

***ATAS DO
XI CONGRESSO
SOPCOM:
COMUNICAÇÃO,
TURISMO E
CULTURA***



Título	XI Congresso da SOPCOM: Comunicação, Turismo e Cultura
Editores	Samuel Mateus ; Joaquim Pinheiro ; Mario Franco Barros
Assistente Editorial	Mónica Rodrigues
Design	Marco Câmara - Gabinete de Comunicação e Marketing (GCM) da Universidade da Madeira
ISBN	978-989-99840-8-0 Março, 2021 © <i>O conteúdo desta obra está protegido por Lei. Qualquer forma de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação da totalidade ou de parte desta obra carece de expressa autorização do editor e dos seus autores. Os artigos, bem como a autorização da publicação de imagens, são da exclusiva responsabilidade dos autores</i>
eBook	724 páginas
Edição	SOPCOM/ Universidade de Madeira

Todos os textos que integram este volume foram submetidos a arbitragem científica. Cada autor teve liberdade para seguir, ou não, o Acordo Ortográfico de 1990 da Língua Portuguesa.

COMISSÃO CIENTÍFICA DO CONGRESSO

Paulo Serra | **Presidente do Congresso**

Alcina Sousa – Universidade da Madeira
Ana Catarina Pereira – Universidade da Beira Interior
Ana Isabel Moniz – Universidade da Madeira
Ana Isabel Reis – Universidade do Porto
Ana Lúcia Terra – Instituto Politécnico do Porto
Ana Raposo – Instituto Politécnico de Lisboa
Anabela Gradim – Universidade da Beira Interior
António Bento – Universidade da Beira Interior
Carlos Camponez – Universidade de Coimbra
Catarina Burnay – Universidade Católica Portuguesa
Catarina Moura – Universidade da Beira Interior
Daniel Cardoso – Universidade Nova de Lisboa
Elsa Costa e Silva – Universidade do Minho
Fábio Ribeiro – Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
Filipa Subtil – Instituto Politécnico de Lisboa
Francisco Mesquita – Universidade Fernando Pessoa
Gisela Gonçalves – Universidade da Beira Interior
Helena Lima – Universidade do Porto
Helena Pires – Universidade do Minho
Isabel Macedo – Universidade do Minho
João Carlos Correia – Universidade da Beira Interior
Jorge Martins Rosa – Universidade Nova de Lisboa
José Gabriel Andrade – Universidade do Minho
José Azevedo – Universidade do Porto
José Gomes Pinto – Universidade Lusófona de Humanidades e
Tecnologias
José Sílvio Fernandes – Universidade da Madeira
Josep Francesc Valls Giménez – Universidade da Madeira
Luís Nogueira – Universidade da Beira Interior
Madalena Oliveira – Universidade do Minho
Margarida Toscano – Rede de Bibliotecas Escolares
Maria da Luz Correia – Universidade dos Açores
Maria Helena Rebelo – Universidade da Madeira
Nuno Moutinho – Universidade do Porto
Óscar Mealha – Universidade de Aveiro
Patrícia Teixeira – Universidade Fernando Pessoa
Paula Espírito Santo – Universidade de Lisboa
Pedro Jerónimo – Universidade da Beira Interior
Ricardo Campos – Universidade Nova de Lisboa
Rosa Cabecinhas – Universidade do Minho
Silvana Mota Ribeiro – Universidade do Minho
Suzana Cavaco – Universidade do Porto
Vânia Baldi – Universidade de Aveiro
Vasco Ribeiro – Universidade do Porto

COMISSÃO ORGANIZADORA DO CONGRESSO

Diana Pimentel (Universidade da Madeira)
Joaquim Pinheiro (Universidade da Madeira)
Luís Mota (Universidade da Madeira)
Madalena Oliveira (Universidade do Minho)
Mario Franco (Universidade da Madeira)
Nuno Moutinho (Universidade do Porto)
Paulo Serra (Universidade da Beira Interior)
Samuel Mateus (Universidade da Madeira)
Telmo Reis (Universidade da Madeira)

SUMÁRIO

PREFÁCIO	2
----------------	---

G.T. 1 - CIBERCULTURA **5**

ANDREZA ALVES, EDUARDO FARIA E JOSÉ GABRIEL ANDRADE TECNOBREGA E CULTURA DO <i>REMIX</i> NA AMAZÔNIA: UM ESTUDO DE CASO DO EPISÓDIO 1 DA WEBSÉRIE <i>SAMPLEADOS</i>	6
---	---

CASSIA FURTADO E LÍDIA OLIVEIRA PLATAFORMAS DE LITERATURA-SERVIÇO: NOVA GERAÇÃO DE LEITORES, NOVOS PRODUTOS NA CIBERCULTURA	23
---	----

LILIANA GONÇALVES E LÍDIA OLIVEIRA INCÊNDIOS FLORESTAIS, CONHECIMENTO E PLATAFORMAS DIGITAIS: UMA RELAÇÃO EM ESTUDO.....	35
--	----

EDUARDO FARIA, ANDREZA ALVES E JOSÉ GABRIEL ANDRADE INTERACIONISMO SIMBÓLICO: ANÁLISES DE CASOS SOBRE O CORPO MULTIMODAL EM <i>STICKERS</i> DO <i>WHATSAPP</i>	48
--	----

DALBERT MARQUES OLIVEIRA COMÉRCIO DE INFORMAÇÃO ATRAVÉS DO <i>WHATSAPP</i>	68
---	----

G.T. 2 - CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO **83**

ANA LÚCIA TERRA O COMPORTAMENTO INFOCOMUNICACIONAL DOS TURISTAS EM PLATAFORMAS DIGITAIS: RESULTADOS DE UM ESTUDO EXPLORATÓRIO NA GALIZA	84
--	----

MARIA MANUELA PINTO, TIAGO COSTA MARTINS E ARMANDO MALHEIRO DA SILVA UM OBSERVATÓRIO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS EM PORTUGAL: O OBCREI.PT	98
--	----

CARLA SOUSA E ANABELA GRADIM ALVES DESAFIOS E OPORTUNIDADES DA TRANSFERÊNCIA DE CONHECIMENTO E TECNOLOGIA ENTRE A ACADEMIA E A INDÚSTRIA - O CASO EMADeS.....	112
---	-----

G.T. 3 - COMUNICAÇÃO E LINGUÍSTICA **125**

MARIO FRANCO BARROS PSEUDÓNIMOS OU NOMES REAIS? BREVE ANÁLISE LINGUÍSTICA DE <i>NICKNAMES</i> DE UTILIZADORES ESPANHÓIS NOS <i>MEDIA</i> SOCIAIS E COMPARAÇÃO COM <i>NICKNAMES</i> DE UTILIZADORES ALEMÃES E PORTUGUESES	126
---	-----

G.T. 4 - COMUNICAÇÃO E POLÍTICA **144**

JOÃO CORREIA E CATARINA RODRIGUES CAMPANHA NEGATIVA E <i>FAKE NEWS</i> : UM SISTEMA HÍBRIDO PRESENTE NOS <i>MEDIA</i> REGIONAIS	145
---	-----

RAUL RAMANHO, KÉLIA MAIA E ANABELA GRADIM ALVES MIDIATIVISMO E MÍDIA ALTERNATIVA: INTERSECÇÕES E DIFERENÇAS NO CAMPO DA CONTRA-HEGEMONIA	161
--	-----

G.T. 5 - COMUNICAÇÃO INTERCULTURAL 175

PEDRO RODRIGUES COSTA ECRÃS E LUSOFONIA: UMA CIRCUM-NAVEGAÇÃO TECNOLÓGICA PELA CONTINGÊNCIA LUSÓFONA NO <i>YOUTUBE</i>	176
--	-----

G.T. 6 - COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E INSTITUCIONAL 196

NUNO GOULART BRANDÃO E INÊS SILVA O PAPEL DOS LÍDERES DE EQUIPA PARA A COMUNICAÇÃO INTERNA NAS ORGANIZAÇÕES – ESTUDO DE CASO IKEA LOURES	197
--	-----

PAULA LOPES A COMUNICAÇÃO DOS MUSEUS EM <i>WEBSITE</i> E NAS REDES SOCIAIS COMO FORMA DE ATRAIR VISITANTES	210
--	-----

ELAINE SARAIVA E TERESA RUÃO A COMUNICAÇÃO DAS MARCAS DE VINHO DO PORTO: UM ESTUDO DA EVOLUÇÃO DAS MARCAS PROTEGIDAS	220
--	-----

MARIANA MARQUES E PAULA LOPES AS REDES SOCIAIS ENQUANTO FERRAMENTA DE MARKETING RELACIONAL NA HOTELARIA: ANÁLISE DA MARCA INTERNACIONAL <i>COSTA DO ESTORIL</i>	235
---	-----

SÓNIA SILVA, TERESA RUÃO E GISELA GONÇALVES AS UNIVERSIDADES PORTUGUESAS NA SOCIEDADE MODERNA: A HISTÓRIA DE EVOLUÇÃO DE UMA MISSÃO SOCIAL	250
--	-----

MILENA ALBUQUERQUE A MORTE ANUNCIADA NA REDE	266
---	-----

MAFALDA EIRÓ-GOMES E ANA LUÍSA RAPOSO COMUNICAÇÃO E CIDADANIA CORPORATIVA: A QUESTÃO DA SUSTENTABILIDADE.....	278
---	-----

G.T. 7 - COMUNICAÇÃO, TERRITÓRIO E TURISMO 293

CÍNTIA CRAVID, JOANA MARTINS E TERESA BARROS A INFLUÊNCIA DO <i>INSTAGRAM</i> NA ESCOLHA DO DESTINO TURÍSTICO	294
--	-----

PRISCILLA MESSAROS COMUNICAÇÃO DE MASSAS E TURISMO: UM PROCESSO DE HIBRIDAÇÃO CULTURAL	309
--	-----

SÓNIA CABEÇA “VISIT OUR PEOPLE”: COMUNICAR DESTINOS ATRAVÉS DA COMUNIDADE	322
---	-----

CECÍLIA AVELINO BARBOSA REGENERAÇÃO URBANA E MARKETING TERRITORIAL: UM ESTUDO SOBRE O PARQUE DAS NAÇÕES EM LISBOA	331
---	-----

NELSON OLIVEIRA
COMUNICAÇÃO E TURISMO: A PROMOÇÃO DOS DESTINOS TURÍSTICOS EM
FOLHETOS E BROCHURAS 342

CYNTHIA LUDERER
DESTINOS COM SABOR DE TRADIÇÃO: UM ROTEIRO VINCULADO AO CONSUMO
DE MODELOS SUSTENTÁVEIS 367

G.T. 8 - CULTURA VISUAL 381

MARIA FILOMENA BARRADAS
PARA UMA POÉTICA DA IMAGEM FOTOGRÁFICA NO CADERNO 3 DE *O
INDEPENDENTE* E NA *KAPA* – UM ESTUDO EXPLORATÓRIO..... 382

TATIANA PREVEDELHO
A IMAGEM TURÍSTICA NA SOCIEDADE HIPERCONTEMPORÂNEA: ..DO CONSUMO
À EXPRESSÃO ARTÍSTICA..... 401

G.T. 9 - ECONOMIA E POLÍTICAS DA COMUNICAÇÃO 416

BIBIANA GARCEZ
O VALOR DA NOTÍCIA: UMA ANÁLISE DO FINANCIAMENTO DO JORNALISMO
ONLINE, A PARTIR DOS CASOS *NEXO JORNAL* (BR), *THE INTERCEPT* (EUA) E *THE
GUARDIAN* (GB)..... 417

G.T. 10 - ESTUDOS FÍLMICOS 430

HELDER GONÇALVES
PROCESSOS CRIATIVOS NO SOM PARA CINEMA EM PORTUGAL 431

MARTA ALVES
O CINEMA AO VIVO COMO MODALIDADE DE EXPRESSÃO CINEMÁTICA DO
TEMPO DO DIGITAL: AS *PERFORMANCES* DO COLETIVO ARTÍSTICO *THE LIGHT
SURGEONS*..... 445

ANA CATARINA PEREIRA
FILMAR NA PRIMEIRA PESSOA: O DOCUMENTÁRIO COMO GÉNERO FEMININO
..... 457

CAMILA CABRAR ARÊAS
“NOTICIERO ICAIC”: AS REPRESENTAÇÕES DO TURISMO NAS ATUALIDADES
CINEMATOGRAFICAS CUBANAS 466

G.T. 11 - ESTUDOS TELEVISIVOS 480

MARIANA MORAIS E NUNO GOULART BRANDÃO
A INFORMAÇÃO TELEVISIVA COMO FONTE DE CULTURA NA SOCIEDADE -
ESTUDO DE CASO: O TELEJORNAL DA RTP1 481

G.T. 12 - EPISTEMOLOGIA E FILOSOFIA DA COMUNICAÇÃO 493

FELIPE ALMEIDA
O MÉTODO QUADRIPOlar APLICADO À AVALIAÇÃO DE RESULTADOS EM
PROJETOS DE MARKETING SOCIAL 494

G.T. 13 - JORNALISMO E SOCIEDADE **507**

- JOÃO CARLOS CORREIA
A EPIDEMIOLOGIA VIROLÓGICA DO SENSACIONALISMO: O CASO MADDIE
MCCANN 508
- LUCIELLEN LIMA E SUZANA BARBOSA
INTERSECÇÕES ENTRE O JORNALISMO IMERSIVO E O MODELO JORNALISMO
EM BASE DE DADOS 520
- ADRIANA MELLO GUIMARÃES, ELISABETE RODRIGUES, NUNO FERNANDES E CORDELIA GRELO
A IMAGEM TURÍSTICA DE PORTUGAL NO BRASIL ATRAVÉS DAS NARRATIVAS
MEDIÁTICAS 534

G.T. 14 - PUBLICIDADE **548**

- MADELEINE MÜLLER UTZ
MODA SUSTENTÁVEL E NOVOS CONSUMIDORES: UM RECORTE DE MARCAS
PORTUGUESAS E BRASILEIRAS 549
- RODRIGO PORTARI E GUSTAVO CALORE
MINAS PARA TODOS: ANÁLISE DE PEÇAS PUBLICITÁRIAS DA SECRETARIA DE
TURISMO DE MINAS GERAIS 566
- EDUARDO ZILLES BORBA
REALIDADE VIRTUAL E AS MARCAS: O USO DE DISPOSITIVOS ELETRÔNICOS
IMERSIVOS NA CRIAÇÃO DE EXPERIÊNCIAS MULTISSENSORIAIS COM O
CONSUMIDOR 580
- MARCELO T. VALLE, NUNO MOUTINHO E NUNO RODRIGUES
A REALIDADE AUMENTADA COMO FERRAMENTA DE PROMOÇÃO DE VENDAS
..... 590
- HERLANDER ALVES ELIAS
TESLA: A DISRUPÇÃO COMO MARCA. CASO DE ESTUDO SOBRE A MARCA
NORTE-AMERICANA DE VEÍCULOS ELÉTRICOS 604
- JORGE VERÍSSIMO, CARLA MEDEIROS, JOÃO ROSÁRIO, JOÃO BARROS, MARIA DAVID E MARIA
CORREIA
QUE PUBLICIDADE É DIVULGADA PELAS MARCAS DE SAÚDE E BELEZA EM
PORTUGAL? 618
- DANIELA KERBER E EDUARDO ZILLES BORBA
MARKETING DIGITAL: A INFLUÊNCIA DOS *YOUTUBERS* NA PROMOÇÃO DE
MARCAS 631

G.T. 15 - RÁDIO E MEIOS SONOROS **644**

- GRAZIELA MELLO VIANNA
UM CHARLESTON ENDIABRADO E MUITO SAMBA NO PÉ: UMA *FLÂNERIE* EM
BUSCA DOS VESTÍGIOS DA PAISAGEM SONORA DO INÍCIO DO SÉCULO XX POR
LISBOA E PARIS 645

G.T. 16 - RETÓRICA **654**

SAMUELMATEUS

ACERCA DA ASSOCIAÇÃO ENTRE *ETHOS* E *PATHOS* NA RETÓRICA DA
PUBLICIDADE 655

JAIR RATTNER

CHEGA PRO LADO, DEUS, ESTOU TUITANDO A VERDADE – UMA ANÁLISE
RETÓRICA DOS *TWEETS* DE TRUMP 666

JOAQUIM PINHEIRO

CORPO E PALAVRA, MEDICINA E RETÓRICA: INTERTEXTUALIDADES 677

G.T. 17 - SEMIÓTICA **686**

SÍLVIA FERNANDES, DANIEL BRANDÃO E NELSON ZAGALO

A INTERAÇÃO PERIFÉRICA COMO UMA NOVA FORMA DE COMUNICAÇÃO COM
A TECNOLOGIA 687

INTERACIONISMO SIMBÓLICO: ANÁLISES DE CASOS SOBRE O CORPO MULTIMODAL EM *STICKERS* DO *WHATSAPP*

SYMBOLIC INTERACTION: CASE ANALYSIS OF THE MULTIMODAL BODY IN *STICKERS* FROM *WHATSAPP*

Eduardo Faria¹
Andreza Alves²
José Gabriel Andrade³

Resumo

Este estudo consiste numa tentativa de refletir sobre a representação do corpo na construção dialógica nas aplicações de mensagens, com ênfase no *WhatsApp*, e também nos dispositivos tecnológicos, considerando a conversão dos corpos em mensagens multimodais. Para tanto, fazemos uso do que denominamos aqui como *corpos-stickers*, como objeto de análise e reflexão – que nada mais são do que as figurinhas presentes na aplicação em estudo – e que, na contemporaneidade, participam na construção dos diálogos nos aparelhos tecnológicos e no ciberespaço. Dividindo o mesmo espaço ocupado há anos pelos *emojis*, *emoticons* e *smiles*, os *stickers* correspondem às novas evoluções na construção dos diálogos que fazem uso das representações dos corpos e das expressões humanas. Sendo assim, os corpos, enquanto imagens, dizem tanto quanto as palavras, revelando informações codificáveis de formas objetivas e subjetivas através de diferentes modos semióticos encontrados na multimodalidade. Neste caminho seguimos o aporte bibliográfico dos estudos da semiótica social de Kress e Van Leeuwen (1996; 1998; 2001) para realização da análise verbo-visual dos *corpos-stickers* em diálogos dentro da aplicação do *WhatsApp*.

Palavras-chave: Multimodalidade; *WhatsApp*; *Stickers*; Linguagem multimodal; Corpo multimodal.

Abstract

This study consists of an attempt to reflect on the representation of the body in dialogical construction in messaging applications, with an emphasis on *WhatsApp*, as well as on technological devices, considering the conversion of bodies into multimodal messages. For that, we make use of what we call here “body-stickers”, as an object of analysis and reflection - which are nothing more than the figurines present in the application under study - and that in contemporary times they participate in the weaving of dialogues in technological devices and on the Internet. Sharing the same space occupied for years by emojis, emoticons and smiles, the stickers correspond to new developments in the construction of dialogues that make use of representations of bodies and human expressions. Therefore, bodies, as images, say as much as words, revealing information that can be coded in objective and subjective ways through different semiotic modes found in multimodality. In this way, we continue with the bibliographic contribution of

¹ Universidade do Minho, Braga, Portugal; e-mail: eduardofaria202@gmail.com

² Universidade do Minho, Braga, Portugal; e-mail: andrezaalvescontato@gmail.com

³ Universidade Católica Portuguesa. Professor auxiliar na Universidade do Minho, Braga, Portugal; e-mail: jgandrade@ics.uminho.pt

the studies of social semiotics by Kress and Van Leeuwen (1996; 1998; 2001) to carry out the verbal-visual analysis of the body stickers in dialogues within the *WhatsApp* application.

Keywords: Multimodality; *WhatsApp*; *Stickers*; Multimodal language; Multimodal body.

Introdução

Em tempos em que a ‘imagnetização’ das palavras ganha novos contornos e significações em contextos digitais, alterando essencialmente as formas semióticas empregadas na construção dos discursos nos ecrãs, este estudo pretende refletir sobre as práticas discursivas encontradas nas aplicações de mensagens, mais especificamente no *WhatsApp*, que fazem uso dos *stickers* na manutenção dialógica entre os usuários. Considerando esta perspectiva, ponderamos a ascensão do *corpo-sticker* refletido nos ecrãs como uma nova forma de linguagem construtora de sentidos.

Os *corpos-stickers*, alterados digitalmente, materializam-se em corpos multimodais que alteram e ressignificam os discursos encontrados nas aplicações de mensagens, nos suportes tecnológicos e nas plataformas digitais, sendo necessárias novas perspectivas para a sua leitura, que atravessam à literalidade e à subjetividade.

Como observa Kress (1988), os discursos constituídos a partir da integração de diferentes modos semióticos com uso tecnológico são, em sua essência, multimodais. Sendo assim, uma imagem pode ser combinada com o texto escrito, com som, com filtros e com outros elementos do *design*. Para Fonte e Caiado (2014), “o bate-papo no *WhatsApp* é multimodal uma vez que a aplicação possibilita a integração de diferentes modos semióticos: som, imagem, vídeo e texto verbal refletido na tela” (Fonte & Caiado, 2014: 2). Já os *stickers* do *WhatsApp* apresentam novas formas de leitura dos corpos nos ecrãs, pois estes também podem integrar diferentes modos semióticos. Neste sentido, como observa Santana (2006), “o corpo passa a ser compreendido como um sistema aberto que troca informação com o ambiente que habita. De forma mútua, os dois sistemas, corpo e meio, contaminam-se” (Santana, 2006: 46).

No século XXI, os corpos tecnológicos representam uma extensão do corpo biológico nos suportes digitais e nas aplicações de mensagens. Contudo, ao fazerem parte destes ambientes digitais, ganham novos contornos explícitos e subjetivos, provocados por diferentes formas de edição, alterando desta forma sua leitura semântica original, para a qual é necessária uma interpretação semiótica em contexto multimodal. Sendo assim, o

leitor precisará de novas competências de leitura para relacionar o verbal e o visual e ser capaz de compreender a mensagem.

Inseridos numa era marcada pela linguagem multimodal, a reflexão acerca da multimodalidade presente nos meios tecnológicos permite-nos pensar sobre as (re)significações atribuídas às imagens ao longo das décadas, como também ao texto verbal e não-verbal, e aos outros diferentes modos semióticos encontrados em dispositivos como *Smartphones*, *Tablets*, relógios *Smartwatch*, entre outros, além das aplicações de mensagens como o *WhatsApp*.

Contudo, a partir destas ponderações, avançamos também em direção ao conceito de literacia digital, segundo o qual os indivíduos que recorrem a estes recursos tecnológicos podem, como salienta Xavier (2009), assumir mudanças nos modos de ler e escrever os códigos e sinais verbais e não-verbais, como imagens e desenhos. Isto verifica-se porque esta forma de escrita em suporte digital requer conhecimentos que não dependem da literacia em formato analógico, como sempre fora nos livros e nos impressos.

Como veremos mais adiante, a presença da multimodalidade na construção de um discurso pode recorrer à utilização de diferentes modos semióticos. Entretanto, estes modos semióticos não operam sempre em sincronia, podendo prevalecer um sobre o outro, fazendo com que uma ideia seja reforçada ou adquira outra conotação, como observa Kress e Van Leeuwen (2001). Assim, nas relações multimodais devem ser consideradas as articulações das palavras no texto escrito, juntamente com a leitura imagética, a fim de contribuir para o processo de significação.

Atualmente, a construção dos diálogos nos suportes digitais faz uso desmedido de imagens, quer seja na utilização dos *emoticons*, *emojis*, *smiles*, quer seja, mais recentemente, nos *stickers* presentes em aplicativos de mensagens como é o caso do *WhatsApp*.

A partir destas considerações sobre o corpo convertido em imagem multimodal, e com o uso da semiótica social proposto por Kress e Van Leeuwen (1996; 1998; 2001), propomos refletir sobre o uso dos *corpos-stickers* nas interações dialógicas do *WhatsApp* a partir de algumas questões: o que dizem tais *corpos-stickers*? É possível que os *corpos-stickers* surjam como uma necessidade humana de alcançar a subjetividade do corpo biológico, ao ignorar uma suposta objetividade do texto verbal dentro do *WhatsApp*?

Além destas indagações, tais *stickers* podem ser pensados como uma forma de (re)contextualização da linguagem multimodal em contexto-social-tecnológico, uma vez que este permite que pessoas muito próximas sejam convertidas em imagens, ou corpos tecnológicos, carregados de significados.

Em síntese, esta análise verbo-visual realizada nos *corpos-stickers* procurou descrever o sentido de (re)significação e codificação que os corpos simbólicos multimodais podem assumir enquanto discurso – seja objetivo, subjetivo ou controverso relativamente aos outros módulos de linguagens aplicados à imagem dos corpos. Entretanto, a análise descrita neste estudo tem caráter experimental, uma vez que faz parte da pesquisa de mestrado que aborda a importância da literacia mediática em leituras multimodais. Assim, esta pesquisa converte-se num exercício reflexivo menos sistematizado, mas que pretende ser aprofundado em pesquisas posteriores.

Métodos e técnicas

Para percorrer os caminhos desta reflexão, este estudo de caso qualitativo recorreu à análise verbal e visual dos diálogos disponíveis em grupos de universitários dentro da aplicação *WhatsApp*, considerando principalmente os estudos multimodais Kress e Van Leeuwen (1996; 1998; 2001), juntamente com as ponderações sobre multimodalidade dentro do *WhatsApp* propostas por Fonte e Caiado (2014) – que nos inspiraram nesta pesquisa. Segundo Ventura (2007), o estudo de caso como metodologia poder ser pertinente para observar os *corpos-stickers* enquanto fenómeno que pode ser estudado em profundidade, especialmente neste momento em que o fenómeno e o contexto não estão claramente definidos e seguem em constante evolução (Yan, 2001: 32).

Para tal, foi selecionado um grupo do *WhatsApp* com estudantes de mestrado entre 20 e 35 anos, que utilizam com frequência a aplicação e recorrem aos *stickers* na construção dos discursos. O grupo foi selecionado espontaneamente a partir de uma conversa prévia com alguns dos seus membros, que estudam na Universidade do Minho, em Braga, Portugal. As capturas dos diálogos na aplicação foram cedidas com o consentimento de todos os membros do grupo analisado.

Na tentativa de relacionar a construção multimodal dos corpos nos *stickers*, fazemos uso bibliográfico das conceções sobre o corpo como sintoma de uma cultura marcada pela exploração dos corpos, proposto por Santaella (2004), corpos tecnológicos como sistema de informação postulado por Santana (2006), juntamente com as

ponderações sobre o uso da tecnologia na invenção e manutenção do corpo na atualidade referida por Rezende (2004).

‘Imagetificando’ as palavras: do corpo rupestre aos *corpos-stickers*

O uso da imagem, bem como a representação do corpo, sempre esteve presente no processo de comunicação humana muito antes da invenção das palavras. Através de uma linha cronológica e antropológica que nos possa conduzir a esta associação, podemos relembrar a arte rupestre na Pré-História. Desenhada nas paredes das cavernas, a arte rupestre representa a primeira forma de comunicação humana, exprimindo de maneira primitiva a tentativa de o homem reproduzir a linguagem verbal através da linguagem não-verbal. Além disso, apresenta-nos a necessidade primária do homem pré-histórico em reproduzir o corpo como uma forma de linguagem que nos informa e nos aproxima da ação e da emoção – do corpo real e orgânico em movimento.

Passadas centenas de milhares de anos, após a invenção da palavra e da escrita, o corpo enquanto representação através da imagem sempre foi motivo de obsessão e fascínio, como afirma Santaella: “o corpo está em todos os lugares. Comentado, transfigurado, pesquisado, dissecado na filosofia, no pensamento feminista, nos estudos culturais, nas ciências naturais e sociais, nas artes e literatura. Nas mídias, suas aparições são levadas ao paroxismo” (Santaella, 2004: 2).

Baseado nos estudos psicanalíticos de Freud e Lacan, Santaella (2004), no seu estudo “O corpo como sintoma da Cultura”⁴ pondera sobre a obsessão característica do século XXI, em que o corpo transcende a capacidade de ser/estar presente, como sempre foi, nas artes, na filosofia, nas mais variadas áreas da ciência e estudos científicos. Isto deve-se principalmente à integração do corpo no contexto digital e tecnológico, em que este circula livre e distante do peso orgânico e real em que o corpo foi condicionado desde a gênese do Homem. Contudo, os corpos tecnológicos encontrados nas redes digitais e nos suportes que recorrem à tecnologia são passíveis de ser editados, manipulados graficamente e reconfiguram-se como novos corpos que demandam uma nova forma de leitura, pois produzem outros significados.

Para Felinto e Andrade (2005), atualmente vivemos um modelo de cultura que, distanciando-se da visão do corpo num sentido espiritual, privilegia o corpo, colocando-

⁴ O entendimento sobre a interpretação do corpo enquanto sintoma da cultura, sob a ótica psicanalítica nos estudos de Freud e Lacan é alcançado neste estudo de Santaella (2004), cujo *link se indica* para aprofundamento da temática: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/17/17>

o como objeto central, com todas as especificações nas suas relações, passando pelas relações sociais, de poder e reconfigurando-se através do uso dos dispositivos tecnológicos. Porém, o significado atribuído ao corpo pode também ser alterado de acordo com o contexto social e cultural ao longo da história. Pensando nisso, Rezende (2004) avalia esta transição de significação e ressignificação dos corpos através dos séculos por meio da ótica pautada na sociedade capitalista em três eixos: industrial, consumista e informacional.

Enquanto o primeiro centraliza o corpo na era da Revolução Industrial, considerando-o como uma máquina forte e necessária para a produção de capital, o segundo converte-se em produto de contemplação, passível de investimento estético, alterações médicas, objeto de *marketing* pessoal e passaporte para o sucesso. Por último, na sociedade da informação – onde contemplamos os *corpos-stickers* – os corpos necessitam de conexões, tornam-se imagens que reproduzem sensações e são passíveis de serem lidas e codificadas. Assim, podemos chamá-los de corpos multimodais, “que atravessam fronteiras geográficas, culturais, profissionais, hierárquicas, capazes de estabelecer contactos pessoais com atores dos mais diferentes” (Rezende, 2004: 9).

Desta forma, na contemporaneidade o corpo tecnológico é, na sua maioria, multimodal. São raras as vezes em que a imagem de um corpo refletido no ecrã não passou por um processo de edição, com aplicação de filtros, frases e efeitos que extrapolam a sua relação com a realidade.

Para Dionísio (2005), a multimodalidade se verifica a partir da utilização de pelo menos dois modos de representação que agem de forma consoante ou dissonante. “Palavras e gestos, palavras e entonações, palavras e imagens, palavras e tipografias, palavras e sorrisos, palavras e animações, etc.” (Dionísio, 2005: 160-161).

Kress e Van Leeuwen (2001) exprimem que

os recursos multimodais estão disponíveis em uma cultura acostumada a construir significado em cada um dos diferentes sinais, em todos os níveis e de qualquer forma. Onde a linguística tradicional tinha um idioma definido como um sistema que funciona através de dupla articulação, onde uma mensagem era uma articulação entre significante e significado, vemos os textos multimodais como construtores de sentidos em múltiplas articulações (Kress & Van Leeuwen, 2001: 3).

Sendo assim, a sociedade digital, que prioriza cada vez mais o que é representado por imagens, exige que se pensem as paisagens semióticas e os significados em seus

contextos sociais à luz da multimodalidade, já que esta representa novas ordens semióticas de significação e de leitura.

Figurinhas: corpos de *stickers* no *WhatsApp*

Stickers (ou adesivos, em tradução livre) ou mesmo “figurinhas” são recursos comunicacionais que integram a aplicação *WhatsApp*. Desde outubro de 2018, quando anunciou a novidade no seu seu blogue⁵, a plataforma de mensagens passou a disponibilizar esta nova forma de comunicação entre os usuários.

De maneira simplista, este novo método de comunicação nada mais é do que a evolução dos *emoticons*⁶, *emojis*⁷ e *smiles*⁸ que, desde que surgiram, passaram a fazer parte dos códigos de comunicação nas plataformas digitais. Os *stickers* são, portanto, desenhos ou imagens que representam expressões digitais próximas das expressões humanas, como também podem ser os próprios humanos imbuídos de emoções representados em imagens multimodais.

Podem ser construídos a partir da captura de imagens fotográficas e ser manipulados e criados em aplicações para *Smartphones*, como também podem ser fabricados a partir das imagens disponibilizadas na *internet* ou em aplicações destinadas à criação de figurinhas.

É importante ressaltar que, bem antes do *WhatsApp*, quando a pontuação gráfica dois pontos [:] se juntou com o parênteses [)], por exemplo, chegamos semioticamente mais próximos da representação da expressão de felicidade [:)]. Portanto, estas possibilidades revelam a incansável busca do Homem em tornar a comunicação digital e tecnológica mais humanizada, sensorial e próxima do real.

⁵ Notícia divulgada em 25 de outubro de 2018 no blogue do *WhatsApp*: <https://blog.whatsapp.com/10000653/Apresentando-as-Figurinhas>

⁶ *Emoticon* é um termo criado a partir das palavras inglesas "*emotion*" e "*icon*" – ou "ícone de emoção" em tradução livre. Eles foram criados com a intenção de expressar emoções próximas do comportamento humano, fazendo uso essencialmente de caracteres tipográficos. O *emoticon* foi criado em 1982, por Scott Fahlman, professor assistente de pesquisa de ciência da computação da Universidade Carnegie Mellon, nos Estados Unidos.

⁷ Os *emojis* surgiram no Japão na década de 90 e foram concebidos por Shigetaka Kurita, que elaborou a palavra a partir das expressões japonesas “*e*” (imagem) e “*moji*” (personagem), que em português significa pictograma. Os *emojis* são a evolução dos *emoticons*, que tomaram forma e corpo digital, agregando elementos simbólicos como o coração e as lágrimas, além de adereços como óculos de sol, roupas e acessórios.

⁸ Os *smiles* são uma espécie de evolução dos *emojis*, mas não são estáticos. São ícones em movimento que representam expressões faciais, corporais ou alguma expressão da emoção humana.

Sendo assim, o que a aplicação do *WhatsApp* fez foi democratizar e facilitar a produção e distribuição dos *stickers* em escala mundial. O relatório da *Global Messaging Apps 2019*⁹, que analisa o setor de aplicações de mensagens no mundo, produzido pela consultoria americana *eMarketer*, aponta que o *WhatsApp* é uma das aplicações mais usadas no mundo para enviar mensagens. Apenas no Brasil mais de 120 milhões de pessoas enviam mensagens pela aplicação mensalmente.

No mesmo ano em que o *WhatsApp* inaugurou a função dos *stickers*, ele criou também um guia disponível no *Google Play Store* ou na *Apple App Store* para ensinar quem quisesse criar e disponibilizar os próprios pacotes de figurinhas¹⁰. Isso demonstra que, reconhecido por ser constituído por linguagem multimodal, como afirmam Fonte e Caiado (2014), o *WhatsApp*, desde que passou a operar em 2009, tem possibilitado constantemente novas formas de linguagens semióticas que produzem estímulos sensoriais próximos às expressões reais do comportamento humano.

E esta procura pelo corpo virtual como forma de comunicação próxima da realidade também pode ser entendida através da reflexão de Felinto e Andrade (2005) de que “o corpo é o suporte fundamental para as formas de comunicação presenciais, que requerem linguagens tais como a fala e os gestos. O corpo, nesse sentido, é a primeira mídia” (Felinto & Andrade, 2005: 15). A partir desta visão mais orgânica do corpo como primeiro meio de comunicação e produtor de informação no contacto físico, podemos contemplar a necessidade cada vez mais presente de o transportar, também, para o espaço digital.

Apesar das semelhanças com seus antecessores *emoticons*, *emojis* e *smiles*, os *stickers* permitem transformar em figurinhas personagens e pessoas diversas (televisão, banda desenhada, música, cinema, atores e atrizes de séries, entre outros), ou até mesmo pessoas próximas como familiares e amigos. Uma vez criadas no meio digital, estas figurinhas editadas com amigos e familiares e podem ser compartilhadas com centenas de milhares de pessoas que utilizam o *WhatsApp*.

⁹ O *WhatsApp* é uma das aplicações mais utilizadas pelos brasileiros, de acordo com o levantamento divulgado em 2019 pelo *eMarketer*, repercutido pelo relatório *Global Messaging Apps 2019*, onde é possível ter uma dimensão do número de usuários no país e no mundo: <https://subscriptions-na1.emarketer.com/app/build/#/notAuth> - acesso em 10 de fevereiro de 2020.

¹⁰ Guia disponível no *site* do *WhatsApp* que ensina aos usuários como fazer uso das figurinhas e como criar os próprios catálogos de *stickers*: <https://faq.whatsapp.com/en/general/26000226> (acesso em 10 de fevereiro de 2020).

Há uma década, quando ainda não se falava em *stickers* e pouco se conhecia sobre o *WhatsApp*, na sua pesquisa sobre o Discurso da Afetividade nos *emoticons*, Brito (2008) recorre à Pierre Lévy (1998: 15) ao afirmar que nós “vivemos em uma civilização da imagem.” Portanto, na ocasião, o pesquisador associava o advento dos *emoticons* como uma tentativa de aproximação da expressão humana denotada de afetividade em contexto digital. Sendo assim, na contemporaneidade, podemos acrescentar que os *corpos-stickers* assumem a responsabilidade própria e simbólica dos corpos orgânicos de representar imagetivamente as suas emoções nos ecrãs dos *smartphones*, computadores, entre outros dispositivos tecnológicos.

Corpos multimodais: das objetividades às subjetividades

Introduzidos na sociedade da informação, na qual o uso das tecnologias dita o dia-a-dia das pessoas, seja pelo uso dos dispositivos tecnológicos como *Smartphones*, *Tablets*, computadores, ou mesmo conectados à *internet* via *Wi-fi* pela TV a cabo, as imagens são convertidas em comunicação. Sendo assim, os *corpos-stickers*, enquanto imagens, dizem tanto quanto as palavras, revelando informações codificáveis de formas objetivas e subjetivas através de diferentes módulos de linguagem. Isto indica, como enfatiza Fonte e Caiado (2014), a relevância de refletir a interligação da mensagem multimodal através da imagem e o texto verbal nas aplicações de mensagens como o *WhatsApp*.

Como reforçam Lima, Alves e Paiva (2017), é cada vez mais claro o entendimento de que as imagens não são utilizadas apenas como apoio aos textos verbais, mas estão tão impregnadas de significados quanto o próprio texto escrito. Por isso, é necessário pensar nas formas de leituras das imagens, nas quais os corpos também são contemplados, recorrendo-se a um modelo de leitura visual mais crítico.

Baldanza (2006) refere que as novas tecnologias de comunicação transformam a experiência do corpo. Para ela, “este ambiente, onde a comunicação é realizada por meio de aparatos técnicos, o corpo real dá lugar a outros tipos de representação de emoções, uma vez que na comunicação mediada não há contacto físico e interação entre corpos reais” (Baldanza, 2006: 8). Ou seja, quando o corpo orgânico se limita por sua natureza a ficar em frente aos ecrãs dos *Smartphones*, *Tablets*, computadores, entre outros aparatos provenientes das tecnologias, é o corpo tecnológico que liberta o corpo real para navegar nas redes e equipamentos técnicos.

Entretanto, na era da reprodutibilidade técnica antecipada por Benjamin (1985), a reprodução da imagem característica do sistema capitalista distancia-a do seu sentido original enquanto única. Sendo assim, a reprodução de uma imagem pode colocar a cópia num contexto nunca imaginado pelo original. Sob esta ótica, os corpos tecnológicos, enquanto informação, através da reprodução pautada pela multimodalidade que figura no ambiente tecnológico e digital, modificam-se, transfiguram-se ou metamorfoseiam-se em outros significados que requerem novas formas de leituras.

Costa, Nunes e Vanin (2012) afirmam que as relações humanas refletidas na linguagem – e pautadas pela tecnicidade inerente às sociedades tecnológicas em rede –, sofreram alterações ao longo dos anos, sendo intensificadas pela multimodalidade. Desta forma, promoveram-se mudanças sociais e técnicas que alteram não apenas o próprio indivíduo, como também o sistema cognitivo através da leitura de um mundo com múltiplos modos de ser lido.

Os *stickers*, enquanto corpo tecnológico multimodal, apresenta-nos uma nova oportunidade de repensar a atuação dos corpos-informação. Em alguns casos, a linguagem corporal ou a representação da emoção exposta na imagem age de forma dissonante com outros modos semióticos como a escrita ou colagem digital – como veremos mais adiante na análise. Assim, é necessária uma leitura ora objetiva ora subjetiva dos elementos multimodais consolidados na composição da imagem, priorizando as concepções teóricas sobre a leitura multimodal.

Para Rezende, “o corpo é o lugar privilegiado da subjetividade e se caracteriza como conjunto de possibilidades interligadas: como as experiências de prazer ilimitado, as práticas estéticas [...]” (Rezende, 2004: 1). Nesta ótica, se o corpo biológico, na sua relação com a realidade e com todas as linguagens inerentes ao comportamento humano, é privilegiado pela subjetividade, na sua atuação multimodal no meio tecnológico, esta subjetividade é consideravelmente ampliada pelas práticas de manipulação proporcionadas pela multimodalidade.

Portanto, o corpo informação é o corpo livre nas redes e expostos nos dispositivos tecnológicos responsáveis por potencializar as suas subjetividades por meio da integração de diferentes tipos de linguagens multimodais, seja através da incorporação do som, do texto escrito, das colagens, bricolagens e sobreposições de imagens, seja também através das aplicações de filtros que alteram a estética e o *design* de uma imagem.

Como observam Kress e Van Leeuwen (2006), referido nos estudos de Fonte e Caiado, “a maneira como esses modos são combinados pode reforçar a mesma ideia, desempenhar papéis complementares ou hierárquicos, nos quais um determinado modo semiótico predomina em relação ao outro” (Fonte & Caiado, 2014: 477). Sobre o uso massivo dos recursos multimodais na contemporaneidade, Dionísio (2005) pondera que

com o advento de novas tecnologias, com muita facilidade se criam novas imagens, novos *layouts*, bem como se divulgam tais criações para uma ampla audiência. Todos os recursos utilizados na construção dos gêneros textuais exercem uma função retórica na construção de sentido dos textos. Cada vez mais se observa a combinação de material visual com a escrita; vivemos, sem dúvida, numa sociedade cada vez mais visual. Representação e imagens não são meramente formas de expressão para divulgação de informações, ou representações naturais, mas são, acima de tudo, textos especialmente construídos que revelam as nossas relações com a sociedade e com o que a sociedade representa (Dionísio, 2006: 159-160).

Caminhos para a análise verbo-visual dos *corpos-stickers*

Como mencionado na introdução, esta reflexão, que contempla a análise verbo-visual dos *corpos-stickers* no *WhatsApp*, tem como base os preceitos da multimodalidade no contexto da Semiótica Social cunhado por Kress e Van Leeuwen (1996; 1998; 2001). Nestas indicações postuladas pelos estudiosos, para compreender a língua ou uma linguagem em diferentes contextos comunicativos, é preciso considerar como estas interagem com os outros modos semióticos com que se relacionam. Sabendo que a língua faz parte de uma construção social e que a linguagem visual exerce uma função importante no texto e na sociedade, os autores criaram, na década de 80, esta linha de estudos com base na semiótica social, na qual a leitura das linguagens em diferentes contextos é norteadada pela multimodalidade. Tendo em vista estas diretrizes, Kress e Van Leeuwen (1996; 2006) elaboraram o quadro teórico-metodológico conhecido como *The Grammar of Visual Design*, partindo do entendimento de que existe correspondência entre as estruturas linguísticas e as estruturas visuais, uma vez que estas expressam experiências particulares e constituem formas de interação social. Sendo assim, segundo Kress e van Leeuwen (1996; 2006) existem três metafunções que eles chamam de significados: representacional, interativa e composicional. Estes significados operam dos seguintes modos:

- a) representacional – diz respeito à relação entre os participantes e indica o que está a ser apresentado no contexto comunicativo;

- b) interativa – avalia a relação entre a imagem e o observador participante;
- c) composicional – indica a relação entre os elementos da imagem, a estrutura e a construção textual e seus respectivos significados.

Muito antes das concepções de Kress e Van Leeuwen, Roland Barthes (1997), que serviu de inspiração aos autores, elaborou alguns trabalhos significativos sobre as relações entre a imagem e o texto e as formas como estes se inter-relacionam. Como base nos conceitos propostos pelo autor, temos três conjecturas significativas que nos permitem fazer uma leitura multimodal através da relação verbal e visual. A primeira forma é a ancoragem, em que o texto apoia a imagem para fazer com que o contexto imagético faça sentido. Podemos citar, neste caso, as legendas de uma fotografia ou gráfico, que têm a função de direcionar a leitura da imagem. Em segundo lugar temos, de acordo com Barthes (1977), a relação de ilustração, em que a imagem é apoio do texto. Neste caso podemos citar como exemplos os *outdoors*, no qual a imagem é quem esclarece o texto e amplia a informação verbal. E, por último, temos a relação de *relay*, em que o texto e a imagem atuam de forma complementar, porque ambos são insuficientes, sendo mais difícil compreender o contexto sem a integração destas linguagens. Temos como exemplos as *charges* e os *cartoons*, em que tanto a imagem como o texto dependem um do outro para que o contexto tenha significado.

Para Gomes (s.d.), uma análise multimodal gira em torno de duas perspectivas. A primeira perspectiva parte da “descentralização da linguagem como favorecedora da construção de sentido”, já a segunda concepção parte de “um novo olhar sobre os cada vez mais ténues limites entre os papéis da linguagem, da imagem, do suporte, do leiaute, do desenho do documento, etc.” (Gomes, s.d).

Lima, Alves e Paiva (2017) observam que a gramática visual concebida Kress e Van Leeuwen (1996; 2006) procura estruturar uma síntese visual para imagem em que os leitores/participantes são considerados através da relação com o espaço para produção de sentido, “tanto interferindo nas possibilidades de interpretação, quanto garantindo sua função comunicativa” (Lima, Alves & Paiva, 2017: 116). Ou seja, além dos elementos semióticos contidos na construção dos *corpos-stickers* em grupos de *WhatsApp*, é preciso considerar a composição do grupo (quem são os membros?) e o espaço geográfico e cultural (de onde são os membros?) em que os grupos se estabelecem, para que a leitura dos corpos faça sentido ou produza algum significado.

Posto isto, os fragmentos das mensagens analisados a seguir correspondem a um grupo de mensagens no *WhatsApp* de estudantes de Mestrado da Universidade do Minho, em Braga, Portugal, com membros entre 23 e 35 anos de idade, todos provenientes do Brasil.

Acrescenta-se ainda a forte relação cultural dos brasileiros quanto ao uso dos *memes*¹¹ e destas linguagens que circulam nas plataformas digitais, dispositivos tecnológicos e navegam dispersas na *internet*.

Ao realizar esta análise experimental, priorizamos a exposição e exploração dos corpos enquanto linguagem e a sua relação com a multimodalidade para o ganho de compreensão semiótica. Desta maneira, consideramos a análise dos *corpos-stickers* em dois eixos: (a) corpos com imagens objetivas, que descrevem o contexto e podem ser tão elucidativos quanto o texto, e cujo sentido não depende da linguagem escrita; (b) corpos subjetivos, em que o texto escrito favorece a construção semiótica para compreensão do contexto.

Análise de caso

A Figura 1 apresenta-nos fragmentos de mensagens cujos diálogos envolvem seis integrantes do grupo “Carrinha Investigativa”, no *WhatsApp*. Visualmente, é possível identificar múltiplos modos de linguagens semióticas na manutenção dialógica, que passa pela representação dos corpos, colagens, e sobreposições digitais e o uso das linguagens verbal e não-verbal.

¹¹ *Meme* é uma expressão característica do meio digital para referir-se aos conteúdos - imagens, vídeo, *gifs*, entre outras linguagens – que viralizam na Internet. No Brasil, os *memes* têm ganhado importância acadêmica nas pesquisas sobre o uso das linguagens e seu valor no contexto social e histórico, tanto que foi idealizado um museu por pesquisadores da Universidade Federal Fluminense: <http://www.museudememes.com.br/> - Acesso em 10 de fevereiro de 2019.

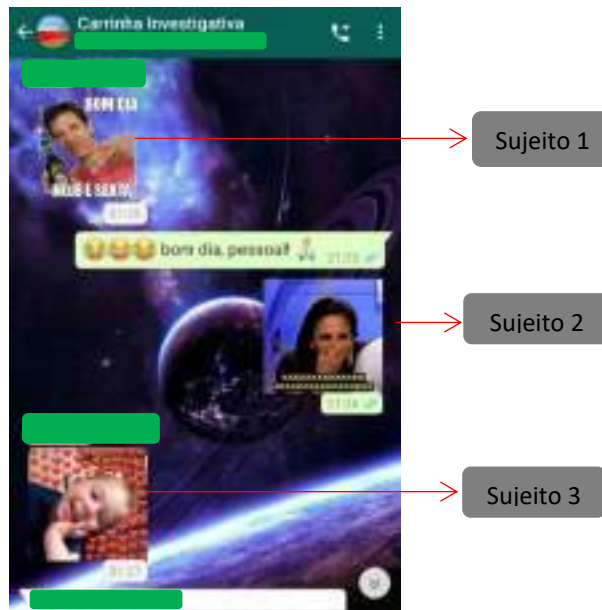


Figura 1- Imagem elaborada pelos autores a partir das capturas dos diálogos na aplicação do *WhatsApp*, em fevereiro de 2019.

O diálogo inicia-se com o *corpo-sticker* de Fernando Haddad, ex-prefeito de São Paulo – que disputou a última corrida presidencial no Brasil em 2019 –, a segurar uma garrafa de bebida alcoólica e a fazer o sinal de paz e amor, com a mensagem “BOM DIA, HOJE É SEXTA”. Pelo contexto, observa-se que a abertura da interação no grupo inicia-se numa sexta-feira de manhã e sugere uma certa alegria pela chegada do fim de semana. No entanto, para que esta interpretação fosse possível, foi preciso que houvesse uma leitura composicional sugerida pela Gramática Visual de Kress e Van Leeuwen (1996; 2006) de todos os elementos da imagem, desde a expressão do corpo, sinónimo de contentamento, até ao texto verbal da imagem. Sem a ajuda textual, este *corpo-sticker* seria apenas a imagem subjetiva de Fernando Haddad com uma bebida, sem qualquer conexão com o tempo (de manhã) e espaço (sexta-feira). Esta relação de dependência da imagem com o texto é encontrada nos estudos semióticos de Barthes (1977), referido por Gomes (s.d.), e que ele denomina como *relay*, sendo necessário que haja a junção dos dois módulos semióticos, verbal e visual, para que a leitura imagética seja compreendida.

Em seguida, após uma sequência de três *emoticons* que enfatizam o riso pela mensagem anterior, o segundo sujeito responde: “bom dia, pessoal!”, encerrando a sentença com o *emotion* das mãos juntas, sugerindo o agradecimento pelo dia, para então finalizar a sua participação com um *sticker*. Neste, temos a imagem da Gretchen, cantora brasileira que fez sucesso nos anos de 1980 e que, após anos fora dos *media*, regressa

através da disseminação dos seus *memes* enquanto participava num *reality show*. No *sticker* de Gretchen, a cantora está posicionada com uma das mãos na boca, como se estivesse a tentar esconder a gargalhada, acompanhada do texto verbal em sequência de “kkkkkkkkkkkkkkkk”, muito usado nas relações sociais mediadas pela tecnologia para expressar o riso. Entretanto, neste caso, mesmo sem o apoio da linguagem textual seria possível compreender a resposta pelo *corpo-sticker* de Gretchen em relação ao início do diálogo com a imagem de Haddad. De acordo com Gomes (s.d), esta relação em que a imagem esclarece o texto é denominada ilustração pela ótica barthesiana: a contribuição textual, por sua vez, amplia a informação não-verbal.

O terceiro *corpo-sticker* presente neste diálogo mostra um menino feliz, com umas das mãos no rosto e com o sorriso que nos direciona para um estado de felicidade. No entanto, além da leitura imagética do corpo que nos remete à expressão de felicidade, a imagem apresenta-nos a colagem digital de corações. Voltando às aceções de Kress e Van Leeuwen (1996; 2006) sobre a linguagem enquanto acordo de convenção social, observamos que a imagem, ao fazer uso dos corações, reforça a relação de afeto na participação do interlocutor na mensagem. Isto acontece porque o desenho/imagem do coração desempenha um papel de ícone do amor nas relações sociais em diferentes culturas.

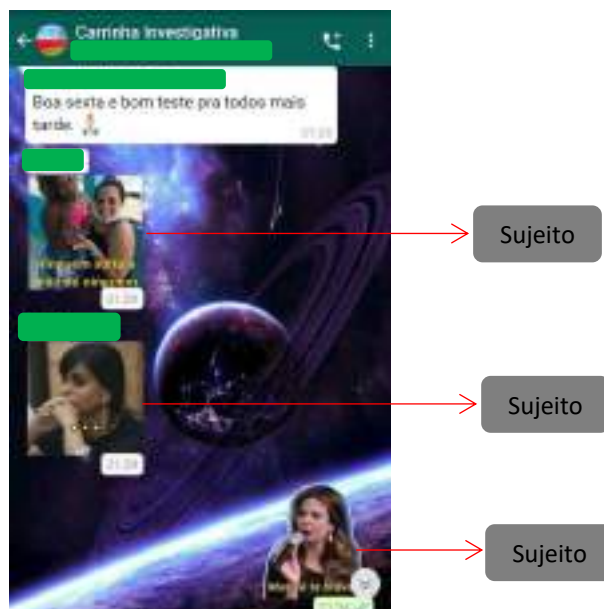


Figura 2 - Continuação dos diálogos.

Fonte: Imagem elaborada pelos autores a partir das capturas dos diálogos na aplicação do *WhatsApp*, em fevereiro de 2019

O terceiro integrante a participar no diálogo, ao enviar a mensagem: “Boa sexta e bom teste pra todos mais tarde”, além do *emoticon* com as mãos juntas, que indica sorte e agradecimento, termina a sua participação com o *corpo-sticker* de duas mulheres com a frase: “ninguém solta a mão de ninguém.” Este é o *sticker* mais emblemático do diálogo, pois, para compreendê-lo, é preciso recorrer primeiramente à ótica de Barthes (1977), no qual pode existir na imagem uma relação de *relay*.

Neste caso, Fonte e Caiado (2014) postulam que no *relay* o texto e imagem são complementares, sendo preciso a integração das linguagens semióticas, verbal e não-verbal, para a compreensão da mensagem, visto que ambos – texto e imagem – são necessários e, separados, se tornam insuficientes. Entretanto, além das reflexões barthesianas, é preciso recorrer às concepções da Semiótica Social de Kress e Van Leeuwen (1996; 2006) para entender o contexto da imagem e a sua relação com o texto. Visualmente as duas mulheres denotam uma certa satisfação e esboçam alegria. Uma delas, a que segura a mão da outra, usa uma máscara e segura a mão como se quisesse mostrar algo – que supomos ser *manicure*. Portanto, é possível que haja no *corpo-sticker* em questão uma relação entre a *manicure* e a cliente. Contudo, esta imagem nada diz em relação ao texto na montagem, e é neste caso que fazemos uso da Semiótica Social.

“Ninguém solta a mão de ninguém¹²” foi um movimento que viralizou na *internet* após o resultado das últimas eleições no Brasil. Com o advento da gestão bolsonarista, centenas de milhares de pessoas passaram a compartilhar *memes* de mãos apertadas como uma espécie de ato em prol da solidariedade, empatia e da força provocada pela união. Nesta construção multimodal, o *sticker* recorre à ironia e à subjetividade ao unir a imagem das duas mulheres com o texto que viralizou no Brasil no último ano. Sendo assim, ponderamos que, além de fazer a leitura imagética e textual deste *corpo-sticker*, seria necessário o conhecimento do contexto político do Brasil e dos seus desdobramentos nas plataformas digitais, para que aquele fizesse sentido semântico na interpretação do discurso no ecrã.

O penúltimo sujeito a participar no diálogo do grupo reage à mensagem que deseja “boa tarde e bom teste”, replicando novamente a imagem da cantora Gretchen no grupo. Desta vez, a cantora aparece com as mãos cruzadas e juntas à boca, como se estivesse a

¹² O Museu dos Memes, da Universidade Federal Fluminense, catalogou sobre o meme e o movimento no seu acervo digital: <http://www.museudememes.com.br/sermons/ninguem-solta-a-mao-de-ninguem/> - Acesso em 10 de fevereiro de 2019.

refletir sobre algo, juntamente com o apoio textual da pontuação gráfica reticências. Este gênero de pontuação pode indicar pausas ou continuação de diálogos, interromper situações para que o sujeito imagine o que seria dito, como também tende a exprimir a intenção de pensamento ou ideia. Assim, com a junção da linguagem verbal e visual neste *corpo-sticker*, presenciamos novamente a conceção de ilustração, sendo que a imagem do *corpo-sticker* já nos remete pela linguagem própria do corpo que Gretchen se mantém reflexiva na imagem. Assim, a pontuação de reticências apenas reforça a ideia do comportamento pensativo. No contexto em que esta imagem opera no diálogo, nota-se a preocupação do sujeito 6 em relação à mensagem do sujeito 4, quando este último o lembra do teste que seria aplicado à tarde, no dia em que ocorre a conversa no grupo.

O último sujeito 6, ao interagir no grupo, responde ao penúltimo interlocutor com um *corpo-sticker* da apresentadora brasileira Luciana Gimenez acompanhada da legenda: “mas cê tá brava?”. A palavra “você” e “está” estão grafadas compactamente na forma “cê” e “tá”, variação comum da escrita nos dispositivos digitais e na *internet*.

Quanto ao contexto da imagem, aparentemente sem entender o posicionamento reflexivo do último participante quanto ao teste a ser aplicado, o sujeito 6 finaliza a sua participação com o *sticker* da apresentadora. Entretanto, neste caso, observamos que não existe uma ligação entre texto e imagem ou imagem e texto, que nos possa direcionar ao entendimento do contexto imagético. Visualmente Luciana está no exercício da sua função, utilizando um microfone, o que nos remete para uma possível entrevista no seu programa. Mas a legenda escolhida não figura entre os jargões da apresentadora, nem a um possível *meme* que nos direcione à compreensão do real significado da construção deste *sticker*. Assim, caberá à subjetividade e abstração de cada um a quem esta imagem alcança a conceção de um significado próprio para que esta faça sentido.

Considerações finais

Na tentativa de refletir acerca da construção dialógica a partir dos *corpos-stickers* no *WhatsApp*, tencionamos contribuir cientificamente para a necessidade constante de se pensar o corpo, a multimodalidade e o que ambos representam na sociedade da informação e da tecnologia.

Costa, Nunes e Vanin (2012) expressam que o “conceito expandido de corpo é uma totalidade; ele não é apenas objeto, mas é também sujeito e, sob essa perspectiva,

outras dualidades são diluídas – corpo/mente, razão/emoção, ambiente/sociedade, natureza/cultura, digital/analógica” (Costa, Nunes & Vanin, 2012: 9).

Como referimos, existe uma procura contínua nos meios e dispositivos tecnológicos em humanizar as relações do homem com a tecnologia, convertendo cada vez mais tais relacionamentos numa extensão do real para o digital, do orgânico para o tecnológico. Neste sentido, o corpo físico, matéria orgânica que nos define enquanto seres humanos, transforma-se em matéria-prima para esta simbiose do real para o virtual – assim como o contrário.

Consideramos que se deve refletir sobre todas as mudanças que ocorrem nas mais diferentes formas de linguagem tecnológica, pois estas dizem muito em relação às novas formas de construir a comunicação em sociedade.

Sendo assim, ao substituir a linguagem verbal do texto escrito nos ecrãs através da exploração da imagem dos corpos e suas linguagens, testemunhamos os avanços tecnológicos na busca pela comunicação mais próxima da realidade – lugar ocupado há décadas pelos *emojis*, *emoticons* e *smiles*.

Desde que os estudos da semiologia, da semiótica e da linguística passaram a integrar a comunicação multimodal, vislumbramos novas formas de se pensar a comunicação humana. Assim, o corpo, com os seus gestos, as suas expressões faciais e corporais, as suas modificações estéticas, artísticas e tudo o que marca o corpo, juntamente com a fala, tornou o ser humano – e a sua linguagem –, de facto, multimodal.

Todavia, apesar de o ser humano ser essencialmente multimodal na sua forma de comunicar, presenciamos limitações em relação ao entendimento da multimodalidade enquanto teoria e práxis, pela ausência de literacia digital da sociedade fora do âmbito académico.

Ao refletir sobre os *corpos-stickers*, torna-se também possível ponderar sobre a lacuna existente entre o uso socialmente trivial desta linguagem e a ausência da literacia digital em que se assenta o reconhecimento da linguagem multimodal. Neste ponto, ocultam-se os riscos que partem desde o não entendimento do contexto, como vimos na análise verbo-visual em alguns casos, até mesmo à perceção equivocada da mensagem visual dos corpos no ecrã.

Em suma, embora a análise seja mais exploratória do que sistematizada, observamos que os corpos convertidos em *stickers* podem apresentar uma diversidade de

significados e, por vezes, necessitam de uma leitura narrativa com base na sua representação social, não apenas imagética e não-verbal. Por esta razão, por vezes são incapazes de oferecer significados mais concretos ao terem os seus modos de linguagem interpretados de maneira isolada, sendo indispensável a leitura multimodal.

Por fim, consideramos importante referir que os *corpos-stickers* constituem novos códigos sociais num mundo cada vez mais ciberconectado e, portanto, não devem ser negligenciados ou pouco aproveitados como elementos educativos, de reflexão e de pesquisa.

Referências bibliográficas

- Baldanza, R. F. (2006). A Comunicação no Ciberespaço: Reflexões Sobre a Relação do Corpo na Interação e Sociabilidade em Espaço Virtual. *Anais do IV Encontro do Núcleo de Pesquisas em Comunicação*. Brasília-DF. Rio de Janeiro: Intercom. Disponível em:
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000110&pid=S0101-3289201000020000700001&lng=pt
- Benjamin, W. (1985). *Magia e Técnica, arte e política* – Obras escolhidas, vol.1, trad. de Sergio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense.
- Brito, A. (2008). O discurso da Afetividade e a Linguagem dos *Emoticons*. *Revista Eletrônica de Divulgação Científica em Língua portuguesa, Linguística e Literatura*. Ano 04, n. 9.
- Dionísio, Â. P. (2005). Gêneros multimodais e multiletramento. In K. S. Brito; B. Gaydeczka; A. M. Karwoski (Orgs.). *Gêneros textuais: reflexões e ensino* (pp. 159-177). Palmas e União da Vitória, PR: Kayagangue.
- Felinto, E. & Andrade, V. (2005). A vida dos objetos: um diálogo com o pensamento da materialidade da comunicação. *Revista Contemporânea*. vol. 3, n.1, 75-94.
- Fonte, R. & Caiado, R. (2014). Práticas Discursivas Multimodais no WhatsApp: uma análise verbo-visual. *Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Passo Fundo*. V.10, n.2, 475-487.
DOI: <http://dx.doi.org/10.5335/rdes.v10i2.4147>.
- Gomes, L. F. (S.d.). *Explorando a Potencialidade das Relações Imagem–Texto em Textos Didáticos: Um exercício de Ressignificação*. Uniso - Universidade de Sorocaba. São Paulo. Disponível em:
http://alb.org.br/arquivomorto/edicoes_anteriores/anais17/txtcompletos/sem05/COLE_1749.pdf
- Santaella, L. (2004). O corpo como sintoma da cultura. *Revista Comunicação, Mídia e Consumo*. ESPM. v.1, n.2, 139-157.
DOI: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/17/17>.

- Santana, I. (2006). *Dança na cultura digital*. Salvador: EDUFBA [ebook]. SciELO Books. Disponível em: <http://books.scielo.org>.
- Rezende, R. (2004). A Tecnologia e a Invenção do Corpo Contemporâneo. *Anais do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom*. Porto Alegre: Intercom.
- Kress, G. & van Leeuwen, T. (1996). *Reading images: The grammar of visual design*. London: Routledge.
- Kress, G. & Leeuwen, T. (1998). Visual and verbal modes representation in electronically mediated communication: the potentials of new forms of text. In I. Snyder (Org.). *Page to Screen: Taking Literacy into the Electronic Era* (pp.53-79). London: Routledge.
- Kress, G. & van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*. London: Arnold.
- Lima, A. M.L. Alves, B. F. & Paiva, B. F. (2017). As Práticas de Letramento(s) Crítico(s): Uma Análise Sociosemiótica Aplicada em Atividades de Produção de Textos Multimodais em Aulas de Língua Portuguesa. *Revista do Plano Nacional de Formação de Professores da Educação Básica*. Universidade Federal do Piauí, Teresina, v. 5, n. 2, 107-126.
- Ventura, M. M (2007). O Estudo de Caso como Modalidade de Pesquisa. *Revista SOCERJ*. Pedagogia Médica, Rio de Janeiro, 383-386.
- Xavier, A. C. (2009). *A Era do Hipertexto: Linguagem & Tecnologia*. Recife: Ed. Universitária de UFPE.
- Yan, R. K. (2001). *Estudo de Caso: planejamento e métodos*. (trad. de Daniel Grassi) 2ª ed. Porto Alegre: Bookman.