns objetivos que nortearam a pesquisa. O conceito de figurinha foi apresentado, com base em alguns autores que trataram do tema, que é recente e possui escassa literatura, no momento em que esse trabalho foi escrito.

As características da troca de mensagens no *WhatsApp* foram descritas, já que a interação no aplicativo se difere da interação face a face. Também foi delimitado o viés teórico

para a conceituação de texto, bem como os processos comunicativos por imagem e não por texto escrito/digitado.

Quanto à identificação, comparação e análise das figurinhas utilizadas por cada faixa etária e cada contexto conversacional, os dados coletados não apresentaram figurinhas repetidas, que permitissem identificar um padrão em cada faixa etária e/ou contexto familiar, profissional ou entre amigos. Desta forma, a pesquisa não buscou se aprofundar nos *stickers* em si, mas no uso destes que cada participante afirmou fazer.

No que diz respeito ao objetivo geral, foram encontradas algumas dificuldades para responder ao questionamento pois foi preciso reajustar o foco ao longo da pesquisa. Notou-se que pesquisar sobre a intenção do uso de figurinhas a partir de uma pequena amostra poderia não representar de forma eficaz toda a comunidade que utiliza esse recurso. Além disso, foram poucos os dados coletados que indicavam o porquê da escolha de figurinhas no *WhatsApp* dos usuários, quando comparadas às outras perguntas do formulário. Optou-se por deixar uma pergunta no final que permitia ao participante deixar qualquer comentário sobre o tema, mas nem todos usaram esse espaço para comentar sobre a sua experiência com os *stickers*. Diante de uma redução de tempo disponível para realizar esse trabalho, isto é, de um 3º semestre letivo em um ano, decidiu-se focar mais em outros aspectos do uso de figurinhas, que não a intenção dos usuários em usá-las.

De forma análoga, outros dados coletados não foram analisados por ter sido necessário fazer um recorte mais específico na presente pesquisa. A faixa etária dos participantes, por exemplo, incluía no formulário as opções tanto abaixo de 12 anos como acima de 61, mas como não houve respostas nessa faixa etária, trabalhou-se só com quatro faixas etárias: **12-19**, **20-29**, **30-49** e **50-61**.

A pesquisa também pretendia fazer uma análise do uso de figurinhas na comunidade surda, mas apenas 2 participantes de 94 eram surdos, e por questões éticas, apenas uma resposta era válida. Pelo fato de a amostra não ser expressiva, não foi dado prosseguimento à análise de *stickers* entre surdos.

A partir dos dados coletados, a pesquisa foi capaz de identificar que um número expressivo de usuários do aplicativo *WhatsApp* se vale das figurinhas na comunicação. Também foi possível apreender algumas das razões pelas quais eles lançam mão deste recurso em detrimento do texto escrito, e em que contextos o fazem com maior frequência e espontaneidade. Futuros trabalhos na área poderão explorar mais a fundo questões como

intenção de fala e o uso dos *stickers*, bem como comparar o uso de figurinhas em diferentes línguas, ou até mesmo a posição que uma figurinha ocupa em uma conversa: se para iniciá-la, se para responder à outra figurinha, se para responder a uma mensagem escrita ou se para finalizar uma conversa. Cabe o aprofundamento nesta área, pois ainda há bastante a se analisar e que não foi proposto nesse trabalho.

Referências

CARMELINO, Ana Cristina; KOGAWA, Lídia. A intertextualidade como marca dos stickers do *WhatsApp*. 2020.

CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo. A sociedade em rede: do conhecimento à acção política. 2005.

CUSTODIO FILHO, Valdinar; ARRUDA, Débora. Os limites do (conceito de) texto: destaque para o não verbal. 2018.

FERRARI, Lilian; AVELAR, Maíra; GUEDES, Gustavo Paiva. *WhatsApp*: uma mesclagem multimodal contemporânea. 2019.

KOURY, Mauro Guilherme Pinheiro. O universo das imagens. in: *Educere et Educare* (revista de educação). 2014. Disponível em <<https://saber.unioeste.br/index.php/educereeteducare/article/view/9294/7429>> Último acesso: 10 jan.2023

LEE, J.Y., HONG, N., KIM, S., OH, J., LEE, J. Smiley face: why we use emoticon stickers in mobile messaging. *Proceedings of the 18th international conference on human-computer interaction with mobile devices and services adjunct*. 2016.

LÉVY, Pierre. A emergência do cyberspace e as mutações culturais. Palestra realizada no Festival Usina de Arte e Cultura, promovido pela Prefeitura Municipal de Porto Alegre, em Outubro, 1994. Tradução: Suely Rolnik. Revisão da tradução transcrita: João Batista Francisco e Carmem Oliveira. Disponível em: <https://centro.observatoriorh.org/sites/centro.observatoriorh.org/files/webfiles/fulltext/curso_obs/lectura5.pdf>. Último acesso em: 03 jan. 2023.

MENDES, Emilia, et. Al. *Imagem e Discurso*. 2013. FALE/UFMG, Belo Horizonte. 1ª ed.

JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. 1994. Lisboa, Ed. 70, 2007 – Digitalizado por SOUZA, R.

PEREIRA, A.; SHITSUKA, D.; PARREIRA, F.; SHITSUKA, R. *Metodologia da pesquisa científica*. 2018.1ª ed. UAB/NTE/UFSM. Universidade Federal de Santa Maria, RS.

SAMPIETRO, Agnese. Emoticonos y multimodalidade. El uso del pulgar hacia arriba em *WhatsApp*. 2016. Aposta. *Revista de Ciencias Sociales*, 69, 271-295.

SILVA et al. *Textos multimodais: um novo formato de leitura*. 2015.

SODRÉ, Camilly. A nova forma de interação através dos stickers do WhatsApp. Revista Anagrama: revista científica interdisciplinar da graduação. Ano 16. Volume 1, Janeiro-Junho de 2022

SOUSA, Cintia Maria Barbosa de. Estratégias de referenciação: análise dos stickers nas interações de universitários no *WhatsApp*. 2020

Apêndice

Tabela com as informações da pesquisa disponíveis para consulta:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1PBcVgZMKX-0JNFYSSo6I1tRv1TZL7_OT0lt92sOmOYg/edit?usp=sharing

Como consultar as informações da tabela:

A aba “0” contém todas as respostas da pesquisa na íntegra, inclusive a que não foi considerada por questões éticas nesta pesquisa, linha 94.

A aba “-1” contém as respostas da pesquisa, menos a resposta da linha 94. Todas as outras abas, com os devidos tratamentos de dados, tiveram como base a aba “-1”.

As abas numeradas “20”, “19”, etc. contém a pergunta número “20”, “19” em destaque e organizada por ordem alfabética.

As abas com “G” (G4, por exemplo), possuem, além das informações referentes àquela pergunta, um gráfico com aquelas informações. Com exceção da aba “G1”, que possui apenas o gráfico. As informações referentes à essa aba estão na aba “1”.

A aba “*Sent via wpp*” foram as figurinhas enviadas via *WhatsApp* pelos participantes que não fizeram o upload diretamente pelo formulário.

Respostas à pergunta 20 do formulário “Gostaria de adicionar alguma informação extra ou comentário?”

“Acho que as figurinhas deixam a conversa mais divertida e são uma forma de deixar os textos mais leves. Ainda poupa tempo de escrever algumas mensagens, e muitas vezes são uma forma “disfarçada” de enviar nossas opiniões sobre algo constrangedor, por exemplo”

“As figurinhas são perfeitas porque a mesma figurinha pode ser usada em diferentes contextos”

“Eu amo figurinhas. O texto pode ser escrito com uma emoção, mas a pessoa que lê, pode fazer a leitura com uma emoção diferente pela falta da entoação. E as figurinhas, pela expressão, transmitem isso. Então, texto e figurinha acabam se complementando.”

“Eu me diverti horrores respondendo esse questionário. Boa sorte no TCC! Avisa quando for a banca, quero muito ver!”

“Eu não consegui baixar as imagens das figurinhas para enviar para o questionário, visto que essas figurinhas ficam somente no WhatsApp. Em virtude disso, tirei print da tela para mostrar as figuras”

“Eu uso figurinhas o dia todo para conversar”

“Figurinha facilita bastante a comunicação, principalmente com aqueles que você tem menos afinidade ou quase não conversa.”

“Figurinhas são tudo pra mim!”

“figurinhas são tudo, foi a melhor ideia que Zap teve”

“Figurinhas são uma forma maravilhosa de comunicação, expressivas e cômicas.”

“Geralmente uso mais gifs do que figurinhas”

“Gostaria de falar de como a gente evita uma briga com figurinhas ou começa ela. Amei a pesquisa 🐱”

“Não”

“Não”

“Nao consegui anexar as figurinhas. O servidor rejeitou”

“Não consegui fazer o upload load das figurinhas desculpe”

“Não sei inserir as figurinhas”

“Raramente uso figurinhas, mas gosto das mais criativas que vejo em grupos de amigos.”

“Se possível, me mande as figurinhas que o pessoal enviou aqui, hehe.”

“Uma figurinha vale mais do que 2000 palavras! Kkk”

Gráficos

5. Com que frequência você usa figurinhas do WhatsApp para RESPONDER uma mensagem de TEXTO ESCRITO?

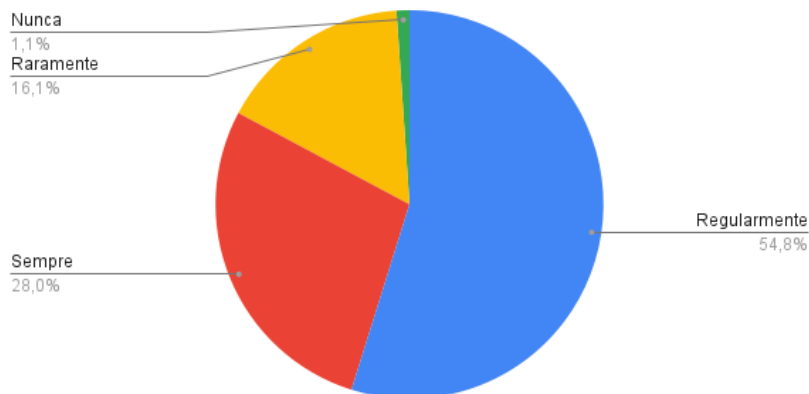


Gráfico A: Resposta com figurinha à texto escrito, todas as faixas etárias

6. Com que frequência você usa FIGURINHA do WhatsApp para RESPONDER uma FIGURINHA que foi mandada?

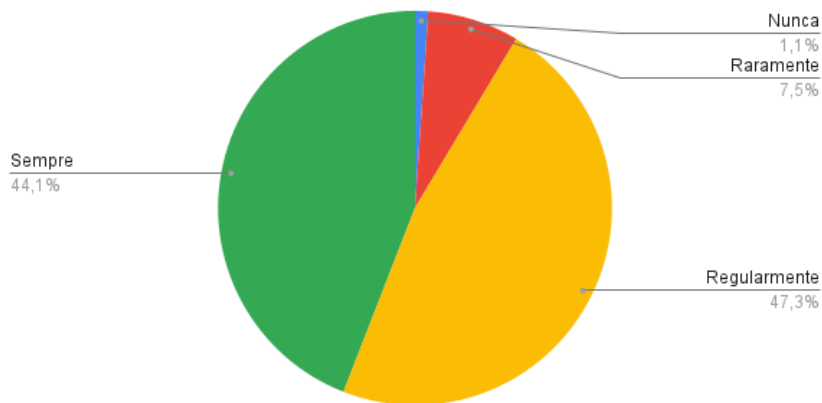


Gráfico B: Resposta com figurinha à outra figurinha, todas as faixas etárias

7. Com que frequência você usa figurinhas do WhatsApp para INICIAR uma conversa?

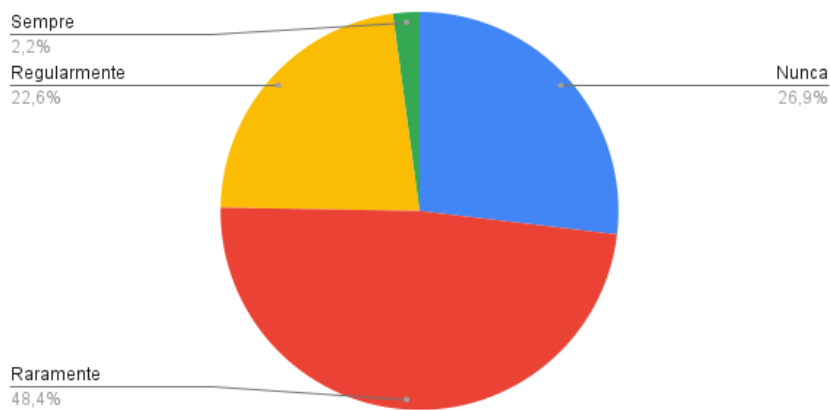


Gráfico C: Figurinhas para iniciar conversa, todas as faixas etárias

8. Com que frequência você usa figurinhas do WhatsApp para FINALIZAR uma conversa?

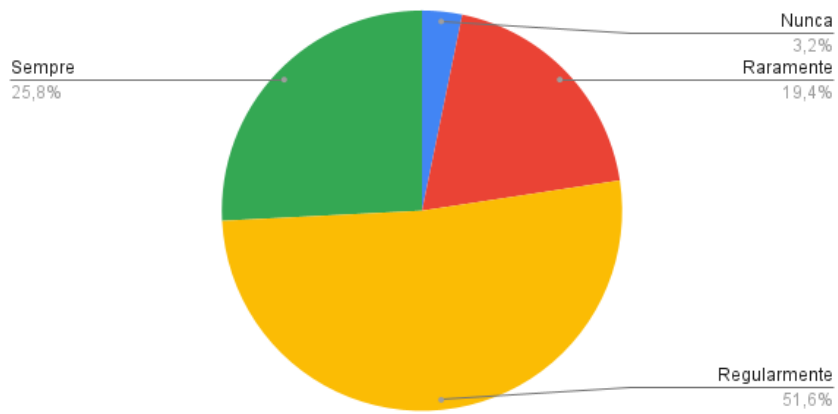


Gráfico D: Figurinhas para finalizar conversa, todas as faixas etárias

Giovana Lacerda Soares

**STICKERS/FIGURINHAS COMO RECURSOS DE MENSAGENS DE TEXTO NO
*WHATSAPP***

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado no Departamento de Línguas Estrangeiras e Tradução da Universidade de Brasília, como requisito parcial para a obtenção de grau no curso de bacharelado em Línguas Estrangeiras Aplicadas ao Multilinguismo e à Sociedade da Informação.

Brasília, 17 de fevereiro de 2023

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Cesário Alvim Pereira Filho
(Orientador)

Prof.^a Dr.^a Helena Santiago Vigata
(Examinadora)

Prof.^a Dr.^a Fernanda Alencar Pereira
(Examinadora)