



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA

Irene Graça Coelho

EMOJIS E SUAS FUNÇÕES:
ESTUDO DE *TWEETS* À LUZ DA GRAMÁTICA VISUAL

Florianópolis
2020

Irene Graça Coelho

EMOJIS E SUAS FUNÇÕES:
ESTUDO DE *TWEETS* À LUZ DA GRAMÁTICA VISUAL

Dissertação submetida ao Programa de Pós-graduação em Linguística da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito para obtenção do título de mestra em Linguística.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Leandra Cristina de Oliveira.

Florianópolis
2020

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Coelho, Irene Graça
Emojis e suas funções : estudo de tweets à luz da
Gramática Visual / Irene Graça Coelho ; orientadora,
Leandra Cristina de Oliveira , 2020.
137 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Programa de Pós
Graduação em Linguística, Florianópolis, 2020.

Inclui referências.

1. Linguística. I. , Leandra Cristina de Oliveira. II.
Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós
Graduação em Linguística. III. Título.

Irene Graça Coelho

Emojis e suas funções: estudo de *tweets* à luz da Gramática Visual

O presente trabalho em nível de mestrado foi avaliado e aprovado por banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof.^a Leandra Cristina de Oliveira, Dr.^a

Orientadora

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Prof.^a Viviane Maria Heberle, Dr.^a

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Prof.^a Lucimary Gonsalves Bajon Rodrigues, Dr.^a

Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC)

Prof.^a Carolina Parrini Ferreira, Dr.^a

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Certificamos que esta é a **versão original e final** do trabalho de conclusão que foi julgado adequado para obtenção do título de mestra em Linguística.

Coordenação do Programa de Pós-Graduação

Prof.^a Leandra Cristina de Oliveira, Dr.^a

Orientadora

Florianópolis, 2020.

Este trabalho é dedicado a Irene Duarte Carvalho,
minha mãe e meu maior exemplo.

AGRADECIMENTOS

Com muito carinho e admiração, agradeço:

Primeiramente a Deus, por ter me abençoado com o dom da vida, por colocar pessoas incríveis ao meu lado para que eu possa aprender com elas e por me dar forças todos os dias para lutar pelos meus sonhos.

À minha mãe, Irene Duarte Carvalho, por me ensinar a ser quem sou através de seus exemplos de amor, empatia, fé e resiliência.

Ao meu pai, Paulo Marcelino Coelho, por estar presente em todos os momentos da minha vida e por sempre respeitar minhas escolhas.

Ao Vinicius Rodrigues da Silva, por cuidar de mim e conseguir me fazer sorrir em todos os momentos, até mesmo nos mais difíceis.

Aos meus amigos: Gabrielli Debortoli, por me ouvir, aconselhar e sempre estar ao meu lado; Agata Lechner, pela parceria única dentro e fora da UFSC; Maria Eduarda Kretzer, pelo companheirismo sem igual; e Hernán Camilo Urón Santiago, por ter me incentivado desde o primeiro esboço da pesquisa e por compartilhar comigo várias informações interessantes sobre meu objeto.

À Kátia Linhaus, Leticia Berneira Cardozo, Leticia Melo Giacomini e Renata Santos, girassóis na minha vida, pela linda amizade construída na Pós em Linguística e por todas as nossas conversas.

À Eliane Elenice Jorge, professora de espanhol responsável pelo 8º ano do Colégio de Aplicação da UFSC, no ano de 2016, Cássia Cilene de Almeida C. Machado, professora de educação especial e Juliana Cristina Faggion Bergmann, professora orientadora das turmas de Estágio-Supervisionado I e II, pelo significativo trabalho desenvolvido em conjunto.

Aos professores dos cursos de Graduação em Letras-Espanhol e Pós-Graduação em Linguística da UFSC, pelas experiências e conhecimentos compartilhados ao longo dos anos.

À Prof^ª. Dr^ª. Leandra Cristina de Oliveira, minha orientadora, por todos os ensinamentos e oportunidades. Muito obrigada, por ter aceitado me acompanhar neste desafio e por sempre acreditar em mim.

Ao Prof. Dr. Renato Fileto, por seus valiosos aportes, na banca de qualificação, para o desenvolvimento desta pesquisa.

Às professoras da banca de defesa, Dr^ª. Viviane Maria Heberle, Dr^ª. Lucimary Gonsalves Bajon Rodrigues e Dr^ª. Carolina Parrini Ferreira pela leitura desta dissertação e significativas contribuições.

Ao CNPq, pelo apoio financeiro.



(Elaboração própria, 2020).

RESUMO

A acentuada difusão da *Internet* e das redes sociais, por meio do uso constante das Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação, propicia mudanças significativas nos modos de se expressar dos sujeitos sociais. A partir desse cenário, os objetivos centrais desta pesquisa são identificar e descrever as funções dos *emojis* no uso concreto da língua. Em consonância com esses objetivos, o presente estudo se fundamenta nos campos epistemológicos dos Multiletramentos (MARCUSCHI, 2004; MOURA; ROJO, 2012; ROJO, 2009; SIGNORINI, 1995; STREET, 1984) e das metafunções da Gramática Visual (HEBERLE, 2012; KRESS; VAN LEEUWEN, 2006; NASCIMENTO; BEZERRA; HEBERLE, 2011). A metodologia se desenvolve por meio da análise de *tweets* provenientes de dois países hispano-americanos, em decorrência do interesse da realização da pesquisa na língua de trabalho da autora, o espanhol. Os temas das duas amostras, que compõem o *corpus* analisado, são de viés político, ou seja, abarcam uma ampla dicotomia de discursos, sendo esses compartilhados de forma mais espontânea e aberta nas redes sociais. O processo de extração dos dados se realiza através da filtragem dos *tweets* no dispositivo *Twitter Search*, com as variáveis: idioma; *hashtags*; datas específicas; e “*tweets* que tiveram mais repostagens”, juntamente com a coleta manual através da ferramenta de *Print Screen*. Ao término das análises, as principais funções dos *emojis*, identificadas e descritas nesta pesquisa, são: função de representação conceitual simbólica e função de composição com o valor da informação nas posições complementares esquerda-direita, na qual os *emojis* tendem a ser usados à direita dos enunciados como uma informação “nova” e a inferir uma densa carga cultural na formulação de seus significados. Outro ponto importante, quanto à função de composição, é que a quantidade de enquadramentos depende do grau de interação entre os *tweets*, se correlacionando com a função de interação que, no *Twitter*, pode ocorrer nos planos aberto, médio ou fechado em uma escala de menor a maior interação, respectivamente. Com respeito às demais funções, verifica-se que no nível sintático os *emojis* aparecem predominantemente ao final de um enunciado completo, precedidos ou não de sinais de pontuação e seguindo uma ordem linear de tempo e ação. E no nível discursivo observa-se a recorrência do uso de *emojis* para demonstrar afeto e expressar emoções/ações, entre outras funções.

Palavras-chave: Gramática Visual. *Tweets*. *Emojis*.

ABSTRACT

The sharp spread of the Internet and social networks, through the constant use of Digital Information and Communication Technologies, provides significant changes in the social subjects' ways of expressing themselves. Under this scenario, this research aims to identify and describe the functions of emojis in the concrete use of language. In line with these central objectives, this study is based on the epistemological fields of Multiliteracies (MARCUSCHI, 2004; MOURA; ROJO, 2012; ROJO, 2009; SIGNORINI, 1995; STREET, 1984) and the Visual Grammar metafunctions (HEBERLE, 2012; KRESS; VAN LEEUWEN, 2006; NASCIMENTO; BEZERRA; HEBERLE, 2011). The methodology development is through the analysis of tweets from two Spanish-American countries, due to the interest of conducting the research in the author's working language, the Spanish language. The themes of the two samples, which compose the analyzed *corpus*, are of political bias, that is, they encompass a broad dichotomy of discourses, which are shared more spontaneously and openly in social networks. The data extraction process takes place by filtering tweets on Twitter Search device, including the following variables: language; hashtags; specific dates; and "tweets with the largest amount of retweets", besides considering a manual collection through the Print Screen tool. At the end of the analyses, the emojis' main functions are identified and described in this research, they are: symbolic conceptual representation function and composition function with the value of information in the left-right complementary positions, in which emojis tend to be used to the right side of utterances as "new" information and to infer a dense cultural burden in the formulation of their meanings. Another important point, regarding the composition function, is that the amount of frames depends on the degree of interaction between tweets, correlating with the interaction function that, on Twitter, can occur in long, medium and closed stages on a scale of smaller to greater interaction, respectively. Regarding the other functions, it turns out that at the syntactic level emojis appear predominantly at the end of a complete utterance, preceded or not by punctuation signals and following a linear order of time and action. And at the discursive level, it is observed an emoji usage recurrence to demonstrate affection and express emotions/actions, among other functions.

Keywords: Visual Grammar. Tweets. Emojis.

RESUMEN

La acentuada difusión de *Internet* y de las redes sociales, por medio del uso constate de las Tecnologías Digitales de la Información y la Comunicación, propicia cambios significativos en el modo de expresarse de los sujetos sociales. A partir de ese escenario, los objetivos centrales de esta investigación son identificar y describir las funciones de los *emojis* en el uso concreto de la lengua. En consonancia con tales objetivos, este estudio se basa en los campos epistemológicos de las Multiliteracidades/*Multiliteracies* (MARCUSCHI, 2004; MOURA; ROJO, 2012; ROJO, 2009; SIGNORINI, 1995; STREET, 1984) y de las metafunciones de la Gramática Visual (HEBERLE, 2012; KRESS; VAN LEEUWEN, 2006; NASCIMENTO; BEZERRA; HEBERLE, 2011). La metodología se desarrolla por medio del análisis de *tweets* provenientes de dos países hispanoamericanos, a causa del interés por la realización de la investigación en la lengua de trabajo de la autora, el español. Los temas de las dos muestras, que componen el *corpus* analizado, son de sesgo político, es decir, abarcan una amplia dicotomía de discursos, compartidos de forma más espontánea y abierta en las redes sociales. El proceso de extracción de los datos se realiza mediante el filtraje de los *tweets* en el dispositivo *Twitter Search*, con las variables: idioma; *hashtags*; fechas específicas y “*tweets* más compartidos”, juntamente con la recolección manual a través de la herramienta de *Print Screen*. Al final de los análisis, las principales funciones de los *emojis*, identificadas y descritas en esta investigación, son: la función de representación conceptual simbólica y la función de composición con el valor de la información en las posiciones complementarias izquierda-derecha, en la cual los *emojis* tienden a ser usados a la derecha de los enunciados como una información “nueva” y a inferir una densa carga cultural en la formulación de sus significados. Otro punto importante, en cuanto a la función de composición, es que la cantidad de encuadres depende del grado de interacción entre los *tweets*, correlacionándose con la función de interacción que, en *Twitter*, puede ocurrir en los planos abierto, medio o cerrado en una escala de menor a mayor interacción, respectivamente. Con respecto a las demás funciones, se verifica que en el nivel sintáctico los *emojis* aparecen predominantemente al final de un enunciado completo, precedidos o no de los signos de puntuación y siguiendo un orden lineal de tiempo y acción. Y en el nivel discursivo, se observa el uso constante de los *emojis* para demostrar afecto y expresar emociones/acciones, entre otras funciones.

Palabras clave: Gramática Visual. *Tweets*. *Emojis*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Exemplo de distintos <i>emojis</i> em diferentes sistemas	25
Figura 2 – Exemplo de codificação do <i>emoji</i> : <i>White Smiling Face</i> pelo Consórcio UNICODE	25
Figura 3 – Recorte dos contadores de frequência do uso de <i>emojis</i> no <i>Twitter</i>	28
Figura 4 – Exemplo de <i>emoticons</i>	29
Figura 5 – Exemplo de <i>emoji</i> ao final de um pensamento completo.....	31
Figura 6 – Exemplo de <i>emoji</i> em sequência linear de tempo e ação	32
Figura 7 – Exemplo de <i>emojis</i> em que a atitude/emoção vem antes de sua ação geradora.....	32
Figura 8 – Como as pessoas utilizam os <i>emojis</i> a partir de Schnoebelen (2012).....	33
Figura 9 – Exemplos de uso de <i>emojis</i> sem a precedência de sinais de pontuação.....	34
Figura 10 – Exemplo de uso de <i>emojis</i> entre pensamentos completos.....	34
Figura 11 – Exemplo de uso de <i>emojis</i> em ordem linear de tempo e ação.....	34
Figura 12 – Exemplo de uso de <i>emojis</i> com a emoção/ação antes da ação geradora.....	34
Figura 13 – Exemplo de uso de <i>emojis</i> para substituir palavra(s).....	35
Figura 14 – Exemplos de uso de <i>emojis</i> para expressar emoção.....	35
Figura 15 – Exemplos de uso de <i>emojis</i> para indicar afeto	35
Figura 16 – Exemplo de uso multiplicado de <i>emojis</i> para enfatizar a emoção	36
Figura 17 – Exemplo de uso de <i>emojis</i> para expressar ironia	36
Figura 18 – Supostas principais funções dos <i>emojis</i>	36
Figura 19 – Representação triádica do signo.....	40
Figura 20 – Peça publicitária do <i>Shopping</i> Rio Sul.....	44
Figura 21 – Peça publicitária do <i>Cruze Chevrolet</i> 2016.....	45
Figura 22 – Peça publicitária do <i>SuperPrix</i>	46
Figura 23 – Exemplo 1 de preservação de face	49
Figura 24 – Continuação do exemplo 1 de preservação de face	50
Figura 25 – Exemplo 2 de preservação de face	51
Figura 26 – Continuação do exemplo 2 de preservação de face	52
Figura 27 – Dimensões sintática, semântica e pragmática propostas por Morris.....	53
Figura 28 – Classificação geral das figuras retóricas	54
Figura 29 – Exemplos de mensagens com <i>emojis</i> ao final da sentença	55
Figura 30 – Exemplos de mensagens com <i>emojis</i> substituindo palavras	55

Figura 31 – Exemplos de mensagens com <i>emojis</i> substituindo palavras	56
Figura 32 – Exemplo de metáfora no uso de <i>emojis</i> nas mensagens.....	56
Figura 33 – Padrões retóricos de uso dos <i>emojis</i> nos anúncios digitais	57
Figura 34 – Exemplos de usos complementar, essencial por substituição e essencial sem substituição	58
Figura 35 – Exemplo de pedidos de desculpa após recusas explícitas.....	60
Figura 36 – Exemplo de pedidos de desculpa sem recusas explícitas.....	61
Figura 37 – Recorte de manchetes sobre as declarações da RAE quanto ao uso de <i>emojis</i>	63
Figura 38 – <i>Tweet</i> gerador das notícias sobre o posicionamento da RAE	64
Figura 39 – Desdobramentos do <i>tweet</i> da RAE sobre o uso dos <i>emojis</i>	65
Figura 40 – Comentários sobre o inesperado posicionamento da RAE	66
Figura 41 – Dúvida de 2017 quanto ao uso dos <i>emojis</i> e o equívoco cometido na terminologia	67
Figura 42 – Dúvida sobre a aplicação terminológica da palavra <i>emoji</i>	68
Figura 43 – Dúvida sobre a aplicação terminológica da palavra <i>emoji</i>	69
Figura 44 – Dúvida sobre a aplicação terminológica da palavra <i>emoji</i>	69
Figura 45 – Exemplos de uso dos <i>emojis</i> sugeridos pela RAE	70
Figura 46 – Esquema triádico dos Multiletramentos.....	73
Figura 47 – Metafunções da Gramática Visual	77
Figura 48 – Tipos da função de representação narrativa	78
Figura 49 – Tipos da função de representação conceitual.....	79
Figura 50 – Interface do <i>Twitter Search</i>	86
Figura 51 – Exemplo de <i>tweets</i> com uso de linguagem escrita, <i>emojis</i> e fotos (dado M10)....	87
Figura 52 – Exemplo de <i>tweets</i> com uso de linguagem escrita, <i>emojis</i> e vídeo (dado M1)....	88
Figura 53 – Exemplo 1 de representação conceitual classificatória dos <i>emojis</i> (dado V15)....	93
Figura 54 – Exemplo 2 de representação conceitual classificatória dos <i>emojis</i> (dado V25)....	93
Figura 55 – Exemplo 3 de representação conceitual classificatória dos <i>emojis</i> (dado V54)....	94
Figura 56 – Exemplo 1 de representação conceitual analítica dos <i>emojis</i> (dado M14).....	94
Figura 57 – <i>Tweet</i> fonte (dado V45) para inferências do exemplo 2	95
Figura 58 – Exemplo 2 de representação conceitual analítica dos <i>emojis</i> (dado V45-C16)	95
Figura 59 – Exemplo 1 de representação conceitual simbólica dos <i>emojis</i> (dado M22).....	96
Figura 60 – Exemplo 2 de representação conceitual simbólica dos <i>emojis</i> (dado V2)	96
Figura 61 – Continuação do exemplo 2 (dado V2-C2)	97
Figura 62 – Exemplo 1 de representação narrativa de ação dos <i>emojis</i> (dado V3-C1).....	98

Figura 63 – Exemplo 2 de representação narrativa de ação dos <i>emojis</i> (dado V54-C10).....	99
Figura 64 – Exemplo 1 de representação narrativa de reação dos <i>emojis</i> (dado M15-C2)	99
Figura 65 – Exemplo 2 de representação narrativa de reação dos <i>emojis</i> (dado V45-C4).....	100
Figura 66 – Funções de interação no <i>Twitter</i>	102
Figura 67 – Exemplo de plano aberto no <i>Twitter</i>	103
Figura 68 – Exemplo de plano médio no <i>Twitter</i>	103
Figura 69 – Exemplo 1 de plano fechado no <i>Twitter</i> (dados M15-C1 e M15-C2).....	104
Figura 70 – Exemplo 2 de plano fechado no <i>Twitter</i> (dado V54-C2).....	104
Figura 71 – Exemplo de saliência no uso de <i>emojis</i> (dado V7-C1)	108
Figura 72 – Exemplo de enquadramento (desconexão entre os comentários)	110
Figura 73 – Exemplo de uso de <i>emojis</i> ao final de pensamentos completos (dados V54-C2-C3).....	111
Figura 74 – Exemplo de uso de <i>emojis</i> em sequência linear de tempo e ação, em que a emoção vem antes da ação motivadora (dado V45-C4)	111
Figura 75 – Exemplo 1 do uso de <i>emojis</i> como marcadores (dado V7).....	117
Figura 76 – Exemplo 2 do uso de <i>emojis</i> como marcadores (dado V47).....	118

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – <i>Top 10 dos emojis</i> mais utilizados pelos usuários do <i>Twitter</i> nos últimos seis anos	26
Quadro 2 – <i>Ranking</i> dos <i>emojis</i> mais usados nos <i>tweets</i> desta pesquisa – México.....	26
Quadro 3 – <i>Ranking</i> dos <i>emojis</i> mais usados nos <i>tweets</i> desta pesquisa – Venezuela	27
Quadro 4 – Resumo das características que distinguem <i>emoticons</i> com e sem narizes.....	30
Quadro 5 – Dissertações de Mestrado no Banco da CAPES (entre os anos de 2017 e 2018)..	37
Quadro 6 – Classificação das peças do <i>corpus</i> de Terra (2018).....	38
Quadro 7 – As relações triádicas do signo	40
Quadro 8 – Preferências de cor a partir da faixa etária, segundo Bamz (1980)	43
Quadro 9 – Amostra M (<i>#RevoluciónMexicana</i> e <i>#TomadeProtesta</i>)	88
Quadro 10 – Amostra V (<i>#23Ene</i> e <i>#GritemosConBrio</i>)	89
Quadro 11 – Amostra V: <i>tweets</i> com <i>emojis</i> e seus comentários.....	91

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Valores paramétricos da carta privada	22
Gráfico 2 – Valores paramétricos dos <i>tweets</i>	23
Gráfico 3 – Porcentagem de <i>emoticons</i> com e sem narizes no estudo de Schnoebelen	30
Gráfico 4 – Funções de representação dos <i>emojis</i> nos <i>tweets</i> (México)	101
Gráfico 5 – Funções de representação dos <i>emojis</i> nos <i>tweets</i> (Venezuela).....	101
Gráfico 6 – Funções de composição dos <i>emojis</i> nos <i>tweets</i> (México)	106
Gráfico 7 – Funções de composição dos <i>emojis</i> nos <i>tweets</i> (Venezuela).....	107
Gráfico 8 – Posições sintáticas dos <i>emojis</i> nos <i>tweets</i> (México).....	112
Gráfico 9 – Posições sintáticas dos <i>emojis</i> nos <i>tweets</i> (Venezuela).....	113
Gráfico 10 – Funções discursivas dos <i>emojis</i> nos <i>tweets</i> (México)	115
Gráfico 11 – Funções discursivas dos <i>emojis</i> nos <i>tweets</i> (Venezuela).....	116

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	17
2	O OBJETO	20
2.1	<i>TWITTER: “O QUE ESTÁ ACONTECENDO?”</i>	20
2.1.1	<i>Tweets e sua tendência à imediatez comunicativa</i>	21
2.2	AFINAL, O QUE SÃO OS <i>EMOJIS</i> ?	24
2.2.1	Diferença terminológica entre <i>emojis</i> e <i>emoticons</i>	28
2.3	ESTUDOS SOBRE AS FUNÇÕES SINTÁTICAS E DISCURSIVAS DOS <i>EMOJIS</i>	29
2.4	PESQUISAS PUBLICADAS NO BANCO DA CAPES SOBRE O USO DE <i>EMOJIS</i>	37
2.5	TRABALHOS PUBLICADOS NA PLATAFORMA SCIELO SOBRE O USO DE <i>EMOJIS</i>	59
2.6	<i>REAL ACADEMIA ESPAÑOLA</i> (RAE) A TENTATIVA DE PRESCREVER UM USO NORMATIVO DOS <i>EMOJIS</i> NOS <i>TWEETS</i>	63
3	REFERENCIAL TEÓRICO	72
3.1	OS MULTILETRAMENTOS NAS INTERAÇÕES SOCIAIS.....	72
3.2	AS METAFUNÇÕES DA GRAMÁTICA VISUAL.....	75
4	METODOLOGIA.....	83
4.1	DAS CARACTERÍSTICAS DAS AMOSTRAS E DO CONTROLE DE VARIÁVEIS.....	84
4.2	DA CONSTITUIÇÃO DO <i>CORPUS</i>	86
5	ANÁLISE	92
5.1	FUNÇÕES DE REPRESENTAÇÃO DOS <i>EMOJIS</i>	92
5.1.1	Representação conceitual dos <i>emojis</i>	92
5.1.1.1	<i>Representação conceitual classificatória dos emojis</i>	93
5.1.1.2	<i>Representação conceitual analítica dos emojis</i>	94
5.1.1.3	<i>Representação conceitual simbólica dos emojis</i>	96
5.1.2	Representação narrativa dos <i>emojis</i>.....	97

5.1.2.1	<i>Representação narrativa de ação dos emojis</i>	98
5.1.2.2	<i>Representação narrativa de reação dos emojis</i>	99
5.1.2.3	<i>Representação narrativa mental dos emojis</i>	100
5.1.2.4	<i>Representação narrativa verbal dos emojis</i>	100
5.1.3	Quantificação das funções de representação dos <i>emojis</i> nos <i>tweets</i>	100
5.2	FUNÇÕES DE INTERAÇÃO NO <i>TWITTER</i>	102
5.3	FUNÇÕES DE COMPOSIÇÃO DOS <i>EMOJIS</i>	105
5.3.1	Valor da informação dos <i>emojis</i>	105
5.3.2	Saliência dos <i>emojis</i>	108
5.3.3	Enquadramento dos <i>tweets</i>	109
5.4	FUNÇÕES SINTÁTICAS DOS <i>EMOJIS</i>	110
5.5	FUNÇÕES DISCURSIVAS DOS <i>EMOJIS</i>	114
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	119
	REFERÊNCIAS	121
	APÊNDICE A – <i>Ranking</i> completo dos <i>emojis</i> mais usados nos <i>tweets</i> desta pesquisa – Venezuela	125
	APÊNDICE B – Identificação dos dados, segundo a função de representação dos <i>emojis</i>	127
	APÊNDICE C – Identificação dos dados, segundo a função de composição dos <i>emojis</i>	131
	APÊNDICE D – Identificação dos dados, segundo a posição sintática dos <i>emojis</i>	133
	APÊNDICE E – Identificação dos dados, segundo a função discursiva dos <i>emojis</i>	136

1 INTRODUÇÃO

Nesta etapa preliminar, uma das primeiras menções que nos parece conveniente explicitar é o contexto em que surge a pesquisa aqui proposta. O delineamento inicial deste estudo ocorre no ano de 2016, durante a realização da disciplina de Estágio Supervisionado II referente ao curso de Licenciatura em Letras-Espanhol, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), no qual como aluna-estagiária fiquei responsável pela unidade *Lo nuevo y lo antiguo en convivencia: e-mail, móvil, chat, blog...* do livro didático *Cercanía* (ALBA; CHAVES; COIMBRA, 2012) utilizado pelo 8º ano do Ensino Fundamental II do Colégio de Aplicação/UFSC.

Ao longo do planejamento das aulas e com a ajuda de minha professora supervisora, sugeri a resignificação da referida unidade do livro para uma sequência didática centrada nas redes sociais, pois a proposta norteadora do material didático era justamente a de promover uma reflexão-crítica sobre a linguagem na *Internet*. Dessa forma, contemplamos a vertente da linguagem visual representada, nesse caso específico, pelo uso dos *emojis*¹.

Cumpramos ressaltar que uma das considerações mais enriquecedoras dessa vivência em sala de aula diz respeito à “ruptura” do uso naturalizado que fazemos dos *emojis* em nosso dia a dia, lançando mão desse recurso para expressar nossas ideias, mas sem refletirmos de fato sobre quais as funções desses signos nos enunciados comunicativos.

A partir de tal cenário, tem-se como objetivos gerais nesta pesquisa: (i) identificar e descrever as funções dos *emojis* no uso concreto da língua; e (ii) compreender a estrutura multimodal dos *tweets* desde os princípios da Gramática Visual. Atrelados a esses propósitos, encontra-se o objetivo específico de: (i) observar regularidades sintáticas e discursivas no uso de *emojis* em *tweets* publicados em português e espanhol.

Em diálogo com os objetivos elencados, nossas questões de pesquisa são: (i) desde a perspectiva da Gramática Visual, os *emojis* tendem a desempenhar quais funções de representação e de composição nos *tweets*? (ii) Como se desenvolve a função de interação multimodal no *Twitter*? (iii) E quais as principais funções sintáticas e discursivas dos *emojis*?

Na intenção de que conheçamos melhor o que são de fato os *emojis* para, então, questionarmos o uso atribuído a eles nos diferentes atos comunicativos, no Capítulo 2,

¹ Para maiores detalhes sobre essa experiência didático-pedagógica, sugerimos a leitura de Coelho (2019).

apresentamos brevemente nosso objeto de investigação e sua respectiva definição terminológica; resenhamos estudos sobre as funções sintáticas e discursivas dos *emojis*, e outros sobre o tema dentro do âmbito da linguagem de modo geral, como pesquisas de Mestrado disponibilizadas no Banco de Dissertações e Teses da CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) e artigos publicados na plataforma SciELO (*Scientific Electronic Library Online*). Ao final desse capítulo, também discorreremos sobre a tentativa da *Real Academia Española* (RAE) de prescrever um uso normativo desses signos no ambiente digital.

Em consonância com as questões de pesquisa e os objetivos supracitados, desenvolvemos este estudo a partir dos campos epistemológicos dos Multiletramentos (MARCUSCHI, 2004; MOURA; ROJO, 2012; ROJO, 2009; SIGNORINI, 1995; STREET, 1984) e das metafunções da Gramática Visual (HEBERLE, 2012; KRESS e VAN LEEUWEN, 2006; NASCIMENTO; BEZERRA; HEBERLE, 2011), ambos abordados com maiores detalhes no Capítulo 3.

O processo metodológico, contemplado no Capítulo 4, parte de um *corpus* compilado especificamente para esta pesquisa, no qual é recorrente o objeto de interesse. Trata-se do recorte de temáticas polêmicas que, a nosso ver, estimulam os sujeitos-falantes a expressarem suas opiniões, recorrendo ainda a signos capazes de expressar emoções (além de outras funcionalidades), como os *emojis*.

Os temas escolhidos, entre os *Trendings Topics* do *Twitter*, são o ato de posse do presidente mexicano Andrés Manuel López Obrador, no final de 2018, e as manifestações populares venezuelanas contra o governo de Nicolás Maduro, no início de 2019. Vale destacar que a escolha contextual da análise de *tweets* provenientes de dois países hispano-americanos, se dá em decorrência de meu interesse pelo desenvolvimento desta pesquisa em minha língua de trabalho, o espanhol.

No que se refere à extração dos dados, essa é realizada manualmente (*Print Screens* de *tweets*) e com o auxílio do dispositivo *Twitter Search*, através das variáveis: idioma (espanhol); *hashtags* (*#RevoluciónMexicana* e *#TomadeProtesta*; *#23Ene* e *#GritemosConBrio*); datas (01 a 02 de dezembro de 2018; 23 a 24 de janeiro de 2019, respectivamente); e “*tweets* que tiveram mais repostagens”.

Após a constituição de nosso *corpus*, realizamos, no decorrer do Capítulo 5, a identificação e a descrição das funções desempenhadas pelos *emojis* no uso concreto da língua à luz da teoria epistemológica da Gramática Visual de Krees e van Leeuwen (2006). Além do

cotejamento entre os resultados encontrados e os apontados por outros estudiosos (PAIVA, 2016; SCHNOEBELEN, 2012).

E nas considerações finais, Capítulo 6, recuperamos as perguntas formuladas no início desta pesquisa e sintetizamos os resultados obtidos em diálogo com algumas das conjecturas formuladas ao longo do texto. Por fim, refletimos sobre a trajetória da pesquisa, dificuldades encontradas e possíveis desdobramentos futuros.

2 O OBJETO

A necessidade de interagir com o *outro*, por questões de sobrevivência, foi o que motivou a criação de uma ou mais linguagens. Desde tempos remotos, a humanidade vem elaborando diversos sistemas de escritas simbólicas, um bom exemplo disso são os hieroglíficos dos antigos povos egípcios. Nesse sentido e de acordo com os estudos de Kadota (2009, p. 65), o sujeito sócio-histórico-cultural encontra novas formas de organizar e transmitir as informações com a representação de palavras por meio de outros signos, o que amplia e dinamiza as possibilidades de interação social.

Nesta pesquisa, assumimos que a expansão acentuada da *Internet* e das redes sociais possibilita, no meio digital, um universo multissemiótico de novas formas de se estar-no-mundo, isto é, de nos expressarmos e comunicarmos através de linguagens cada vez mais plurais. No que concerne à linguagem não-verbal empregada no ambiente das redes sociais, há uma ampla variedade de recursos destinada às representações visuais, como: *gifs*, *stickers*, *emoticons*... *emojis*, entretanto, o foco de nosso estudo recai, especificamente, sobre esse último.

2.1 TWITTER: “O QUE ESTÁ ACONTECENDO?”

A rede social *Twitter* foi criada no ano de 2006 por quatro desenvolvedores de *softwares* norte-americanos: Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass. Inicialmente, a ideia de seus fundadores era a de que o *Twitter* atuasse como uma espécie de “SMS² da *Internet*” que englobasse os assuntos mais relevantes do “aqui e agora” (SMAAL, 2010, s.p.), o que resultou em seu respectivo *slogan*: “*What's happening?*”, isto é, “O que está acontecendo?”.

No sentido de se caracterizar como uma rede social de mensagens curtas, o *Twitter* desde sua criação limitou a quantidade de caracteres por *tweet* ao total de 140. Contudo, em 2017, a empresa oficializou a duplicação desse número para 280, na tentativa de expandir o uso do *Twitter* em culturas nas quais o número restrito de 140 caracteres não era suficiente para que as pessoas pudessem se expressar.

Nessa perspectiva, vale ressaltar que o ponto motivador de nossa escolha por esta rede social foi justamente a concepção do *Twitter* como um dispositivo comunicativo de massa,

² SMS: *Short Message Service* ou Serviço de Mensagens Curtas em português.

particularmente capaz por sua estrutura de mensagens curtas e de rápida propagação, pois tal delimitação sintática promove uma necessidade funcional do uso de *emojis* com o intuito de condensar ou enfatizar opiniões. Além de incitar a realização de uma linguagem com fortes traços de oralidade, estimulando a compreensão dos *tweets* como textos mais próximos da *imediatez* comunicativa dentro do contínuo entre o escrito-oral, inferido por Koch e Oesterreicher (2007), e descrito por nós ao longo da próxima subseção.

2.1.1 *Tweets* e sua tendência à *imediatez* comunicativa

Ao se configurarem como uma espécie de *chat* aberto, os *tweets* promovem uma interação social simultânea que tende à informalidade, menor monitoração e fluidez na difusão de informações, características que também integram o campo da oralidade, ou seja, de uma linguagem em seu estado primeiro de produção (MARCUSCHI, 2004, p. 26).

De acordo com Koch e Oesterreicher (2007), quanto mais próximo um texto estiver do polo da máxima *imediatez* comunicativa³, maior será sua concepção como um gênero falado, ou melhor, oral. De igual forma, quanto mais perto do polo da máxima distância comunicativa, maior será a concepção desse texto como um gênero escrito (KOCH; OESTERREICHER, 2007, p. 30).

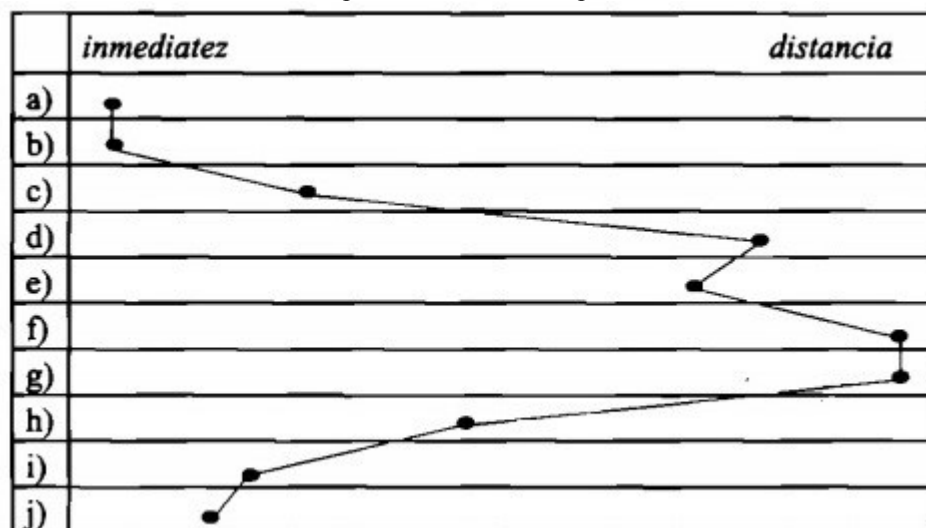
Desse modo, alguns fatores são imprescindíveis na/para a caracterização de uma comunicação linguística, como: a percepção do meio e a noção de concepção. Koch e Oesterreicher (2007) sugerem que o meio tende a ser discreto, ou seja, sonoro ou gráfico, enquanto que a concepção teria uma natureza mais inconstante, podendo variar entre configurações linguísticas orais e/ou escritas (KOCH; OESTERREICHER, 2007, p. 21). A partir de tal aspecto “flutuante” da noção de concepção, seria possível inferir uma hibridez ou um contínuo entre o escrito-oral/oral-escrito.

Na esteira dessa reflexão, outros fatores também são condicionantes na/para a caracterização das realizações linguísticas, tais como: a) grau de privacidade, que se refere ao caráter mais ou menos público da comunicação; b) grau de familiaridade entre os interlocutores, que depende, entre outras coisas, da experiência comunicativa prévia em conjunto, ou seja, do conhecimento compartilhado; c) grau de implicação emocional, que

³ Termo empregado a partir da tradução ao espanhol do debate teórico proposto por Koch e Oesterreicher (2007) sobre o contínuo entre a *distancia* e a *imediatez comunicativa*.

tende a ser regido pela afetividade entre os interlocutores e/ou pela expressividade do objeto gerador da comunicação; d) grau de ancoragem dos atos comunicativos na situação ou na ação; e) campo referencial, a distância dos objetos e pessoas referidos em relação ao ponto de origem da enunciação; f) *inmediatez* física entre os interlocutores (comunicação face a face); g) grau de cooperação, que é medido segundo as possibilidades de intervenção dos receptores na produção do discurso; h) grau de dialogicidade, em que são determinantes a possibilidade e a frequência da participação espontânea do interlocutor; i) grau de espontaneidade da comunicação; j) grau de fixação temática (KOCH; OESTERREICHER, 2007, p. 26-27).

Gráfico 1 – Valores paramétricos da carta privada



Fonte: Koch e Oesterreicher (2007, p. 28).

A modo de exemplificar o processo de caracterização da comunicação linguística proposto por Koch e Oesterreicher (2007), apresentamos o Gráfico 1 acima. A partir das informações contidas no gráfico, podemos inferir que a tendência averiguada em uma carta privada é: a) ter maior grau de privacidade⁴ ao ser destinada, normalmente, a uma só pessoa; b) ter maior grau de familiaridade entre os interlocutores; c) maior implicação emocional; d) menor ancoragem, pois o ato comunicativo não se realiza exatamente no momento da ação em si; e) menor campo referencial, já que geralmente os referentes se encontram distantes do ato enunciativo; f) menor *inmediatez* física; g) menor grau de cooperação, ou seja, não se prevê a

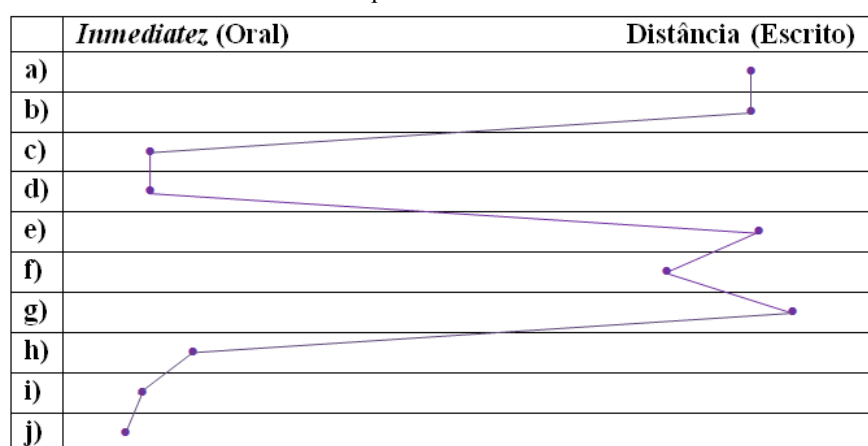
⁴ Na tradução para o espanhol do texto de Koch e Oesterreicher (2007) o fator “a” foi traduzido como *grado de publicidad*, porém compreendemos que o termo *grado de privacidad* seria mais adequado e condizente com as explicações desenvolvidas pelos autores ao longo da análise do Gráfico 1. Por tal razão e para não causar problemas de interpretação de nossos leitores, assumimos desde o princípio o termo como “grau de privacidade”.

interposição da voz do leitor; h) maior grau de dialogicidade, pois se infere uma resposta do destinatário; i) maior grau de espontaneidade; j) maior grau de fixação temática. Logo, uma carta privada tende mais para o polo da *imediatez* comunicativa, ou em outras palavras, da oralidade.

Cumpramos ressaltar que apesar da *imediatez* física entre os interlocutores de uma carta privada ser menor, há uma maior aproximação desse gênero do polo da *imediatez* comunicativa quando, por exemplo, na dramaturgia uma carta é narrada na voz do enunciador e não do leitor.

Dimensionando o debate ao objeto de estudo aqui em consideração, observamos que os referidos valores paramétricos descritos por Koch e Oesterreicher (2007) ancoram, em certa medida, a interpretação de gêneros discursivos que contemplam até mesmo interações não previstas pelos autores em 1990, ano da publicação original em alemão desse estudo. Como seria o caso dos *tweets* compartilhados na rede social *Twitter* que, como vimos no início da seção 2.1, foi criado somente no ano de 2006.

Gráfico 2 – Valores paramétricos dos *tweets*



Fonte: Elaboração própria, com base em Koch e Oesterreicher (2007, p. 28).

Em consonância com o exposto, elaboramos o Gráfico 2 para ilustrarmos como interpretamos os valores paramétricos nos *tweets*: a) o grau de privacidade depende se o *tweet* está categorizado na configuração do usuário (emissor da mensagem) como público ou privado, os *tweets* que compõem o *corpus* de nosso estudo estão classificados como públicos, o que os coloca mais à direita no polo da distância comunicativa; b) menor grau de familiaridade entre os interlocutores, uma vez que nem sempre os interlocutores compartilham dos mesmos conhecimentos prévios, mantendo os *tweets* mais próximos ao

polo da distância; c) maior grau de implicação emocional com o objeto de comunicação, principalmente com aqueles situados nos *Trending Topics*, logo mais à esquerda no polo da *immediatez* comunicacional; d) maior grau de ancoragem, em geral, a publicação dos *tweets* tende a ocorrer no momento do evento comunicativo, localizando-os mais à esquerda do contínuo entre *immediatez* e distância; e) menor campo referencial, uma vez que o enunciador se posiciona sobre um referente não tão imediatamente próximo e tangível por ele, deslocando os *tweets* mais para o polo da distância; f) menor *immediatez* física, mantendo os *tweets* mais à direita no polo da distância desse contínuo; g) menor grau de cooperação, pois, assim como na carta privada, não se prevê a interposição de vozes, posicionando os *tweets* mais próximos da distância comunicativa; h) maior grau de dialogicidade através dos *tweets* respostas, dirigindo os *tweets* à esquerda no polo da *immediatez*; i) maior grau de espontaneidade por ser uma interação social simultânea que tende a uma informalidade, menor monitoração e fluidez na difusão de informações, permanecendo os *tweets* mais à esquerda no polo da *immediatez* comunicacional; e j) maior grau de fixação temática, pois os emissores dos *tweets* podem alterar o tópico conversacional, sem necessariamente desvinculá-lo por completo, situação mais à esquerda do contínuo entre *immediatez* e distância. Portanto, a predisposição averiguada nos valores paramétricos dos *tweets* indica que esse gênero discursivo se localiza mais à esquerda, ou seja, próximo ao polo da *immediatez* comunicativa.

Outro ponto importante, sobre o qual gostaríamos de expandir nossas reflexões, seria sobre o item “f” *immediatez* física. Desde o nosso ponto de vista, os gêneros discursivos concebidos pelas/nas redes sociais rompem com a rigidez da fronteira entre o físico e o não físico, uma vez que esses tendem a incitar respostas com uma *immediatez* temporal tal qual uma conversa realizada face a face.

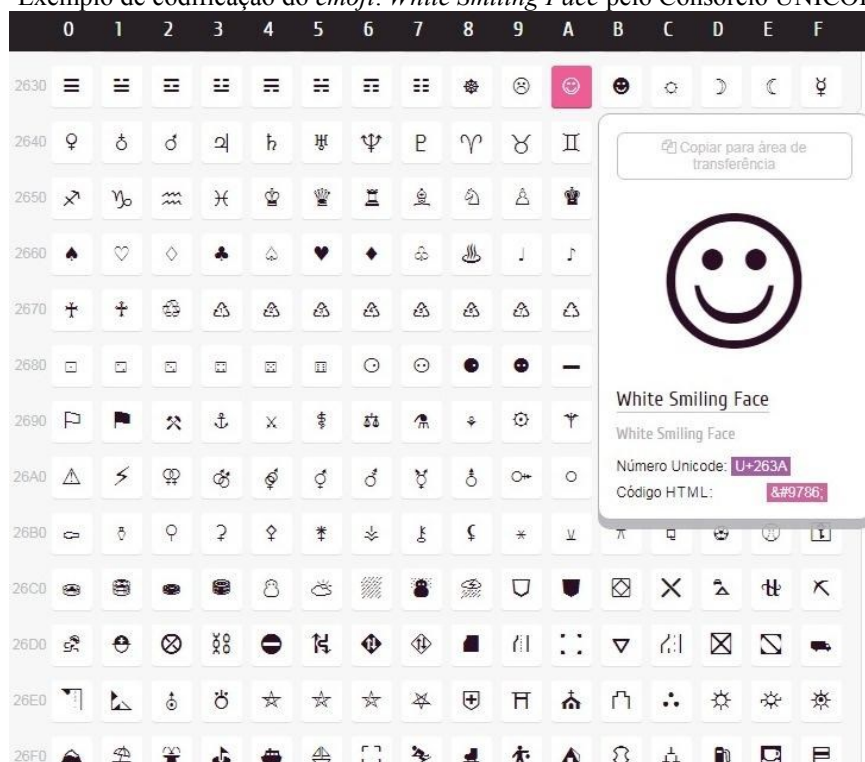
A partir dessas considerações, podemos compreender que os *tweets* são compartilhados no meio gráfico e constituídos, em termos de concepção, por uma hibridez escrito-oral que revela sua tendência à *immediatez* comunicativa.

2.2 AFINAL, O QUE SÃO OS EMOJIS?

Os *emojis* [(e) “imagem” (*moji*) em “caractere”] são conjuntos de signos (Figura 1) cuja codificação está padronizada pelo Consórcio UNICODE (Figura 2), desde outubro de 2010 (ÁVILA, 2014, s.p.). A criação dos primeiros 176 *emojis* ocorre no Japão pelo designer de interface Shigetaka Kurita, no ano de 1999.

Figura 1 – Exemplo de distintos *emojis* em diferentes sistemas

Fonte: Ávila (2014, s.p.).

Figura 2 – Exemplo de codificação do *emoji*: *White Smiling Face* pelo Consórcio UNICODE

Fonte: Unicode® Tabela de caracteres⁵ (2019, s.p.).

Em 2019, existem 3.019 *emojis* (Unicode v.12.0, março de 2019), que contemplam inclusive variações de um mesmo *emoji* referentes às cores de pele e gêneros, organizados em

⁵ Unicode® Tabela de caracteres: <https://unicode-table.com/pt/#miscellaneous-symbols>

oito categorias: Sorrisos e Pessoas; Animais e Natureza; Comida e Bebida; Atividades; Viagens e Lugares; Objetos; Símbolos; e Bandeiras (LEITE, 2018, p. 93).

Quadro 1 – Top 10 dos *emojis* mais utilizados pelos usuários do *Twitter* nos últimos seis anos

Emoji	Nome	Como é usado
😂	Face With Tears of Joy (Chorando de rir)	Para deixar claro que algo é muito engraçado
❤️	Red Heart (Coração vermelho)	Para demonstrar amor
♻️	Recycling Symbol (Símbolo da reciclagem)	Para demonstrar que algo pode ser reciclado
😍	Smiling Face With Heart-Eyes (Rosto sorrindo com olhos de coração)	Para mostrar que a pessoa está apaixonada por algo ou alguém. Normalmente é usado como sinônimo de "eu te amo" ou "eu amo isso"
♥️	Heart Suit (Variações do emoji de coração)	Para demonstrar amor
😭	Loudly Crying Face (Chorando alto)	Para demonstrar muita tristeza
😊	Smiling Face With Smiling Eyes (Sorrindo)	Para demonstrar felicidade e satisfação
😞	Unamused Face (Descontente)	Para demonstrar irritação, desinteresse ou desaprovação
💕	Two Hearts (Dois corações)	Geralmente é usado como sinônimo de "o amor está no ar"
😘	Face Blowing a Kiss (Mandando beijos)	Geralmente é usado para se despedir com carinho

Fonte: Loubak (2019, s.p.), com base no relatório realizado por *We Are Social* e *Hootsuite*.



Em fevereiro de 2019, o *Twitter* divulga um relatório, realizado pela agência *We Are Social* em parceria com a plataforma *Hootsuite*, sobre os 30 *emojis* mais populares entre os usuários dessa rede social (Quadro 1). Em primeiro lugar está a “carinha chorando de rir” usada aproximadamente 2,291 bilhões de vezes nos últimos seis anos. E na segunda posição do *ranking* encontra-se o clássico “coração vermelho”, que foi postado cerca de 1,097 bilhões de vezes no mesmo período (PIN, 2019, s.p.). É possível que o uso expressivo do *emoji* de “carinha chorando de rir” seja motivado pelo fato de esse signo representar o ato de rir e que a quantidade de tal *emoji* empregada no enunciado discursivo expresse a intensidade da risada.

Quadro 2 – Ranking dos *emojis* mais usados nos *tweets* desta pesquisa – México

Ordem	Emoji	Quantas vezes este <i>emoji</i> aparece nos <i>tweets</i>
1°	🇲🇽	5
2°	❤️	3
2°	😭	3
3°	⚠️	1
3°	🔥	1
3°	💥	1
TOTAL GERAL DE EMOJIS		14

Fonte: Elaboração própria (2020).

Quadro 3 – *Ranking dos emojis mais usados nos tweets desta pesquisa – Venezuela*

Ordem	Emoji	Quantas vezes este emoji aparece nos tweets
1º		52
2º		26
3º		23
4º		16
5º		13
6º		12
7º		10
7º		10
8º		7
8º		7
8º		7
9º		6
10º		5
10º		5
TOTAL GERAL DE EMOJIS		286

Fonte: Elaboração própria (2020).

Nos Quadros 2 e 3, apresentamos os *rankings* dos *emojis* mais usados em nossas duas amostras. Em ambos, os *emojis* da bandeira de cada respectivo país (México e Venezuela) ocupam o primeiro lugar, seguidos pelo *emoji* “coração vermelho” e de outros *emojis*. Dessa forma, observamos a recorrência do *emoji* “coração vermelho” como um dos *emojis* mais usados no *Twitter*, possivelmente por inferir uma alta carga cultural ao simbolizar o afeto/amor que uma pessoa sente em relação a algo ou alguém. Os *emojis* “mãos juntas” e uma variação de “carinha chorando” foram usados com uma acentuada frequência na amostra referente aos protestos venezuelanos de 23 de janeiro de 2019, o que talvez indique um desejo por mudança e ao mesmo tempo tristeza pela violência praticada em tais manifestações populares.

Outro ponto importante a mencionar diz respeito à existência de ferramentas de acesso público, nas quais podemos verificar a utilização em tempo real de todos os *emojis* que estão sendo enviados na plataforma do *Twitter*. Possivelmente, o exemplo mais relevante desse tipo de dispositivo de monitoramento seja o *Emojitracker* (Figura 3) em que cada *emoji* possui um contador sincrônico ao seu lado e todos estão organizados numa escala de alta a baixa frequência de uso.

Figura 3 – Recorte dos contadores de frequência do uso de *emojis* no *Twitter*

2395147796	1150830579	961980301	876962285	711355069	699907724	587258517	483353053	461184372	445880811
402800207	371584382	344564766	339468195	330711876	318152385	278682386	241096365	228129447	223298870
218678433	217571064	216108767	214189739	210971213	209075595	205790932	190664418	185348103	183639836
180837313	178557761	170302486	169599117	166925332	162605685	160989892	154611102	154536551	153403539
142141164	139612207	137048182	136167903	134600214	128303679	126364216	125529309	123430252	117577560
114222605	112077274	108513963	103898064	103751574	102951869	102166326	101802255	97376330	96885692
95900654	93928170	93741539	93110440	91534890	90245098	90116030	89923011	86666353	86113330
82314935	81730541	81457467	80286795	79824808	77533912	73639034	73326749	72414001	72342868
72170922	70988535	69768629	64683377	64665079	64663140	64190627	61969262	60598342	60022155
59217433	57987925	55120901	51514495	50378030	48092009	47940142	47565381	47224046	46140505
43178772	42275666	42242133	42034463	40672771	40284524	39329696	37187360	37025890	36179330
36157826	36103007	35735250	35489473	35304840	35298391	35132368	34965518	34859092	34725978
34366080	34318088	33373425	33044002	32148993	31711633	30424619	29933600	29647716	29482001
29341524	29220313	28710912	27819156	27543956	27455434	27210118	27022246	26961146	25941956
25876399	25487537	25390919	24867746	24751889	24431337	24257155	24206758	24178186	23943642
23911986	23791672	23634765	23590753	23422255	23422097	23378213	23175708	22829890	21963373
21914490	21911223	21903770	21792134	21745698	21389109	21321809	21310448	21216579	21213703
21064945	20785280	20748050	20659544	20016620	19658477	19484259	18920904	18885008	18840586
18633504	18429886	18302251	17967724	17592456	17208862	17145658	16961445	16793360	16749689
16732239	16536389	16482420	16154198	15719210	15674567	15201206	15124508	15110065	15049823

Fonte: Print Screen do *Emojitracker* (2019, sp.).

Na Figura 3, vemos a interface do *Emojitracker*, na qual esta espécie de quadro mostra quantitativamente a frequência de uso dos *emojis* compartilhados no *Twitter* e destaca na cor verde os mais utilizados em um determinado recorte temporal. Em conformidade com os resultados socializados pelo relatório do *Twitter*, comentado acima (Quadro 1), os *emojis* “carinha chorando de rir” e “coração vermelho” aparecem como alguns dos signos mais postados, ao lado de vários outros (Ex.: “símbolo de reciclagem”, “carinha chorando”, “mãos juntas”, entre outros).

2.2.1 Diferença terminológica entre *emojis* e *emoticons*

A cada dia, a linguagem digital ganha mais elementos de representação visual de nosso estar-no-mundo, enriquecendo de forma plural nossas práticas comunicativas como sujeitos sociais. Por tal razão, na maioria das vezes, não refletimos sobre o que são e como usamos esses novos recursos visuais. Nessa perspectiva, acreditamos ser de significativa importância para nosso estudo descrever a diferenciação existente entre *emojis* e *emoticons*.

A princípio, ambos servem para suprir o fato de não se poder observar a linguagem corporal/gestual ou os aspectos prosódicos constituintes da prática discursiva oral em enunciados escritos e, conseqüentemente, evitar possíveis equívocos e ambigüidades na compreensão das mensagens.

Entretanto, *emoticons* e *emojis* são elementos distintos. Como descrevemos no início desta seção, os *emojis* são um grupo de desenhos codificados e padronizados pelo Consórcio UNICODE. Em contrapartida, os *emoticons* são uma sequência de sinais de pontuação e outros caracteres do teclado cuja forma lembra uma cara que expressa algum tipo de emoção (**Erro! Fonte de referência não encontrada.**).

:) :(;) :O >:) 0:)

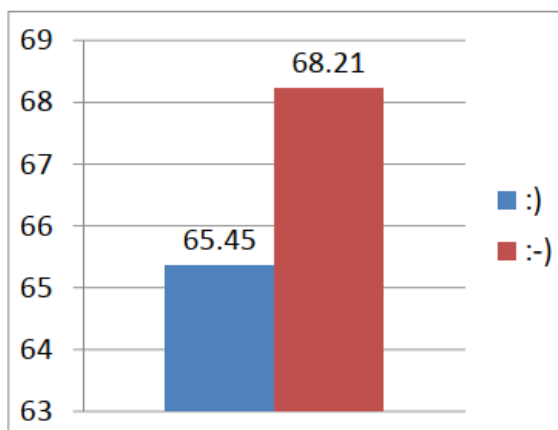
Fonte: Ávila (2014, s.p.).

Por fim, cumpre ressaltar que, segundo Ávila (2014), os *emojis* e os *emoticons* são muito utilizados nas redes sociais para expressar uma emoção e/ou desfazer possíveis ambiguidades (ÁVILA, 2014, s.p.). Porém, seus usos em tal contexto dialógico se concretizam das mais diversas formas e propósitos possíveis, como evidenciamos nas próximas seções por meio de resenhas de outras pesquisas acadêmicas desenvolvidas a respeito de nosso objeto.

2.3 ESTUDOS SOBRE AS FUNÇÕES SINTÁTICAS E DISCURSIVAS DOS *EMOJIS*

No ano de 2012, o linguista norte-americano Schnoebelen desenvolve um importante estudo analítico de referência sobre o uso de *emoticons* no *corpus* de 500.000 sequências de *tweets* em língua inglesa, nas quais pode verificar determinadas regularidades sintáticas na aplicação desses recursos visuais.

Em sua pesquisa, Schnoebelen (2012) descreve a rede social *Twitter* como um ambiente que atrai a atenção de muitos pesquisadores por oferecer um relativo fácil acesso a uma grande variedade de dados. Nesse sentido, o pesquisador salienta que nem todas as emoções são expressas no *Twitter* do mesmo modo que poderiam ser demonstradas em outras situações, já que essas “regras”, ou melhor, convenções de demonstração de afeto variam de acordo com culturas e condições particulares de uso. Além disso, nem todas as emoções são compatíveis com *emoticons*, como seria o caso da raiva (SCHNOEBELEN, 2012, p. 194-196).

Gráfico 3 – Porcentagem de *emoticons* com e sem narizes no estudo de Schnoebelen

Fonte: Schnoebelen (2012, p. 221).

Um dado curioso observado pelo linguista diz respeito à existência de uma variação entre os *emoticons* com narizes e os sem narizes, Gráfico 3. O *emoticon* com maior incidência de uso é o “sorrindo sem nariz” :), que costuma vir acompanhado de uma ampla gama de palavras: “thx_!, congrats_!, thanks_!, pleasure_n, enjoyed_v, blessings_n, grateful_a, and safely_r” (SCHNOEBELEN, 2012, p. 213).

Quadro 4 – Resumo das características que distinguem *emoticons* com e sem narizes

Medição	Emoticon correspondente
Uso mais frequente de <i>emoticons</i>	Sem nariz
Alongamento expressivo	Sem nariz
Erros ortográficos	Sem nariz
Contrações sem apóstrofos	Sem nariz
Palavras “tabus”	Sem nariz
Jovens celebridades (usuários)	Sem nariz
<i>Tweets</i> mais longos	Com nariz
Palavras difíceis escritas corretamente	Com nariz

Fonte: Schnoebelen (2012, p. 224). [tradução nossa].

A partir do Quadro 4, Schnoebelen explica que, historicamente, os *emoticons* com narizes eram os mais usados, porém com o passar do tempo os *emoticons* sem narizes se tornaram os preferidos por usuários mais jovens. Esses últimos também tenderiam a usar: muito mais *emoticons*; palavras “tabus”; alongamentos expressivos (Ex.: *sooo*, *hahahaha*, *heeeey*, *yayyyy*, *lollll*, *yummm*) e grafias “não-padrão” (SCHNOEBELEN, 2012, p. 224).

Quanto às emoções atreladas aos *emoticons*, o pesquisador descreve o “piscando e com a língua para fora” como uma emoção positiva que indica uma relativa importância da provocação e do flerte para a comunicação. De acordo com os resultados obtidos por esse estudioso, a provocação é um fenômeno interessante por ser um tipo de “afirmação” e por, muitas vezes, hipócrita em que o emissor da mensagem pode colocar seu interlocutor em uma posição negativa ao mesmo tempo em que pode demonstrar a força do relacionamento desses falantes (SCHNOEBELEN, 2012, p. 237).

No que concerne ao *emoticon* “piscando” e o de “língua pra fora” individualmente, Schnoebelen sugere que os de “piscadas/piscadelas” costumam ter um uso mais regular e positivo do que os de “línguas para fora/mostrando a língua”, pelo fato desse último expressar mais emoções negativas, como insultos (SCHNOEBELEN, 2012, p. 237-238).

De acordo com os dados analisados pelo linguista é possível evidenciar que os *emoticons* foram utilizados para expressar emoções positivas ou negativas, imediatismo (Ex.: se a emoção é transmitida de imediato pelo uso do *emoticon* ou se há a preferência por algum recurso de distanciamento), provocações e até mesmo flerte (SCHNOEBELEN, 2012).

Em entrevista exclusiva para Steinmetz (2014), da *Time Magazine*, Schnoebelen compartilha algumas “regras” de uso dos *emojis* que provavelmente nós, os falantes, inconscientemente colocamos em prática. De acordo com as observações de seu estudo sobre os *emoticons*, brevemente descrito por nós nos parágrafos anteriores, Schnoebelen sinaliza a recorrência, no nível sintático, do uso de *emojis* no *Twitter* ao final ou entre pensamentos completos e que em sequências de dois ou mais *emojis*, esses seguem uma linha “cronológica” de tempo e ação, sendo que a atitude ou emoção vem antes de suas respectivas ações geradoras.

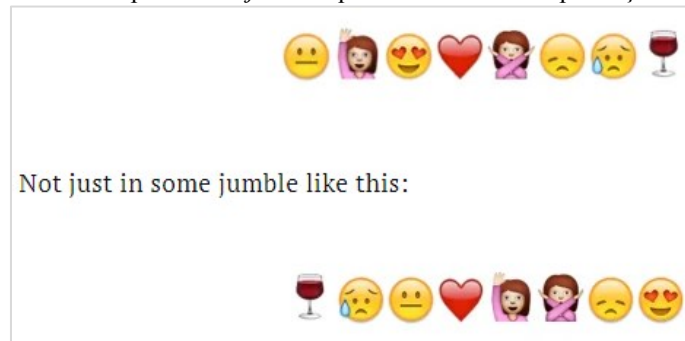
Figura 5 – Exemplo de *emoji* ao final de um pensamento completo



Fonte: Steinmetz (2014, s.p.).

Na Figura 5, verificamos que o *emoji* aparece ao final de um pensamento completo e fornece dicas de como interpretar o enunciado verbal que o precede, como um ponto de exclamação faria. Desse modo, os *emojis* seriam usados mais com o objetivo de adicionar/complementar ideias do que para substituir as palavras de/em uma mensagem.

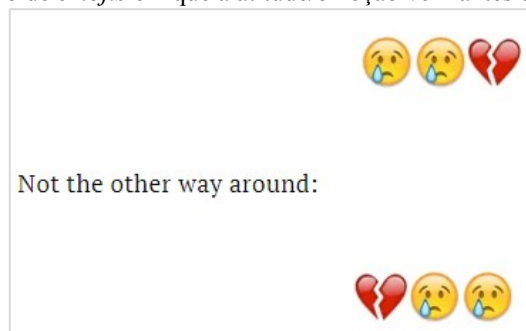
Figura 6 – Exemplo de *emoji* em sequência linear de tempo e ação



Fonte: Steinmetz (2014, s.p.).

Além disso, o pesquisador também sugere que o uso de *emojis* tende a respeitar uma sequência linear de tempo e ação. Schnoebelen exemplifica essa função sintática das seguintes formas: se alguém estiver contando uma história de amor, essa deve respeitar a ordem de acontecimento das ações, assim como na Figura 6. Nesse caso, uma ordem distinta poderia transmitir uma ideia ou narrativa totalmente diferente, já que estamos acostumados/condicionados a ler nossas narrativas da esquerda para a direita (sistema de escrita ocidental). Um dado curioso identificado por Schnoebelen se refere aos *tweets* de Natal, representados por sequências de *emojis* em que os presentes são inseridos, muitas vezes, depois do Papai Noel e da árvore de Natal, pois o Papai Noel tem que trazer os presentes e colocá-los na árvore para que assim possam aparecer na história.

Figura 7 – Exemplo de *emojis* em que a atitude/emoção vem antes de sua ação geradora



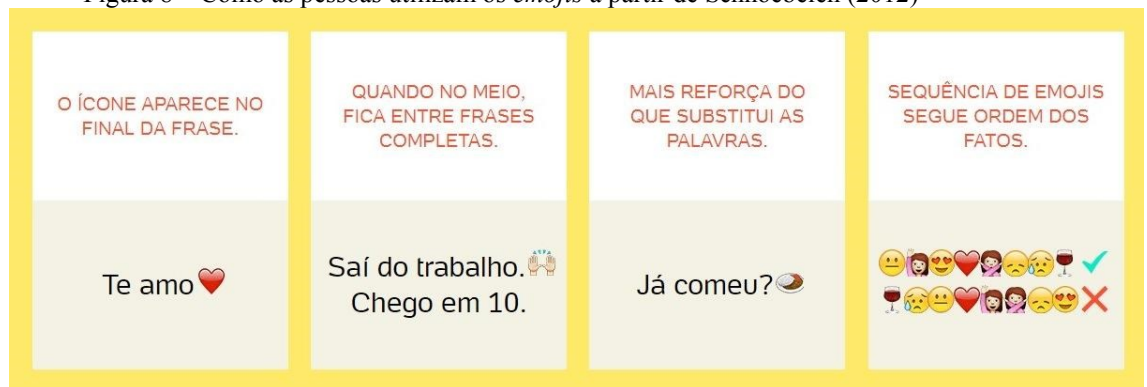
Fonte: Steinmetz (2014, s.p.).

Por último, Schnoebelen explica que, em um conjunto de dois ou mais *emojis*, a atitude ou emoção costuma vir antes das ações, sendo uma “peça-chave” estabelecida logo no início da mensagem e conduzindo sua interpretação. Esse estudioso argumenta que, em

enunciados construídos por sequência de *emojis*, a emoção vem antes do fato/ação geradora de tal emoção, por exemplo: as pessoas choram em um primeiro momento, pois tiveram seu coração partido em um passado próximo (Figura 7). De acordo com Schnoebelen, em sua entrevista a Steinmetz (2014), essa última função sintática atribuída aos *emojis* pode ser compreendida com uma representação de sinceridade, polidez ou provocação que são muito mais difíceis de serem transmitidas apenas por texto exclusivamente escrito.

Com base nas observações Schnoebelen, Paiva (2016) busca em seu artigo apresentar a história dos *emojis*, discutir sua circulação por tecnologia móvel e identificar suas funções sintáticas e discursivas em publicações, em inglês e português, de três redes sociais. Os dados de *Whatsapp* e *Facebook* são coletados do perfil pessoal da pesquisadora. Enquanto que os do *Twitter*, referentes aos *tweets* postados em reação à reportagem de Guynn (2016) sobre a hipótese lançada por Jack Dorsey, cofundador e CEO do *Twitter*, de aumentar o limite de 140 para 10.000 caracteres nessa rede social, são extraídos pela ferramenta de captura do *Windows* e através de dois critérios de filtragem: *hashtag* (*#Twitter10k*), que ocupou os *Trendings Topics* no dia da publicação da notícia, e data (05 de janeiro de 2016).

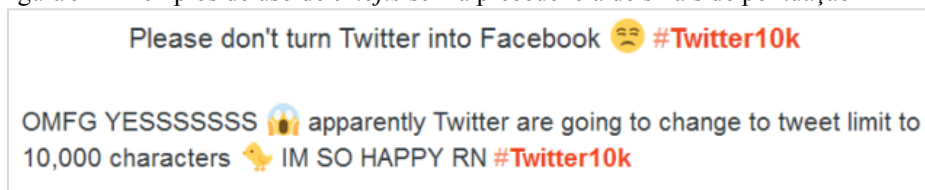
Figura 8 – Como as pessoas utilizam os *emojis* a partir de Schnoebelen (2012)



Fonte: Carpanez (2017, s.p.).

Como mencionado, Paiva (2016) desenvolve o processo de identificação das funções sintáticas e discursivas dos *emojis* a partir das considerações realizadas por Schnoebelen, ilustradas na Figura 8 acima. Segundo a estudiosa as observações desse linguista em seu estudo sobre o uso dos *emoticons* no *Twitter*, descritas por nós nos parágrafos anteriores, parecem ser válidas também para a análise do uso de *emojis* (e *stickers*) nas demais redes sociais, como: *Whatsapp* e *Facebook* (PAIVA, 2016, p. 391).

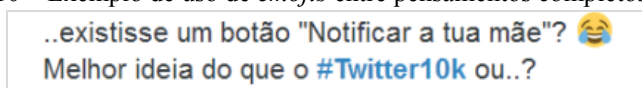
Figura 9 – Exemplos de uso de *emojis* sem a precedência de sinais de pontuação



Fonte: Paiva (2016, p. 391).

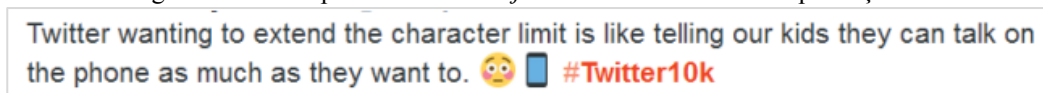
Ao longo de sua análise, a pesquisadora identifica certa predominância à ausência de sinais de pontuação antes do uso de *emojis* (Figura 9) e infere que talvez esses possam atuar sintaticamente como espécies de pontos finais e de exclamação. Contudo, Paiva destaca que alguns dados também apresentam a utilização de *emojis* após a pontuação convencional (Figura 11).

Figura 10 – Exemplo de uso de *emojis* entre pensamentos completos



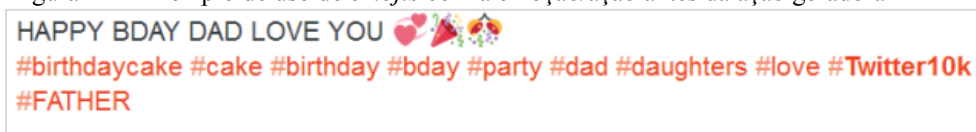
Fonte: Paiva (2016, p. 392).

Figura 11 – Exemplo de uso de *emojis* em ordem linear de tempo e ação



Fonte: Paiva (2016, p. 392).

Figura 12 – Exemplo de uso de *emojis* com a emoção/ação antes da ação geradora



Fonte: Paiva (2016, p. 393).

Outros pontos importantes observados pela estudiosa, no nível sintático, dizem respeito ao uso constante dos *emojis* entre pensamentos completos (Figura 10); à sequência linear de tempo e ação entre *emojis* diferentes inseridos um após o outro, como na Figura 11 em que tanto a representação verbal como a dos *emojis* é composta inicialmente pela criança (sujeito) e depois pelo celular, revelando uma relação icônica com a experiência “criança mais celular” no mundo real (PAIVA, 2016, p. 392); e à emoção/ação aparecer antes da ação geradora, como no exemplo da Figura 12, em que, apesar de o texto dizer: “Feliz aniversário

pai te amo” (primeiro a ação geradora e depois a emoção), os *emojis* de coração indicando afeto são inseridos antes dos outros *emojis* que remetem a uma festa, neste caso, de aniversário.

Figura 13 – Exemplo de uso de *emojis* para substituir palavra(s)

Twitter: What Do You Want?
 Me: An Edit Button
 Twitter: I'll Give you something Else
 Me: What?
 Twitter: WRITE STORIES IT'S #Twitter10k.
 Me: 😞

Fonte: Paiva (2016, p. 393).

Figura 14 – Exemplos de uso de *emojis* para expressar emoção

#AfterTheNovemberElection we may all be able to write essays on Twitter about how we feel about it 🗳️ Noooooooooooooo! #Twitter10k

Facebook orkutizou. Agora Twitter facebookeando. Medo. 😨 #Twitter10k

Fonte: Paiva (2016, p. 394).

Figura 15 – Exemplos de uso de *emojis* para indicar afeto

Que gostosura! ❤️ 22:52

Muito linda dua netinha !!!! Parabéns vovó !!!!💕💕💕💕 19:29

Que lindinha! 😍❤️😘 18:05

💋❤️ 11:10 ✓✓

Fonte: Paiva (2016, p. 394).

Concernente às possíveis funções discursivas desempenhadas pelos *emojis*, Paiva sinaliza que esses signos podem: substituir palavra(s), como na Figura 13, em que o interlocutor emprega um *emoji* em vez de usar palavras para expressar sua tristeza por não conseguir a inserção do botão “editar” no *Twitter*; expressar emoção (Figura 14); indicar afeto, como no exemplo representado na Figura 15 extraído de uma conversa pessoal da

pesquisadora com suas amigas em que essa mostra a três amigas uma foto de sua neta recém-nascida, suas amigas reagem e ela manifesta seu agradecimento com *emojis* de beijo e coração, esses últimos, segundo ela, expressando seu afeto.

Figura 16 – Exemplo de uso multiplicado de *emojis* para enfatizar a emoção

Would be annoying if ppl will post a 10k character tweet!!
SAY NO to #Twitter10k 🤔🤔

Fonte: Paiva (2016, p. 394).

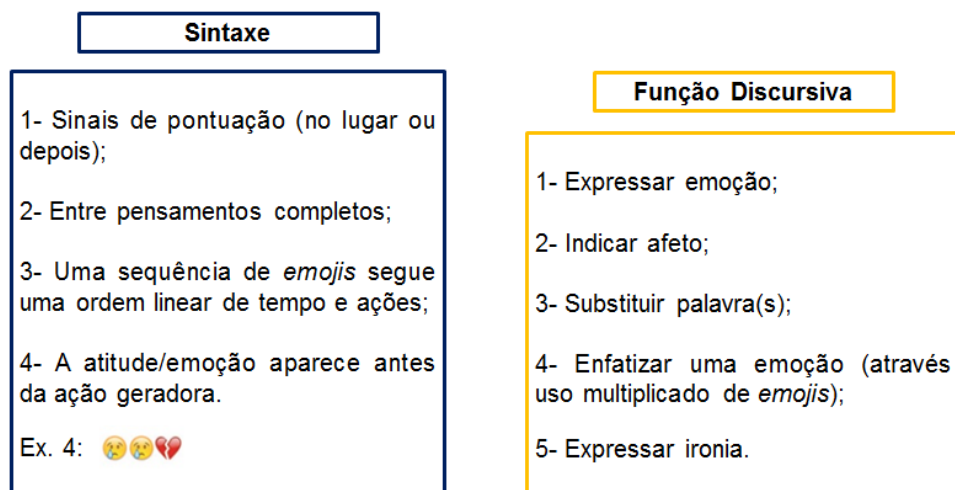
Figura 17 – Exemplo de uso de *emojis* para expressar ironia

I guess we can start submitting our papers and essays by tweeting them to our professor's hashtag, yeah? 😏 #Twitter10k

Fonte: Paiva (2016, p. 395).

Além das funções anteriores, a estudiosa também identifica que o uso duplicado/multiplicado de um mesmo *emoji* enfatiza uma emoção (Figura 16); e que os *emojis* também podem ser utilizados para expressar ironia, como a autora ilustra a partir do exemplo na Figura 17, em que um crítico da ideia de expandir o limite de caracteres do *Twitter* ironiza a situação, dizendo que podemos começar a postar nossos trabalhos escolares em forma de *tweets*.

Figura 18 – Supostas principais funções dos *emojis*



Fonte: Elaboração própria, com base em Schnoebelen (2012) e Paiva (2016).

Em síntese, Paiva observa que, desde o ponto de vista sintático, os *emojis* tendem a aparecer tanto no lugar dos sinais de pontuação como depois da inserção desses; entre pensamentos completos; em uma sequência linear de tempo e ações; e em atenção à ordem de

emoção antes da ação geradora. Referente às funções discursivas, a pesquisadora ressalta que os *emojis* podem: substituir palavra(s); expressar emoções; indicar um afeto; intensificar uma emoção, por meio da repetição de *emojis*; e até mesmo expressar ironia (**Erro! Fonte de eferência não encontrada.**).

Considerando a relativa atualidade sobre o objeto recortado, essencialmente em termos acadêmicos, julgamos relevante recuperar o repertório de bibliografias que analisam o fenômeno em tela. Por tal razão, resenhamos nas seções a seguir outros estudos sobre o tema dentro do âmbito da linguagem de modo geral, como pesquisas de Mestrado disponibilizadas no Banco de Dissertações e Teses da CAPES e artigos publicados na plataforma SciELO.

2.4 PESQUISAS PUBLICADAS NO BANCO DA CAPES SOBRE O USO DE *EMOJIS*

Entre 2017 e 2018, anos de elaboração do projeto desta dissertação, realizamos uma breve consulta *on-line* referente ao nosso objeto de estudo no Banco de Dissertações e Teses da CAPES por meio da inserção da palavra norteadora: *emojis*. Como resultados, encontramos três dissertações de Mestrado, detalhadas no Quadro 5 abaixo, e nenhuma tese de doutorado.

Quadro 5 – Dissertações de Mestrado no Banco da CAPES (entre os anos de 2017 e 2018)

DISSERTAÇÕES DE MESTRADO NO BANCO DA CAPES (2017/2018)				
Autora e Ano	Título	Área de Concentração	Palavras-chave	Instituição
TERRA, Márcia F. de Assis, 2018	<i>Emojis</i> como nova estratégia no discurso publicitário	Linguística	Semiolinguística. Publicidade. <i>Emojis</i> .	UFF
AVELAR, Fernanda Teixeira, 2018	A pragmática dos <i>emojis</i> na comunicação digital	Linguística teórica e descritiva	Comunicação Digital. <i>Emojis</i> . Atos de Fala. Polidez. Trabalho de Face. Pares Adjacentes.	UFMG
LEITE, Hana L. de Abreu, 2018	Observação do uso dos <i>emojis</i> : aspectos sintáticos, semânticos e pragmáticos na retórica visual de mensagens digitais	Planejamento e contextualização de artefatos	<i>Emoji</i> . Uso. Retórica Visual. Linguagem. Design da Informação.	UFPE

Fonte: Elaboração própria (2018), com base no Banco de Dissertações e Teses da CAPES (2017/2018).

Como observamos a partir dos dados apresentados no Quadro 5, somente as dissertações de Terra (2018), Avelar (2018) e Leite (2018) apresentam o termo “*emoji*” entre o conjunto de suas palavras-chaves, por tal razão nos dedicamos a resenhá-las com mais detalhes nos próximos parágrafos desta seção.

Em Terra (2018), discutem-se as funções desempenhadas pelos *emojis* na esfera publicitária e os imaginários sóciodiscursivos acionados em nove peças de publicidades, sendo cinco brasileiras e quatro estrangeiras, disponibilizadas entre os anos de 2015 a 2018, conforme Quadro 6 abaixo.

Quadro 6 – Classificação das peças do *corpus* de Terra (2018)

	Origem	Suporte	Temas	Empresa/Marca
Peça 1	Brasil	Impresso	Conscientização	Rio Sul
Peça 2	Brasil	<i>Youtube</i>	Automotivo	Renault
Peça 3	Estados Unidos	<i>Youtube</i>	Automotivo	Chevrolet
Peça 4	Suíça	Impresso e <i>site</i>	Serviço (lazer)	Grand Casino Bern
Peça 5	Brasil	<i>Youtube</i>	Limpeza	Omo
Peça 6	Brasil	<i>Facebook</i>	Homenagem às mães	SuperPrix
Peça 7	Alemanha	Impresso	Alimentício	Nescafé
Peça 8	Brasil	Televisão e Impresso	Serviço (educação)	CCAA
Peça 9	França	Televisão e <i>site</i>	Serviço (postagem)	La poste

Fonte: Terra (2018, p. 127).

Segundo a autora, a escolha do *corpus* de sua pesquisa justifica-se pelo fato de a publicidade exercer grande relevância na sociedade ao ditar e refletir os sistemas de valores das/nas práticas sociais. Por tal razão, a leitura e análise de anúncios devem contemplar igualmente tanto a estrutura linguística quanto a visual, uma vez que essas são o lócus de estratégias de persuasão e sedução do interlocutor, neste gênero discursivo.

Em sua pesquisa, Terra busca analisar como a estrutura da mensagem publicitária é construída por meio de uma argumentação icônico-linguística, ou seja, com o uso dos *emojis* e verificar como esses elementos são empregados desde imaginários sociodiscursivos. Nesse viés, a hipótese formulada pela autora é a de que os *emojis* configuram uma estratégia de

captação da atenção ao serem utilizados a partir de imaginários que o interlocutor tem do social.

Em consonância com os objetivos citados acima, Terra fundamenta sua análise na Semiologia de Análise do Discurso, inaugurada por Charaudeau em 1983. No que se refere especificamente ao estudo do texto descrito como não-verbal, a autora aciona os postulados da Teoria dos Signos (PEIRCE, 2005); as metafunções da Gramática Visual (KREES E VAN LEEUWEN, 1996) e os aspectos do contraste cromático relacionados à idade (BAMZ, 1980).

A Semiologia de Análise do Discurso tem por objetivo central analisar as atividades de linguagem entre os sujeitos que buscam compreender o sentido, não só através do dito de forma verbal, mas também do não dito, no processo de semiotização do mundo. Concernente ao conceito de sujeito, Charaudeau sugere sua definição como um ser biopsicossocial, provido de saberes, de intencionalidade e de competência.

Desse modo, o ato de linguagem envolve a presença não só de dois sujeitos, senão de quatro: dois *eus* e dois *tus*. O eu-comunicante e o tu-interpretante são os sujeitos comunicantes caracterizados tal qual descrevemos anteriormente, ou seja, seres reais, com identidades biopsicossociais e que interagem no âmbito do fazer, enquanto que o eu-enunciador e o tu-destinatário são sujeitos enunciadorees do plano discursivo, com identidades discursivas e que atuam no espaço do dizer.

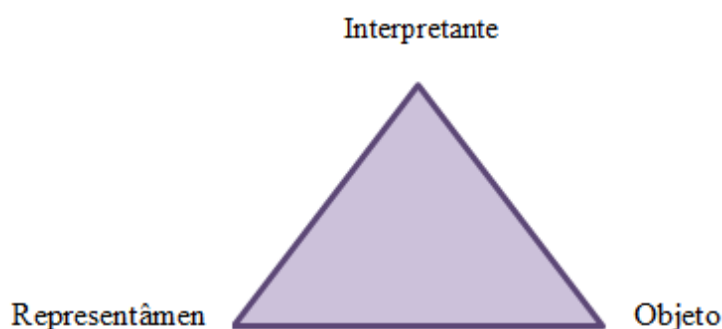
De acordo com esta teoria, a identidade psicossocial é formada por um conjunto de traços, tais como: sexo, idade, profissão, lugar hierárquico, qualidades afetivas e legitimidade para falar. Já identidade discursiva é o modo de tomada da palavra, ou melhor, de como falar algo através de estratégias de credibilidade e de captação desenvolvidas pelo sujeito comunicante, dotado de sua identidade psicossocial.

A partir dessa diferença identitária, se elabora um modelo de estruturação de sentido em quatro tipos de competência: comunicacional ou situacional; discursiva, semântica e semiológica. A competência comunicacional é a capacidade que o sujeito tem de construir um discurso seguindo os princípios de alteridade, de pertinência, de influência e de regulação. A segunda, competência discursiva, representa a destreza que o eu-comunicante e o tu-interpretante precisam ter para criar e reconhecer estratégias discursivas aplicadas no ato comunicativo, de modo que essas acionem os saberes de conhecimento e de crença de seus interlocutores. A competência semântica diz respeito à habilidade do sujeito de organizar suas

referências e de tematizá-las. Por último, a competência semiolinguística se refere às aptidões necessárias para a composição de um texto, desde seu entorno (diagramação), construção gramatical até a escolha lexical.

Quanto ao texto não-verbal, Terra aciona os postulados da Teoria dos Signos de Peirce (2005) sobre ícone, índice e símbolo. Segundo esse pesquisador, um signo mantém uma relação solidária entre os seguintes polos: *representâmen* (que é a parte material de um signo ou sua forma – relação fundamentada na semelhança); objeto (aquilo que é representado pelo signo – relação baseada na experiência) e interpretante (significado do signo – quando relação é arbitrária ou convencional), como representado na Figura 19 a seguir.

Figura 19 – Representação triádica do signo



Fonte: Terra (2018, p. 78).

Em seus estudos, Peirce compreende que os fenômenos aparecem à consciência humana a partir de três categoriais lógicas específicas: qualidade, reação e mediação. Entretanto, posteriormente, esse estudioso opta por fixar-se em três novas terminologias: primeiridade, secundidade e terceiridade, visando evitar qualquer tipo de falsa associação a quaisquer termos já existentes. Dessa forma, o signo pode ser tanto uma mera qualidade de impressão constituinte da primeiridade quanto uma ação praticada na secundidade, ambas em formas quase sígnicas da consciência da linguagem. Contudo, é somente na terceira categoria fenomenológica, terceiridade, que encontramos de fato o signo triádico. Abaixo no Quadro 7, estão representadas as três relações sígnicas mais importantes na perspectiva peirceana.

Quadro 7 – As relações triádicas do signo

	Signo 1º em si mesmo	Signo 2º com seu objeto	Signo 3º com seu interpretante
1º	quali-signo	Ícone	rema
2º	sin-signo	Índice	dicente
3º	legi-signo	Símbolo	argumento

Fonte: Santaella (1983, p. 62) *apud* Terra (2018, p. 78).

Na primeira linha do Quadro 7, observamos que a relação do signo consigo mesmo ocorre exatamente na primeiridade (1º), por tal motivo a denominação de *quali-signo* se refere respectivamente à qualidade e a sua ausência de representatividade. Nessa primeira categoria, os ícones são as possibilidades de efeito de impressão em nossos sentidos e possuem um alto poder de formulação de remas, isto é, interpretantes conjecturais ou hipotéticos.

No nível da secundidade (2º), um *sin-signo* é qualquer coisa que se apresente diante de nós como um existente singular que atua como signo ao apontar o conjunto do qual faz parte. Dessa forma, os índices, como o próprio nome designa, são signos que indicam conexões entre os mesmos e outras coisas de materialidade física. Por tal razão, seus interpretantes se restringem aos limites da existência concreta e não passam de simples dicentes.

Na terceiridade (3º), a relação do signo consigo mesmo se realiza quando o signo é de lei, ou seja, um *legi-signo* que não apresenta seu objeto em função de sua qualidade (ícone), nem por manter uma conexão material (índice) com esse, mas por extrair seu poder de representação por ser portador de uma lei que, por convenções sociais, determina que aquele signo represente seu objeto por meio de um símbolo que possibilita o acionamento de interpretantes argumentais com poder de referência. Contudo, vale ressaltar que, por habitarem a esfera da terceira categoria peirceana, os símbolos também apresentam caracteres icônicos e indiciais.

Em síntese, o ícone não representa nada, senão formas e sentimentos e por isso é sugestivo, como: os *emojis*, ícones típicos das redes sociais. Enquanto que o índice é um signo que indica outro objeto acionado no conjunto de referências de um sujeito, por exemplo: uma fumaça indicando um incêndio ou a pegada de um animal. Já o símbolo é um signo composto por índice (ao manter conexão com o objeto) e por ícone (ao formar a imagem mental desse objeto), como por exemplo: a balança como símbolo de justiça.

Referente ao âmbito da mensagem publicitária, mais precisamente na esfera das Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDICs), Terra sinaliza que somente a escrita não é mais suficiente para “revelar a totalidade dos usos da língua” (TERRA, 2018, p. 90) em eventos multimodais, ou seja, compostos pela mescla semiótica de palavras com sons, imagens, sinais e gestos, na qual os *emojis* também podem ser identificados.

Em consonância com o exposto, a autora aciona os princípios da Gramática Visual de Krees e van Leeuwen (2006). Esta teoria se fundamenta na orientação hallidayana (HALLIDAY, 1994) de linguagem como semiótica social e busca desenvolver uma metodologia para análise de textos multimodais.

Dessa forma, as três metafunções principais da Gramática Visual são: a representacional, a interacional e a composicional. A metafunção representacional equivale ao componente ideacional de Halliday e trata dos meios pelos quais uma linguagem visual pode representar nossas experiências em textos multimodais. Essa representação pode ocorrer por meio de dois tipos distintos de estruturas: a narrativa e a conceitual. A representação narrativa descreve a ação de seus participantes, humanos ou personificados, enquanto que a representação conceitual é considerada como mais estática ao caracterizar os participantes como eles são. Já a metafunção interacional corresponde ao componente interpessoal e aborda as relações entre os representantes (produtor e observador) que participam de um evento multimodal. Por fim, a metafunção composicional, inspirada na ideia do componente textual de Halliday, trata da organização da mensagem presente em uma imagem ou texto multimodal. Cumpre ressaltar que o estudo de Krees e van Leeuwen sobre a Gramática Visual constitui o principal campo epistemológico desta pesquisa e, por tal razão, encontra-se mais bem detalhado na seção 3.2.

Outro ponto importante a respeito dos textos visuais são as funções específicas desempenhadas pelas cores. Em eventos multimodais, as cores tendem a estabelecer tanto relações taxonômicas ao organizar, destacar, direcionar a leitura, chamar atenção do interlocutor, quanto às relações semânticas ao ambientar, simbolizar, conotar ou denotar sentidos.

Na esfera da publicidade, Terra nos explica que a cor é utilizada justamente pelo fato de superar barreiras idiomáticas, formando uma linguagem caracterizada pela *immediatez*. Dessa forma, podemos inferir que a “primeira leitura” que se faz de um anúncio é do texto não-verbal, pois “no padrão visual como um todo as cores sobressaem-se às formas e ao enunciado verbal” (TERRA, 2018, p.86).

Nesse sentido, vale destacar que a cor está atrelada aos imaginários e estereótipos sócio-culturais, uma vez que a influência exercida no sujeito é diretamente condicionada por sua identidade social e cultural, por exemplo: para nós ocidentais, o luto é representado pela cor preta, já que em nosso imaginário essa cor simboliza a ausência de luz e a morte; enquanto que para os orientais o branco representa a luz e a cor dos espíritos, nessa situação.

Outro aspecto importante é a relação de contraste entre cor e faixa etária do participante-observador. No Quadro 8 abaixo, estão condensadas as principais conclusões do psicólogo Bamz (1980) sobre as preferências que os sujeitos manifestam por determinada cor em diferentes etapas da vida.

Quadro 8 – Preferências de cor a partir da faixa etária, segundo Bamz (1980)

Cor	Idade
Vermelho	1 a 10 anos (idade da efervescência e da espontaneidade)
Laranja	10 a 20 anos (idade da imaginação, excitação e aventura)
Amarelo	20 a 30 anos (idade da força, potência e arrogância)
Verde	30 a 40 anos (idade da diminuição do fogo juvenil)
Azul	40 a 50 anos (idade do pensamento e da inteligência)
Lilás	50 a 60 anos (idade do juízo, do misticismo e da lei)
Roxo	Acima dos 60 anos (idade do saber, da experiência e da benevolência)

Fonte: Farina (2006, p. 89) *apud* Terra (2018, p. 87-88).

A partir da leitura dos dados organizados no Quadro 8, observamos que: indivíduos entre a faixa etária de 1 a 10 anos de idade tendem a preferir a cor vermelha; de 10 a 20 anos a cor laranja; de 20 a 30 anos a cor amarela; de 30 a 40 anos a cor verde; de 40 a 50 anos a cor azul; de 50 a 60 anos a cor lilás e as acima de 60 anos a cor roxa, dessa maneira cada uma dessas cores refletiria a trajetória de vida de um sujeito.

Nos próximos parágrafos apresentamos três exemplos da análise realizada por Terra em seu estudo: (i) peça publicitária (nacional) do *Shopping* Rio Sul, que é uma campanha de conscientização que visa alertar seus clientes acerca de seus pertences; (ii) peça publicitária (estrangeira), elaborada nos Estados Unidos, para o lançamento do Cruze Chevrolet 2016; e (iii) peça publicitária (nacional) da campanha do SuperPrix, publicada, em maio de 2017, na rede social *Facebook* em homenagem às mães.

Figura 20 – Peça publicitária do *Shopping Rio Sul*



Fonte: Terra (2018, p. 130).

Segundo Terra, nesta peça publicitária (Figura 20) o *emoji* com sorriso cordial representa o eu-enunciador que se coloca como um agente benfeitor a serviço do tu-destinatário, os frequentadores do *shopping*, que estão devidamente implicados no texto verbal através do verbo no imperativo (esquecer → esqueça) e do dêitico “seus”; por fim, os demais *emojis* simbolizam os pertences e reforçam a mensagem verbal. A autora sugere que podemos entender o todo desse texto multimodal como um ícone por representar a interface da rede social *Whatsapp* através da composição de frases curtas e informais, geralmente sem pontuação e com a presença de *emojis*. Além disso, em termos de composição, verificamos a presença do eu-enunciador por meio da disposição das frases ao lado direito. Quanto às cores utilizadas, (bege e verde) são as mesmas da já mencionada interface, sendo a cor preta destinada às mensagens verbais e as demais cores aos *emojis*. Por tal razão, o efeito desejado pelo emissor acontece assim que o leitor aciona seu conjunto de imaginários do plano conotativo e estabelece a relação entre esta peça publicitária e uma conversa de *Whatsapp* (TERRA, 2018, p. 130).

Figura 21 – Peça publicitária do Cruze Chevrolet 2016



Fonte: Terra (2018, p. 133).

Na peça publicitária (Figura 21) elaborada nos Estados Unidos para o lançamento do novo Cruze da Chevrolet, observamos a sugestão de que um carro é capaz de despertar a paixão no leitor a partir do texto verbal: “Prepare-se para se apaixonar. Palavras sozinhas não podem descrever o novo Chevrolet Cruze 2016”. A sentença com *emojis*, fundamentada pelo referido texto verbal, mobiliza as emoções do leitor e faz com que esse acesse os imaginários e estereótipos de que um carro é o objeto de desejo de grande parte dos cidadãos, por representar *status* e poder. No todo composicional, o *emoji* “coração vermelho” ocupa uma posição central no anúncio, estabelecendo a conexão entre o *emoji* “carinha sorridente/feliz”, que representa o leitor, e o *emoji* do carro, que simboliza o objeto de consumo. De acordo com Terra, é justamente o argumento estereotipado de que os sentimentos e as emoções devem ocupar lugar central em nossas vidas que estimula a compra por impulso (TERRA, 2018, p. 133-134). Os três *emojis*, como ícones/símbolos, nas cores básicas (amarelo, vermelho e azul) detêm nossa atenção ao contrastar com o fundo branco. Em sua análise, a autora explica que uma possível leitura, a partir dos *emojis* e de suas respectivas cores, é a seguinte: o vermelho do *emoji* “coração vermelho” simboliza a aproximação/encontro entre o leitor/consumidor, representado pelo *emoji* “carinha sorridente” na cor amarela que remete à euforia e/ou confiança, e o produto, simbolizado pela *emoji* de carro na cor azul que, por sua vez, faz alusão à amizade e ao movimento para o infinito, tal conjunto estabeleceria a criação de um vínculo duradouro entre alegria e confiança.

Figura 22 – Peça publicitária do SuperPrix



Fonte: Terra (2018, p. 139).

Já na peça publicitária de homenagem às mães (Figura 22) publicada pelo supermercado SuperPrix na rede social *Facebook*, a cor rosa do fundo deste texto multimodal aciona o imaginário coletivo ocidental de que o rosa simboliza o feminino e às qualidades de delicadeza, encanto e amabilidade. Além disso, Terra argumenta que a cor rosa também atua, neste caso, como índice ao indicar que tal campanha é destinada ao público feminino. A combinação cromática entre as cores predominantes rosa, branco e amarelo também denotam os atributos de uma mãe concebidos pelo imaginário de um público brasileiro: afeição, bondade e carinho. Na composição deste evento, são utilizados dois *emojis* para representar a personagem “mãe”: o primeiro com um uniforme de chefe de cozinha, reforçando o estereótipo de que toda mãe também é “dona de casa” e, portanto, sabe cozinhar bem uma vez que o bolo final é mais elaborado; e o segundo *emoji* que representa uma mãe que também é capaz de cozinhar, porém de maneira mais simples. Tal estratégia foi empregada pelo enunciador da mensagem para abranger um público variado ao contemplar todos os tipos de mães, desde aquela estereotipada até a mãe desconstruída dos traços que a caracterizam como tal. Todos os ingredientes da receita seriam encontrados no SuperPrix e resultariam em deliciosos bolos preparados com o incomparável amor de mãe (TERRA, 2018, p. 139-140).

Entre seus principais resultados, a pesquisadora sinaliza que, no âmbito das campanhas publicitárias, os *emojis* atuam como: *ícones*, quando promovem uma relação de semelhança com um objeto específico; *índices*, na indicação de uma conversa em plataforma digital; e *símbolos*, à medida que representam visualmente o leitor e as sensações motivadas

pelo produto anunciado em questão. Além disso, é constatada, nas análises de Terra, a tendência recorrente dos *emojis* despertarem a atenção e a empatia dos consumidores ao guiá-los na compreensão dos enunciados textuais em peças publicitárias estrangeiras; como exemplificado na Figura 21 (TERRA, 2018, p. 145).

A pesquisa de Avelar (2018) busca verificar o potencial pragmático-discursivo dos *emojis*, de maneira não restritiva às expressões de emoções e suas possíveis contribuições nos atos comunicativos, isto é, procura identificar como os *emojis* podem ajudar o sujeito falante a comunicar o que pretende com aquilo que digita.

A partir dos objetivos relatados acima, a autora fundamenta sua pesquisa sob o escopo das Teorias: dos Atos de Fala de (AUSTIN, 1962), da Polidez (BROWN; LEVINSON, 1987) e do Trabalho de Face (GOFFMAN, 2011). Além desses campos epistemológicos, Avelar também aciona o estudo de Paiva (2016), descrito por nós na seção 2.3, no que se refere às funções discursivas e sintáticas desempenhadas pelos *emojis* dentro de uma interação conversacional.

A Teoria dos Atos de Fala defende que quando alguém produz uma elocução pode realizar três tipos de atos simultâneos: locucionário, ilocucionário e perlocucionário. O ato locucionário é a produção básica de uma expressão linguística, ou seja, uma estrutura sintática pronta e um significado literal. O ato ilocucionário diz respeito a uma ação proposital desenvolvida através do discurso/locução produzida pelo falante. Nesse sentido, Avelar explica que Austin (1962) usa esse segundo tipo de ato para ilustrar o fato de que os falantes agem através das palavras, podendo também alterar a própria realidade por meio dessas. Já o ato perlocucionário é uma ação que depende das intenções do falante em sua locução e do efeito causado em sua audiência. Um bom exemplo desse último tipo de ato seria a persuasão, uma vez que um sujeito não pode persuadir alguém sem identificar a ação e o efeito causado em seu interlocutor.

Na Teoria da Polidez de Brown e Levinson (1987), o pedido de desculpa consiste em um recurso de polidez empregado para evitar um possível conflito e que expressa atenção em relação aos interesses do ouvinte. O tipo de estratégia de polidez abordado por Avelar (2018) em sua pesquisa é o de preservação de face, seja do *eu* e/ou do *outro*, delineadas em termos de atributos sociais aprovados.

Em consonância com tal delineamento, na Teoria do Trabalho de Face, Goffman (2011) argumenta que a preservação de face costuma ser realizada a partir do repertório

próprio de cada pessoa, cultura e sociedade. Desse modo, para aplicar estratégias de preservação de face, o falante primeiramente precisa exercer sua “perceptividade” social do ato de fala constituído como face positiva ou negativa.

A face positiva se caracteriza pelo desejo de um participante da interação de que suas necessidades e interesses sejam aspirados por, pelo menos, alguns dos outros interactantes. Brown e Levinson (1987) também apresentam as principais estratégias linguísticas de preservação da face positiva, usadas na língua inglesa, que são traduzidas por Avelar (2018) da seguinte maneira: (i) perceber e acolher os interesses, desejos e necessidades do ouvinte; (ii) exagerar no interesse, na aprovação e na simpatia com o ouvinte; (iii) intensificar o interesse no ouvinte; (iv) usar marcadores de pertencimento ao mesmo grupo do ouvinte; (v) buscar acordo; (vi) evitar desacordo; (vii) estar atento aos desejos do ouvinte; (viii) brincar; (ix) ser eloquente; (x) oferecer e/ou prometer; (xi) ser otimista; (xii) incluir a si e ao ouvinte na atividade; (xiii) dar ou pedir razões; (xiv) assumir ou reafirmar reciprocidade; e (ix) agradar o ouvinte com presentes, mostrando cooperação, entendimento e simpatia (AVELAR, 2018, p. 52-53).

Já a face negativa é o desejo manifestado pelos participantes da interação de não terem suas ações ou atos de fala delimitados por outros. Brown e Levinson (1978) também elencam dez estratégias linguísticas de preservação da face negativa em seus estudos: (i) presumir minimamente sobre os desejos do ouvinte; (ii) dar ao ouvinte a opção de não atuar; (iii) minimizar a ameaça de face; (iv) desculpar-se; (v) ser pessimista; (vi) dissociar os participantes (falante e ouvinte) do discurso; (vii) proferir regras gerais; (viii) utilizar sobrenomes e títulos; (ix) ficar em silêncio; e (x) usar a língua materna ou dialeto do falante (AVELAR, 2018, p. 54-55).

Outro aspecto importante são os pares de adjacência, sequências de duas enunciações realizadas por falantes diferentes no formato de protótipos, como: pergunta-resposta, convite-resposta ou desculpa-aceitação. Desse modo, há no mínimo duas categorias de reação: a primeira que é preferida e a segunda despreferida. Neste contexto, a noção de preferência é estrutural e corresponde ao conceito linguístico de marcação, no qual as partes não marcadas se referem às estruturas mais simples e frequentes/esperadas na língua.

Avelar explica que tal relação entre preferência e estruturas mais simples se deve também, de certa forma, a dois subprincípios descritos por Givón (1985): *iconicidade*, que faz referência ao grau de integração entre os componentes da expressão linguística e a ordenação linear dos segmentos empregados no conteúdo do discurso; e *quantidade*, no qual quanto

maior o número de informação e sua complexidade, mais acentuada tende ser a quantidade de materialidade linguística. Observamos um exemplo prático desse último subprincípio nos casos de recusa a um convite, justamente por ser uma reação despreferida e marcada que precisa ser acompanhada de estratégias de polidez para que a face positiva do falante seja recuperada.

O *corpus* de Avelar é criado a partir da seleção de um grupo no *Whatsapp*, com amigos pessoais da autora que se conheceram no meio profissional, justamente por ser um ambiente de uso mais informal da linguagem que favorece o uso de seu (e do nosso) objeto de estudo: os *emojis*. Cumpre ressaltar que pelo fato do não ser uma rede de mensagens públicas, Avelar obteve o consentimento dos membros do grupo para que as interações pudessem ser coletadas e anonimamente analisadas. Entre o período de 2016 a 2017, são extraídos cerca de 1.296 *threads*⁶ e 432 *emojis* no total. Contudo, na pesquisa aqui descrita, Avelar (2018) concentra suas análises de forma qualitativa e manual, em 10 *threads* e 14 *emojis*.

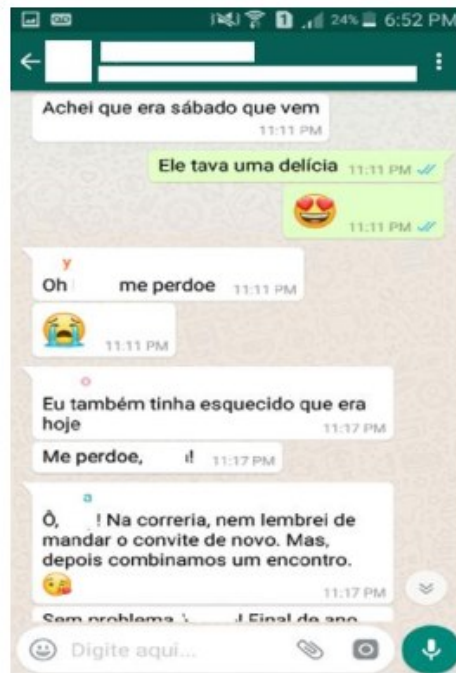
Figura 23 – Exemplo 1 de preservação de face



Fonte: Avelar (2018, p.78).

⁶ Neste caso específico, *threads* são encadeamentos de mensagens enviadas por uma pessoa pelo *Whatsapp*.

Figura 24 – Continuação do exemplo 1 de preservação de face



Fonte: Avelar (2018, p.79).

Os exemplos acima, Figuras 23 e 24, apresentam uma sequência de pedidos de desculpa e de lamentações pela recusa de um convite. No primeiro *thread* da Figura 23, um dos interactantes pede delicadamente para que os outros não postem fotos nas redes sociais do aniversário de seu filho e faz uso de dois *emojis*. Entretanto, ao lermos as respostas dessa mensagem, observamos que o que deveria ser um par de adjacência do tipo pedido-aceitação/recusa acaba se convertendo numa sequência de pedidos de desculpas. De acordo com Avelar, a partir do momento em que esse interactante pede para os outros não postarem fotos do evento no *Facebook* e *Instagram*, aqueles que supostamente esqueceram a data pedem desculpas por não terem comparecido ao aniversário. Durante os pedidos de desculpas, um dos participantes usa o *emoji* “carinha corada” e posteriormente o “carinha chorando muito” como indicadores de preservação de face negativa do autor da primeira mensagem e de sua face positiva, uma vez que esse não quer ter sua ação desaprovada pelos demais ao emitir uma resposta menos frequente e menos esperada.

Figura 25 – Exemplo 2 de preservação de face



Fonte: Avelar (2018, p. 85)

No exemplo da Figura 25, o par de adjacência a ser analisado é do tipo notícia-cumprimento. Logo no início da interação, um dos interactantes diz que algo acontecerá, porém não explicita exatamente o quê, criando um clima de expectativa nos demais participantes da interação. Em seguida, outro interactante prossegue a interação, causando um efeito irônico ao sugerir em forma de pergunta se o evento pré-anunciado se trataria de uma quermesse e usa o *emoji* “carinha chorando de rir” que confere um tom divertido à mensagem. Segundo Avelar, esse *emoji* desempenha a função discursiva de intensificar o tom de ironia, assim como descreve Paiva (2016). Além disso, tal *emoji* também funciona como um indicador de familiaridade/intimidade entre interactantes à medida que a postagem da mensagem teve por objetivo entreter os demais participantes da interação, que estavam cientes do tom de brincadeira.

Figura 26 – Continuação do exemplo 2 de preservação de face



Fonte: Avelar (2018, p. 83)

Na continuação da interação (Figura 26) apresentada anteriormente (Figura 25), descobrimos que se trata do anúncio de um casamento que é indicado pela autora da mensagem através do uso dos *emojis* que representam uma noivinha e uma aliança. De acordo com Avelar, esses signos foram usados não somente para reforçar as expressões de emoção ou como indicadores de preservação de face, mas também para substituir uma sentença inteira, como por exemplo: “Estou noiva” ou “Vou me casar”. A referida observação da autora convalida a substituição de palavras como uma das funções sintáticas dos *emojis*, conforme também descrito por Paiva (2016). No que se refere ao efeito causado no destinatário da mensagem, no ato perlocucionário, podemos inferir que os interagentes compreendem a intenção de comunicar a cerimônia de casamento, uma vez que os *threads* posteriores são de cumprimento pelo casamento anunciado. Ainda que haja um *thread* sinalizando que essa notícia não era esperada: “Sério isso?”, Avelar argumenta que as respostas com *emojis* são não marcadas e preferidas por expressarem felicidade pelo anúncio do casamento.

A partir da análise de dados extraídos de conversas do *Whatsapp*, Avelar indica que o uso dos *emojis* nas redes sociais não deve ser limitado somente às expressões emotivas, pois esses também desempenham importante função como indicadores da força ilocucionária das trocas comunicativas nas quais são participantes, revelando uma estratégia linguística de preservação de face. Por fim, a pesquisadora também destaca que os *emojis* atuam na

comunicação digital como uma forma de “economia” de linguagem, bem como índices de informalidade e de pertencimento social.

A dissertação de Leite (2018) se dedica à identificação de padrões discursivos do uso de *emojis*, ou seja, das maneiras pelas quais os usuários das redes sociais, nos contextos do *Facebook* e do *Whatsapp*, significam, compreendem e organizam tais elementos em seus enunciados. A fundamentação teórica da pesquisa da autora se realiza a partir dos aspectos sintáticos, semânticos e pragmáticos da Retórica Visual (DURAND, 1973).

Figura 27 – Dimensões sintática, semântica e pragmática propostas por Morris



Fonte: Leite (2018, p. 45) com base Bürdek (2006, p. 235) e, Braida e Nojima (2014, p. 33).

A Teoria das Dimensões Semióticas da Linguagem, desenvolvida por Morris (1976) no âmbito do design a partir das observações de Peirce sobre a ação dos signos, defende um modelo triplo de semiose formado pelos seguintes eixos dimensionais: sintático, semântico e pragmático (Figura 27). A dimensão sintática trata da relação formal de articulação combinatória dos signos entre si mesmos dentro da linguagem; a semântica se refere à significação atribuída aos objetos ou artefatos; a pragmática diz respeito à relação dos signos com os intérpretes/usuários e o contexto de uso desses elementos. Contudo, tais dimensões são coexistentes e interdependentes, uma vez que para compreender o uso de um artefato a partir da relação dos signos com seus usuários (pragmática), é necessário conhecer a relação desses signos entre si (sintaxe) e com as ideias às quais se referem (semântica).

Figura 28 – Classificação geral das figuras retóricas

CLASSIFICAÇÃO GERAL DAS FIGURAS RETÓRICAS				
RELAÇÃO ENTRE ELEMENTOS VARIANTES	OPERAÇÃO RETÓRICA			
	ADJUNÇÃO	SUPRESSÃO	SUBSTITUIÇÃO	TROCA
IDENTIDADE	 REPETIÇÃO	 ELIPSE	 HIPÉRBOLE	 INVERSÃO
SIMILARIDADE	 RIMA	 CIRCUNLÓQUIO	 ALUSÃO	 HENDÍADIS
	 COMPARAÇÃO		 METÁFORA	 HOMOLOGIA
DIFERENÇA	 ACUMULAÇÃO	 SUSPENSÃO	 METONÍMIA	 ASSÍNDETO
OPOSIÇÃO	 EMPARELHAMENTO	 DUBITAÇÃO	 PERÍFRASE	 ANACOLUTO
	 ANTÍTESE	 RETICÊNCIA	 EUFEMISMO	 QUIASMO
FALSAS HOMOLOGIAS	 ANTANÁCLASE	 TAUTOLOGIA	 TROCADILHO	 ANTIMETÁBOLE
	 PARADOXO	 PRETERIÇÃO	 ANTÍFRASE	 ANTILOGIA

Fonte: Leite (2018, p. 84), com base em Durand (1973).

Em 1973, Durand propõe a criação de uma matriz formada pela classificação da maioria das figuras retóricas empregadas em artefatos (do design e da publicidade) e de suas relações com elementos variantes da linguagem visual (Figura 28). Esse estudioso divide em quatro as operações fundamentais com respeito à composição: (i) adjunção ou adição de um ou mais elementos; (ii) supressão ou retirada de um ou mais elementos; (iii) substituição de um ou mais elementos e (iv) troca de dois ou mais elementos entre si. Nesse sentido, Leite explica que as figuras da Retórica Visual “são importantes no processo criativo de formulação de uma mensagem/discurso” (LEITE, 2018, p. 66).

A metodologia de análise de Leite (2018) é de natureza exploratória e se desenvolve em duas etapas: pesquisa de campo em grupo de estudo da graduação em Design na UFPE, com sujeitos entre a faixa etária de 18 a 28 anos, na qual se selecionaram 1.155 mensagens (*Whatsapp*, *Facebook* e anúncios digitais), 2.068 *emojis* e 72 questionários; e análise das mensagens selecionadas na etapa anterior a partir dos aspectos sintáticos, semânticos e pragmáticos da Retórica Visual.

Figura 29 – Exemplos de mensagens com *emojis* ao final da sentença

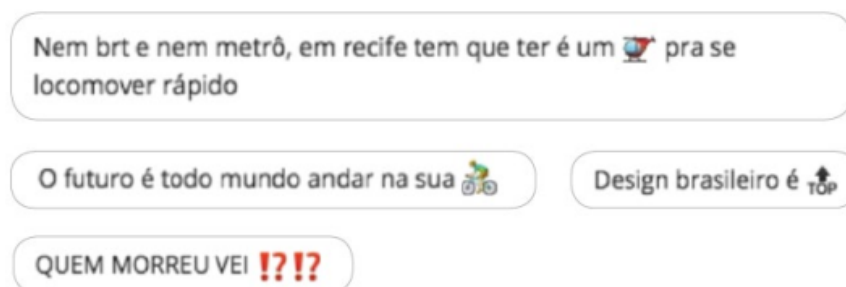


Fonte: Leite (2018, p. 96).

O primeiro aspecto sintático analisado por Leite (2018) é a posição dos *emojis* na mensagem. A interpretação dos dados levantados pela autora sugere que: 82% dos *emojis* foram posicionados ao final da mensagem, ou seja, após o enunciado verbal (

Figura 29); 14% no meio e 4% no início. Segundo Leite, a adjunção é a operação retórica predominante no uso dos *emojis* ao final das mensagens. Principalmente, aquelas figuras que reforçam a identidade, como a repetição (adição de *emojis* por relação de identidade com a forma e conteúdo), e a similaridade, como a rima (adição de *emojis* por relação de similaridade com a forma) e a comparação (adição de *emojis* por relação de similaridade com o conteúdo). Outro ponto importante identificado é que a necessidade de substituição de uma palavra ou de ilustração do texto, por semelhança formal com o que se deseja representar, pode vir a justificar o posicionamento dos *emojis* no meio das mensagens, como no exemplo da Figura 30 abaixo.

Figura 30 – Exemplos de mensagens com *emojis* substituindo palavras (figura retórica visual: alusão)

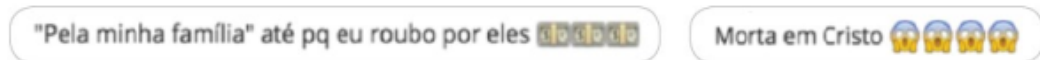


Fonte: Leite (2018, p. 98).

Ao longo de sua análise, Leite observa que 14% das mensagens são construídas por substituições de palavras por *emojis* (Figura 30) e que a operação retórica aplicada é a substituição, principalmente por aquelas figuras que reforçam: a similaridade, como alusão

(substituição de *emojis* por relação de similaridade com a forma) e metáfora (substituição de *emojis* por relação de similaridade com o conteúdo); a diferença, como a metonímia (substituição de *emojis* por relação de diferença de uma parte pelo todo); e as falsas homologias, como o trocadilho (substituição de *emojis* por relação de duplo sentido).

Figura 31 – Exemplos de mensagens com *emojis* substituindo palavras
(figuras retóricas visuais: repetição e hipérbole)



Fonte: Leite (2018, p. 100).

Outro aspecto sintático identificado é que 33% das construções das mensagens ocorre por integração de dois ou mais *emojis*, sendo que 18% dessas se deram através de repetição de *emojis* (Figura 31). Entre as principais operações retóricas aplicadas no uso dos *emojis* nesses enunciados estão a adjunção, a supressão e a substituição. Quanto às figuras retóricas visuais, as que reforçam a identidade, como a repetição, a elipse (subtração de tempo e espaço em sequências de ação) e a hipérbole (intensidade representada pela repetição); a similaridade, como a rima e a comparação; e a diferença, como a acumulação (adição de *emojis* diferentes) e a suspensão (subtração de tempo e espaço em sequências de ação para retardar e diferenciar a mensagem), são aquelas que mais se destacam.

Figura 32 – Exemplo de metáfora no uso de *emojis* nas mensagens













Fonte: Leite (2018, p. 104).

Concernente aos aspectos semânticos, Leite sugere que as operações predominantes na utilização de *emojis* nas mensagens são: substituição e supressão. Principalmente, a partir das figuras retóricas visuais que reforçam a identidade, como a hipérbole; a similaridade, como a

alusão, a metáfora e o circunlóquio (supressão de texto por *emoji* semelhante pela forma, retardando a mensagem); e a diferença, como a metonímia. Conforme verificamos no exemplo de metáfora (Figura 32) acima em que o *emoji* de homem jovem representa o passado, *emoji* de velho simboliza o presente e o *emoji* “back” representa a volta no tempo.

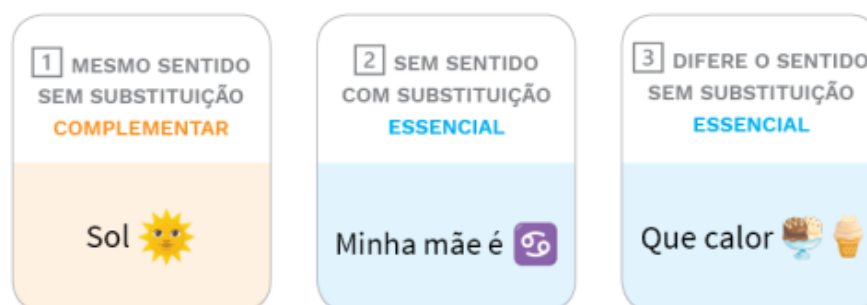
Figura 33 – Padrões retóricos de uso dos *emojis* nos anúncios digitais

SMILEYS E PESSOAS	GESTOS E CORPO	SÍMBOLOS	LUGARES
 <p>Alusão Metáfora Metonímia Hipérbole</p>	 <p>Alusão Metáfora Metonímia Circunlóquio</p>	 <p>Hipérbole Metáfora Metonímia</p>	 <p>Alusão Metonímia</p>
ROUPAS E ADEREÇOS	ALIMENTOS	OBJETOS	BANDEIRAS
 <p>Metáfora Metonímia</p>	 <p>Alusão Metáfora Metonímia</p>	 <p>Alusão Metáfora Metonímia</p>	 <p>Metáfora</p>
NATUREZA	TRANSPORTE		
 <p>Alusão Metáfora Metonímia</p>	 <p>Alusão Metáfora Metonímia</p>		

Fonte: Leite (2018, p. 106).

Ainda no que se refere aos aspectos semânticos, Leite identifica padrões retóricos do uso de *emojis* nos anúncios digitais, como ilustrado na Figura 33, em que: os “*smileys* e pessoas” (e outras representações faciais, como um robô) tendem a ser usados com o objetivo de representar sentimentos (alusivos e metafóricos), a intensidade (hiperbólica) desses signos e para retratar indivíduos ou grupos através da metonímia. Já os símbolos seriam utilizados para representar conceitos metafóricos que podem ser simbolizados através da parte pelo todo (metonímia) e por formas exageradas ou enfáticas (hipérbole).

Figura 34 – Exemplos de usos complementar, essencial por substituição e essencial sem substituição



Fonte: Leite (2018, p. 111).

No que diz respeito aos aspectos pragmáticos, Leite descreve três tipos de utilização de *emojis*: complementar; essencial por substituição e essencial sem substituição. No uso complementar a informação não é comprometida com a retirada dos *emojis*, ou seja, a mensagem mantém o mesmo sentido, como no exemplo 1 da Figura 34, sendo caracterizada como uma operação de adjunção. No uso essencial por substituição a mensagem torna-se incompreensível com a retirada dos *emojis*, conforme exemplo 2 da Figura 34, configurando uma operação retórica de substituição. E no uso essencial sem substituição a informação também é comprometida com a retirada dos *emojis*, ao passo que o sentido tende a diferir do primeiro. Cumpre ressaltar que esse último uso é gerado pela combinação dos dois anteriores: complementar e essencial por substituição. Contudo, neste caso não há uma substituição por interdependência (como no essencial por substituição), e sim por complementação e associação, configurando as operações retóricas de adjunção e substituição, como no exemplo 3 da Figura 34.

Por fim, Leite conclui que os *emojis* são uma espécie de linguagem visual com características e elementos próprios, como: ambiguidade, intenção, funcionalidade, coletividade, simplicidade e universalidade. Segundo a pesquisadora, os *emojis* são ícones que podem ser incompreensíveis quando não combinados às palavras (LEITE, 2018, p. 116).

No nível sintático dos enunciados, são descritos quatro padrões retóricos: posição, substituição, integração e repetição dos *emojis*, sendo esses signos inseridos predominantemente ao final das mensagens, conforme sinaliza a autora. Cabe complementar que também são identificados outros modelos de configurações sintáticas como: decorativas, ilustrativas, indicativas e trajetoriais.

Outro aspecto muito relevante da investigação de Leite (2018) é a convalidação dos estudos desenvolvidos por Paiva (2016) e Schnoebelen (2012), tratados por nós na seção 2.3

deste capítulo; ademais de possibilitar a complementação do aspecto vinculado à integração dos *emojis* em sequência, pois de acordo com a análise de Leite: os *emojis* tendem a ser posicionados pelos sujeitos falantes ao fim das mensagens, complementando mais os textos verbais do que os substituindo, e quando esses elementos se apresentam de maneira integrada para representar uma ação seguem a ordem sequencial dos fatos (LEITE, 2018, p. 118).

No que tange os aspectos semânticos dos *emojis* relacionados aos aspectos sintáticos na construção das mensagens enunciativas, Leite sugere padrões relativos à similaridade de forma ou conteúdo (alusão e metáfora) e diferença (metonímia). E com relação aos aspectos pragmáticos, a pesquisadora verifica padrões nos usos complementar, essencial por substituição e essencial sem substituição.

2.5 TRABALHOS PUBLICADOS NA PLATAFORMA SCIELO SOBRE O USO DE *EMOJIS*

Outra fonte de busca acionada para compor esta breve revisão de literaturas foi a plataforma SciELO, a qual funciona como uma biblioteca eletrônica constituída por uma ampla coleção de artigos científicos. Ao digitarmos o termo “*emojis*” no campo de busca desse site, encontramos, no total, apenas três resultados e entre esses somente os dois últimos contemplam o tema desde o âmbito da Linguística na comunicação digital. Entre esses dois trabalhos, configura-se o de Paiva (2016), resenhado na seção 2.3 deste capítulo. Por tal razão, a seguir discorreremos sobre o estudo de Oliveira, Cunha e Avelar (2018).

Neste trabalho, fruto da dissertação de Avelar (2018) resenhada anteriormente, os autores supracitados buscam entender o papel dos *emojis* na interação social dos pedidos de desculpa diante de recusas de convites, partindo da hipótese norteadora de que esses recursos visuais atuem como pistas inferenciais na/para a compreensão do ato de fala.

Este estudo, em consonância com o de Avelar (2018), se ancora nas Teorias da Polidez (BROWN; LEVINSON, 1987) e do Trabalho de Face (GOFFMAN, 2011), e se realiza por meio da análise de 432 *threads* com a presença de *emojis*, extraídos do banco de dados de Avelar (2018), que como descrito anteriormente é composto por conversas na rede social *Whatsapp*.

Figura 35 – Exemplo de pedidos de desculpa após recusas explícitas



Fonte: Oliveira, Cunha e Avelar (2018, p. 1626).

No exemplo acima, Figura 35, o contexto da interação se dá a partir do convite de um dos interactantes para comemorar seu aniversário e as respostas de alguns deles em forma de recusa explícita, seguidas de pedidos indiretos de desculpa. Dessa forma, o par de adjacência a ser analisado é convite-aceitação/recusa, em que as recusas são despreferidas e marcadas pelo fato de serem consideradas como respostas menos frequentes e, conseqüentemente, menos esperadas.

Mais especificamente, a Figura 35 capta o momento em que dois interactantes recusam o convite. O primeiro interagente explica a razão da recusa retomando o assunto (“O meu caso eu já expliquei”), já o segundo participante recusa de forma mais direta (“também não vou poder na sexta”). Como podemos observar os pedidos indiretos de desculpa são formulados como justificativas ou explicações, nas quais os *emojis* são usados para expressar descontentamento e embaraço pela recusa do convite.

No primeiro pedido de desculpa (“...infelizmente muito dificil para mim...”) o interactante reforça o estado de espírito expresso pelo advérbio “infelizmente” com o uso do *emoji*. Nesse sentido, tanto o *emoji* como o advérbio desempenham a função de modalizadores e ajudam o participante a reivindicar para si a imagem de alguém que lamenta

romper uma norma social esperada (aceitar o convite) e que reconhece sua culpa. No segundo pedido, a desculpa é formulada indiretamente através de justificativas (“Vou ficar por conta de uma tradução [...]”) e o *emoji* atua como o único modalizador do discurso ao representar que o interactante se lamenta por colocar o trabalho em primeiro lugar. Esses elementos caracterizam assim a estratégia de reparo com justificativa e *emoji* na sequência de pedido indireto de desculpa.

Dessa forma, a considerável quantidade de material linguístico em ambos os *threads* se justifica por se tratar de recusas ao convite, ou seja, respostas menos frequentes e menos esperadas, caracterizando um ato de fala despreferido e que tende a recorrer a uma maior materialidade linguística.

Por fim, Oliveira, Cunha e Avelar explicam que, neste caso, os dois *emojis* foram utilizados como uma estratégia de polidez, que visa atenuar o grau de agressividade das recusas, e de preservação da face positiva do autor da mensagem e da face negativa de seu interlocutor, minimizando a ameaça do ato de fala e intensificando sua empatia/preocupação pelos interesses do convite.

Figura 36 – Exemplo de pedidos de desculpa sem recusas explícitas



Fonte: Oliveira, Cunha e Avelar (2018, p. 1629).

Já no exemplo da Figura 36, o convite para comemorar o aniversário de um dos participantes da interação é seguido de dois aceites e um pedido de desculpa em que não há uma recusa explícita, como ocorre no exemplo anterior (Figura 35).

Contudo, as autoras do estudo argumentam que o interactante se mostra ciente das ameaças negativas que pairam sobre sua face ao recusar implicitamente o convite e articula em seu discurso diversas estratégias de polidez: (i) antecede o pedido de desculpa com a interjeição (“Ai”), que expressa um sentido comum de tristeza; (ii) formula sua justificativa com o imperfeito (“queria”), que costuma atenuar os efeitos de certeza e urgência que provocaria o uso do presente (“quero”); (iii) cria uma relação de contra-argumento (“mas”) para introduzir um argumento mais forte (a falta de dinheiro) do que sua vontade de comparecer ao evento; (iv) emprega o item lexical “real”, que nesse contexto, atua como um modalizador, intensificando o grau de adesão à verdade do que comunica; e, por último, (v) usa o *emoji*, que também funciona como um modalizador, para reafirmar o sentimento de profunda tristeza manifestado inicialmente pela interjeição (OLIVEIRA; CUNHA; AVELAR, 2018, p. 1629-1630). Nesse sentido, Oliveira, Cunha e Avelar (2018) ressaltam que esse acentuado número de estratégias de polidez em uma curta reação revela como em nossa cultura o pedido de desculpa tende a ser interpretado como um ato consideravelmente ameaçador a face positiva do participante de uma interação.

Outro aspecto importante, presente no exemplo da Figura 36, é a atuação dos *emojis* nas diferentes reações. As duas reações preferidas (aceitação do convite) são elaboradas de maneira direta e sucinta: a primeira utiliza apenas *emojis* (sequência batendo palmas) e a segunda produz o enunciado verbal “Estarei lá!”. Já na reação despreferida (recusa do convite) são empregadas diversas estratégias de polidez no pedido de desculpa para tentar justificar que a responsabilidade por sua ausência na comemoração do aniversário não é diretamente sua, mas da falta de dinheiro.

Com base na análise dos *threads*, os pesquisadores identificam algumas funções mais gerais dos *emojis* enquanto estratégias de polidez na comunicação digital, tais como: são utilizados como modalizadores para justificativas através das quais o interlocutor indiretamente se desculpa com o produtor do convite; expressam sentimentos que denotam a lamentação do interlocutor pela quebra de uma norma social (neste caso, de que convites devem ser aceites); e atuam como elementos proxêmicos ao aproximar os interlocutores do discurso, reduzindo os efeitos nocivos de uma recusa mais “agressiva” a um convite.

Por fim, ao cotejarmos os estudos descritos nas seções 2.3, 2.4 e 2.5, compreendemos que a tendência averiguada é de similitude entre algumas das funções desempenhadas pelos *emojis*, como: ser posicionados pelos sujeitos-falantes entre pensamentos completos e de forma, geralmente, complementar aos textos verbais e não como elementos que o substituem. Outro ponto observado é que os *emojis* podem se apresentar de maneira integrada para representar visualmente uma ação e, nesse caso, costumam seguir a ordem sequencial dos fatos a serem relatados pelo emissor da mensagem.

Vale destacar que nas regiões hispano-falantes, contexto no qual se situa nosso estudo, o uso de *emojis* nas redes sociais também vem sendo alvo de questionamentos e até mesmo instituições acadêmicas renomadas, como a *Real Academia Española* (RAE), estão se posicionando a respeito em seus perfis oficiais, conforme discussão proposta na seção 2.6 adiante.

2.6 REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (RAE) A TENTATIVA DE PRESCREVER UM USO NORMATIVO DOS *EMOJIS* NOS *TWEETS*

No ano de 2018, mais precisamente entre os dias 23 e 26 do mês de abril, algumas declarações realizadas pelo perfil oficial da *Real Academia Española* (RAE) no *Twitter* (@RAEinforma) se tornam assunto de diversas notícias publicadas no mundo hispânico ao serem identificadas como tentativas de prescrição de um uso normativo de *emojis* em enunciados discursivos do meio digital (Figura 37).

Figura 37 – Recorte de manchetes sobre as declarações da RAE quanto ao uso de *emojis*



Fonte: Elaboração própria (2018).

Cabe explicar que o *tweet* da RAE, gerador das mencionadas notícias, se trata de uma resposta ao questionamento de um usuário do *Twitter* sobre um determinado uso dos *emojis*, mais especificamente, se esses signos devem ser inseridos dentro ou fora dos sinais de interrogação e exclamação. Segundo a perspectiva da instituição acadêmica, seria preferível situar os *emojis* como elementos extraoracionais, porém os sinais de pontuação podem aparecer depois de um *emoji*, caso esse esteja substituindo uma peça léxica no enunciado (Figura 38).

Figura 38 – *Tweet* gerador das notícias sobre o posicionamento da RAE



Fonte: *Print Screen* do *Twitter* (2018).

Pelo fato de as publicações no *Twitter* da RAE serem públicas e abertas à discussão entre os demais usuários dessa rede social, como uma espécie de fórum, outros sujeitos também expressam seus pontos de vista sobre a temática e aproveitam para compartilhar suas dúvidas quanto ao uso dos *emojis*.

Figura 39 – Desdobramentos do *tweet* da RAE sobre o uso dos *emojis*



Fonte: *Print Screen do Twitter* (2018).

Como observamos na Figura 39, outro questionamento desencadeado a partir da primeira declaração da RAE se refere ao fato de que se compreendermos os *emojis* como elementos extraoracionais, esses poderiam funcionar como interjeições no campo enunciativo, logo os mesmos também deveriam ser inseridos entre os sinais de exclamação. De acordo com a resposta fornecida pela RAE, não necessariamente isso ocorreria, pois os *emojis* podem se anexar como elementos externos sem a presença de sinais de pontuação.

Outro aspecto interessante que notamos é a espontaneidade identificada nos demais comentários dos usuários sobre o inesperado posicionamento da RAE sobre tais elementos característicos de um texto essencialmente multimodal. Como verificamos no terceiro *tweet* da Figura 40: “Interessante que considerem agora aspectos tão informais da fala. Isso demonstra, mais uma vez, que somos nós os falantes que determinamos o uso, mas é a RAE, então...” (TWITTER, 2018, **tradução nossa**), no qual se torna evidente a tensão existente

entre uma norma reguladora imposta pela instituição RAE e o uso efetivo manifestado por falantes reais em situações comunicativas concretas.

Figura 40 – Comentários sobre o inesperado posicionamento da RAE



Fonte: *Print Screen do Twitter (2018)*, destaque nosso.

Contudo, cabe ressaltar que as dúvidas de usuários das redes sociais quanto o uso de *emojis* e as respectivas explicações da RAE sobre o assunto datam desde o final do ano de 2017. Na Figura 41, notamos que o problema central, novamente, se remete à forma de usar os sinais de pontuação em frases com *emojis*. Em resposta ao questionamento, a RAE afirma que, dentro do texto, tudo dependerá se os *emojis* afetam somente a parte imediatamente anterior ao sinal de pontuação ou se atingem tudo o que os precedem; porém, quando utilizados sozinhos, é possível prescindir da pontuação.

Figura 41 – Dúvida de 2017 quanto ao uso dos *emojis* e o equívoco cometido na terminologia



Fonte: *Print Screen do Twitter* (2018), destaque nosso.

Ainda no que diz respeito à Figura 41, percebemos um equívoco cometido pela RAE, em 2017, com relação a uma confusão terminológica muito comum entre *emojis* e *emoticons*. Como explicitado na subseção 2.1.1, esses não podem ser empregados como sinônimos, uma vez que não designam os mesmos elementos no âmbito do “discurso digital”.

Nesse mesmo sentido, observamos nas Figuras 42, 43 e 44 que, em 2018, a própria RAE começa um processo de regulação do termo *emoji* e chega a ser contestada sobre a não existência do mesmo em seus documentos oficiais, como o dicionário da instituição que apenas contém a definição abrangente de *emoticon* que também se adequaria a de *emoji*. Em resposta, a RAE argumenta que tudo já está em processo de revisão.

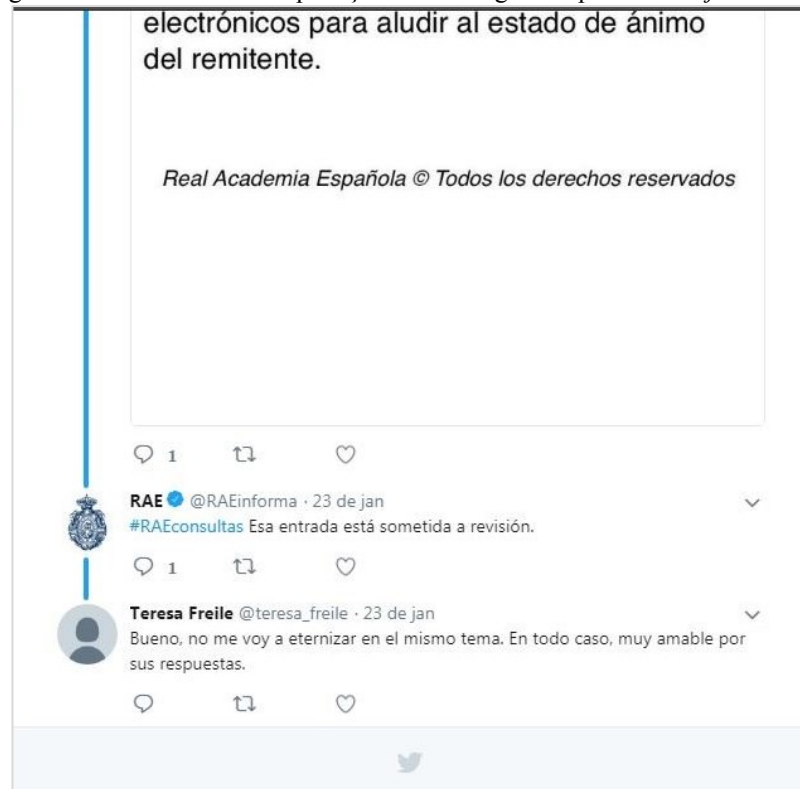
Figura 42 – Dúvida sobre a aplicação terminológica da palavra *emoji*



Fonte: *Print Screen do Twitter* (2018).

Figura 43 – Dúvida sobre a aplicação terminológica da palavra *emoji*

Fonte: *Print Screen do Twitter* (2018).

Figura 44 – Dúvida sobre a aplicação terminológica da palavra *emoji*

Fonte: *Print Screen do Twitter* (2018).

Cumpramos destacar que os *tweets* (de 10 de dezembro de 2017 a 27 de abril de 2018) das discussões suscitadas a partir das declarações da RAE foram extraídos através das *hashtags* #RAEconsultas e #emojis no campo de busca simples do próprio *Twitter*, no dia 27 de abril de 2018.

Figura 45 – Exemplos de uso dos *emojis* sugeridos pela RAE



Fonte: *Print Screen* do *Twitter* (2020).

Por fim, na Figura 45 apresentamos um *tweet* publicado pela RAE no Dia Mundial do *Emoji* (17 de junho) de 2020, no qual a instituição descreve alguns exemplos de uso dos *emojis* na língua espanhola. A partir da interpretação do *tweet*, observamos algumas funções desempenhadas pelos *emojis*, tais como: expressar uma ação/emoção [Exemplos 1 (de realizar uma saudação), 4 (de se mostrar surpresa), 7 (de estar feliz), 8 (de amar a notícia) e 10 (de rir)]; atuar como peça léxica do enunciado, substituindo palavras [Exemplos 2 (j “*Hola, Ana!*”), 3 (“*El/La bebe nació ayer.*”), 9 (“*Ya dormir*”) e 10 (“*Muchos besos.*”)]; enfatizar uma ação/emoção através de seu uso multiplicado [Exemplos: 6 (para expressar felicidade/alegria) e 11 (para reforçar que a quantidade de beijos enviados corresponde com os recebidos no exemplo 10)]; expressar ironia (podemos sugerir que talvez o exemplo 5

possua uma leve ironia, já que pelo contexto a presença de tal *emoji* indica que, a pesar de estar tudo bem ou de tudo ter corrido bem no nascimento da criança, o emissor da notícia se encontra cansado e, por isso, não tão bem assim).

Desse modo, as referidas funções descritas, de forma implícita, nos exemplos da RAE são compatíveis com aquelas identificadas nos estudos de Paiva (2016) e Schnoebelen (2012), como visto seção 2.3 deste capítulo. Contudo, nos surge uma dúvida: no uso concreto da língua, os *emojis* seguem uma norma de pontuação como tenta prescrever a RAE, ou seja, os *emojis* costumam ser inseridos antes do ponto final, mesmo quando não atuam como uma peça léxica (exemplo 7)? Buscamos responder essa questão na subseção 5.4, referente ao nível sintático da análise dos dados.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

Para embasar teoricamente esta investigação e atender os objetivos propostos, trabalharemos com os Multiletramentos (MARCUSCHI, 2004; MOURA; ROJO, 2012; ROJO, 2009; SIGNORINI, 1995; STREET, 1984) e as metafunções da Gramática Visual (HEBERLE, 2012; KRESS e VAN LEEUWEN, 2006; NASCIMENTO; BEZERRA; HEBERLE, 2011).

3.1 OS MULTILETRAMENTOS NAS INTERAÇÕES SOCIAIS

O mundo contemporâneo apresenta acentuadas mudanças em sua atual configuração, principalmente por conta da expansão da globalização que, por sua vez, prescreve mudanças nos meios de comunicação e de circulação da informação, acarretando novas práticas de letramento.

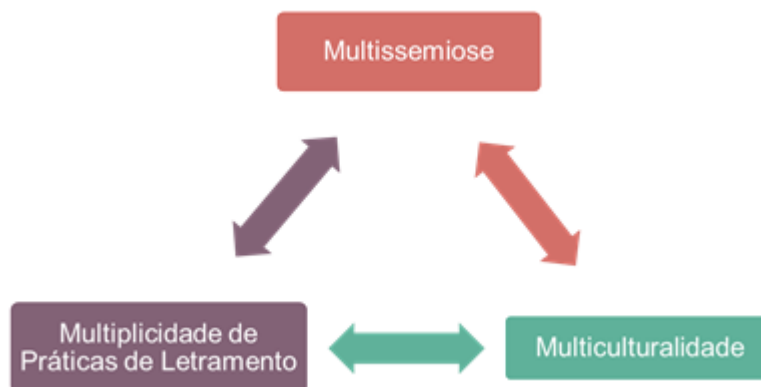
De acordo com Rojo (2009, p. 106), a contínua ampliação de acesso às TDICs implica quatro mudanças significativas no que concerne a reflexão-crítica sobre os letramentos: (i) intensificação e diversificação da circulação da informação; (ii) diminuição das distâncias espaciais; (iii) contração do tempo ou diminuição das distâncias temporais; e (iv) multisssemiose ou multiplicidade de modos de significar, essa última muito vinculada ao fato da necessidade de se relacionar o texto escrito no meio digital com o conjunto de signos semióticos, ou seja, de outras modalidades de linguagem, como os *emojis*, que o constituem.

Nesse âmbito, Brian V. Street inaugura a Teoria dos Novos Estudos do Letramento em 1984, difundida no cenário nacional, principalmente, pela linguista Angela Kleiman (1995). Em consonância com essa perspectiva epistemológica, os letramentos se convertem em plurais/múltiplos ao se caracterizarem como práticas socioculturais heterogêneas e situadas, “[...] que combinam oralidade e escrita de formas diferentes em eventos de natureza diversa, e cujos efeitos ou consequências são condicionados pelo tipo de prática e pelas finalidades específicas a que se destinam [...]” (ROJO, 2009, p. 101) nas relações de poder instituídas em determinado tempo-espço.

Ainda segundo Rojo (2009, p. 109), o conceito de Multiletramentos pode ser composto por níveis convergentes de complexidade e ambiguidade ao apreender, além de sua originária multisssemiose, duas facetas específicas: a *multiplicidade de práticas de letramento*, que perpassa diversas esferas sociais, e a *multiculturalidade*, isto é, as distintas formas de se

vivenciar essas práticas pelas diferentes culturas locais, conforme ilustramos na **Erro! Fonte e referência não encontrada.** abaixo.

Figura 46 – Esquema triádico dos Multiletramentos



Fonte: Elaboração própria (2018), com base em Rojo (2009, p. 109).

A vertente dos Novos Estudos do Letramento, proposta por Street (1984), é fomentada a partir da reflexão sobre dois enfoques distintos de letramentos: o autônomo e o ideológico (ROJO, 2009, p. 99-100). O primeiro se caracteriza justamente por ver o letramento como algo independente do contexto social e cujas ressonâncias para a sociedade e a cognição são resultantes de sua própria essência. Já o segundo, o ideológico, evidencia a intrínseca relação entre as diferentes práticas de letramento e os alicerces socioculturais e de poder da sociedade, convalidando o resgate da autoestima para a construção de identidades fortes e a potencialização de poderes em diferentes esferas sociais.

À luz do modelo ideológico, a compreensão é entendida como “uma construção de sentidos que jamais recobrem os originalmente intencionados, por mais que deles se aproximem, uma vez que, mesmo quando não mudam os atores, são o espaço e o tempo que estão em movimento” (SIGNORINI, 1995, p. 176), ou seja, a compreensão se constitui a partir de um ciclo constante de “recontextualizações” instituído pelas mudanças dos agentes sociais (produtores ou receptores) e/ou tempo-espaciais da sociedade.

Ainda no que concerne aos Novos Estudos do Letramento, há a categorização interligada entre os letramentos institucionalizados e os vernaculares. Os designados como institucionalizados são aqueles vinculados às instâncias formais da sociedade (escolas, locais de trabalho, igrejas...) nas quais “os agentes são poderosos na proporção do poder da sua instituição de origem” (ROJO, 2009, p. 102-103). E os letramentos vernaculares são

originários da vida cotidiana, mais especificamente nas culturas locais e compreendidos como práticas de resistência por serem, muitas vezes, desprezados perante a cultura “oficial”. Um exemplo desse tipo de letramento seria o *internetês* praticado pelos usuários de redes sociais e desenvolvido especialmente a partir do uso frequente de abreviaturas e de outros signos, como os *emoticons* e os *emojis*.

Na esteira dessa reflexão sobre os letramentos vernaculares, podemos argumentar que a *Internet* e as redes sociais são espécies de protótipos de novas formas de comportamento comunicativo na Era da Informação. Segundo o linguista Marcuschi, grande parte do êxito das TDICs se deve justamente ao fato de essas abarcarem em um só meio diversas formas de expressão, textos verbais e não verbais, conferindo-lhes “maleabilidade para a incorporação simultânea de múltiplas semioses” (MARCUSCHI, 2004, p. 13) ao interferir na natureza dos recursos linguísticos acionados.

Por tal razão, o “discurso digital” se configura como um interessante campo de investigação para que possamos compreender o efeito das TDICs na linguagem e o papel desempenhado pela linguagem nessas referidas tecnologias digitais. Esse “discurso digital” abrange um amplo conjunto de gêneros discursivos que em seus primórdios tinham a escrita como principal forma de expressão comunicativa. Entretanto, com o avanço da tecnologia disponibilizada pela *Internet*, a concepção de que nesse domínio se “fala por escrito” começa a ser revista e até mesmo ressignificada, pois o que se observa sincronicamente nesse âmbito é um acentuado hibridismo escrito-oral, como demonstrado na subseção 2.1.1.

No que se refere especificamente à esfera do ensino, uma ampla gama de estudiosos (MARCUSCHI; XAVIER, 2004; MOURA; ROJO, 2012; ROJO, 2009) compreende que a escola deve possibilitar uma educação linguística de forma ética, crítica e democrática a seus estudantes, contemplando os novos letramentos emergentes e considerando a interculturalidade envolvida em seus contextos; além de incorporar textos digitais e multissemióticos que permitam a seus interlocutores questioná-los e a partir deles construir diálogos funcionais.

Dessa forma, nosso estudo pretende contribuir, de certa forma, para a ampliação de trabalhos com textos multimodais no ensino de idiomas a partir da identificação e descrição das funções dos *emojis* no uso concreto da língua, juntamente com a compreensão da estrutura multimodal na qual estão inseridos, os *tweets*, desde os princípios da Gramática Visual.

3.2 AS METAFUNÇÕES DA GRAMÁTICA VISUAL

Um dos principais campos referenciais de nossa pesquisa é o da Gramática Visual de Krees e van Leeuwen (2006), fomentado principalmente a partir dos estudos de Halliday (1994) no âmbito da Linguística Sistêmico-Funcional (LSF)⁷. Essa escolha epistemológica se justifica, com base em Nascimento, Bezerra e Heberle (2011), por considerarmos que os *emojis* devem ser compreendidos como um conjunto de signos socialmente compartilhados e regidos por determinados princípios e regularidades. A partir dessa perspectiva, buscamos identificar e descrever as funções dos *emojis* no uso concreto da língua, bem como compreender a estrutura multimodal dos *tweets*.

A Gramática Visual tem como objetivo central a descrição das formas pelas quais indivíduos, coisas e lugares são ressignificados, e combinados entre si numa totalidade constitutiva de sentido (KREES; VAN LEEUWEN, 1996 *apud* CARVALHO, 2010, p. 266). Dessa forma, tal teoria vem a acrescentar novos significados ao já polissêmico termo: “gramática”, o qual, sob a concepção do senso comum, costuma ser entendido como um conjunto de regras sobre a língua escrita.

Por tal razão, cabe destacar que, no âmbito da Gramática Visual, a abordagem multimodal está fundamentada em quatro pontos essenciais e não restrita somente à estrutura gramatical em si. Nesse sentido, o primeiro aspecto é justamente a percepção de que os significados não se restringem apenas à expressão da linguagem escrita ou falada, pois esses são produzidos, compartilhados e dialogados por meio de múltiplas formas comunicativas e representacionais. O segundo ponto é que os diferentes atos comunicativos são constituídos por diversos modos semióticos e esses são moldados de acordo com seus respectivos usos sócio-histórico-culturais. O terceiro aspecto é que as pessoas, os interlocutores, direcionam significados por meio da escolha intermediada pela configuração contextual; dessa forma a interação entre tais recursos semióticos é de extrema importância para o processo de ressignificação. O quarto ponto destaca que os significados dos signos são influenciados pela intenção do emissor inserido em um determinado contexto dialógico que permite um processo contínuo de reinterpretação do signo em questão (JEWITT, 2009 *apud* CARVALHO, 2010, p. 266-267).

⁷ Também denominada como Teoria Sociosemiótica.

Segundo os estudos de Kress e van Leeuwen (2006, p. 14), existem três fatores que justificam a significativa consolidação da Gramática Visual enquanto campo teórico e de investigação: o fenômeno da globalização, que permite a rápida disseminação e o consumo instantâneo das representações multissemióticas das informações em todo o mundo; o acentuado avanço das TDICs; e o incremento do papel da comunicação visual em materiais didático-pedagógicos.

Ainda conforme os autores supracitados, os elementos visuais inerentes à multimodalidade geram diferentes interpretações da experiência humana e das formas de interação social ao realizarem significados, tais quais as estruturas linguísticas (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996, p. 2). Cumpre salientar que a referente argumentação de Krees e van Leeuwen está ancorada na concepção de linguagem desde a perspectiva da LSF, na qual essa é compreendida como uma semiótica social com um fluxo bidirecional entre texto-contexto e articulada a partir de um amplo repertório de multiletramentos, ou seja, de “textos orais, escritos multimodais e multimidiáticos” (HEBERLE, 2012, p. 84).

Nesse sentido, a LSF de Halliday descreve três metafunções da linguagem: (i) a Ideacional, (ii) a Interpessoal e (iii) a Textual, que norteiam os estudos das escolhas léxico-gramaticais de acordo com cada contexto situacional. A primeira metafunção, a Ideacional, diz respeito à representação das nossas experiências de mundo; a Interpessoal corresponde às relações sociais entre os sujeitos do discurso e seus pontos de vista; e a Textual é responsável pela organização coesiva e estrutural-temática do texto (HEBERLE, 2012, p. 86-87). De modo alusivo a essa teoria, o foco central da Gramática Visual se direciona aos “textos-objeto” (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 15), que abarcam desde obras de arte até os mais diversos gêneros digitais, e são compreendidos por meio de três metafunções específicas: (i) a Representacional, (ii) a Interacional e a (iii) Composicional (Figura 47), as quais se correlacionam respectivamente com as outras três metafunções da LSF: a Ideacional, a Interpessoal e a Textual.

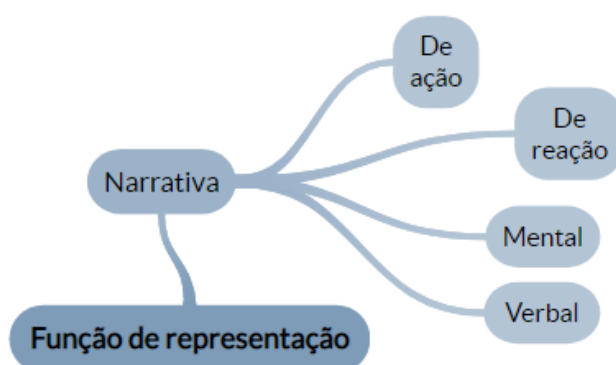
Figura 47 – Metafunções da Gramática Visual



Fonte: Elaboração própria (2020), com base em Krees e van Leeuwen (2006).

A primeira metafunção, a Representacional, como o seu próprio nome designa, trata da representação dos participantes como seres, coisas e lugares de interação (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 73), ramificando-se em dois tipos de padrões de estruturas visuais: *narrativas* e *conceituais*. As *narrativas* têm como característica central a dinamicidade, por se inserirem na experiência material de mundo, isto é, do “fazer e acontecer”. E seus elementos participantes estabelecem uma relação transferencial descrita de forma visual através de linhas ou vetores indicadores da dinamicidade de suas ações. Ao contrário das estruturas *conceituais*, as quais se apresentam como estáticas, ou seja, desprovidas de vetores de movimento e se situam na experiência relacional de “ser e existir”, pois seus participantes apenas apontam a que ou a quem podemos atribuir valores.

Figura 48 – Tipos da função de representação narrativa



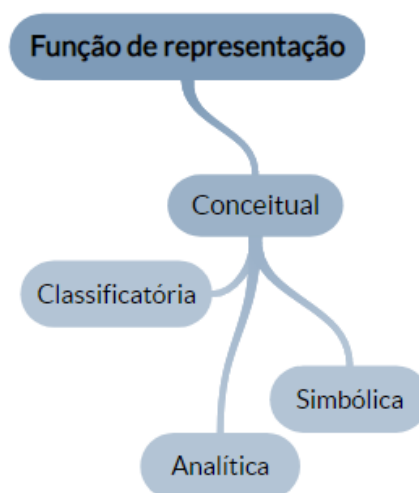
Fonte: Elaboração própria (2020).

Sob esse escopo, as representações narrativas podem ser caracterizadas pela inserção de participantes humanos ou personificados, em um plano de fundo, que apontem as circunstâncias de tempo e espaço em que se desenvolve o respectivo evento, e pela presença de ao menos um vetor. Assim, as *representações narrativas* podem ser realizadas a partir de processos distintos (**Erro! Fonte de referência não encontrada.**): a) *de ação*: que podem ser transacionais, quando abarcarem pelo menos dois participantes e um vetor, ou não-transacionais, quando a ação envolver apenas um participante e um vetor; b) *de reação*: que correspondem a existência de um vetor referente sempre à linha visual do olhar de um ou mais participantes, podendo ser também transacionais ou não-transacionais; c) *mentais*: que costumam ser identificados por um balão de pensamento conectado a um participante humano ou personificado; e d) *verbais*: que tendem a ser caracterizados por balões de fala (NASCIMENTO; BEZERRA; HEBERLE, 2011, p. 535-536).

Referente às funções de representação narrativa dos *emojis*, objeto de estudo desta pesquisa, acreditamos que essas se desenvolverão quando *emojis* diferentes forem inseridos em uma sequência linear de tempo e ação, sendo as representações narrativas mais frequentes as de ação e de reação. Cumpre ressaltar que formulamos tal proposição a partir das observações de Schnoebelen, publicadas por Steinmetz (2014) e descritas por nós com maiores detalhes na seção 2.3 do capítulo anterior. Além disso, gostaríamos de sugerir a possibilidade da existência de um vetor implícito específico da estrutura de textos multimodais como os *tweets*: o sistema de escrita. Por exemplo, no hemisfério ocidental o sistema de escrita se desenvolve da esquerda para a direita, logo o vetor que conduziria a ação também se deslocaria conforme essas posições complementares. Outro ponto importante seria a hipótese de que as representações narrativas com uso de *emojis* se dariam de forma não-

transacional, pois esses signos (quando personificados) tendem a olhar para frente, o que sugere que nós (interlocutores/leitores dos *tweets*) somos o objeto de olhar dos *emojis*, ainda que não estejamos inseridos de forma visual nos *tweets*.

Figura 49 – Tipos da função de representação conceitual



Fonte: Elaboração própria (2020).

Quanto ao segundo subtipo da metafunção Representacional, Nascimento, Bezerra e Heberle (2011, p. 536-538) nos explicam que as conceituais descrevem os participantes por categorias de acordo com suas características individuais ou de atributos compartilhados com o todo, ou seja, com outros participantes. Outro ponto importante das *representações conceituais* é a ausência de vetores, justamente pelo fato de o foco estar nas características e nas identidades dos participantes e não em suas ações. Assim estas representações podem ocorrer através de três processos diferentes (**Erro! Fonte de referência não encontrada.**): a) *lassificatórios*: em que o cerne está na representação simétrica das características dos participantes como partes integrantes de um grupo, podendo ser identificadas como traços transitórios (Ex.: as roupas usadas por pessoas em um evento) ou não (Ex.: as feições nos rostos dessas pessoas); b) *analíticos*: que configuram os elementos na imagem em relação parte/todo, ou seja, podem ser representados elementos específicos na imagem tanto com foco direcional em suas partes quanto em seu todo, a depender dos efeitos interpretativos que autor da imagem quiser causar em seus respectivos leitores; e c) *simbólicos*: que acrescentam simbolismo à representação visual, como ocorre na linguagem verbal com o efeito causado pelo uso de metáforas e analogias.

Concernente às funções de representação conceitual dos *emojis*, supomos que em nossas amostras haverá um considerável número de dados/*tweets* com a presença de *emojis* de bandeiras de países, por se tratar de temas políticos que afetam a população de um modo geral. Nesse sentido, uma provável função a ser desempenhada pelos *emojis* seria a de classificação. Contudo, desde o nosso ponto de vista, se um *emoji* de bandeira vier acompanhado de outro *emoji* que represente uma emoção, a representação poderia não ser mais classificatória e sim simbólica. Por exemplo, se o *emoji* de bandeira for inserido junto com o de coração: a representação seria simbólica, uma vez que haveria uma analogia, como “eu amo meu país”. Quanto à função de representação conceitual analítica, acreditamos que ocorrerá quando um ou mais *emojis* trouxer um novo sentido para o enunciado do *tweet*, como no caso da expressão de ironias.

A metafunção Interacional se dedica às relações entre produtor, produto e observador que se desdobram nas mais diversas formas alusivas de produção e recepção de texto [Ex. escritor/texto/leitor ou falante/fala/ouvinte] (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 114). A referida tríade desempenha a função de construir sentidos pelas imagens em conformidade com os contextos sociais nos quais essas estão inseridas, contemplando as mais diversas realizações visuais possíveis: a) *contato visual*: o olhar do participante parece requisitar algo do leitor (pessoal/demanda) ou não há um contato direto do olhar do participante na imagem com o leitor (impessoal/oferta); b) *distância social*: a disposição do participante em relação ao leitor estabelece níveis de mais ou menos intimidade entre eles, principalmente por meio do tipo de plano escolhido para captar a imagem (plano fechado ou *close-up* = íntimo, plano médio ou *medium shot* = social e plano aberto ou *long shot* = impessoal); c) *atitude*: o posicionamento angular do corpo do participante em relação ao leitor, como se houvesse um eixo vertical sob o qual pudéssemos girá-lo, sendo “de frente” (ângulo frontal = maior envolvimento), “de lado” e “de costas” (ângulos oblíquos = maior distanciamento) como referências para uma projeção do nível proximidade entre os envolvidos no evento (participante humano ou personificado e leitor); d) *poder*: a interpretação do leitor sobre o participante a partir de um eixo horizontal, que pode significar maior poder do leitor (ângulo alto, ou seja, quando esse observa a imagem de um ponto de vista superior), igualdade de poder (nível do olhar) e maior poder do participante (ângulo baixo) (NASCIMENTO; BEZERRA; HEBERLE, 2011, p. 539-541).

No que tange a função de interação realizada no ambiente do *Twitter*, conjecturamos que essa se realize através da distância social, como uma espécie de foco da lente de uma

câmera fotográfica. Quando tivermos um foco mais amplo, menor será a interação entre os participantes. No caso dos *tweets*, isso possivelmente acontecerá com os que, apesar de serem publicados e organizados pelo *Twitter* a partir das mesmas *hashtags*, seus autores não desenvolvem uma interação entre si, ou melhor, não respondem um o *tweet* do outro. Contudo, quando começarmos a diminuir a amplitude da lente, mais social se tornará a interação. Nesse plano médio, os *tweets* são respondidos pelos interlocutores, porém os autores não respondem diretamente a esses novos *tweets* gerados a partir de suas publicações. No momento em que focarmos a lente da câmera, a interação entre os interlocutores será mais no plano íntimo, uma vez que os autores dos primeiros *tweets* respondem os *tweets* respostas que recebem.

A terceira metafunção, a Composicional, engloba estruturas visuais de significados representacionais e interativos, convertendo-se num todo significativo em que todos os elementos de forma integrada criam uma hierarquia e um equilíbrio em textos com a finalidade de possibilitar modos coerentes de significar seus sentidos (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 175). Dessa forma, a estrutura composicional integra três significados básicos: *valor da informação, saliência e enquadramento*.

O *valor da informação* é inferido por meio da disposição organizacional dos elementos composicionais dentro de um determinado espaço que lhe confere significado na representação visual da cultura ocidental em termos de esquerda/direita, topo/base, centro/margem. Nesse sentido, cumpre ressaltar que os núcleos esquerda/direita tendem a conter a informação dada (já conhecida) e a nova, respectivamente. Já a polaridade topo/base se refere àquilo que é compreendido como ideal ou concebido como real. As posições centro/margem, por outro lado, promovem seus processos significativos através de uma informação nuclear e essencial, sob a qual “flutuam” informações marginais ou periféricas.

A *saliência* é o “peso” de um elemento no contexto visual, ou seja, é o recurso utilizado para localizar o participante na categoria máxima de visibilidade em uma estrutura visual. A especificação de qual elemento deverá ser salientado pode ser realizada a partir de diversos fatores, como: perspectiva (primeiro plano/plano de fundo) definição (alta/baixa); tamanho (grande/pequeno); contrastes de tons (preto/branco); cores (intensas, suaves) e até mesmo pelo *valor da informação* e pela densa carga cultural atribuída aos elementos composicionais da representação visual.

O *enquadramento*, como seu próprio nome indica, trata do agrupamento ou da fragmentação dos elementos no espaço composicional. Nesta forma de significar, quanto mais articulados entre si estiverem os elementos, mais forte será o sentido de conexão composicional entre eles; logo, quanto menos agrupados se encontrarem os elementos, menos esses serão representados como membros pertencentes a uma mesma unidade de informação. Desse modo, quanto maior a fragmentação do espaço composicional, maior será a quantidade de enquadramentos e mais forte a sua estruturação; logo, haverá uma menor conexão entre os membros pelo fato de esses não pertencerem a uma mesma unidade de informação. Conseqüentemente, quanto menor a configuração por quadros nesse espaço mais fraca será a sua estruturação, resultando em uma conexão mais intensa entre os elementos no espaço composicional.

Entre os principais recursos de conexão estão: a presença de vetores, a continuidade de cores, a repetição de formas e elementos contextuais (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 204). Nessa perspectiva, a desconexão se daria a partir da presença de linhas demarcatórias, do contraste de cores, dos espaços em branco inseridos entre os elementos e a descontinuidade de aspectos contextuais. Portanto, o todo composicional depende diretamente do contexto, pois esse desempenha um papel fundamental na compreensão do sentido de conexão ou desconexão entre as informações apreendidas na/da linguagem visual.

Por fim, no que diz respeito ao nosso objeto de investigação, podemos sugerir, ainda que de forma incipiente, que os *emojis* desempenharão a função de valor da informação como uma informação nova ao se localizarem entre e/ou ao fim de pensamentos, geralmente, completos (uma de suas principais características como explicitamos na seção 2.3 do capítulo anterior), ou seja, na posição direita do sistema de escrita ocidental e ao lado daquilo que já é conhecido. Quanto à saliência, poderíamos argumentar que a importância de cada *emoji* se dará pela carga cultural vinculada a ele. E que os enquadramentos serão justamente os espaços de publicação das mensagens, por exemplo, se um usuário comenta um *tweet* resposta dos interlocutores sobre seu primeiro *tweet*, poderíamos inferir que mais intensa será a conexão entre esses dois *tweets* dentro do espaço composicional da rede social *Twitter*.

De acordo com os campos epistemológicos acionados e aqui detalhados, delineamos no capítulo a seguir o processo metodológico de nossa pesquisa, contemplado as características das amostras, o controle das variáveis e a organização do *corpus*.

4 METODOLOGIA

Centrado nos interesses da linguagem em uso, nosso primeiro cuidado metodológico é o de assentar a análise a partir da consideração de um *corpus* por nós constituído para fins de alcançar os objetivos previamente traçados: identificar e descrever as funções dos *emojis* no uso concreto da língua, além de compreender a estrutura multimodal dos *tweets* desde os princípios da Gramática Visual. Além de responder nossas perguntas de pesquisa: (i) desde a perspectiva da Gramática Visual, os *emojis* tendem a desempenhar quais funções de representação e de composição nos *tweets*? (ii) Como se desenvolve a função de interação multimodal no *Twitter*? (iii) E quais as principais funções sintáticas e discursivas dos *emojis*?

Em consonância com os acontecimentos vigentes aos anos de 2018 e 2019, escolhemos dois temas de relevância para o mundo hispânico, contexto de nossa língua de estudo, que integraram os *Trendings Topics* do *Twitter* durante um determinado intervalo de tempo, e que suscitaram o uso de *emojis* por parte dos interlocutores na composição de seus *tweets* por abordarem questões políticas e de conflito social. Isto é, assuntos sensíveis às emoções e que incitam posicionamentos bipolarizados, sendo esses expressados de forma mais espontânea e aberta no ambiente das redes sociais.

Nossa primeira amostra é composta por *tweets* referentes à posse do presidente mexicano Andrés Manuel López Obrador realizada no dia 01 de dezembro de em 2018, em Zócalo, praça pública mais importante do país. Segundo sinaliza Rojas, López Obrador é o primeiro presidente de esquerda em 70 anos no México e todos os seus programas de governo têm como principal foco a população indígena (ROJAS, 2018, s.p.). Apesar da posse de um presidente de esquerda, após sete décadas, ser vista como um marco histórico, essa também aciona aspectos culturais, ideológicos e identitários de um país, fomentando o desenvolvimento de discussões essencialmente diferentes.

A segunda amostra de nosso *corpus* é formada por *tweets* concernentes aos protestos venezuelanos contra o governo de Nicolás Maduro, no início de 2019. Essas manifestações foram convocadas pela oposição liderada por Juan Guaidó, exatamente no dia comemorativo do 61º aniversário da data histórica de 23 de janeiro de 1958, na qual se destituiu o general Marcos Pérez Jiménez, líder do último governo militar em exercício na Venezuela.

Durante os atos de protestos de 2019, Guaidó se autoproclamou presidente interino do país, alegando que Maduro estaria usurpando o poder ao ter sido eleito a partir de eleições

fraudulentas, segundo a perspectiva da oposição, e não reconhecidas pelos Estados Unidos, União Europeia e grande parte dos países latino-americanos. Dessa forma, Guaidó afirmava que era necessário impulsionar o estabelecimento de um governo de transição que convocasse novas eleições presidenciais.

Cumprido ressaltar que diversos países chegaram a reconhecer Guaidó como presidente interino da Venezuela, naquele momento, entre eles: Argentina, Brasil, Canadá, Chile, Colômbia, Costa Rica, Equador, Estados Unidos e Peru. Enquanto que México e Bolívia apoiaram a Maduro (BBC NEWS MUNDO, 2019, s.p.).

Diante desse cenário, compreendemos que esse segundo tema também aborda, intrinsecamente, questões dicotômicas e, muitas vezes, plurais de: cultura, ideologia e identidade de um povo, sendo esses aspectos os principais critérios de seleção desses dois temas para a constituição de nosso *corpus* copilado.

Na seção a seguir (4.1), descrevemos de forma mais detalhada as características das amostras, de nosso *corpus*, bem como o desenvolvimento do controle das variáveis que norteiam o processo de seleção.

4.1 DAS CARACTERÍSTICAS DAS AMOSTRAS E DO CONTROLE DE VARIÁVEIS

Uma das principais ferramentas do *Twitter* são os chamados *Trending Topics* (TTs), ou seja, os tópicos de interações conversacionais mais discutidos e que, conseqüentemente, tratam dos assuntos que estão em evidência no momento respectivo a cada contexto sincrônico. Com vistas a refletir sobre as implicações das discussões da língua espanhola na interface dos contextos comunicativos específicos dos *tweets*, selecionamos dois temas de viés político e de relevância para o contexto hispânico que integraram os TTs do *Twitter* durante os anos de 2018 e 2019.

O primeiro tópico se refere à posse do presidente mexicano Andrés Manuel López Obrador, tema que ocupou os TTs no dia 01 de dezembro de 2018 através das *hashtags* (#)⁸: *#RevoluciónMexicana* e *#TomadeProtesta*. O segundo remete à manifestação popular venezuelana contra o presidente Nicolás Maduro, no ano de 2019. Tais atos de protesto foram compartilhados no *Twitter* por meio das *hashtags*: *#23Ene* e *#GritemosConBrio*, e estiveram presentes nos TTs, no dia 23 de janeiro desse respectivo ano.

⁸ Marcadores que agrupam os *tweets* publicados na rede social *Twitter*.

Ao longo de nossas escolhas sobre o delineamento metodológico mais adequado a esta pesquisa, verificamos que a extração de dados do *Twitter* pode ser realizada por meio de APIs (*Application Programming Interface* ou Interfaces de Programação de Aplicações, em português), o que resultaria em uma ampla gama de dados em linguagem de programação. Por tal razão, resolvemos transgredir na prática as fronteiras disciplinares e estreitar relações com a Ciência da Computação, estabelecendo um diálogo transdisciplinar, com pesquisadores dessa área em nossa universidade, sobre o processo de extração de dados através de APIs e de sua respectiva funcionalidade no desenvolvimento de nossa investigação.

Segundo o que compreendemos, as APIs são mais utilizadas, no âmbito científico, quando há a necessidade de se coletar um elevado número de amostras que serão analisadas automaticamente, a partir da criação de tabelas e de gráficos eletrônicos que auxiliaram na interpretação desses metadados codificados em determinada linguagem computacional. A partir de tal explicação, percebemos que o recurso metodológico das APIs não nos seria funcional, justamente pelo fato de que, ao final do processo de extração de dados, essas nos gerariam resultados codificados, dificultando já na fase inicial a identificação da presença ou não dos *emojis* nos campos enunciativos, ou seja, nos *tweets*.

Dessa forma, por conta da referida complexidade técnica e considerando as sugestões de especialistas na área, resolvemos abdicar da programação de APIs e usar em nossa coleta de dados o *Twitter Search*⁹ (Figura 50), um mecanismo interno de busca do próprio *Twitter*. De acordo com opções de filtragem na modalidade “busca avançada”, podemos optar por: “todas estas palavras”; “exatamente esta frase”; “qualquer uma destas palavras”; “nenhuma destas palavras”; “estas *hashtags*”; “escrito em (idioma)”; “destas contas”; “para estas contas”; “mencionando estas contas”; “perto deste local”; “a partir desta data (...) até (...)”.

⁹ *Twitter Search*: <https://twitter.com/search-advanced>

Figura 50 – Interface do *Twitter Search*

The screenshot shows the 'Busca avançada' (Advanced Search) interface on Twitter. It features several sections for filtering search results:

- Palavras** (Words): Includes options for 'Todas estas palavras', 'Exatamente esta frase', 'Qualquer uma destas palavras', and 'Nenhuma destas palavras', each with a corresponding input field.
- Estas hashtags**: A field for entering specific hashtags.
- Escrito em** (Written in): A dropdown menu currently set to 'Todos os idiomas' (All languages).
- Pessoas** (People): Includes options for 'Destas contas', 'Para estas contas', and 'Mencionando estas contas', each with an input field.
- Locais** (Locations): An option for 'Perto deste local' (Near this location) with an input field.
- Datas** (Dates): An option for 'A partir desta data' (From this date) with an input field and an 'até' (until) field.

A blue 'Buscar' (Search) button is located at the bottom of the filter section.

Fonte: *Print Screen* do *Twitter* (2019).

Quanto aos critérios de filtragem, identificamos a fragilidade de um desses filtros de coleta: o “perto deste local”, uma vez que plataformas como o *Twitter* permitem que seus usuários escrevam livremente essa referência (localização ou “nacionalidade”), convertendo essa fonte de busca em algo não tão confiável.

Assim considerando, realizamos o processo de extração de dados no dia 20 de setembro de 2019, por meio do *Twitter Search*, no qual os critérios de filtragem: idioma (espanhol); *hashtags*; datas; e “*tweets* que tiveram mais repostagens” delinearam nosso *corpus*, sendo esse mais bem apresentado na próxima seção.

4.2 DA CONSTITUIÇÃO DO *CORPUS*

A primeira amostra coletada é a referente à posse do presidente do México, Andrés Manuel López Obrador, e que ocupou os TTs no dia 01 de dezembro de 2018 através das *hashtags*: *#RevoluciónMexicana* e *#TomadeProtesta*. Vale destacar que a recuperação de dados, a partir das mencionadas *hashtags* e considerando apenas a data exata do evento (01 de dezembro de 2018), não apresenta nenhum dado como resultado¹⁰. Por tal razão, decidimos ampliar o período temporal de busca até 02 de dezembro do mesmo ano.

¹⁰ Cumpre ressaltar que nos *tweets* mais recentes observamos poucas ocorrências de *emojis*, consolidando nossa decisão de coletar apenas os “*tweets* que tiveram mais repostagens” e não últimos a serem publicados.

Do dia 01 a 02 de dezembro de 2018, encontramos no total geral 99 “*tweets* que tiveram mais repostagens” e desses somente 22 contam com a presença de *emojis* em suas estruturas composicionais. Entretanto, tais dados são constituídos por enunciados escritos e pelo uso de *emojis*, fotografias (Figura 51) e vídeos (

Figura 52).

Figura 51 – Exemplo de *tweets* com uso de linguagem escrita, *emojis* e fotos (dato M10)



Fonte: *Print Screen* do *Twitter* (2019).

Figura 52 – Exemplo de *tweets* com uso de linguagem escrita, *emojis* e vídeo (dado M1)



Fonte: *Print Screen* do *Twitter* (2019).

Assim considerando, resolvemos concentrar nossas posteriores análises nos *tweets* compostos hibridamente por linguagem verbal (em língua espanhola) e visual a partir da utilização exclusiva de *emojis*, já que esses são o objeto desta pesquisa. Em consonância com essa importante decisão, verificamos que os dados M7, M14, M15 e M22 atendem a esse novo critério de filtragem e que entre os mesmos apenas M15 possui um comentário.

Quadro 9 – Amostra M (#RevoluciónMexicana e #TomadeProtesta)

Amostra respectiva às <i>hashtags</i> : #RevoluciónMexicana e #TomadeProtesta Período: 01 a 02 de dezembro de 2018		
Dado	Número total de comentários	Número de comentários com a presença de <i>emojis</i>
M1	68	11
M2	16	1
M3	7	1
M4	23	2
M5	0	0
M6	17	0
M7	2	0
M8	2	1
M9	11	0
M10	0	0
M11	1	0

M12	3	1
M13	0	0
M14	7	0
M15	1	2
M16	2	0
M17	4	0
M18	0	0
M19	0	0
M20	1	0
M21	1	0
M22	2	0
Total	168	18

Fonte: Elaboração própria (2020).

Como observamos no Quadro 9, os dados referentes à posse do presidente mexicano, em 2018, recebem o seguinte padrão de nomenclatura: a inicial do país (contexto do evento), neste caso M de México, e ao lado o número correspondente à ordem sequencial de extração do *tweet*. Já nas outras duas colunas do quadro, podemos observar o número total de comentários que cada *tweet* recebeu e em quantos desses havia a presença de *emojis*.

No mesmo *corpus* compilado, como já sinalizado, incluímos os atos de protestos venezuelanos contra o presidente Nicolás Maduro no início de 2019, essa manifestação popular foi compartilhada no *Twitter* através das *hashtags*: #23Ene e #GritemosConBrio e esteve presente nos TTs no dia 23 de janeiro do mesmo ano. Seguindo a mesma metodologia, resolvemos ampliar o período de tempo das publicações para além do dia exato do evento, expandindo as buscas até o dia 24 de janeiro de 2019.

Neste respectivo período temporal, encontramos como resultados parciais 373 “*tweets* que tiveram mais repostagens” e desses somente 57 contam com a presença de *emojis* e demais elementos multissemióticos em suas estruturas composicionais, como exposto no Quadro 10 a seguir.

Quadro 10 – Amostra V (#23Ene e #GritemosConBrio)

Amostra respectiva às <i>hashtags</i>: #23Ene e #GritemosConBrio		
Período: 23 a 24 de janeiro de 2019		
Dado	Número total de comentários	Número de comentários com a presença de <i>emojis</i>
V1	2	0
V2	41	5
V3	14	1
V4	0	0
V5	12	0
V6	6	1
V7	12	2

V8	10	3
V9	5	0
V10	5	1
V11	6	2
V12	11	4
V13	3	0
V14	0	0
V15	50	6
V16	3	0
V17	2	1
V18	5	0
V19	43	4
V20	37	11
V21	0	0
V22	14	1
V23	65	18
V24	13	1
V25	23	2
V26	29	4
V27	10	2
V28	8	3
V29	16	2
V30	0	0
V31	11	0
V32	26	5
V33	2	0
V34	14	3
V35	8	0
V36	15	1
V37	27	2
V38	6	2
V39	27	4
V40	16	0
V41	0	0
V42	8	1
V43	24	2
V44	8	1
V45	69	41
V46	6	0
V47	26	13
V48	4	1
V49	23	12
V50	3	1
V51	3	0
V52	6	0
V53	3	0
V54	64	16
V55	17	3
V56	44	3
V57	8	2
Total	913	187

Fonte: Elaboração própria (2020).

Conforme verificamos no Quadro 10, os dados relacionados às manifestações populares contrárias ao presidente da Venezuela seguem o mesmo padrão de nomenclatura referente ao evento no México, ou seja, cada *tweet* é identificado pela inicial do país (V de Venezuela), acompanhada de seu respectivo número na ordem de extração dos dados. Assim como no Quadro 9, a segunda coluna, do Quadro 10, aponta o número total de comentários em cada *tweet*, enquanto que a terceira assinala aqueles formulados com o uso de *emojis*.

Cumprе salientar que dos 57 dados coletados, apenas 11 (V2, V3, V7, V15, V25, V35, V42, V45, V47, V49 e V54) apresentam os *emojis* como único recurso semiótico combinado com a linguagem escrita, sendo que entre esses somente V35 não possui qualquer comentário com a utilização de *emojis*, como sinalizado no Quadro 11.

Quadro 11 – Amostra V: *tweets* com *emojis* e seus comentários

Dado	Número de comentários com <i>emojis</i>
V2	5
V3	1
V7	2
V15	6
V25	3
V35	0
V42	1
V45	41
V47	13
V49	12
V54	16
Total	100

Fonte: Elaboração própria (2020).

Os dados presentes no *corpus* compilado e aqui minimamente detalhados são analisados à luz da teoria epistemológica da Gramática Visual de Krees e van Leeuwen (2006), no capítulo adiante. Nesse mesmo apartado, propomos também um cotejamento entre nossos resultados e os apontados pelos estudos de Paiva (2016) e Schnoebelen (2012).

5 ANÁLISE

Com explicitado no capítulo anterior, o *corpus* de nossa pesquisa é composto por *Print Screens* de *tweets* que atendem aos critérios de filtragem: idioma (espanhol); *hashtags*; datas; e “*tweets* que tiveram mais repostagens”, todos esses previamente definidos na etapa metodológica de controle de variáveis (seção 4.1.). Ao longo dos próximos parágrafos, analisamos os dados encontrados através das metafunções da Gramática Visual, na busca de identificar e descrever: (i) quais são as funções de representação e de composição dos *emojis* nos *tweets*? (ii) Como se desenvolve a função de interação no *Twitter*? (iii) Quais as principais funções sintáticas e discursivas dos *emojis*?

5.1 FUNÇÕES DE REPRESENTAÇÃO DOS *EMOJIS*

Segundo a Gramática Visual, a função de representação trata justamente da capacidade de se representar a experiência, ou melhor, os participantes como seres, coisas e lugares de interação (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 73) em imagens ou textos multimodais, ramificando-se em dois tipos de padrões de estruturas visuais: conceitual e narrativo.

A representação conceitual se apresenta como estática, uma vez que descreve e/ou classifica os participantes conforme suas características individuais ou de atributos compartilhados com outros participantes. A representação narrativa, por sua vez, constrói uma espécie de evento através da retratação das ações realizadas pelos participantes, humanos ou personificados, em determinados contextos de tempo e espaço.

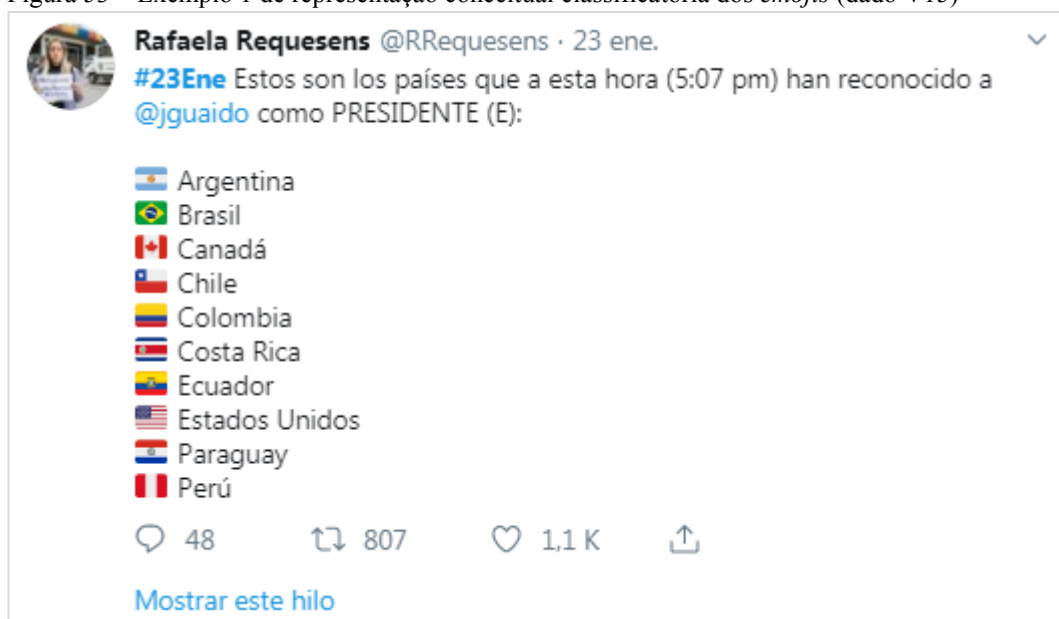
5.1.1 Representação conceitual dos *emojis*

Na representação conceitual o foco são os atributos compartilhados pelos participantes e as suas identidades individuais. Uma das principais características desse tipo de representação é a ausência de vetores, além da apresentação dos participantes em relação parte/todo e por agrupamentos/categorias. Dessa forma, a representação conceitual pode ocorrer por meio de três processos diferentes: *classificatório*, *analítico* e *simbólico*.

5.1.1.1 Representação conceitual classificatória dos emojis

O processo classificatório se realiza através da representação simétrica das características comuns dos participantes como um grupo, ou seja, que os definem como partes integrantes de uma categoria específica.

Figura 53 – Exemplo 1 de representação conceitual classificatória dos *emojis* (dato V15)



Fonte: *Print Screen* do *Twitter* (2019).

Figura 54 – Exemplo 2 de representação conceitual classificatória dos *emojis* (dato V25)

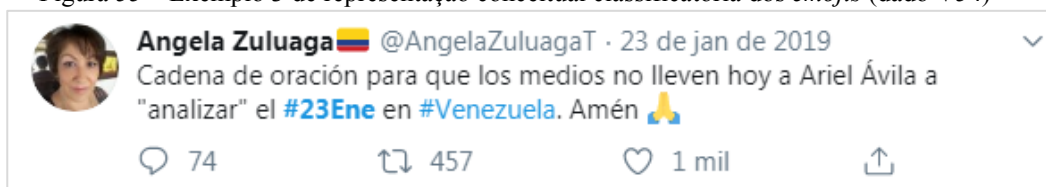


Fonte: *Print Screen* do *Twitter* (2019).

Na Figura 53, os *emojis* de diferentes bandeiras são usados para classificar quais os países que até aquele momento já haviam reconhecido a Juan Guaidó como presidente interino da Venezuela, agrupando-os em um grupo específico. E na Figura 54, podemos

inferir que o emissor da mensagem/autor do *tweet* usa o *emoji* da bandeira da Argentina para classificá-lo como membro pertencente àquele grupo, como ele denomina em letras maiúsculas: “ARGENTINOS” e não a outro, como o dos venezuelanos que estava diante de conflitos, por exemplo.

Figura 55 – Exemplo 3 de representação conceitual classificatória dos *emojis* (dado V54)



Fonte: *Print Screen* do *Twitter* (2019).

Por fim, na Figura 55 verificamos o exemplo de uma forte tendência entre os usuários do *Twitter* a de usar os *emojis* de bandeira para simbolizar seu país de origem ou onde vivem. Desse modo, inferimos que a autora desta mensagem é colombiana ou vive na Colômbia.

5.1.1.2 Representação conceitual analítica dos *emojis*

O processo analítico tende a configurar os elementos na imagem ou no texto multimodal em uma relação parte/todo a depender dos efeitos de interpretação que o autor deseja causar em seus respectivos interlocutores.

Figura 56 – Exemplo 1 de representação conceitual analítica dos *emojis* (dado M14)



Fonte: *Print Screen* do *Twitter* (2019).

No dado M14, representado na Figura 56, podemos inferir que o *emoji* do sinal de exclamação dentro de um triângulo amarelo, como se fosse algum tipo de placa de sinalização, denota o sentido de “importante”, despertando a atenção de seu leitor/interlocutor para os primeiros “avisos”, que esse usuário do *Twitter* julga conveniente compartilhar com os demais, a respeito do presidente mexicano Andrés Manuel López Obrador (AMLO). Em seguida, o *emoji* de fogo/chama é empregado à esquerda da informação de que López Obrador reconhece Maduro como presidente da Venezuela, apesar das manifestações populares contra o governo (cenário de nossa segunda amostra) e que para o emissor seria algo que poderia causar sentimentos acalorados entre os que não são favoráveis ao governo desse líder político sul americano. Logo abaixo do *emoji* de fogo/chama, o emissor desse *tweet* usa o de explosão antes de anunciar que López Obrador é favorável à criação de um exército semelhante aos de outros chefes de Estado, sugerindo que talvez esse também possa ser um fato gerador de conflitos sociais dentro do país. A partir dessas considerações, a tendência averiguada é a de que os três *emojis* inferem conceitos analíticos, na medida em que seus usos no referido *tweet* ocasionam determinados efeitos interpretativos em seus interlocutores juntamente com a complementação dos enunciados escritos.

Figura 57 – *Tweet* fonte (dado V45) para inferências do exemplo 2



Fonte: *Print Screen* do *Twitter* (2019).

Figura 58 – Exemplo 2 de representação conceitual analítica dos *emojis* (dado V45-C16)



Fonte: *Print Screen* do *Twitter* (2019).

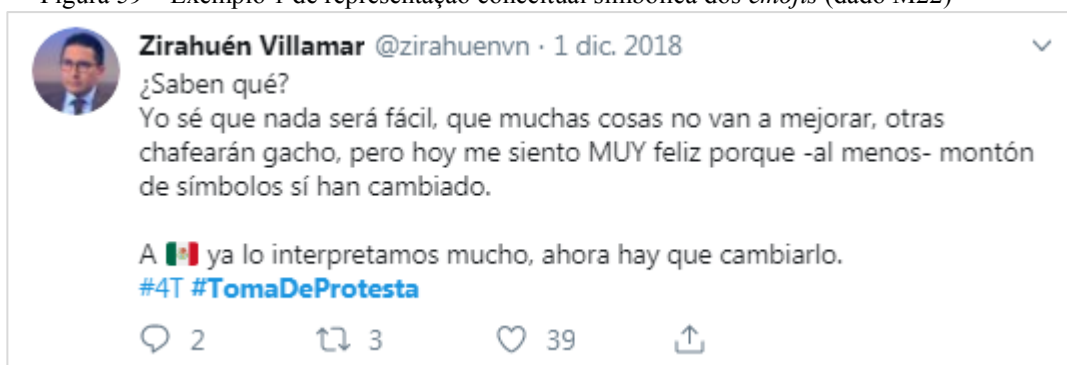
Já na Figura 58, observamos que os *emojis* de coração nas cores da bandeira da Venezuela (amarelo, azul e vermelho) são usados para criar uma espécie de analogia entre

afeto e identidade venezuelana. Uma das possíveis hipóteses, que podemos lançar a partir das inferências presentes Figura 57, é a de que a emissora da mensagem, uma possível venezuelana, sente algum tipo de afeto pelas palavras, ou seja, pelo o que foi expresso pela autora do *tweet* fonte, uma conhecida *youtuber* colombiana.

5.1.1.3 Representação conceitual simbólica dos emojis

O processo simbólico acrescenta simbolismo à representação da estrutura visual, justamente por agregar elementos que não são intrínsecos àquela imagem ou texto multimodal, neste caso específico, aos *tweets*.

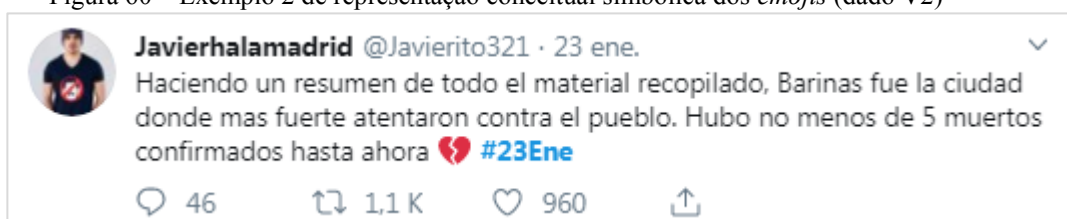
Figura 59 – Exemplo 1 de representação conceitual simbólica dos *emojis* (dado M22)



Fonte: *Print Screen* do *Twitter* (2019).

O dado M22 (Figura 59) apresenta o *emoji* da bandeira do México atuando como uma peça léxica dentro da sintaxe do enunciado, mais especificamente substituindo a palavra “México” no contexto discursivo. Tal função desempenhada por esse signo revela o conceito simbólico atrelado aos *emojis* das bandeiras de países ao representarem de forma alusiva todas as unidades constitutivas de uma nação (povo, história, cultura...) e contendo em si mesmos uma densa carga cultural, a qual seria descrita também como saliência dentro do escopo das funções de composição (subseção 5.3.2).

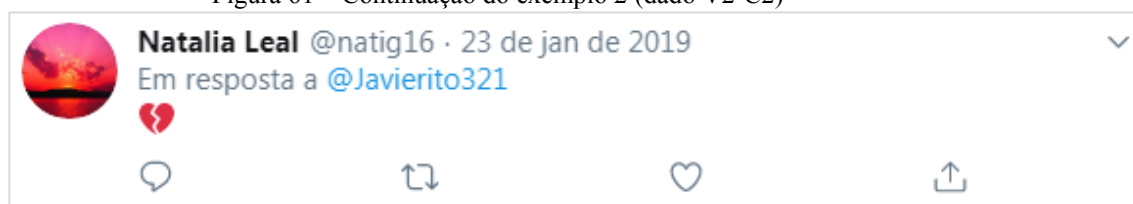
Figura 60 – Exemplo 2 de representação conceitual simbólica dos *emojis* (dado V2)



Fonte: *Print Screen* do *Twitter* (2019).

No dado V2 (Figura 60), identificamos que o *emoji* atua como uma representação conceitual simbólica da dor e da tristeza que o emissor da mensagem sente ao informar a seus interlocutores o número de mortes ocorridas no momento dos protestos venezuelanos de 23 de janeiro de 2019.

Figura 61 – Continuação do exemplo 2 (dado V2-C2)



Fonte: *Print Screen* do *Twitter* (2019).

Em um dos comentários desse mesmo *tweet*, Figura 61, percebemos que os *emojis* também podem ser usados de forma isolada para “condensar” uma opinião sobre algo, neste caso específico o *emoji* “coração partido” representa também de forma conceitual simbólica a tristeza que o interlocutor sente ao se inteirar do número de mortes durante a manifestação popular. Além disso, cumpre ressaltar que se trata do mesmo *emoji* empregado pelo autor do *tweet* fonte, Figura 60, o que pode sugerir que esse interlocutor o tenha utilizado justamente para expressar que compartilha de igual sentimento.

5.1.2 Representação narrativa dos *emojis*

A representação narrativa se desenvolve nas ações dos participantes humanos ou personificados, como no caso dos *emojis*, indicadas pela presença de vetores e realizadas em um plano de fundo que aponte as condições espaço-temporais de tal evento. Assim, a representação narrativa pode ocorrer por quatro tipos de processos distintos: *de ação*, *de reação*, *mental* e *verbal*.

5.1.2.1 Representação narrativa de ação dos emojis

Os processos de ação podem ser transacionais, quando a ação envolver pelo menos dois participantes e um vetor ou não-transacionais, quando ação se desenvolver apenas com um participante e um vetor.

Figura 62 – Exemplo 1 de representação narrativa de ação dos *emojis* (dado V3-C1)



Fonte: *Print Screen do Twitter* (2019).

Na Figura 62, podemos sugerir que o processo seria do tipo de ação transacional, pois se trata da narrativa de uma história de amor, até então platônico, com a representação de dois personagens personificados e de um vetor implícito que guia a leitura deste texto multimodal da esquerda para direita a partir do sistema de escrita ocidental. Além disso, também observamos que o uso multiplicado do *emoji* “carinha apaixonada” indica que uma das interlocutoras gosta muito da ideia de ter um(a) filho(a) com uma pessoa específica que o emissor do *tweet* fonte menciona em sua mensagem. Dessa forma, verificamos uma regularidade, em relação aos estudos de Paiva (2016) e Schnoebelen (2012), de que a emoção (estar apaixonada por uma pessoa ou por algo) vem antes de sua ação geradora (a ideia de estar junto com aquela pessoa e formar um casal).

Figura 63 – Exemplo 2 de representação narrativa de ação dos *emojis* (dado V54-C10)



Fonte: *Print Screen* do *Twitter* (2019).

E na Figura 63, identificamos outra representação narrativa de ação transacional manifestada pela triplicação do *emoji* “carinha chorando de rir” seguida do *emoji* de uma mulher loira com a mão no rosto (como se não acreditasse no que havia lido no *tweet* fonte), juntamente com o *emoji* “zumbi/morto-vivo” e finalizada com uma nova triplicação dos *emojis* “carinha vomitando/passando mal” (simbolizando que se trata de uma pessoa ruim da qual ela tem nojo/asco). Dessa forma, nesta narrativa há a personificação de dois personagens (emissora da mensagem e a quem se refere) também com a presença de um vetor implícito (sistema de escrita ocidental) tal como no exemplo anterior.

5.1.2.2 Representação narrativa de reação dos *emojis*

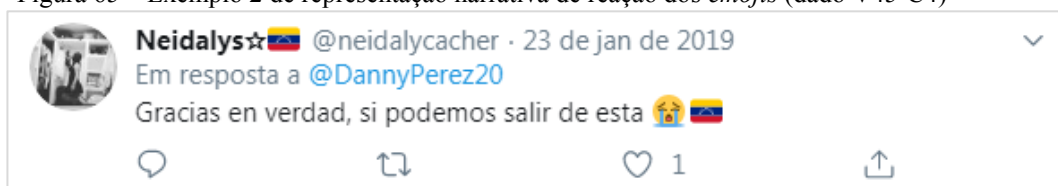
O processo de reação se realiza a partir da existência de um vetor referente à linha visual do olhar de um ou mais participantes. Assim como o anterior, os de reação podem ser transacionais, quando podemos ver o objeto do olhar dos participantes, ou não-transacionais, quando não podemos ver tal objeto.

Figura 64 – Exemplo 1 de representação narrativa de reação dos *emojis* (dado M15-C2)



Fonte: *Print Screen* do *Twitter* (2019).

Figura 65 – Exemplo 2 de representação narrativa de reação dos *emojis* (dado V45-C4)



Fonte: *Print Screen* do *Twitter* (2020).

A partir dos exemplos acima, Figuras 64 e 65, e dos da seção anterior, corroboramos as hipóteses, lançadas na seção 2.3, de que: o sistema de escrita ocidental atua como um vetor não explícito na medida em que conduz nosso olhar da posição esquerda para a direita em estruturas de textos multimodais como os *tweets*. Outro ponto importante identificado é o de que o uso de *emojis* nas representações narrativas de reação se realiza de forma não-transacional, uma vez que esses signos tendem a olhar para frente, o que sugere que nós somos o objeto de olhar desses *emojis*, ainda que não estejamos inseridos de forma visual nos *tweets*.

5.1.2.3 Representação narrativa mental dos *emojis*

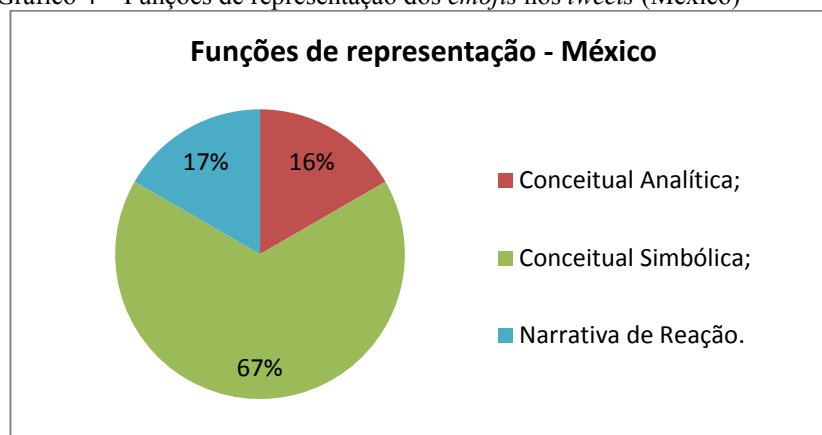
O processo mental é identificado por um balão de pensamento ligado a um participante humano ou personificado. Nenhum dos dados de ambas as amostras apresenta tal característica em sua representação.

5.1.2.4 Representação narrativa verbal dos *emojis*

Assim como o processo anterior, o verbal também se caracteriza pela presença de um balão de fala conectado a um participante. Nenhuma das amostras de nosso *corpus* manifesta tal elemento em sua representação.

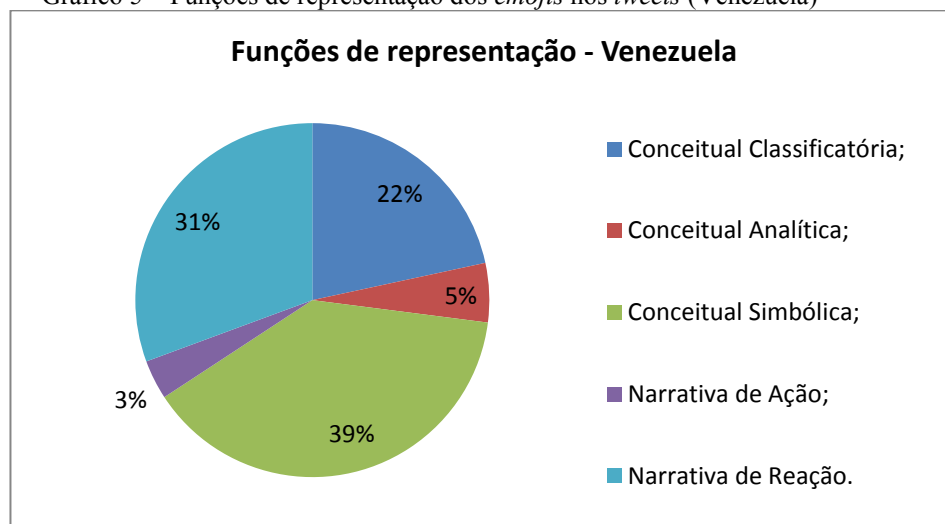
5.1.3 Quantificação das funções de representação dos *emojis* nos *tweets*

A partir das subdivisões existentes em cada uma dessas categoriais, desenvolvemos o processo de análise de nossas amostras, cujos resultados estão organizados de forma visual-esquemática nos Gráficos 4 e 5, abaixo.

Gráfico 4 – Funções de representação dos *emojis* nos *tweets* (México)

Fonte: Elaboração própria (2020).

Ao interpretarmos os dados presentes no Gráfico 4, referente à amostra sobre a posse do presidente mexicano em 2018, verificamos que: 67% do uso de *emojis* se dá por meio de uma representação conceitual simbólica; 17% por representação narrativa de reação e 16% por representação conceitual analítica. Cumpre ressaltar que não se observou nenhuma ocorrência, nessa amostra, de representações: conceitual classificatória, narrativa de ação, mental ou verbal.

Gráfico 5 – Funções de representação dos *emojis* nos *tweets* (Venezuela)

Fonte: Elaboração própria (2020).

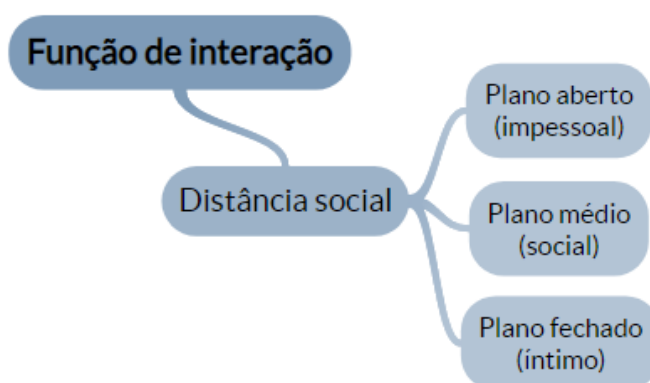
Os dados apresentados no Gráfico 5, sobre os atos de protestos venezuelanos de 2019, revelam que: 39% do uso dos *emojis* se realiza através de uma representação conceitual

simbólica; 31% por representação narrativa de reação; 22% por representação conceitual classificatória; 5% por representação conceitual analítica e 3% por representação narrativa de ação, não sendo identificadas, nesta amostra, ocorrências de representações narrativas mental e verbal.

Ao cotejarmos os resultados obtidos em ambas as amostras, percebemos que as funções de representação mais frequentes são: a conceitual simbólica, a narrativa de reação e a conceitual analítica. Em consonância com as metafunções da Gramática Visual, abordaremos na seção posterior como acreditamos que se desenvolvam as funções de interação na rede social: *Twitter*.

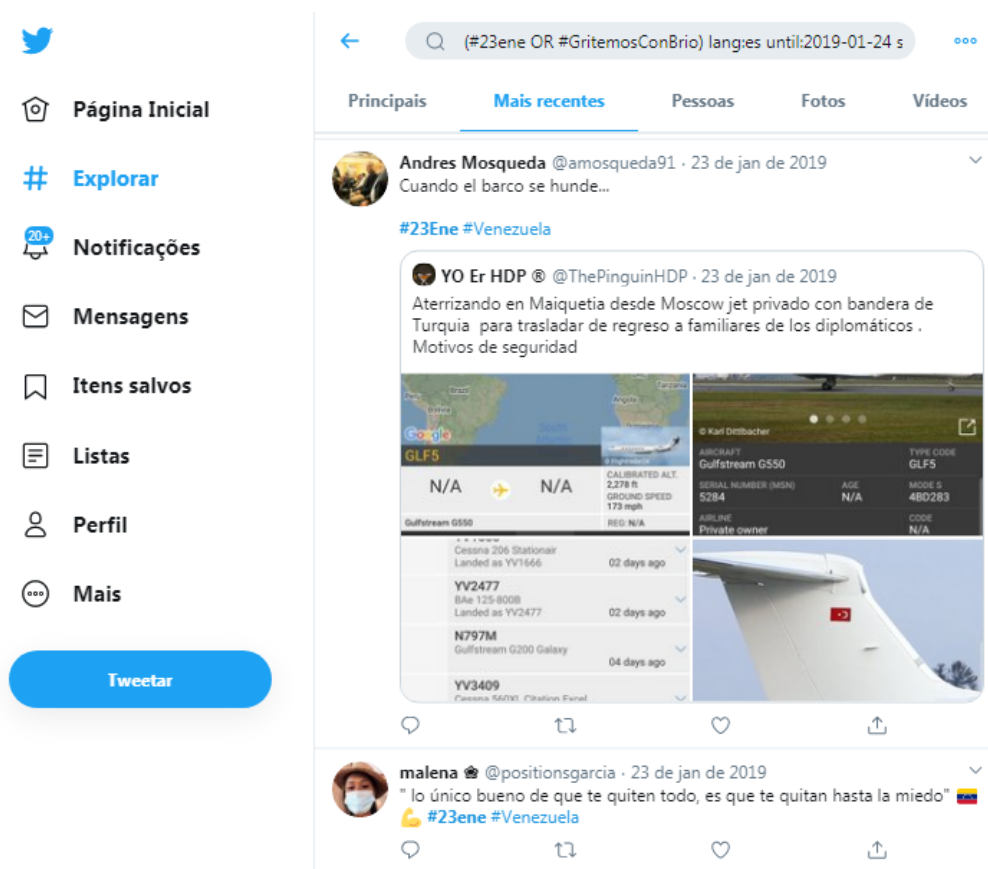
5.2 FUNÇÕES DE INTERAÇÃO NO *TWITTER*

Figura 66 – Funções de interação no *Twitter*



Fonte: Elaboração própria (2020).

No que se refere à função de interação no ambiente do *Twitter*, verificamos que a tríade: emissor (usuário), mensagem (*tweet*) e receptores (outros usuários) tende a construir sentidos visualmente pela *distância social*, ou seja, a partir da disposição do participante em relação ao leitor, estabelecendo níveis de maior ou menor intimidade durante o ato comunicativo. No contexto específico do *Twitter*, podemos verificar a presença dos três planos de disposição visual: fechado, médio e aberto (Figura 66).

Figura 67 – Exemplo de plano aberto no *Twitter*

Fonte: *Print Screen do Twitter (2020)*.

Figura 68 – Exemplo de plano médio no *Twitter*

Fonte: *Print Screen do Twitter (2020)*.

De acordo com os dados das duas amostras coletadas, compreendemos que o plano aberto, ou seja, impessoal é observado quando há uma diversidade de *tweets* que utilizam a mesma *hashtag*, porém não estabelecem uma correspondência direta uns com os outros (Figura 67). Já o plano médio ocorre quando outros usuários comentam/respondem o *tweet* de uma determinada pessoa que seguem no *Twitter*, ou seja, que integra sua rede de relações sociais (Figura 68).

Figura 69 – Exemplo 1 de plano fechado no *Twitter* (dados M15-C1 e M15-C2)



Fonte: *Print Screen do Twitter* (2019).

Figura 70 – Exemplo 2 de plano fechado no *Twitter* (dato V54-C2)



Fonte: *Print Screen do Twitter* (2019).

Por último, o plano fechado, ou melhor, íntimo se realiza quando um mesmo usuário faz comentários sobre um de seus *tweets*, com o objetivo de dar continuidade ao seu relato ou argumento, os quais podem ser acessados por outros usuários na opção “mostrar esta sequência” (“*mostrar este hilo*”, em espanhol), como no exemplo da Figura 69. Outra tendência averiguada de realização também do plano fechado é quando há comentários em uma resposta específica ao *tweet* principal, como evidenciado na Figura 70.

5.3 FUNÇÕES DE COMPOSIÇÃO DOS *EMOJIS*

Desde a perspectiva da Gramática Visual, a união entre as estruturas visuais de significados representacionais e interativos constitui um todo composicional. Desse modo, a função de composição nos permite descrever a organização dos elementos (texto verbal e *emojis*) que constituem um *tweet* de acordo com o espaço que esses ocupam no todo dessa página multimodal. Ao longo das próximas subseções, analisamos como se desenvolve essa combinação de elementos em *tweets* e seus respectivos sentidos a partir de três aspectos principais: *valor da informação, saliência e enquadramento*.

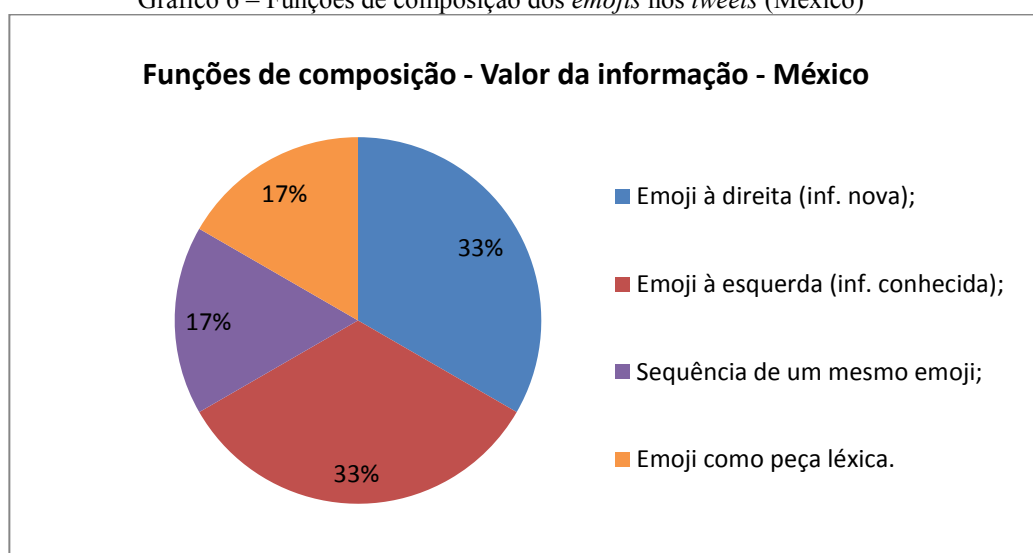
5.3.1 Valor da informação dos *emojis*

O valor da informação está na disposição organizacional dos elementos composicionais dentro de um determinado espaço que lhes confere sentidos singulares na representação visual. Geralmente, esses elementos que compõem a imagem ou o texto multimodal são distribuídos nas seguintes posições: esquerda/direita, topo/base, centro/margem.

Nos dados de nossas amostras, observamos que as posições horizontais esquerda/direita e/ou direita/esquerda apresentam uma frequência de uso mais acentuada do que as outras. Entre as justificativas mais prováveis para tal ocorrência está o fato de este texto multimodal, ou seja, os *tweets* serem constituídos essencialmente por *emojis* e por uma linguagem verbal (em espanhol) que se desenvolve por meio de um sistema horizontal de escrita, mais precisamente o ocidental. Nesse sentido, as posições complementares esquerda/direita corresponderiam a informação dada (já conhecida) e a nova, respectivamente.

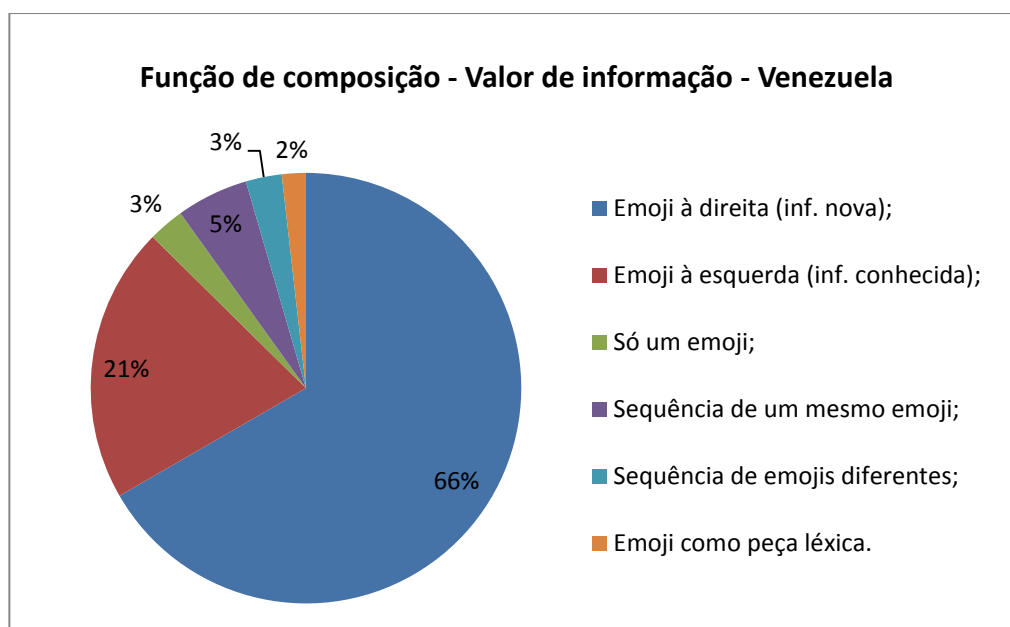
Ao final do Capítulo 3, levantamos a hipótese de que os *emojis* nos *tweets* tenderiam a se organizar da seguinte maneira: estariam na posição direita como uma informação “nova”, conferindo ao enunciado um novo sentido ou reforçando os já existentes, e na esquerda estaria a linguagem verbal compartilhada entre os interlocutores dos *tweets*. Ao longo desta seção, identificamos que os dados das amostras condensados nos gráficos 6 e 7 abaixo corroboram tal proposição e sinalizam a criação de mais quatro novas categorias de posições possíveis para os *emojis* nos *tweets*: só um *emoji* (sem enunciado verbal); sequência de um mesmo *emoji* (sem enunciado verbal); sequência de *emojis* diferentes (sem enunciado verbal) e *emoji* como uma peça léxica.

Gráfico 6 – Funções de composição dos *emojis* nos *tweets* (México)



Fonte: Elaboração própria (2020).

A partir da leitura do Gráfico 6, referente à amostra sobre a posse do presidente do México, observamos que: 33% dos *emojis* estão inseridos à direita do enunciado (como uma informação nova); 33% à esquerda do enunciado (como uma informação já conhecida); 17% se organizam em forma de sequência de um mesmo *emoji* e 17% em sequência de *emojis* diferentes. Vale destacar que, provavelmente, o número reduzido de dados encontrados no momento de extração desta amostra seja o que restringiu os valores da informação a somente quatro categorias possíveis, não abarcando as outras que são contempladas pelos dados da segunda amostra.

Gráfico 7 – Funções de composição dos *emojis* nos *tweets* (Venezuela)

Fonte: Elaboração própria (2020).

Já nos dados correspondentes aos atos dos protestos venezuelanos de 2019 verificamos, através da interpretação do Gráfico 7, que a porcentagem de *emojis* inseridos à direita do enunciado (66%) é significativamente maior do que aquela que expressa seu uso à esquerda (21%). Possivelmente, por conta do número mais substancial de dados encontrados no momento de extração desta segunda amostra. Também percebemos que 3% dos dados apresentam só um *emoji*; em 5% os *emojis* se organizam em sequência de um mesmo *emoji*; 3% em sequência de *emojis* diferentes e em 2% os *emojis* atuam como peças léxicas do enunciado verbal.

Em síntese, reiteramos que, tanto na amostra relativa à posse do presidente mexicano como naquela relacionada aos protestos venezuelanos, a tendência averiguada é a que os *emojis* se organizem nas posições complementares esquerda/direita do todo composicional dos *tweets* que correspondem, respectivamente, à informação nova e à já conhecida. O que convalida nossa hipótese inicial lançada no Capítulo 3 e retomada no terceiro parágrafo desta subseção.

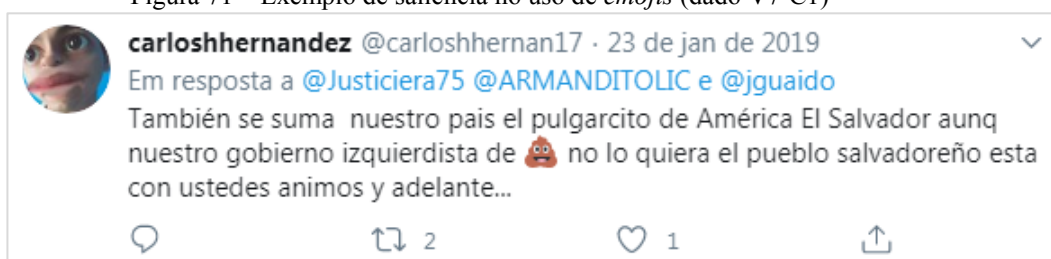
Contudo, ao longo do processo de análise dos dados também surgiram outras posições e sentidos até então não inferidos para os *emojis*, como: condensar o valor da informação em apenas um *emoji*; intensificar uma emoção/ação através da sequência (uso multiplicado) de

um único *emoji*; enfatizar uma emoção/ação por meio de *emojis* diferentes em sequência; e desempenhar a função de peças léxicas do enunciado. Cumpre destacar que esses sentidos imbricados nessas “novas” posições dos *emojis* na representação dos *tweets* se correlacionam diretamente com algumas das funções discursivas descritas na seção 5.5 deste capítulo. A seguir, discorreremos de forma breve sobre a saliência dos *emojis* nos *tweets*.

5.3.2 Saliência dos *emojis*

Outro aspecto principal da função de composição é a *saliência*, ou seja, o recurso utilizado para atrair a atenção do observador para elementos específicos de uma representação visual. A determinação de qual elemento deverá ser salientado pode ser realizada através de diversos fatores, tais como: tamanho (grade/pequeno); cores (intensas, suaves); contrastes de tons (preto/branco); definição (alta/baixa); perspectiva (primeiro plano/plano de fundo)... e até mesmo pelo valor de informação e pela densa carga cultural conferida aos elementos composicionais de uma imagem ou texto multimodal, como identificamos em ambas as amostras de nosso *corpus* e evidenciamos no exemplo a seguir (Figura 71).

Figura 71 – Exemplo de saliência no uso de *emojis* (dado V7-C1)



Fonte: Print Screen do Twitter (2019).

A partir da Figura 71, verificamos que os significados culturalmente associados aos *emojis* costumam variar principalmente entre países do lado ocidental e oriental. Um bom exemplo disso é o *emoji* utilizado nesse dado que tem como significado primeiro, em seu país de origem (Japão), a representação de um sorvete de chocolate sem a casquinha embaixo e que demonstra alegria em sua expressão pseudo-facial em analogia a emoção causada em nós ao comermos esse alimento. Enquanto que em países do hemisfério ocidental esse signo tende a remeter muito mais a uma espécie de adjetivo “desqualificativo”, como no momento em que o emissor declara que El Salvador também se insere na lista dos países que reconhecem Guaidó como presidente interino, ainda que em suas palavras: “seu governo esquerdista de

merda não queira”. Cumpre destacar que o *emoji* presente na Figura 71 também possui o sentido conotativo de desejo de “boa sorte” nos bastidores das peças teatrais no ocidente, sendo esse significado também compartilhado por orientais em diferentes conjunturas.

Dessa forma, compreendemos que a saliência dos *emojis* no todo composicional dos *tweets* está muito vinculada à carga cultural atribuída a esses e que difere dependendo do contexto do ato comunicativo. Na última subseção (5.5.3.), descrevemos a identificação das conexões ou desconexões entre os elementos de um *tweet* a partir de seus enquadramentos.

5.3.3 Enquadramento dos *tweets*

O enquadramento nos indica em que medida os elementos que constituem uma imagem ou um texto multimodal são representados visualmente como estando conectados (mais articulados entre si) ou fragmentados (menos articulados entre si). No que concerne aos dados encontrados nas amostras, observamos três variações de configurações das estruturas composicionais, ou melhor, de enquadramentos que são mais bem descritos por nós nos próximos parágrafos.

O primeiro se dá quando o comentário é do mesmo usuário do *tweet* principal, o qual se organiza em forma de uma sequência de pensamentos sem a presença de linhas divisórias na cor cinza claro (Figura 69), demonstrando assim que há uma forte conexão pelos elementos pertencerem a uma mesma unidade de informação. Tal ausência de delimitação reduz a fragmentação visual e, conseqüentemente, aumenta a conexão entre os elementos do todo composicional.

A segunda variação tende a ser muito semelhante à primeira, pois ocorre quando se trata de comentários a uma resposta específica de outro usuário ao *tweet* principal (Figura 70). Nesse caso, a sucessão de *tweets* também não apresenta a referida linha na cor cinza claro como um fator considerável de fragmentação entre os elementos que compõem o todo da representação visual.

Figura 72 – Exemplo de enquadramento (desconexão entre os comentários)



Fonte: *Print Screen do Twitter* (2019). [destaque nosso].

Entretanto, a terceira e última configuração resulta de fragmentações, ou melhor, desconexões entre os comentários de outros usuários sobre um *tweet* específico por estarem justamente organizadas em enquadramentos delimitados pela já mencionadas linhas na cor cinza (e sinalizadas pelas setas azuis na Figura 72), as quais tornam maior a fragmentação desse espaço composicional.

5.4 FUNÇÕES SINTÁTICAS DOS *EMOJIS*

Por meio da análise de nossos dados, convalidamos as principais regularidades, propostas por Paiva (2016), Schnoebelen (2012) e até mesmo por Leite (2018), quanto às funções sintáticas dos *emojis* nos *tweets*. Nesse sentido, observamos o uso constante de *emojis* ao final de pensamentos completos para oferecer dicas de como interpretar esses enunciados verbais que os antecedem no ato comunicativo. Dessa forma, os *emojis* são inseridos muito mais para complementar e/ou reforçar ideias do que para substituir as palavras em/de uma mensagem.

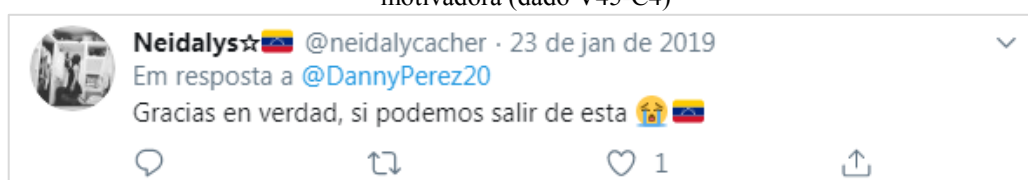
Figura 73 – Exemplo de uso de *emojis* ao final de pensamentos completos (dados V54-C2-C3)



Fonte: *Print Screen* do *Twitter* (2019).

No exemplo apresentado na Figura 73, observamos a ocorrência “simultânea” do uso de *emojis* ao final de pensamentos completos precedidos (segundo *tweet*) ou não (terceiro *tweet*) de sinais de pontuação. O segundo *tweet* representa a resposta de uma usuária do *Twitter* a um comentário postado em seu *tweet* principal, nesta interação o *emoji* de olhos fechados e mostrando a língua permite a inferência de reprovação e, em certa medida, de asco com relação ao sujeito a que se refere o *tweet* principal, um cientista político e jornalista colombiano. No terceiro *tweet*, outra interlocutora das mensagens compartilha seu sentimento de nojo através do *emoji* “carinha vomitando” por causa dessa pessoa, representada pelo *emoji* “zumbi/morto-vivo”, sobre a qual poderíamos inferir que se trata de alguém ruim/“podre”. Desse modo, em ambos os casos o uso de *emojis* enfatiza as ideias manifestadas verbalmente nos *tweets*.

Figura 74 – Exemplo de uso de *emojis* em sequência linear de tempo e ação, em que a emoção vem antes da ação motivadora (dado V45-C4)



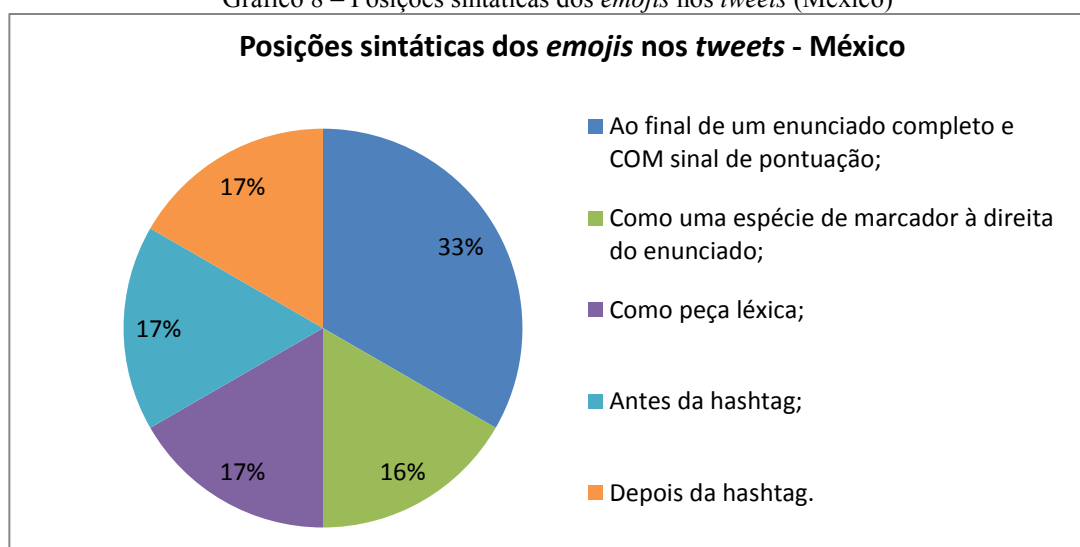
Fonte: *Print Screen* do *Twitter* (2019).

Outro ponto importante se refere à relativa recorrência de sequências de *emojis* diferentes entre si (geralmente, em representações narrativas) seguirem uma ordem linear de

tempo e ação. Nesse sentido, a emoção/ação tende a vir antes de sua ação geradora, como na Figura 73 em que o *emoji* “carinha vomitando” vem primeiro do que a representação daquilo que lhe causa esse sentimento de asco. De igual modo, na Figura 74 o *emoji* “chorando de emoção” vem antes da bandeira da Venezuela, esta última simbolizando todo o momento pelo qual estava passando o país naquele momento.

Ao longo do processo de análise dos dados de nossa pesquisa, identificamos também as principais posições sintáticas dos *emojis* nos *tweets* e as quantificamos nos Gráficos 8 e 9 abaixo.

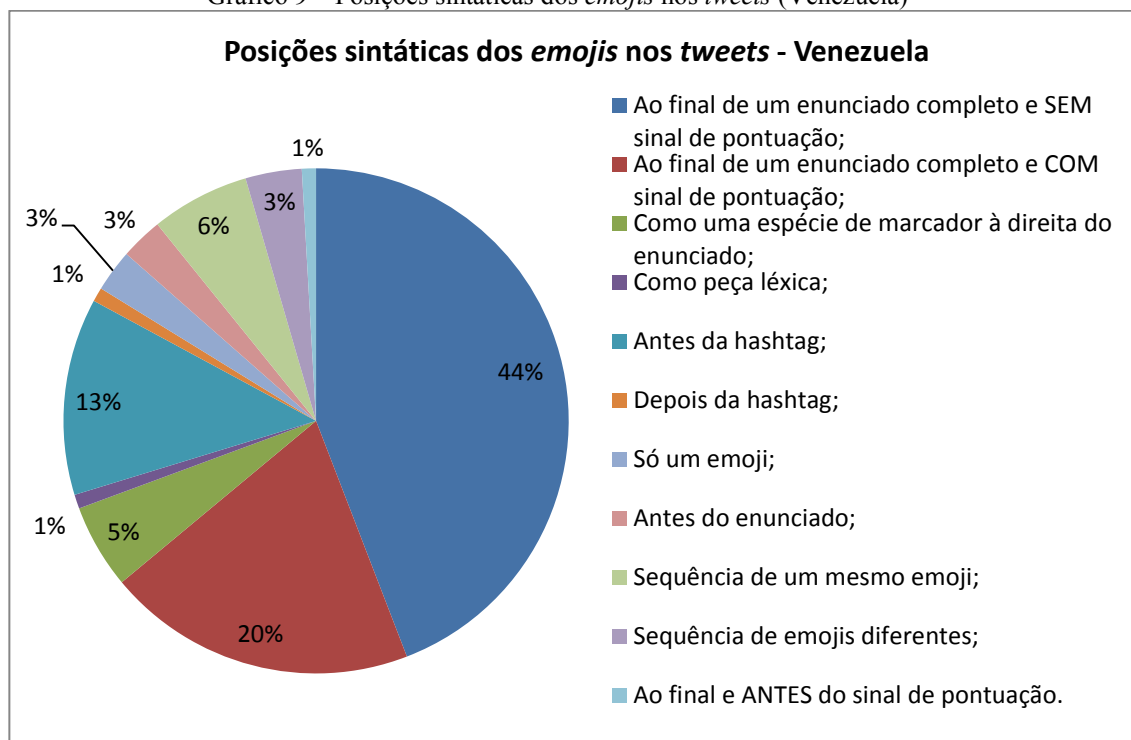
Gráfico 8 – Posições sintáticas dos *emojis* nos *tweets* (México)



Fonte: Elaboração própria (2020).

Os dados da amostra sobre a posse do presidente mexicano em 2018, presentes no Gráfico 8, sinalizam o uso predominante de *emojis* ao final de um enunciado completo e antecedidos por sinais de pontuação (33%). Contudo, também observamos a recorrência de outras posições sintáticas, na medida em que 17% dos *emojis* atuam como peças léxicas de um enunciado; 17% são inseridos antes da *hashtag*; 17% depois da *hashtag* e em 16% como uma espécie de marcador conceitual (classificatório ou analítico) à direita de um enunciado.

Em nenhum dos dados desta amostra encontramos os *emojis* localizados em outras posições, como: ao final de um enunciado completo e não antecedidos de sinais de pontuação; enunciado condensado em apenas um *emoji*; antes do enunciado; sequência de um mesmo *emoji*; sequência de *emojis* diferentes ou ao final e precedido de sinais de pontuação, diferentemente dos resultados obtidos a partir dos dados integrantes da amostra sobre os protestos venezuelanos de 2019, a qual é analisada nos próximos parágrafos desta seção.

Gráfico 9 – Posições sintáticas dos *emojis* nos *tweets* (Venezuela)

Fonte: Elaboração própria (2020).

Os dados referentes às manifestações venezuelanas realizadas em 2019, condensados no Gráfico 9, demonstram que em 44% dos casos os *emojis* são usados ao final de um enunciado completo e não antecedidos de sinais de pontuação, diferentemente da amostra anterior. Entretanto, estes dados também revelam que 20% do uso ocorre ao final de um enunciado completo e precedidos de sinais de pontuação; 13% dos *emojis* são inseridos antes da *hashtag*; 6% em sequência de um mesmo *emoji*; 5% como uma espécie de marcador conceitual (classificatório ou analítico) à direita do enunciado; 3% enunciado condensado em apenas um *emoji*; 3% são utilizados antes do enunciado; 3% em sequência de *emojis* diferentes; 1% como peça léxica de um enunciado e 1% ao final e antes dos sinais de pontuação.

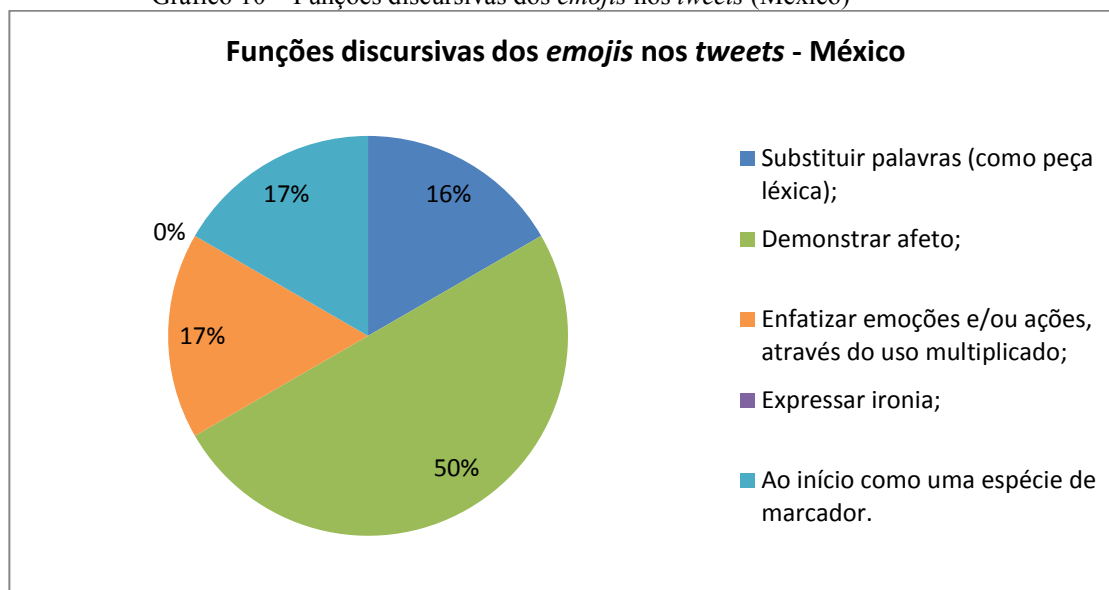
Em resumo, no que concerne ao nível sintático dos *tweets*, a tendência averiguada em ambas as amostras analisadas é a de que os *emojis* sejam usados nas respectivas posições sintáticas: ao final de um enunciado completo e não precedidos de sinais de pontuação; ao final de um enunciado completo e antecedidos de sinais de pontuação; como peça léxica de um enunciado; antes da *hashtag*; como uma espécie de marcador conceitual (classificatório ou analítico) à direita do enunciado e depois da *hashtag*.

Por fim, cumpre ressaltar que ao final da seção 2.6 sinalizamos a seguinte dúvida: no uso concreto da língua, os *emojis* seguem uma norma de pontuação como tenta prescrever a RAE, ou seja, os *emojis* tendem a ser inseridos antes do ponto final, mesmo quando não atuam como uma peça léxica? A partir da interpretação de nossos dados, inferimos que no uso real da língua há uma tendência de não inserção dos *emojis* antes de pontos finais, quando esses signos não desempenham a função sintática de substituição de peças léxicas. Dessa forma, o que podemos sugerir é que os *emojis* podem ser precedidos ou não de sinais de pontuação, sendo essa última ocorrência relativamente mais usual que a primeira. No intuito de amparar teoricamente nossa resposta a essa questão, recuperamos a discussão realizada na subseção 2.1.1, com a qual compreendemos que a configuração dos *tweets* é formada por uma concepção híbrida entre o escrito e o oral. Neste contínuo, o grau de espontaneidade dos *tweets* se situa mais próximo do polo da *immediatez* comunicacional, logo, o uso de *emojis* nesse gênero discursivo se distancia de prescrições normativistas, como a proposta pela RAE.

A continuação, na seção 5.5 deste capítulo, discorreremos sobre as funções discursivas identificadas em nossas amostras e posteriormente as cotejamos com aquelas apontadas e descritas por Paiva (2016) e Schonoebelen (2012) em seus trabalhos.

5.5 FUNÇÕES DISCURSIVAS DOS *EMOJIS*

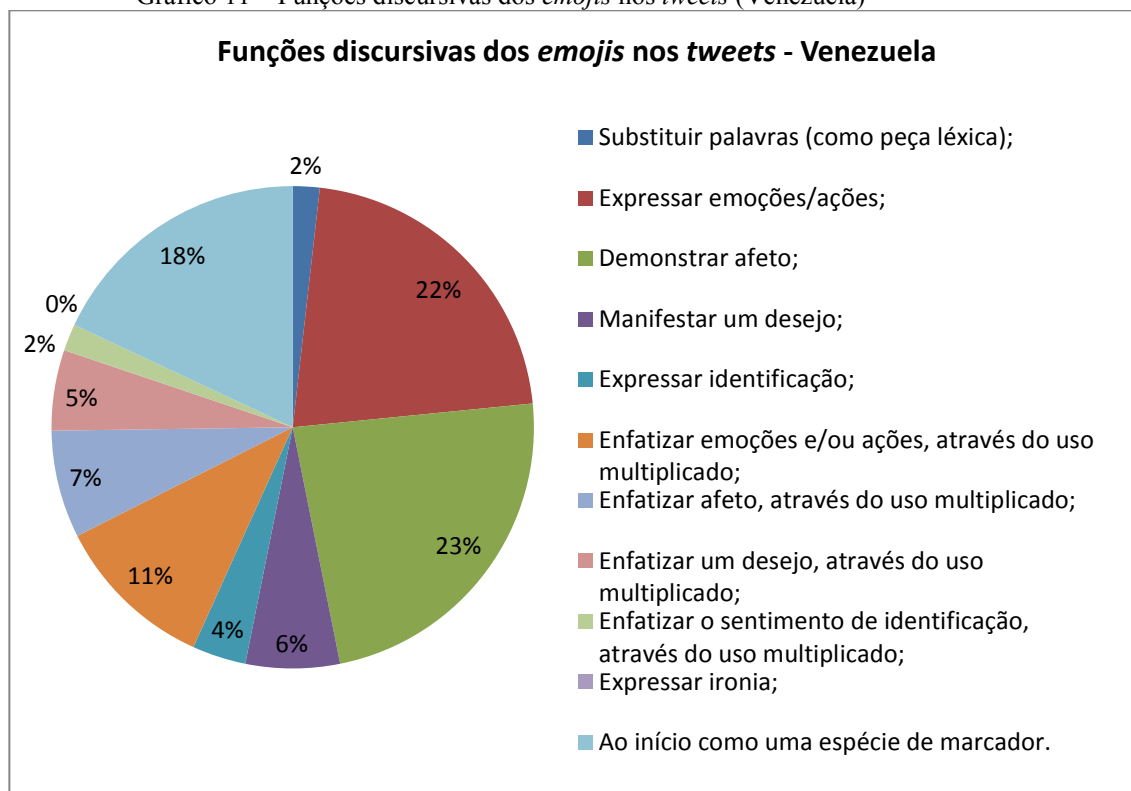
De acordo com o exposto na seção 2.3, observamos a recorrência de algumas funções discursivas dos *emojis*, como: substituir palavras; expressar emoção; indicar afeto; enfatizar uma emoção ao ser usado mais de uma vez; e expressar ironia. Em consonância com o exposto e por meio da identificação em nosso *corpus* de outras funções discursivas desempenhadas pelos *emojis* nos *tweets*, desenvolvemos o processo de análise de nossos dados que são apresentados de forma esquemática através dos Gráficos 10 e 11. Ao final desta seção, colacionamos os resultados encontrados nesta pesquisa com aqueles relatados nos estudos desenvolvidos por Paiva (2016) e Schonoebelen (2012).

Gráfico 10 – Funções discursivas dos *emojis* nos *tweets* (México)

Fonte: Elaboração própria (2020).

A partir da leitura do Gráfico 10, referente à amostra da posse do presidente do México em 2018, verificamos que os *emojis* tendem a desempenhar as seguintes funções discursivas nos *tweets*: em 50% os *emojis* são utilizados para demonstrar afeto; 17% para enfatizar (através do uso multiplicado, ou seja, repetido) emoções e/ou ações; 17% são inseridos ao início de um enunciado como uma espécie de marcador conceitual (classificatório ou analítico) e em 16% são usados para substituir palavras como uma peça léxica.

Vale destacar que, nenhum dos dados desta amostra apresenta as funções de expressar emoções/ações; manifestar um desejo; expressar identificação; enfatizar afeto; enfatizar um desejo; enfatizar o sentimento de identificação; ou expressar ironia, diferentemente dos dados integrantes da amostra sobre os protestos venezuelanos de 2019 e que será mais bem analisada na segunda parte desta seção.

Gráfico 11 – Funções discursivas dos *emojis* nos *tweets* (Venezuela)

Fonte: Elaboração própria (2020).

Ao interpretarmos os dados organizados no Gráfico 11 acima, quanto à amostra sobre os protestos venezuelanos de 2019, observamos que os *emojis* podem desempenhar um leque mais amplo de funções no nível discursivo, pois em: 23% dos casos os *emojis* são utilizados para demonstrar afeto; 22% para expressar emoções/ações; 18% são inseridos ao início de um enunciado como uma espécie de marcador conceitual (classificatório ou analítico); 11% para enfatizar (através do uso multiplicado, ou seja, repetido) emoções/ações; 7% para enfatizar afeto; 6% para manifestar um desejo; 5% para enfatizar um desejo; 4% expressar identificação; 2% enfatizar o sentimento de identificação (principalmente pelos *emojis* de bandeira) e 2% para substituir uma palavra como uma peça léxica de um enunciado verbal. Em conformidade com os dados obtidos na amostra sobre a posse do presidente mexicano em 2018, nenhum dos dados desta amostra apresenta o uso dos *emojis* nos *tweets* para expressar ironia como uma das funções discursivas desses signos na representação do todo composicional desse texto multimodal.

Em síntese, no que tange ao nível discursivo dos *tweets*, a tendência averiguada em ambas as amostras analisadas é a de que os *emojis* são utilizados para: demonstrar afeto; ao início de um enunciado como uma espécie de marcador conceitual (classificatório ou

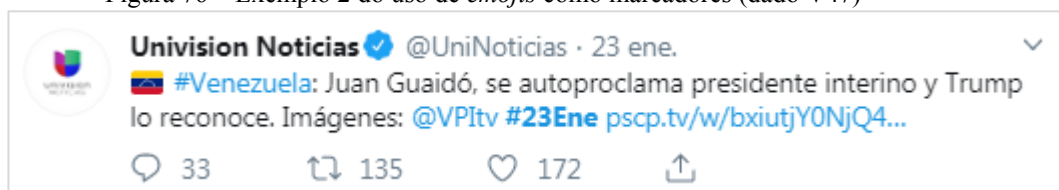
analítico); enfatizar uma emoção/ação (através de seu uso multiplicado); substituir uma palavra como uma peça léxica do enunciado. Entretanto, outra função discursiva dos *emojis* também é identificada na amostra referente aos protestos venezuelanos de 2019 e merece ser destacada, devido a seu acentuado número de ocorrência: expressar emoções/ações.

Ao cotejarmos os resultados aqui descritos com outros estudos (PAIVA, 2016; SCHNOEBELEN, 2012), verificamos que a única função discursiva dos *emojis* não encontrada em nossos dados é a de expressar ironia ao serem inseridos no contexto enunciativo do todo multimodal. A referida observação nos parece um tanto quanto curiosa, porém talvez uma justificativa possível seja o fato de ambas às amostras estarem vinculadas a temas políticos que tendem a ser “polêmicos”, por sua essência dicotômica, em todas as esferas da sociedade e tratados de forma mais direta e espontânea nas redes sociais (principalmente no *Twitter* por seu reduzido número de caracteres), ou seja, sem a necessidade de se recorrer a tantas estratégias discursivas como quando os interlocutores se encontram face a face.

Figura 75 – Exemplo 1 do uso de *emojis* como marcadores (dado V7)



Fonte: *Print Screen* do *Twitter* (2019).

Figura 76 – Exemplo 2 do uso de *emojis* como marcadores (dado V47)

Fonte: *Print Screen* do *Twitter* (2019).

Outro ponto importante a ser relatado é o considerável número de ocorrências de *emojis* desempenhando a função discursiva de marcador conceitual (classificatório ou analítico) no início dos enunciados, justamente pela grande quantidade de *tweets* informando as atualizações dos países que a partir dos protestos venezuelanos reconheciam, naquele momento, Juan Guaidó como presidente interino da Venezuela (Figura 75) e de outros *tweets* que noticiavam a autoproclamação de Guaidó para tal cargo de forma “temporária” (Figura 76).

Por fim, a título de conclusão, no capítulo adiante, recuperamos as perguntas formuladas no início desta pesquisa e sintetizamos os resultados obtidos em diálogo com algumas das conjecturas formuladas ao longo do Capítulo 3.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No início desta pesquisa lançamos mão das seguintes perguntas: (i) desde a perspectiva da Gramática Visual, os *emojis* tendem a desempenhar quais funções de representação e de composição nos *tweets*? (ii) Como se desenvolve a função de interação multimodal no *Twitter*? (iii) E quais as principais funções sintáticas e discursivas dos *emojis*? E a partir de uma análise fundamentada nas metafunções da Gramática Visual de Krees e van Leeuwen (2006) e em estudos sobre as funções sintáticas e discursivas desempenhadas anteriormente pelos *emoticons* (SCHNOEBELEN, 2012) e no presente pelos *emojis* (PAIVA, 2016) nas redes sociais, conseguimos alcançar os objetivos centrais de: identificar e descrever as funções desempenhadas pelos *emojis* no uso concreto da língua, e de compreender a estrutura multimodal dos *tweets* desde os princípios da Gramática Visual.

A partir dos dados analisados, observamos a corroboração de nossas conjecturas formuladas ao longo do Capítulo 3: como a de que as representações narrativas ocorrem quando *emojis* diferentes são inseridos em uma sequência linear de tempo e ação, sendo as mais frequentes as de ação e de reação; a da possibilidade da existência de um vetor implícito específico da estrutura de textos multimodais como os *tweets*: o sistema de escrita e que nós (interlocutores/leitores dos *tweets*) somos o objeto de olhar dos *emojis*, ainda que não estejamos inseridos de forma visual nos *tweets*, configurando a ocorrência de narrativas não-transacionais. Concernente às funções de representação, verificamos em nossos dados uma maior recorrência do uso de *emojis* para a representação de estruturas conceituais simbólicas, narrativas de reação e conceituais analíticas.

Referente à função de interação no *Twitter*, essa tende a ocorrer nos três planos: aberto (impessoal), médio (social) e fechado (íntimo) em uma escala de menor para maior interação, respectivamente. No que diz respeito às funções de composição, a tendência averiguada é a de os *emojis* serem inseridos à direita do enunciado, talvez para representarem não uma informação “nova” em si, mas outra forma de se expressar relativamente mais recente e que ainda não se tornou um conhecimento compartilhado, assim como a linguagem escrita. Ademais os *emojis* inferem uma densa carga cultural na formulação de seus significados e os *tweets* com maior interação entre si apresentam menor quantidade de enquadramentos, ou seja, maior conexão entre os elementos do todo composicional, logo, os *tweets* com menor

interação em si demonstram maior quantidade de enquadramentos e de fragmentação entre seus elementos.

Em conformidade com Paiva (2016) e Schnoebelen (2012), no nível sintático dos *tweets*, os *emojis* aparecem predominantemente ao final de um enunciado completo, precedidos ou não de sinais de pontuação, e quando inseridos de forma sequencial com variação entre si (*emojis* diferentes formando ou complementando um enunciado), esses seguem uma ordem linear de tempo e ação, na qual geralmente a reação vem antes de seu objeto ou ação motivadora. Referente às funções discursivas dos *emojis* dos *tweets*, identificamos que estes signos tendem a ser utilizados para: demonstrar afeto; expressar emoções/ações; ao início do enunciado como uma espécie de marcador conceitual (classificatório ou analítico); enfatizar uma emoção/ação (através de seu uso multiplicado); e substituir uma palavra como uma peça léxica do enunciado.

Ao final dessa síntese dos resultados alcançados por esta pesquisa, cabe ressaltar que não pretendemos elencar regras normativas de como devemos usar os *emojis* no *Twitter* ou em qualquer outra rede social, pois esses gêneros discursivos comportam características de espontaneidade da máxima *immediatez* comunicacional que não se limitam a um padrão fixo.

A seleção prévia dos temas geradores de nossos dados sem a definição exata de seu modo de extração e coleta representa uma das dificuldades vivenciadas ao longo dessa trajetória, pois a quantidade de dados que anteriormente era proporcional em ambas às amostras não se manteve durante esse processo. Como é o caso de muitos dos *tweets* publicados sobre a posse do presidente mexicano, em 2018, que não continuam como públicos ou já não existem mais, reduzindo a quantidade desses dados em relação aos da segunda amostra.

Contudo, compreendemos que este estudo poderá contribuir para a interpretação daquilo que desejamos comunicar e do que de fato expressamos ao usar elementos como os *emojis* nos textos multimodais, que contemplam em seu todo composicional diversas formas de representação e interação. Fechamos esta discussão sinalizando a necessidade de aprofundamento desta pesquisa em desdobramentos que contemplem propostas multimodais na perspectiva didática-pedagógica do ensino de línguas, como: observar esse objeto a partir de aspectos culturais, ideológicas e identitárias no campo da interculturalidade (exemplo de um possível questionamento inicial: Todos os hispano-falantes usam os *emojis* para expressar os mesmos significados ou esses diferem de país para país?).

REFERÊNCIAS

- ALBA, José M. de; CHAVES, Luíza S.; COIMBRA, Ludmila. *Cercanía: língua estrangeira moderna*, 8º ano, espanhol. Ed. SM, São Paulo, 2012.
- AUSTIN, John. *How to do things with words*. Cambridge: Harvard University Press, 1962. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/200025845_How_to_Do_Things_with_Words Acesso em: 17 out. 2020.
- AVELAR, Fernanda T. *A pragmática dos emojis na comunicação digital*. 2018. Dissertação (Mestrado em Estudos Linguísticos) – Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2018. Disponível em: https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=6506208. Acesso em: 22 abr. 2019.
- ÁVILA, Carlos. *La curiosa historia de los emoticonos y emoji*. Disponível em: http://www.mibqyyo.com/articulos/2014/06/26/la-curiosa-historia-de-los-emoticonos-y-emoji/#/vanilla/discussion/embed/?vanilla_discussion_id=0. Acesso em: 04 ago. 2018.
- BBC NEWS MUNDO. *Juan Guaidó, presidente de la Asamblea Nacional de Venezuela, se juramenta como "presidente encargado" del país*. 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-46979533>. Acesso em: 10 dez. 2020.
- BRAIDA, Frederico; NOJIMA, Vera Lúcia. *Triades do design: Um olhar semiótico sobre a forma, o significado e a função*. Rio de Janeiro: Rio Book's, 2014.
- BROWN, Penelope; LEVINSON, Stephen C. *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
- BÜRDEK, Bernhard E. *História, teoria e prática do design de produtos*. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.
- CARPANEZ, Juliana. *Emoji*. TAB Uol. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/emoji/>. Acesso em: 25 abr. 2018.
- CARVALHO, Flaviane F. *Semiótica Social e Gramática Visual: o sistema de significados interativos*. *Anglo-Saxonica: Revista do Centro de Estudos Anglisticos*, nº1, 2010, p. 265-281. Disponível em: http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/5589/1/0873-0628_2010-001-000_00263-00281.pdf. Acesso em: 27 jun. 2017.
- CHARAUDEAU, Patrick. Os estereótipos, muito bem. Os imaginários, ainda melhor. Trad: André L. Silva e Rafael M. Angrisano. *Entrepalavras*, Fortaleza, v.7, p.571-591, 2017.
- COELHO, Irene G. *Redes sociais: ressignificando o ensino de línguas estrangeiras*. In: OLIVEIRA, Leandra C. de; PARRINI, Carolina F. SANTURBANO, Andrea P. F.;

GUIMARÃES, Noêmia S.; SANTOS, Bárbara C. M. *Língua, Literatura, Tradução: pluralidades*. Curitiba: CRV, 2019, p. 59-70.

DURAND, Jacques. *Las formas de la comunicación*. Barcelona: Editorial Mitre, S.A., 1985.

EMOJITRACKER. 2019. Disponível em: <http://emojitracker.com/>. Acesso em: 25 abr. 2019.

FARINA, Modesto. *Psicodinâmica das cores na comunicação*. 5ª.ed.São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

GIVÓN, Talmy. Iconicity, isomorphism and non-arbitrary coding in syntax. In: HAIMAN, John (Org.). *Typological Studies in Language: Iconicity in syntax – Volume VI*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1985, p. 187-219.

GOFFMAN, Erving. *Ritual de interação: ensaios sobre o comportamento face a face*. Petrópolis: Vozes, 2011.

GUYNN, Jessica. *Jack Dorsey hints Twitter to lift 140-character limit*. Usa today, 2016, s.p. Disponível em: <http://www.usatoday.com/story/tech/news/2016/01/05/twittermay-soon-go-beyond-140-characters/78304512/>. Acesso: 17 out. 2020.

HALLYDAY, Michael A. K. *An introduction to Functional Grammar*. London: Edward Arnold, 1994.

HEBERLE, Viviane Maria. Multimodalidade e Multiletramento: pelo estudo da linguagem como prática social multissemiótica. In: SILVA, Kleber A. da; DANIEL, Fátima de G.; Kaneko-Marques, Sandra Mari; SALOMÃO, Ana Cristina B. (orgs.). *A formação de professor de línguas: novos olhares – Volume II*. Campinas, São Paulo: Pontes Editores, 2012, p. 83-106.

JEWITT, Carey. *The routledge handbook of multimodal analysis*. London: Routledge, 2009.

KADOTA, Neiva P. *A construção da linguagem: introdução à linguística semiótica e comunicação*. São Paulo: LCTE, 2009.

KLEIMAN, Angela. Modelos de letramento e as práticas de alfabetização na escola. In: KLEIMAN, Angela. (org.). *Os significados do letramento: uma nova perspectiva sobre a prática social da escrita*. Campinas: Mercado de Letras, 1995. p. 15-61.

KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. *Reading Images: the grammar of visual design*. London; New York: Routledge, 1996.

KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. *Reading images: the grammar of visual design*. London: Routledge, 2006.

KOCH, Peter; OESTERREICHER, Wulf. Oralidad y escrituralidad a la luz de la teoría del lenguaje. In: KOCH, Peter; OESTERREICHER, Wulf. *Lengua hablada en la Romania: español, francés, italiano*. Trad. SERENA, Araceli L. Madrid: Gredos, 2007 [1990]. p. 20-42.

LEITE, Hana L. de Abreu. *Observações do uso dos emojis: aspectos sintáticos, semânticos e pragmáticos na retórica visual de mensagens digitais*. 2018. Dissertação (Mestrado em Design) – Programa de Pós-Graduação em Design, Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2018. Disponível em: https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=6971419. Acesso em: 22 de abr. de 2019.

LOUBAK, Ana Letícia. *Relatório mostra os emojis mais usados no Twitter: veja os significados*. 2019. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2019/02/relatorio-mostra-os-emojis-mais-usados-no-twitter-veja-os-significados.ghtml>. Acesso em: 25 abr. 2019.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital. In: MARCUSCHI, Luiz Antônio; XAVIER, Antônio Carlos dos S.(org.). *Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004, p. 13-67.

MORRIS Charles W. *Fundamentos da teoria dos signos*. Tijuca: Rio de Janeiro, EDUSP, São Paulo, 1976.

MOURA, Eduardo; ROJO, Roxane. *Multiletramentos na escola*. São Paulo: Parábola Editorial, 2012.

NASCIMENTO, Roseli G.; BEZERRA, Fábio A. S.; HEBERLE, Viviane Maria. *Multiletramentos: iniciação à análise de imagens*. Linguagens & Ensino. Pelotas. n. 2, v.14, p. 529-552. 2011. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/rle/article/view/15403>. Acesso em: 13 fev. 2020.

PAIVA, Vera Lúcia M. de O. e. *A linguagem dos emojis*. Trabalhos em Linguística Aplicada. Campinas. n. 55, v.2, p.379-399. 2016. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/tla/v55n2/0103-1813-tla-55-02-00379.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2017.

PEIRCE, Charles. *Semiótica*. 3^a.ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2005, p.45-76.

PIN, Guilherme. *Twitter revela os emojis mais usados na rede social*. 2019. Disponível em: <https://influu.me/pt/blog/twitter-emojis-mais-usados-rede-social>. Acesso em 25 abr. 2019.

ROJAS, Ana Gabriela. *Toma de protesta de AMLO: Andrés Manuel López Obrador saca su parte más indigenista en la fiesta del Zócalo*. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-46410722>. Acesso em: 10 dez. 2020.

ROJO, Roxane. *Letramentos múltiplos, escola e inclusão social*. São Paulo: parábola editorial, 2009.

SANTAELLA, Lúcia. *O que é semiótica*. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SCHNOEBELEN, Tyler Joseph. *Emotions are relational: positioning and the use of affective linguistic resources*. 2012. Dept. of Linguistics, Stanford University, 2012. Disponível em: https://stacks.stanford.edu/file/druid:fm335ct1355/Dissertation_Schnoebelen_final_8-29-12-augmented.pdf. Acesso em: 26 set. 2017.

SIGNORINI, Inês. Letramento e (in) flexibilidade comunicativa. In: KLEIMAN, Angela (org.). *Os significados do letramento: uma nova perspectiva sobre a prática social da escrita*. Campinas: Mercado de Letras, 1995, p. 161-199.

SMAAL, Beatriz. *A história do Twitter*. 2010. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/rede-social/3667-a-historia-do-twitter.htm>. Acesso em: 25 abr. 2019.


































STEINMETZ, Katy. Here Are Rules of Using Emoji You Didn't Know You Were Following. 2014. In: *TIME Exclusive*. Disponível em: time.com/2993508/emoji-rules-tweets/. Acesso em: 18 out. 2020.

































STREET, Brian V. *Literacy in theory and practice*. Cambridge: Cambridge University Press, 1984.

TERRA, Márcia F. de A. *Emojis como nova estratégia no discurso publicitário*. 2018. Dissertação (Mestrado em Estudos de linguagem) – Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=7132084. Acesso em: 22 abr. 2019.

UNICODE. *Tabela de caracteres*. Disponível em: <https://unicode-table.com/pt/#miscellaneous-symbols>. Acesso em: 27 jun. 2017.

**APÊNDICE A – Ranking completo dos *emojis* mais usados nos *tweets* desta pesquisa –
Venezuela**

Ranking completo dos <i>emojis</i> mais usados nos <i>tweets</i> desta pesquisa Venezuela		
Ordem	Emoji	Quantas vezes este <i>emoji</i> aparece nos <i>tweets</i>
1°		52
2°		26
3°		23
4°		16
5°		13
6°		12
7°		10
7°		10
8°		7
8°		7
8°		7
9°		6
10°		5
10°		5
11°		4
11°		4
12°		3
12°		3
12°		3
12°		3
13°		2
13°		2
13°		2
13°		2
13°		2
13°		2
13°		2
13°		2
13°		2
13°		2
13°		2
13°		2
13°		2

13°		2
13°		2
13°		2
13°		2
13°		2
13°		2
13°		2
14°		1
14°		1
14°		1
14°		1
14°		1
14°		1
14°		1
14°		1
14°		1
14°		1
14°		1
14°		1
14°		1
14°		1
14°		1
14°		1
14°		1
14°		1
14°		1
14°		1
14°		1
14°		1
14°		1
14°		1
14°		1
TOTAL DE EMOJIS		286

APÊNDICE B – Identificação dos dados, segundo a função de representação dos *emojis*

Função de representação dos <i>emojis</i> (México)	
Conceitual	Narrativa
M7	M15-C2
M14	
M15	
M15-C1	
M22	

Função de representação dos <i>emojis</i> – Conceitual (México)		
Classificatória	Análítica	Simbólica
	M14	M7
		M15
		M15-C1
		M22

Função de representação dos <i>emojis</i> – Narrativa (México)			
De ação	De reação	Mental	Verbal
	M15-C2		

Função de representação dos <i>emojis</i> (Venezuela)	
Conceitual	Narrativa
V2	V2-C1
V2-C2	V2-C3
V3	V2-C4
V7	V2-C5
V7-C1	V3-C1
V15	V7-C2
V15-C1	V15-C5
V15-C2	V25-C1
V15-C3	V25-C2
V15-C4	V45-C1
V15-C6	V45-C4
V25	V45-C8
V25-C3	V45-C9
V35	V45-C13
V42	V45-C14
V42-C1	V45-C19
V45	V45-C21
V45-C2	V45-C24
V45-C3	V45-C27
V45-C5	V45-C28
V45-C6	V45-C35
V45-C7	V45-C36
V45-C10	V45-C37

V45-C11	V45-C38
V45-C12	V45-C39
V45-C15	V45-C41
V45-C16	V49-C2
V45-C17	V54-C1
V45-C18	V54-C2
V45-C20	V54-C3
V45-C22	V54-C6
V45-C23	V54-C7
V45-C25	V54-C9
V45-C26	V54-C10
V45-C29	V54-C13
V45-C30	V54-C14
V45-C31	V54-C15
V45-C32	V54-C16
V45-C33	
V45-C34	
V45-C40	
V47	
V47-C1	
V47-C2	
V47-C3	
V47-C4	
V47-C5	
V47-C6	
V47-C7	
V47-C8	
V47-C9	
V47-C10	
V47-C11	
V47-C12	
V47-C13	
V49	
V49-C1	
V49-C3	
V49-C4	
V49-C5	
V49-C6	
V49-C7	
V49-C8	
V49-C9	
V49-C10	
V49-C11	
V49-C12	
V54	
V54-C4	
V54-C5	
V54-C8	
V54-C11	
V54-C12	

Função de representação dos <i>emojis</i> – Conceitual (Venezuela)		
Classificatória	Analítica	Simbólica
V7	V15-C6	V2
V15	V25-C3	V2-C2
V15-C1	V45-C16	V3
V15-C2	V45-C20	V7-C1
V15-C3	V49-C4	V35
V15-C4	V54-C8	V42
V25		V42-C1
V45-C29		V45
V45-C33		V45-C2
V47		V45-C3
V47-C1		V45-C5
V47-C2		V45-C6
V47-C3		V45-C7
V47-C4		V45-C10
V47-C5		V45-C11
V47-C6		V45-C12
V47-C7		V45-C15
V47-C8		V45-C17
V47-C9		V45-C18
V47-C10		V45-C22
V47-C11		V45-C23
V47-C12		V45-C25
V47-C13		V45-C26
V49-C1		V45-C30
		V45-C31
		V45-C32
		V45-C34
		V45-C40
		V49
		V49-C3
		V49-C5
		V49-C6
		V49-C7
		V49-C8
		V49-C9
		V49-C10
		V49-C11
		V49-C12
		V54
		V54-C4
		V54-C5
		V54-C11
		V54-C12

Função de representação dos <i>emojis</i> – Narrativa (Venezuela)			
De ação	De reação	Mental	Verbal
V3-C1	V2-C1		
V15-C5	V2-C3		
V54-C3	V2-C4		
V54-C10	V2-C5		
	V7-C2		
	V25-C1		
	V25-C2		
	V45-C1		
	V45-C4		
	V45-C8		
	V45-C9		
	V45-C13		
	V45-C14		
	V45-C19		
	V45-C21		
	V45-C24		
	V45-C27		
	V45-C28		
	V45-C35		
	V45-C36		
	V45-C37		
	V45-C38		
	V45-C39		
	V45-C41		
	V49-C2		
	V54-C1		
	V54-C2		
	V54-C6		
	V54-C7		
	V54-C9		
	V54-C13		
	V54-C14		
	V54-C15		
	V54-C16		

APÊNDICE C – Identificação dos dados, segundo a função de composição dos *emojis*

Função de composição dos <i>emojis</i> – Valor da informação – México					
<i>Emoji à direita</i>	<i>Emoji à esquerda</i>	<i>Só um emoji</i>	<i>Sequência de um mesmo emoji</i>	<i>Sequência de <i>emojis</i> diferentes</i>	<i>Emoji como peça léxica</i>
M7	M14		M15-C2		M22
M15	M15-C1				

Função de composição dos <i>emojis</i> – Valor da informação – Venezuela					
<i>Emoji à direita</i>	<i>Emoji à esquerda</i>	<i>Só um emoji</i>	<i>Sequência de um mesmo emoji</i>	<i>Sequência de <i>emojis</i> diferentes</i>	<i>Emoji como peça léxica</i>
V2	V2-C3	V2-C2	V25-C2	V2-C4	V7-C1
V2-C1	V7	V45-C13	V45-C14	V45-C16	V45-C5
V2-C5	V15	V54-C14	V45-C22	V54-C10	
V3	V15-C1		V54-C5		
V3-C1	V15-C2		V54-C7		
V7-C2	V15-C3		V54-C16		
V15-C5	V15-C4				
V15-C6	V47				
V25	V47-C1				
V25-C1	V47-C2				
V25-C3	V47-C3				
V35	V47-C4				
V42	V47-C5				
V42-C1	V47-C6				
V45	V47-C7				
V45-C1	V47-C8				
V45-C2	V47-C9				
V45-C3	V47-C10				
V45-C4	V47-C11				
V45-C6	V47-C12				
V45-C7	V47-C13				
V45-C8	V49-C4				
V45-C9	V54-C9				
V45-C10					
V45-C11					
V45-C12					
V45-C15					
V45-C17					
V45-C18					
V45-C19					
V45-C20					
V45-C21					
V45-C23					

V45-C24					
V45-C25					
V45-C26					
V45-C27					
V45-C28					
V45-C29					
V45-C30					
V45-C31					
V45-C32					
V45-C33					
V45-C34					
V45-C35					
V45-C36					
V45-C37					
V45-C38					
V45-C39					
V45-C40					
V45-C41					
V49					
V49-C1					
V49-C2					
V49-C3					
V49-C5					
V49-C6					
V49-C7					
V49-C8					
V49-C9					
V49-C10					
V49-C11					
V49-C12					
V54					
V54-C1					
V54-C2					
V54-C3					
V54-C4					
V54-C6					
V54-C8					
V54-C11					
V54-C12					
V54-C13					
V54-C15					

APÊNDICE D – Identificação dos dados, segundo a posição sintática dos *emojis*

Posição sintática dos <i>emojis</i> – México										
Ao final de um enunciado completo e SEM sinal de pontuação	Ao final de um enunciado completo e COM sinal de pontuação	Como uma espécie de marcador à direita do enunciado	Como peça léxica	Antes da #	Depois da #	Só um <i>emoji</i>	Antes do enunciado	Sequência de um mesmo <i>emoji</i>	Sequência de <i>emojis</i> diferentes	Ao final e ANTES do sinal de pontuação
	M7	M14	M22	M15-C1	M15					
	M15-C2									

Posição sintática dos <i>emojis</i> – Venezuela										
Ao final de um enunciado completo e SEM sinal de pontuação	Ao final de um enunciado completo e COM sinal de pontuação	Como uma espécie de marcador à direita do enunciado	Como peça léxica	Antes da #	Depois da #	Só um <i>emoji</i>	Antes do enunciado	Sequência de um mesmo <i>emoji</i>	Sequência de <i>emojis</i> diferentes	Ao final e ANTES do sinal de pontuação
V2	V3	V7	V7-C1	V47	V45-C40	V2-C2	V2-C3	V25-C2	V2-C4	V49-C7
V2-C1	V7-C2	V15		V47-C1		V45-C13	V49-C4	V45-C14	V3-C1	
V2-C5	V25	V15-C1		V47-C2		V54-C14	V54-C9	V45-C22	V45-C16	
V15-C5	V25-C1	V15-C2		V47-C3				V54-C5	V54-C10	
V15-C6	V35	V15-C3		V47-C4				V54-C7		
V25-C3	V42	V15-C4		V47-C5				V54-C11		
V42-C1	V45			V47-C6				V54-C16		
V45-C4	V45-C1			V47-C7						
V45-C5	V45-C2			V47-C8						

APÊNDICE E – Identificação dos dados, segundo a função discursiva dos *emojis*

Funções discursivas dos <i>emojis</i> – México										
Substituir palavras (como peça léxica)	Expressar emoções/ações	Demonstrar afeto	Manifestar um desejo	Expressar identificação	Enfatizar emoções/ações, através do uso mult.	Enfatizar afeto, através do uso mult.	Enfatizar um desejo, através do uso mult.	Enfatizar o sentimento de identificação, através do uso mult.	Expressar ironia	Como uma espécie de marcador
M22		M7			M15-C2					M14
		M15								
		M15-C1								

Funções discursivas dos <i>emojis</i> – Venezuela										
Substituir palavras (como peça léxica)	Expressar emoções/ações	Demonstrar afeto	Manifestar um desejo	Expressar identificação	Enfatizar emoções/ações, através do uso mult.	Enfatizar afeto, através do uso mult.	Enfatizar um desejo, através do uso mult.	Enfatizar o sentimento de identificação, através do uso mult.	Expressar ironia	Como uma espécie de marcador
V7-C1	V2	V45	V45-C19	V25	V2-C4	V3-C1	V42-C1	V45-C2		V7
V45-C5	V2-C1	V45-C3	V45-C32	V35	V7-C2	V45-C22	V45-C15	V45-C34		V15
	V2-C2	V45-C6	V49	V45-C29	V15-C5	V45-C27	V45-C23			V15-C1
	V2-C3	V45-C7	V49-C3	V45-C33	V25-C2	V49-C2	V45-C25			V15-C2
	V2-C5	V45-C10	V54		V45-C8	V49-C4	V54-C5			V15-C3
	V3	V45-C11	V54-C4		V45-C9	V49-C9	V54-C11			V15-C4
	V15-C6	V45-C12	V54-C12		V45-C14	V49-C10				V47
	V25-C1	V45-C16			V54-C1	V49-C12				V47-C1
	V25-C3	V45-C17			V54-C7					V47-C2
	V42	V45-C18			V54-C10					V47-C3
	V45-C1	V45-C20			V54-C13					V47-C4
	V45-C4	V45-C21			V54-C16					V47-C5

	V45-C13	V45-C24								V47-C6
	V45-C31	V45-C26								V47-C7
	V45-C35	V45-C28								V47-C8
	V45-C37	V45-C30								V47-C9
	V49-C6	V45-C36								V47-C10
	V54-C2	V45-C38								V47-C11
	V54-C3	V45-C39								V47-C12
	V54-C6	V45-C40								V47-C13
	V54-C8	V45-C41								
	V54-C9	V49-C1								
	V54-C14	V49-C5								
	V54-C15	V49-C7								
		V49-C8								
		V49-C11								