

The production of meaning behind the stickers on whatsapp. A theoretical analysis of the use of these images

Conversations through the digital social network whatsapp have gained a discursive dimension that goes beyond simple communication between friends, family and work. The use of these semiotic resources, such as stickers, elevated the message exchange in this digital network to a level of significance that deserves an analysis and, even, a more in-depth study on the subject. In this context, attention is drawn to the way in which these figures / stickers translate into images what we previously wrote; they translate an intention, a discursive interest with the use of representative images of ourselves or of politicians and celebrities. In a world in which we are dominated by technique, we enter the scene to attract attention, in search of the reaction of the other, in a dialogical-discursive context permeated by opinion, criticism, irony and sarcasm.

Keywords

Semiotics, stickers, Whatsapp

A produção de sentido por trás dos stickers no whatsapp. Uma análise teórica sobre o uso dessas imagens

As conversas pela rede social digital whatsapp têm ganho uma dimensão discursiva que vai além da simples comunicação entre amigos, família e trabalho. O uso desses recursos semióticos, como os adesivos, elevou a troca de mensagem nessa rede digital para um patamar de significação que merece uma análise e, até mesmo, um estudo mais aprofundado sobre o tema. Nesse contexto, chama atenção a forma como essas figuras/adesivos traduzem em imagens o que antes escrevíamos; traduzem uma intenção, um interesse discursivo com o uso de imagens representativas de nós mesmos ou de políticos e celebridades. Num mundo em que somos dominados pela técnica, entramos em cena para chamar atenção, em busca da reação do outro, numa contexto dialógico-discursivo permeado de opinião, crítica, ironia e sarcasmo.

Keywords

Semiótica, stickers, whatsapp

Introdução

Os termos ‘técnica’ e ‘tecnologia’ vêm adquirindo novas dimensões consoante as suas evoluções, sendo que ‘técnica’ pode ser entendida como a arte de conceber a ‘tecnologia’ e essa como o resultado de todo um conjunto de fatores sociais que visa a substituir uma ação que antes era realizada pelas mãos ou mente ou ainda a ampliar uma capacidade humana (Saito & Beltran, 2014; Veraszato, Silva & Miranda, 2013). Para Martins (2011), a técnica é o *novum* de nosso tempo, pois passou a ocupar todo o espaço simbólico, cuja forma atual é o digital. O autor diz, sobretudo, que a técnica hoje define a nós mesmos, delimita o humano, “aparelha a vida e os corpos, investindo-os, penetrando-os, atravessando-os, alucinando-os, ou então, anestesiando-os” (p.166). A técnica nos domina a ponto de agora sermos feitos à sua imagem e semelhança e não o contrário. Ou seja, tornamo-nos uma figura de dominação, dóceis e úteis normalizados pelos dispositivos. “A dominação ocorre através da instalação progressiva de próteses maquinicas na experiência, ou seja, através da instalação de um espaço de controlo (o ciberespaço), que realiza o digital (o simbólico, a normalização)” (Martins, 2011, p.208). Como seres dominados pela técnica, deixamo-nos envolver pela experiência que essa nos oferece, estando a nossa comunicação hoje contida nesse espaço virtual onde nos realizamos. Será, portanto, a partir desse olhar sobre a ‘técnica’ e a ‘tecnologia’ que iniciaremos a discussão que nos propusemos: refletir sobre o uso dos stickers¹ na rede social digital whatsapp (técnica que nos domina) como representação do real e construção de sentido no diálogo. Sabemos que na interação via whatsapp existem uma diversidade de gêneros discursivos, que variam de acordo com o estilo, formato e conteúdo, podendo ser formais e informais (Fonte & Caiado, 2014). A dinâmica das práticas discursivas chama atenção, pois um usuário pode inserir conteúdo de diferentes formas, integrando palavras, sons, imagens, vídeos e figuras sincronicamente. Junto a essa multiplicidade de gêneros discursivos estão os vários modelos semióticos de interação dialógica nessa rede. Ao iniciar uma conversa no Whatsapp, o usuário faz uma seleção de determinado modelo semiótico para pôr em prática o seu discurso, podendo mesclar tanto a linguagem verbal, por meio de som e escrita, ou a linguagem visual, com uso de vídeos, figuras e fotografias (Fonte & Caiado, 2014). Com isso, o nosso objetivo é ter um olhar crítico sobre essa ‘técnica’, ou seja, sobre o uso desses ‘adesivos’, que têm ganhado destaque na troca de mensagens nesta aplicação e substituído respostas antes escritas em texto por imagens. O curioso é que esses ‘adesivos’ são, geralmente, recortes de imagens de celebridades, personalidades, influenciadores ou, até mesmo, pessoas comuns como nós que nos tornamos representação de nosso próprio real para transmitir em imagens as nossas mensagens. Outro fato a destacar é que esses recortes do real são carregados de representação simbólica usados em diversos contextos para (re)categorização do objeto do discurso, isto é, os ‘adesivos’ podem demonstrar felicidade, tristeza, surpresa, crítica, indig-

nação, raiva, consternação, compaixão. Podem ainda ser carregados de opinião, sarcasmo, crítica, ironia e humor. Em nossa análise, apresentaremos exemplos de conversas (diálogos) em que essas imagens são utilizadas.

Esses adesivos versam sobre vários temas, sendo muitas vezes usados de forma rápida e descontraída (Carmelino & Kogawa, 2020, p.7), mas carregados de sentido. Entendemos que essa forma de diálogo incentiva as pessoas a exporem suas ideias e a discutir questões sociais, educacionais e políticas num jeito mais leve. É como dizer sem querer, sendo impulsionados pela visibilidade que a rede social oferece a todos. Al-Marroof et al. (2021) acreditam que um dos benefícios desses adesivos é encorajar os usuários a criar suas próprias formas de representação que atendam às suas necessidades pessoais, ou seja, esse mecanismo adiciona uma nova experiência e nos conecta emocionalmente às imagens. Essa ligação emocional e motivacional amplia o sentido discursivo. O que antes resumia-se aos emojis (desenhos expressivos e outras pequenas figuras), agora atinge outro patamar: nós entramos em cena e também personalidades e celebridades com quem nos relacionamos (seja de forma positiva ou negativa).

Um dos desafios, portanto, é perceber se o peso irônico, sarcástico e crítico desses adesivos dá corpo ao diálogo, ajudam-no a ser compreendido. Nesse sentido, julgamos que o whatsapp favorece a interação multissemiótica com o uso de múltiplos recursos para construção de sentido, o que pode alargar a sua compreensão. Se retomarmos ao conceito de semiótica apresentado por Santaella (1983), podemos entender melhor o nosso objeto de estudo. Diz ela: “A semiótica é a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno como fenômeno de produção de significação e sentido. (...) O que se busca analisar é a sua constituição como linguagem” (p. 13 e 14). Por isso, entendemos ser fundamental, para construir a nossa análise dos adesivos usados no whatsapp, confrontá-los com a teoria da semiótica. Não à toa, trouxemos para esse trabalho referências de Barthes (1964), Santaella (2012), Martins (2002, 2011) e Joly (1994) sobre a complementaridade dos conceitos de imagem e palavra; abordamos noções do hipertexto e a sua complexidade; falamos do discurso e do diálogo, da ação interpretativa e da hermenêutica; e da mimesis. Ao debruçarmo-nos sobre essas teorias, queremos compreender melhor o nosso papel como produtor, criador e disseminador de conteúdo no whatsapp e oferecer um entendimento mais amplo, com base na semiótica, sobre o uso desses adesivos em nossa comunicação diária.

A questão da palavra e da imagem: a mensagem verbal, denotada e conotada

A relação entre imagem e palavra por um longo tempo foi ambivalente, principalmente no ocidente. Tanto que podemos recorrer à bíblia para entendermos um pouco melhor essa situação: “No princípio, era o Verbo e o Verbo era Deus, anuncia o Evangelho de João; E será da luz feita pela palavra a possibilidade de ver todas as coisas entretanto criadas” (Gradim, 2007, p.190). Construído sob a égide do logocentrismo, “a cultura greco-latina exaltou o valor da palavra com a plurivocidade do termo *logos*: palavra, discurso, relato, mas também proporção, razão, faculda-

¹ Neste trabalho, o termo *stickers* aparecerá traduzido por ‘adesivos’ ou ‘figuras’, pois assim entendemos ser o mais acertado, visto que esse é um trabalho escrito em Língua Portuguesa.

de racional” (Gradim, 2007, p. 192). Entretanto, explicou Gradim (2007), a ambivalência da relação entre imagem e palavra não “logrou nunca o silenciamento das imagens e não surpreende que hoje a crise do ‘logos’ seja acompanhada da multiplicação da imagem pela imersão do sujeito num complexo estímulo visual” (p. 192). Todavia, sobre a relação entre palavra e imagem, Martine Joly (1994) evoca a noção de complementaridade, pois acredita que não haja oposição entre os termos, uma vez que a linguagem não só participa na construção da linguagem visual, mas transmite-a, complementando-a mesmo numa circularidade reflexiva e criadora” (p. 11).

Essa também parece ser a visão de Roland Barthes (1964) que, em seu ensaio a ‘Retórica da Imagem’, questionou acerca do sentido da imagem: “estruturalmente, é a palavra que acrescenta à imagem ou é a imagem que acrescenta às palavras uma informação inédita?” (p. 32). Confesso que esta questão barthiniana remete-me a uma publicidade dos anos 80 no Brasil, em que uma marca de bolachas perguntava ao seu público: Tostines² vende mais porque é fresquinho ou é fresquinho porque vende mais? Claro que, nesse caso, a resposta girava em torno de um entendimento próprio que cada pessoa dava ao produto. No questionamento de Barthes (1964) sobre quem acrescenta sentido a quem, imagem versus palavra, há um sentido filosófico e que o próprio autor responde a seguir, afirmando que toda imagem é “polissêmica e pressupõe, subjacente a seus significantes, uma ‘cadeia flutuante’ de significados, podendo o leitor escolher alguns e ignorar outros” (p.32). Ou seja, para Barthes (1964) não há como a imagem atuar sem a palavra, pois os dois termos ajudam no entendimento da mensagem. Por consequência, identifica que a imagem nos passa três tipos de mensagens: mensagem linguística (verbal), mensagem denotada (icônica) e a mensagem conotada (simbólica). Assim sendo, podemos entender que há um signo verbal relacionado à imagem.

A mensagem verbal explica o que dificilmente a imagem conseguiria fazer isoladamente (Souza & Santarelli, 2008) e acarreta duas funções: âncora (fixação) e revezamento (etapa ou relays), sendo que na ancoragem a mensagem é elucidativa e fornece uma explicação da imagem, restringindo a sua polissemia. Trata-se de metalinguagem aplicada à totalidade da mensagem icônica. Um exemplo é a publicidade e o fotojornalismo. Na função de revezamento, há complementaridade entre uma imagem e o texto. Esse tipo é mais encontrado em charges, por exemplo. Na mensagem denotada há uma representação pura da imagem, de objetos reais, implicando a percepção e conhecimento cultural do receptor (Souza & Santarelli, 2008). A conotada é a simbólica, tem significado estético. Há uma variabilidade de leitura que não pode ameaçar a ‘língua’ da imagem, que é inteiramente ultrapassada pelo sistema de sentido, se admitirmos que essa língua é composta por idioletos, léxicos e subcódigos. Como o homem, a imagem articula-se em linguagens distintas (Barthes, 1964).

Voltando à questão da palavra, Martins (2011) vê a “linguagem como o caminho que nos leva ao outro, (...) e a palavra o caminho do encontro e o outro o nosso destino (p. 129)”, reforçando que imagem e palavra integram-se em seus sentidos como identificou Barthes (1964). Martins (2011) é ainda mais enfático ao referir-se à importância da palavra e imagem na construção de sentido, ressaltando que a semiótica da imagem tomou a semiótica da língua como modelo, não havendo outro paradigma para a imagem que

não fosse a língua. Contudo, com a rebelião das imagens, em que ‘bios’ e ‘techné’ se fundem, “em que a própria figura do homem se torna problemática, a palavra como logos humanos entrou também em crise” (p.92), passando a não ter mais valor, pois o homem se revê hoje principalmente na imagem. Assim, no reino dos ecrãs apenas podemos ser politeístas e idolatrar as imagens, opondo-nos ao logos. Diz Martins (2011) que a imagem se opõe à palavra que diz as coisas (teoria da correspondência), à palavra que a imita (teoria do mimesis), assim como à palavra que as representa num aspeto, qualidade ou dimensão (teoria da analogia). Martins (2011) ressalta que o homem se revê hoje, sobretudo, “nas figuras que acentuam a sua condição transitória, tateante, contingente, fragmentária, múltipla, imponderável, monádica e solitária” (p.92). Há que se referir também que nesse mundo tecnológico incorre uma certa desumanização, em que prevalece a construção de um outro de nós (identidade nossa paralela) que nos afasta do outro. Essa noção de comunidade em rede, uma comunidade fria, sem o embate do outro, é o pilar de uma euforização de nós, de um narcisismo, que acende algumas questões e põe em xeque a nossa experiência enquanto seres humanos. A nossa palavra já não se sustenta mais, pois “o ciberespaço como ambiente produzido pelo número, é hoje o oceano que importa navegar” (Martins, 2011, p. 19). É por isso que, à medida que se desenvolve a interação humana através do computador, da internet e das redes sociais, a figura do humano ganha outro sentido e dimensão, uma vez que deixamos de olhar para o outro com proximidade e paixão. Queremos estar em todos os lugares, construir sentidos diversos, interagir em grandes dimensões, mas sem a compreensão do outro, sem o sentido de confiança que implica ir ao encontro do outro. Essas relações frias e vazias são estimuladas pelo ciberespaço. Lugar esse que a palavra só tem vez se associada conotativamente com a imagem. Faz sentido, portanto, aprofundar essa análise, indo buscar no discurso, no diálogo e no hipertexto outros referenciais para compreendermos a produção de sentido no whatsapp.

O discurso, o hipertexto e o diálogo: a complexidade na construção de sentido

“São as tecnologias que distinguem o homem do animal”, disse Jean Clément (2011, p. 7) em seu Hipertexto e Complexidade, em que disserta sobre a reconfiguração do texto no mundo tecnológico. Segundo Clément (2011), a escrita é, sem dúvida, a tecnologia mais fundamental do pensamento “pela separação que ela instaura entre a fala e as condições espaço-temporais de sua enunciação, descontextualizando os enunciados e permitindo-lhes a recontextualização em um novo ambiente hermenêutico” (p. 7). Concordamos com Clément (2011) ao dizer que a inserção de um texto numa ampla rede em formato digital aparece como o resultado de um processo de complexificação crescente de nossa relação com a escrita e com o conhecimento. Por outro lado, Lévy (1999) considerou o

² Nessa referência, lembramos uma publicidade ícone da televisão Brasileiro em 1984 que diz respeito às bolachas da Nestlé. Retirado de: <https://www.propagandashistoricas.com.br/2013/12/porque-tostines-vende-mais-qual-o.html>

texto como uma entidade virtual e abstrata, que se atualiza por meio da leitura. Para ele, o texto contemporâneo, o novo texto, ou o hipertexto, é uma tecnologia intelectual, um elemento dinamizador do ciberespaço ao virtualizar as inteligências coletivas. É a desterritorialização do texto.

Essa desterritorialização do texto identificada por Levy (1999) é vista por Clement como uma desestruturalização, ou seja, como um texto repleto de elementos não estruturados ligados uns aos outros. Esses, por si, formam um sistema: qualquer ação em um dos elementos reconfigura todos. Cada ativação por um usuário determina um percurso singular e provoca uma estruturalização temporária de um todo. “É nesta interação construtiva do sujeito com um conjunto de variável e flutuante de conhecimento que o hipertexto pode ser considerado como uma resposta adequada ao desafio da complexidade” (p. 11). Santaella (2012) reforça esse entendimento, acrescentando que a não-linearidade é uma propriedade do mundo digital e a chave-mestra para a descontinuidade chama-se *hyperlink*, “a conexão entre dois pontos no espaço digital, um conector especial que aponta para outras informações disponíveis e que é o capacitador essencial do hipertexto e da hipermídia” (p. 13). Ao separarmos o prefixo ‘hiper’, em hipertexto e hipermídia, vimos ser possível alcançar um entendimento mais aprofundado para o que buscamos. Santaella (2012) argumenta que o ‘hiper’ traz consigo uma capacidade para armazenar informações que se fragmentam em uma multiplicidade de partes interligadas às infinitas interpretações do recetor para voltarem a se juntar, transmutando em incontáveis versões virtuais, não sequencial e multidimensional.

Isto é, nessa nova ordem desafiadora, olhamos para o ecrã, mais precisamente para o whatsapp, rede social digital em análise, e observamos os múltiplos hipertextos que se configuram a partir das mensagens trocadas pelos usuários. São trocas de links, criação de hashtags e o uso dos adesivos para construir sentido e transportar o leitor para caminhos infundáveis. Por isso, além de discutirmos o hipertexto, vamos relacioná-lo à questão do discurso e à visibilidade mediada. Para isso, iremos trabalhar com as teorias de Foucault (1997) e Thompson (2018), bem como com a ação interpretativa de Umberto Eco (2016), pois queremos produzir um olhar crítico para o uso desses adesivos no Whatsapp, interpretando o discurso intencional e a necessidade da autopromoção que essas redes sociais digitais disseminam.

Com o surgimento da ‘sociedade da autopromoção’ (Thompson, 2018; Trivinho, 2011), desencadeado pelo crescente uso das tecnologias, nomeadamente das redes sociais digitais, vivemos numa existência inteiramente condicionada à aparição na visibilidade mediada, em que o indivíduo vive se, nos e através das mídias (seja de massa, interativo ou híbridos, fixos ou móveis). Foucault (1987, citado em Baldissera, 2014) também menciona a relação entre visibilidade e poder, referindo-se à sociedade disciplinar, na qual assume relevo a visibilidade de muitos para poucos. Mas para Baldissera (2014), com o desenvolvimento das Tecnologias Digitais de Comunicação e Informação (TDCI), as “relações entre visibilidade e poder assumem diferentes configurações e exercem-se em várias direções, que vão de poucos para muitos, de muitos para poucos, de muitos para muitos e de poucos para poucos” (§ 13).

O desejo da diferenciação, que arrebatou os usuários das redes sociais digitais, sobressai no discurso interdito (Fou-

cault, 1997), cuja existência transitória é selecionada, controlada, organizada e redistribuída na rede por um certo número de procedimento que têm por função esconjuram os seus poderes e perigos para dominar o seu acontecimento aleatório” (p. 9). Acontece que, por mais que o discurso seja aparentemente simples, os interditos que o atingem (tabu do objeto, ritual das circunstâncias e o direito privilegiado ou exclusivo do sujeito que fala) revelam bem cedo e muito depressa a sua ligação com o desejo e com o poder (Foucault, 1997), pois “o discurso é objeto do desejo e o poder do qual queremos nos apoderar” (p.12). Por isso, quando estamos numa rede social também estamos em busca da visibilidade e da autopromoção.

Nesse sentido, Thompson (2018) observa que o desenvolvimento da comunicação mediada liberta a visibilidade dos aspetos espaciais e temporais do aqui e agora com o aumento do fluxo e a ampliação do número de sujeitos que criam e disseminam conteúdos pela internet. Podemos, então, concordar com Trivinho (2011) quando observa que o estar visível não se resume a uma participação nas redes. É preciso estar no “domínio do foco-mainstream do cenário estabelecido, pois busca-se o desejo do único, do centro de cena midiática e a demonstração distintiva de alguma potência, uma vez que o desejo do único encerra a pulsão ordinária de encenação solo e socialmente reputada em dado contexto de pertencimento (concreto ou imaginário)” (Trivinho, 2011, p. 116). Ou seja, criar e disseminar conteúdos é uma forma de pertencimento e o mesmo podemos pensar sobre o uso dos adesivos no whatsapp, pois os usamos para expressar uma opinião, responder a algum comentário, tentando firmar nosso lugar em diálogo com a nossa rede. Nessa troca de mensagens, buscamos pertencimento, atenção e diferenciação. Se olharmos para esses adesivos, é possível entender também que se apoderam de um discurso intencional, um interdito, que seleciona, controla e organiza um determinado sentido. Seja para ser engraçado, descontraído ou firmar posição, o discurso tem sempre um objetivo e é nisso que devemos nos focar. É por isso que o discurso, para ter o seu lugar, precisa levar em conta a enunciação e a interpretação. Para Bakhtin (1981, citado em Santaella & Nöth, 2004), o não dito também é comunicação e está presente no espaço e no tempo da enunciação, no objeto ou no tema do enunciado, na relação dos locutores e na situação social. Isto é, o enunciado constrói-se num processo de comunicação, pois toda a comunicação, toda interação, é verbal e se desenvolve na troca de enunciados, quer dizer na forma de diálogo. Assim, Bakhtin (1981, citado em Santaella & Nöth, 2004) afirma que o nosso discurso está impregnado das palavras do outro, pois quando fundimos a nossa voz com outra, revestimo-la de nossas próprias intenções. Por isso, Martins (2011) afirma que num discurso nunca entramos à vontade: “entramos lutando, uma vez que o discurso é uma prática, uma luta, podendo ser, além da própria luta, o instrumento e o efeito ou a consequência da luta e mesmo o seu objetivo” (p. 28). E Martins (2011) vai ainda mais longe ao referir-se que o discurso implica polaridade de sentido e da referência, distinguindo-se entre aquilo que é dito pela frase e pelas palavras e aquilo a propósito do qual alguma coisa é dita. Nesse sentido, o discurso é compreendido pela teoria da significação, teoria essa que interroga o nível semântico não só da enunciação onde se jogam as dimensões práticas discursivas. Isto é, o discurso pertence à teoria crítica e à semiótica, constituindo uma epistemolo-

gia do saber ao indagar as condições da significação. Assim sendo, voltamos à teoria de Bakhtin (2013) para considerar que um discurso não é um monólogo, mas sim um diálogo, como o teórico alemão previu. Segundo ele, o diálogo é um princípio de vida, pois

Ser significa comunicar-se em diálogo. Quando esse termina, tudo termina. Daí o diálogo, em essência, não poder nem dever terminar. Tudo é meio e o diálogo é o fim. Duas vezes são o mínimo de existência. Não existe nenhum significado, nenhum pensamento como parte de um todo maior. Há uma interação constante de significados; todos trazem, em si, o potencial de determinar os demais (p.272).

Se a nossa existência comunicativa está interligada ao diálogo, é preciso, então, questionar como se faz essa construção, como fez Martins (2017): “é a relação escrever-ler (texto) uma variante da relação falar-responder (diálogo)?” (p. 69). Para Martins (2017), a escrita obedece à uma regra e a uma ordenação espacial, sendo visual, enquanto a fala é extratemporal, não linear, não impondo ao leitor um ritmo e uma sequência. Por isso, Martins (2017) entende que a interpretação vive da cadeia da fala-escrita-fala, pelo o que não há que escolher entre uma e outra. “Umás vezes é a fala que estabelece a transição ativa entre duas escritas; outras é a escrita que exerce a mediação indispensável entre duas falas” (p. 70). Percebe-se, com isso, que ambos se constroem mutuamente e que cada termo ocupa o seu papel na construção discursiva.

Para Bakhtin (2013), a dialogicidade também se constrói pelo diálogo interior e através desse constitui-se o ‘eu’ que se confronta com o outro, construindo ‘um mesmo’ sempre em transformação. A esse respeito, Bakhtin (2013) defende que “não há nem a primeira nem a última palavra, e não há fronteiras para o contexto dialógico, pois tudo se transforma e renova-se no processo de desenvolvimento dos futuros diálogos (Bakhtin, 1981, citado em Santaella & Nöth, 2004, p. 188). Ao concordar com Bakhtin (2013), voltamos o olhar para os adesivos usados no whatsapp. Nesse processo dialógico constante, sem fim, as imagens trocadas nas mensagens falam por si e transmitem quase que automaticamente um sentido, substituindo não só a escrita como também a fala. Por isso, para complementar a nossa análise buscou-se, além do discurso e do diálogo, relacionar os adesivos à ação interpretativa, à hermenêutica e à mimesis.

A interpretação e a representação do real: hermenêutica e mimesis

Umberto Eco (2016) defende que deve haver sempre um sentido literal naquilo que falamos e escrevemos, bem como a necessidade de respeitar a pluralidade de sentido e a liberdade do intérprete em perceber o que foi dito. Dessa forma, nomeou as interpretações como semântica (sentido literal do texto) e crítica (semiótica). A primeira é o resultado de uma leitura linear de um texto, enquanto a crítica é aquela por meio da qual procuramos explicar por quais razões estruturais o texto pode produzir leituras semânticas. Umberto Eco (2016) observa que um texto pode ser lido dessas duas formas, mas somente alguns preveem ambos os tipos de interpretação. Os adesivos do whatsapp podem ser um exemplo para a proposição de Umberto

Eco. Sem essa interação mensagem-interpretação-sentido será difícil captar as intenções por trás das imagens que trocamos diariamente com amigos, familiares e colegas de trabalho nos grupos dessa rede social digital. Precisamos, além de tudo, respeitar que haja uma leitura simplesmente linear ou crítica de nossas interações.

No entanto, da mesma forma que Umberto Eco (2016) delimita os tipos de interpretações, também prevê a existência de um leitor-modelo para cada texto, apresentando-nos o leitor-modelo ingênuo e o leitor-modelo crítico, que seguem o formato citado anteriormente. Para a nossa análise, entendemos ser importante mapear os tipos de interpretações e o leitor-modelo, porque assim conseguimos definir o nosso ‘leitor’, aquele que vai receber, trocar e construir adesivos para compor o seu discurso-dialógico. Levando em consideração que um texto (mesmo o não verbal) tem em conta o papel desempenhado pelo destinatário na sua compreensão, atualização, interpretação, bem como a sua participação (Martins, 2017), podemos considerar que a interpretação acontece numa relação saber-dizer, em que os participantes atuam como coenunciadores do processo comunicativo (Martins, 2017).

Para finalizar a questão interpretativa, ressaltamos a importância de uma leitura hermenêutica em nosso estudo, pois reconhecemos que a linguagem interpreta o real e a hermenêutica é a teoria que fará o elo entre o realismo e o idealismo, ajudando-nos a pensar o universal e o particular, o ideal e o histórico. Num discurso, por exemplo, quando usamos os adesivos em conversas no whatsapp, existe um sentido real e um sentido ideal. Ou seja, cada indivíduo subentende o que deseja dessas figuras elucidativas do discurso, agindo no limiar da brincadeira, ironia e crítica. Ao usar a figura como discurso, usamo-las buscando uma significação, uma vez que o discurso é um evento compreendido através de uma significação (crítica). Para Ricouer (1976), é a linguística do discurso que fornece a resposta e nela o evento (discurso) e o sentido (interpretação/significação) se articulam um sobre o outro. “Se todo o discurso se atualiza como um evento, é compreendido como significação. (...), pois significar é o que o falante quer dizer, isto é, o que intenta dizer e o que a frase denota” (p. 24). Podemos conectar a referência do discurso ao seu falante com o lado eventual da dialética. Essa significação a que Ricouer (1976) se refere é o conteúdo proposicional, ou seja, a identificação e a predicação, não sendo o evento transitório o que importa, mas a sua compreensão. Em se tratando da hermenêutica, poderíamos avançar mais sobre o assunto, mas preferimos encontrar o sentido por trás dessas imagens jocosas não deixando prevalecer apenas o transitório, como se referiu Ricouer (1976), mas sim o efeito que a imagem produz no discurso. Por esse motivo, avançamos para a mimesis, que acreditamos ser a chave para essa significação.

Para falarmos de mimesis, é preciso, em primeiro lugar, referir-se à Aristóteles, que em ‘Poética’ aborda o termo como um conceito positivo e central no constituir-se humano e no aprender. Para o filósofo grego, é por meio da mimesis que se chega à physis, a natureza e estabelece-se relações (Ammann, 2011). “O imitar é congênito no homem (e nisso difere dos outros viventes, pois, de todos, é ele o mais imitador e, por imitação, apreende as primeiras noções), e os homens se comprazem no imitado” (Aristóteles, 1951, pp.106-107). Ou seja, o homem, ao olhar as imagens, aprende e discorre sobre o que seja cada uma delas,

tendo como referência o seu original. “Porque, se suceder que alguém não tenha visto o original, nenhum prazer lhe advirá da imagem, como imitada, mas tão-somente da execução, da cor ou qualquer outra causa da mesma espécie” (Aristóteles, 1951, p. 107). Assim, mimesis é a imitação ou representação de uma imagem original feita pelo homem. No entanto, para além do conceito de representação, Ricoeur (1994) diz que numa narrativa, a mimesis não é uma mera representação dos fatos, mas a imitação do *muthus*, a tessitura da intriga, pois não só os fatos são reproduzidos, mas o agenciamento entre eles, o modo como as ações podem se desenvolver. E vai além, “é preciso entender a atividade mimética, o processo ativo de imitar ou de representar e entender a imitação ou representação no seu sentido dinâmico de produzir a representação” (p. 58). E afirma: “É a intriga que é a representação da ação” (p. 59). Com isso, ao olharmos para a proposição de Ricoeur (1994) sobre o conceito de mimesis, encontramos mais do que uma imitação do original. Vemos uma ação, uma intriga, pois na passagem do *muthus* à mimesis há uma atividade criadora, uma poética. Por isso, Ricoeur (1994) divide esse processo de transformação da poética em três momentos: mimese³I, mimese II e mimese III (Freitas & Falci, 2013).

Antes de partirmos para a evolução do termo ao longo dos séculos, insisto no conceito de Ricoeur (1994), porque identifico nele o ato narrativo de Aristóteles. Para ele, a mimese I precede a ‘mimese-criação’, que equivale a um tempo pré-figurado em que os elementos que compõem a narrativa ainda não estão articulados na totalidade, subdividindo-se em três ações: estrutural, simbólico e temporal. Na mimese II, ocorre a ‘mimese-criação’, que é o discorrer da tessitura da intriga. O ato de narrar põe em ação os três traços (estrutura, simbolismo e tempo) presente e propõe uma configuração para a ação percebida em mimese I (Freitas & Falci, 2013). Por fim, temos a mimese III, que representa a reconfiguração do tempo que aparecia pré-figurado na mimese I e o ponto de chegada do processo poético da mimese II. É o desfecho da narrativa. Podemos assim dizer que, “a conceção de narrativa de Ricoeur é processual e exige uma análise que não se encerra no ato de “contar histórias”, mas que entenda também o pólo do recetor como ativo” (Freitas & Falci, 2013, p. 205). E é aqui que entra a nossa análise do uso dos adesivos no whatsapp, pois, ao dizer que a mimesis pressupõe uma ação e está além do ato narrativo, Ricoeur traz para a cena o recetor como intérprete e produtor de sentido. Após a apresentação da mimesis aristotélica e o desdobramento do termo feito por Ricoeur (1994), avançamos para Benjamin (1994), que faz uma leitura que julgamos convergir com esse estudo quando julga que mimesis sempre existiu e salienta o seu papel pedagógico. Em sua teoria, a faculdade mimética é pertinente à faculdade humana, deslocando a mimesis para a linguagem e para a escrita. Com isso, produz um arquivo completo de semelhanças extrassensíveis, pois escrita e leitura recorrem sem cessar a processos de abstração linguística, em que leitores e escritores enchem de imagens, sons e sabores o que leem e escrevem. A sua teoria pressupõe o reconhecimento das relações entre o universo simbólico do sujeito e outros universos, mate-

riais e imateriais, possibilitando experiência e aprendizado (Ammann, 2011). “O momento da experiência rompe a dicotomia passado-presente, sujeito-objeto, interior-exterior, liberando uma nova configuração dos sentidos. (...) Por meio de analogias e semelhanças, imagens e sentidos apreendidos no decorrer da história de vida dão sentido à experiência da leitura e escrita” (Ammann, 2011, p. 31). É nesse ponto que chegamos à mimesis social, conceito que mais bem define o que consideramos ser o uso dos adesivos no whatsapp. Partindo do pressuposto de que o homem é também o seu meio e que ambos se influenciam, a mimesis social representa as relações singulares entre o indivíduo e os mundos que o circundam (Ammann, 2011). No processo de integração entre esses mundos, ora um serve de referência para agregação de caracteres, ora o outro é o ‘original’, sendo que esses universos se relacionam concomitantemente. Aqui estão os nossos adesivos do whatsapp, uma vez que a mimesis social não é um processo interior. Ao contrário, ela se expressa no agir, produzindo segurança, certezas e aquele tomar por verdadeiro que constroem um fundamento do agir “um fio condutor com o qual o agente se movimenta para frente, que lhe permite dar um passo para trás do outro e lhe dá um conhecimento limitado, mas tranquilo de como ele deve continuar a agir. Não há nenhum fundamento racional para esse agir, muito menos um fundamento último (Gebauer & Wulf, 2004, p. 125). Isto é, nós enquanto sujeitos sociais nos constituímos de acordo e na relação com o outro. Por isso, quando criamos nossos adesivos para troca de mensagens no whatsapp há um pouco do meu ‘eu’ social em convergência com o outro, mas há também, como escreveu Martins (2017), um pouco de narcisismo. Há uma necessidade de agir como se fosse o outro, apropriando-se de apresentações e cenas. E a criatividade, nesse ponto, não pode ser negligenciada. Assim sendo, e aqui encerramos, as relações miméticas entre sujeitos elaboram e integram valores, jogos sociais, tradições, conhecimento, ritmo temporal, normas, competências, identidades sociais, saberes práticos, entre outros. Nessa perspectiva, subscrevemos a afirmação de Ammann (2011) quando diz que mimesis social não pode se resumir à adaptação e imitação. Vai além, tendo em conta a criatividade, liberdade e imprevisibilidade frente aos novos desafios sociais que surgem. Diante desse cenário de inconstância e impermanência, em que a visibilidade é algo necessário, percebemos que os adesivos usados nas conversas de whatsapp traduzem-se em mimesis sociais, pela construção mútua da realidade. Quando crio uma imagem minha com sentido simbólico procuro no outro aprovação, numa relação narcísica produzida pelas mídias, principalmente, nas redes sociais digitais. Sendo assim, passamos, a seguir, a análise discursiva-dialógica de alguns adesivos usando os conceitos aqui descritos.

Os adesivos no whatsapp e a produção de sentido: uma mimesis social

O ponto de partida deste trabalho foi realizar uma análise semiótica dos adesivos usados em troca de mensagens no whatsapp através dos conceitos já relacionados anteriormente. A nossa intenção foi olhar para algumas conversas em que esses adesivos são usados e interpretá-los na sequência dialógica, procurando, assim, construir um sentido a partir de seu uso. Para tanto, recorreremos a algumas teo-

³ Nesse caso, vale um ponto: optamos por escrever mimesis como Erich Auerbach (1971), mas respeitamos a forma como Paul Ricoeur usa o termo em seu livro *Tempo e Narrativa* (1994).

rias da semiótica, pois entendemos que, assim, poderíamos lançar um olhar criterioso e menos parcial a sua utilização, além de produzir significação e elevar o nível de entendimento desse recurso comunicativo.

Para exemplificar o nosso trabalho, podemos olhar para o adesivo (Figura 1) ao lado do Lula (político brasileiro) sorridente, cuja mensagem diz “rindo feito condenado”. Essa figura é usada em diversos contextos, até mesmo político, e facilmente associamos à operação Lava-Jato. Vemos nela a questão do poder e supremacia. Mas também uma crítica social ao próprio Lula, pois os políticos costumam achar que estão acima do bem e do mal, e ele foi preso.



Figura 1 — Adesivo do Lula sorridente
Fonte: retirada de conversa no whatsapp

Há no uso dos adesivos uma série de vertentes interpretativas que podem ser levantadas. Certamente haverá o leitor ingênuo, como previu Umberto Eco (2016) e o leitor crítico. No entanto, o está por trás é: o discurso, a intenção. Por isso, concordamos com Gebauer & Wulf (2004) quando relacionam à mimesis a um jogo, em que os jogadores se assemelham no *habitus*, ou seja, quando jogam as suas peças com os seus, encaixando-as à espera da reação do outro. Entendemos que é isso que fazemos quando usamos esses adesivos. Jogamos com intenção e interesse. Estamos sempre a jogar com o outro. À espera de sua reação, à espera da jogada seguinte. Estamos sempre prontos a jogar de volta. Os trunfos são as imagens produzidas com sentidos duplos e repletas de interpretações. Assim sendo, após apresentar algumas considerações e exemplos, passamos, portanto, para a nossa análise. Destacamos dois diálogos num grupo de família, no qual vamos interpretar as conversas entre os participantes.

Ao olharmos para o diálogo 1 (Figura 2), primeira parte, vemos que uma pessoa X inicia a conversa no grupo com uma figura da apresentadora brasileira Xuxa Meneguel numa expressão de surpresa. A figura combina a expressão da apresentadora à palavra 'gente...' cujo sentido dá-se por uma reação de surpresa. Em seguida, a mesma pessoa coloca mais uma figura. Dessa vez, um desenho de uma mulher curiosa, com pontos de exclamação, como se tivesse esquecido algo. Por fim, a mesma publica mais uma figura que aparenta ser uma pessoa envergonhada por uma atitude ou esquecimento. De novo, uma imagem de uma mulher (não se consegue identificar quem) a expressar no rosto o

que diz o texto que acompanha a foto. E finalizando, a pessoa diz, “eu ia falar alguma coisa, mas jesus tocou em mim e falou: filho, pare”. A resposta foi imediata. Alguém do grupo não perdoou e usou a figura de Hitler observando com um tom recriminatório. Essa mesma pessoa responde no fim: ‘qui papelão em!’ A imagem de um papelão (cartão em português de Portugal) rasgado e o texto mal escrito dizem tudo: ironia e repreensão por tomar tempo do grupo.

Diálogo 1

PARTE 1



PARTE 2



Figura 2 — diálogo 1 – conversas retiradas do whatsapp
Fonte: retirada de conversas próprias

Nesse primeiro diálogo analisado, ao fazermos uma leitura semiótica a partir das teorias apresentadas, encontramos os três tipos de mensagens que Barthes (1964) identificou ter uma imagem: a linguagem verbal (nesse caso de relais), denotada e conotada. Ao passarmos por todos os conceitos, encontramos na mimesis o ponto-chave de nossa interpretação. Sem dúvida, a hermenêutica nos ajuda a olhar o texto mais profundamente, identificando os elementos importantes para sua compreensão. Mas a mimesis está aqui imbricada em nossa análise, pois reconhecemos que mimesis vai além da pura aceção de Aristóteles. Entendemos por mimesis uma ação, parte de uma intriga, sendo inerente à condição humana e permeia tudo o que está relacionado à construção de sentido. Por isso, na mimesis social considera-se a construção mútua de sentido, na qual a criatividade, liberdade e imprevisibilidade destacam-se. Os participantes de um diálogo buscam expressar-se sem restrição, uma vez que o fazem entre os seus, num campo seguro, em que um influencia o outro e o meio a todos. Nesse sentido, entendemos ser a mimesis social a teoria da semiótica que nos ajuda a compreender o uso desses adesivos. Nesse caso, temos vários elementos que nos remete a esse conceito: o próprio papelão rasgado, a frase mal escrita, o uso do Hitler pontualmente para expressar repreensão e observação ao ato cometido...são pontos importantes que nos abrem diversas interpretações, mas que para um leitor crítico, torna-se um carrossel de possibilidades.

Diálogo 2

PARTE 1



PARTE 2



PARTE 3



Figura 3 – Diálogos 2 – conversas retiradas do whatsapp

Fonte: retirada de conversas próprias

O diálogo 2 (Figura 3) começa com alguém tentando agitar o grupo. Uma frase seguida de duas imagens representativas: uma pessoa observando por entre as cortinas e Frida Kahlo a atirar para o alto a chamar atenção. Aqui, nesse contexto, podemos unir a primeira frase às imagens que seguem, uma vez que para agitar pessoas basta atirar para o alto e mostrar que está a observar os que estão calados. Logo em seguida, eis a resposta. Um cachorrinho com cara de “sem paciência” traz uma figura de linguagem, um barbarismo, ao cometer um erro gramatical de propósito, quando

diz: ‘népussivi’ em lugar de ‘não é possível’. Essa pessoa continua, ao alertar, com uma figura em vermelho, para a hora e logo avisa: ‘vou fingir que nem vi’, em que a frase se conjugua à imagem de um cego. Um outro reprova o uso da figura anterior e publica a imagem de alguém apagando uma mensagem no telefone com um corretor, o que é impossível de acontecer na realidade. A seguir, a pessoa que inicia a conversa não deixa a corda solta e dispara, com uma placa de trânsito a informar que ‘quem tem limite é município’ e com a foto de Dilma Rousseff (ex-presidente do Brasil) responde: ‘Cê para!’. O último referente logo manifesta-se ao perceber que alguém apagou a mensagem e um juiz com cara séria dá o recado: “eu vi o que apagou”. Para acalmar os ânimos, outro interveniente pede calma com uma garrafa de rivotril (remédio para ansiedade muito usado no Brasil) e encerra com a imagem de dois ETs voando numa pá, cuja mensagem é: ‘vimos em pás’, ao pedir tranquilidade e paz entre os participantes. E assim encerra esse diálogo.

Nesse contexto, é inevitável não lembrar de Bakhtin (2013), que considera o diálogo a nossa essência e acredita que o mesmo não deve ter fim. Analisando esse diálogo, vê-se que a conversa poderia continuar por longo tempo e da mesma forma, mesclando o uso da linguagem denotada e conotada. No entanto, também é visível que o fim depende sempre da querência dos intervenientes, que o finalizam ou por necessidade ou intenção. No caso de uma rede social digital, podem simplesmente deixar de lado sem resposta. Nesta análise, além da mimesis social, demonstra-se relevante a teoria de Barthes (1964) sobre os três tipos de mensagens que uma imagem pode passar. Temos uma narrativa carregada de verossimilhança, em que ‘pás’ se juntam a seres extraterrestres para passar a mensagem de ‘paz’. Importa frisar que esses adesivos são uma verdadeira aula de português por fazerem uso extensivo de figuras de estilo e linguagem. Nesse contexto, temos o ‘népussivi’, um barbarismo⁴; as ‘pás’ substituindo ‘paz’, uma paronomásia⁵ (palavras de sons parecidos). Além disso, nesse diálogo permeado de elementos semióticos, merece reflexão a imagem da ex-presidente do Brasil Dilma Rousseff. Para isso, recorremos à teoria de Aristóteles sobre mimeses, o qual afirma que o homem aprende e discorre sobre o que vê tendo como referência o seu original. Nesse caso, a expressão é muito característica dela e está associada ao seu comportamento, assim como o erro de português tem a ver com os constantes deslizes gramaticais que a ex-presidente cometia ao falar em público. Logo, a interpretação desse gesto pode ser influenciada pelo conhecimento prévio do original, que ajudará no entendimento e na elaboração de sentido. Se conseguirmos empregar o sotaque da ex-presidente avançamos ainda mais na análise da figura. Isso pode confirmar que a interpretação tem muito a ver com o conhecimento prévio que o receptor tem da mensagem. Ou seja, há uma construção de sentido por meio da referência. Assim sendo, reiteramos a nossa percepção de que esses adesivos repletos de conotação (simbolismo) constituem um caráter persuasivo no discurso, trazendo para uma conversa tida despreziosa uma carga de opinião e crítica subjacente. Dessa forma, finalizamos a nossa análise e passamos às considerações finais a pensar que os adesivos usados no whatsapp são uma verdadeira aula de Português e Semiótica. A verdade é que, certamente, após essa leitura não será mais possível ver essas figuras da mesma forma. Há sempre um sentido dentro desse mesmo sentido.

⁴ Sobre o uso das figuras de linguagem e estilo, vale ressaltar que as nomenclaturas foram retiradas de site cujo referencial é a gramática da Língua Portuguesa do Brasil. Como segue: <http://ps://ciberduvidas.iscte-iul.pt/consultorio/perguntas/algumas-figuras-de-estilo/14744>

⁵ Sobre o uso das figuras de linguagem e estilo, vale ressaltar que as nomenclaturas foram retiradas de site cujo referencial é a gramática da Língua Portuguesa do Brasil. Como segue: <http://ps://ciberduvidas.iscte-iul.pt/consultorio/perguntas/algumas-figuras-de-estilo/14744>

Considerações finais

Atrevo-me a iniciar a conclusão com um contraponto entre a análise realizada neste trabalho e o conceito retórico-argumentativo do discurso (Martins, 1996). Atrevo-me porque acredito ser pertinente num texto em que se propôs interpretar, seguindo recursos da teoria semiótica, os adesivos trocados em conversas no whatsapp. Isto é, ao confrontar as teorias da semiótica, o nosso objetivo foi apresentar um argumento crítico, plausível e orientado para o uso dessas imagens.

A questão que se faz premente tem a ver com o fato de que a argumentação seja feita por meio de uma análise do discurso, um tipo de raciocínio, o qual procura estabelecer o verdadeiro (Martins, 1996). Assim, cremos que o que se buscou fazer nesse texto foi construir uma argumentação acerca do uso dos adesivos na rede social digital whatsapp a partir de alguns conceitos da semiótica, buscando ultrapassar o limite entre o real e o ideal (hermenêutica), desvendar os sentidos por trás dos muitos sentidos (retórica da imagem), conectar os diversos textos de uma mensagem a outras realidades, ultrapassando a estrutura regular do texto (hipertexto), interpretar além de um leitor ingênuo (ação interpretativa), criando vínculos críticos e ampliando o mundo das imagens (mimesis) a partir de um discurso inserido num diálogo. Com isso, seguimos o entendimento de Martins (1996) ao dizer que não se trata de demonstrar a validade de uma conclusão, nem a veracidade de asserção, mas sim apresentar um argumento com uma boa razão. Foi isso o que se procurou fazer aqui: apresentar uma análise de duas conversas em grupos no whatsapp confrontando com as teorias da semiótica.

Contudo, faz-se importante ressaltar que não foi o nosso propósito realizar um estudo aprofundado sobre a aplicação das teorias da semiótica na troca de adesivos em conversas do whatsapp. O que fizemos foi analisá-los a partir de teorias da semiótica, procurando sentidos para além de sua denotação. No entanto, aconselhamos que o tema necessita de uma pesquisa mais detalhada, pois cada vez mais essas imagens ganham nossos grupos virtuais e são amplamente utilizadas pela comunidade aderente dessa aplicação. Acreditamos também que estudos sobre esses fenômenos sejam imprescindíveis em todos os níveis, seja na sala de aula, seja nas esferas profissionais e acadêmicas. No entanto, foi nossa intenção ultrapassar os limites da interpretação semântica do discurso e encontrar nesses adesivos mensagens de caráter crítico, político, irônico, entre outros. Pudemos perceber que ao usar esses adesivos, estamos à procura da resposta do outro. Não é um uso por acaso. Há uma intenção, um interesse de uso. Aproveitamos esse momento em que estamos em cena para nos posicionar frente ao outro, mesmo que o outro seja alguém próximo. Pois, como escreveu Martins (1996), a linguagem não é objetiva, não espelha o mundo, não aponta para um referente. Ela é intencional e interpretativa. Assim, foi o que procuramos realizar nessa reflexão com base nas teorias da semiótica. Esperamos que o este trabalho possa vir a acrescentar ao campo, pois num mundo cada vez mais dominado pela técnica, resta-nos expressar a nossa opinião através desses dispositivos tecnológicos. Sendo assim, esse pequeno contributo é só um passo diante de muitos outros que ainda virão.

Referências Bibliográficas

- AL-MAROOF, R.A., ARPACI, I., AL-EMRAN, M., SALLOUM, S.A., & SHAALAN, K. (2021). Examining the acceptance of whatsapp stickers through machine learning algorithms. In Al-Emran, M. (eds), *Recent Advances in intelligent Systems and smart applications, studies in systems, decision and control* (pp. 209-221). Acedido em: https://doi.org/10.1007/978-3-030-47411-9_12
- AMARAL, I. (2016). *Redes Sociais na Internet. Sociabilidades emergente* (pdf) Covilhã: Labcom.ifp. ISBN 978-989-654-352-5
- AMMANN, M. (2011). Facebook, eu curto: uma análise mimética das redes sociais digitais. (Tese de mestrado, Universidade de Brasília). Brasília: DF.
- ARISTÓTELES (2004). *Poética* (pdf). Fundação Calouste Gulbenkian. ISBN: 972-31-1077-6
- ARISTÓTELES (1951). *Poética*. (pdf) Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- AUERBACH, E. (1971). *Mimesis*. (pdf) São Paulo: Editora Perspectiva
- BAKHTIN, M. M. (2013). *Problemas da poética de Dostoiévski*, tradução Paulo Bezerra. (pdf) Rio de Janeiro: Forense-Universitária. Acedido em: [file:///Users/giselle/Downloads/Problemas%20da%20poetica%20de%20Dostoiévski%20by%20Mikhail%20Bakhtin%20\(z-lib.org\).pdf](file:///Users/giselle/Downloads/Problemas%20da%20poetica%20de%20Dostoiévski%20by%20Mikhail%20Bakhtin%20(z-lib.org).pdf)
- BALDISSERA, R. (2014). Comunicação Organizacional, tecnologias e vigilância: entre a realização e o sofrimento. *Revista da associação nacional dos programas de pós-graduação em comunicação*, vol.17, no.2, Brasília: E-compós. Acedido em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1043>
- BARTHES, R. (1990). *O óbvio e o obtuso: ensaios sobre fotografia, cinema, teatro e música*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- BENJAMIN, W. (1994). *Magia e técnica, arte e política*. (pdf) 7ª edição. Brasiliense: São Paulo.
- BENJAMIN, W. (1995). *Rua de mão única*. (pdf) 7ª edição. Editora Brasiliense: São Paulo.
- CARMELINO, A. C. & KOGAWA, L. (2020). Stickers do Whatsapp: (nova) forma persuasiva de interação bem-humorada. EID&A - *Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação*, vol.1, no.20. DOI 10.17648/ideia-20-v1-2589.
- CLÉMENT, J. (2011). Hipertexto e complexidade. *Hipertextus Revista Digital*. N.7, pp. 2-18. ISSN 1981-6081. Acedido em: www.hipertextus.net.
- ECO, U. (2016). *Os limites da interpretação*. Editora Perspectiva. (ebook). Acedido em: www.lelivros.com

- DERRIDA, J. (2005). *A farmácia de Platão*. (pdf) Terceira edição. São Paulo: Iluminuras
- FREITAS, F. & FALCI, C. H. (2013). Superando a utopia do Holodeck: as narrativas digitais na era das redes sociais. *Revista Contemporânea Comunicação e Cultura*, vol. 11, no.01, pp. 199-216. ISSN: 18099386. Acedido em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/6459>
- 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*, vol. 10, no. 2, pp. 475-487. DOI: <https://doi.org/10.5335/rdes.v10i2.4147> Acedido em: <http://seer.upf.br/index.php/rd/article/view/4147>
- FOUCAULT, M. (1997). *A ordem do discurso*.(pdf) Relógio D'Água Editoras.
- GEBAUER, G. & WULF, C. (2004). *A mimese na cultura: agir social, rituais e jogos, produções estéticas*. (pdf) São Paulo: Annablume.
- GRADIM, A. (2007). O que pedem as palavras? *Revista Comunicação e Sociedade*. Vol. 12. pp. 189-200. (pdf)
- JOLY, M. (2007). *Introdução à Análise da imagem*. (pdf) Editora 70: Lisboa. ISBN: 978-972-44-1389-1. (pdf)
- LEVY, P. (1999). *Cibercultura*. (pdf) São Paulo: Editora 34
- MARTINS, M. de L. (2017). *A linguagem, a verdade e o poder – Ensaio de semiótica social*. (pdf) Editora Humus. CECS: Braga
- MARTINS, M. de L. (2011). *Crise no castelo da cultura. Das estrelas para os ecrãs*. (pdf) Grácio Editor. ISBN: 978-989-8377-14-2.
- MARTINS, M. de L. (1996). A análise retórico-argumentativa do discurso. Comunicação apresentada em ata da conferência da *I Jornadas de Metodologias Qualitativas para as Ciências Sociais*. Faculdade de Letras da Universidade do Porto
- MCLUHAN, M. (1999). *Os meios de comunicação como extensões do homem*. (pdf) São Paulo: Cultrix.
- RICOUER, P. (1976) *Teoria da interpretação*. (pdf) Lisboa: Edição 70
- RICOUER, P. (1994). *Tempo e narrativa*. (pdf) São Paulo: Editora Papirus.
- SAITO, F. & BELTRAN, M. H. R. (2014). Revisitando as relações entre ciência e techné: ciência, técnica e tecnologia nas origens da ciência moderna. Anais Eletrônicos do 14o Seminário Nacional de História da Ciência e da Tecnologia – 14o SNHCT, Belo Horizonte, Brasil, 1-13. Acedido em: https://www.researchgate.net/publication/271704778_Revisitando_as_relacoes_entre_ciencia_e_techne_ciencia_tecnica_e_tecnologia_nas_origens_da_ciencia_moderna
- SANTAELLA, L. (2012). A transmutação da escrita em suporte digital. *Revista Signo*. Vol.37, no.62, pp. 2-15. ISSN 1982-2014. Acedido em: <http://online.unisc.br/seer/index.php/signo/index>
- SANTAELLA, L., Nöth, W. (2004). *Comunicação e Semiótica*. (pdf) São Paulo: Hacker Editores SP. ISBN 85-86179-42-6.
- SANTAELLA, L. (1983). *O que é semiótica*. São Paulo: editora Brasiliense. Acedido em: <https://www.nucleodapesquisadosex-votos.org/uploads/4/4/8/9/4489229/146282759-o-que-e-semiotica.pdf>
- SCHLEIERMACHER, F. D. E. (2006). *Hermenêutica Arte e técnica da interpretação*.(pdf) 5ª edição. Editora universitária São Francisco: Bragança Paulista
- SOUSA, C.M.B. (2020). As estratégias de referenciação: análise dos stickers nas interações de universitários no whatsapp. *Colóquio sobre gêneros & textos*. ISSN 2675-2239. Acedido em: <https://revistas.ufpi.br/index.php/ancogite/article/view/11601>
- SOUZA, S. M. R. & SANTARELLI, C. P. G. (2008). Contribuições para uma história da análise da imagem no anúncio publicitário. *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. Vol.31, n.1, pp.133-156. (pdf).
- THOMPSON, J. B. (2018). A interação mediada na era digital. *Revista Matrizes*, vol. 12, no.3, pp.17-44. São Paulo. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i3p17-44>
- TRIVINHO, E. (2011). Visibilidade mediática, melancolia do único e violência invisível na cibercultura. *Revista Matrizes*. Vol. 4, No. 2, pp. 111-125. São Paulo. Acedido em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38295>
- VERASZATO, E. V., SILVA, D., MIRANDA, N. A. & SIMON, F. O. (2006). Tecnologia: Buscando uma definição para o conceito. *Prisma.com*, 7, 60-85. (pdf) doi: 10.21747/16463153