



## II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

---

### **Um emoji vale mais que mil palavras?<sup>1</sup> Is one emoji worth more than a thousand words?**

Sonia Maria Queiroz de Oliveira<sup>2</sup>

**Palavras-chave:** emojis; comunicantes surdos; Facebook.

#### **1. Introdução**

O presente resumo busca estabelecer um entendimento entre o processo de mediatização da cidadania comunicativa consubstanciada na mídia facebook, verticalizado nos posts da Associação dos Surdos de Governador Valadares/MG (ASUGOV). No período de janeiro a julho de 2017, foi feita uma pesquisa empírica de coleta de dados em postagens dos associados no facebook da ASUGOV. Com esta pequena pesquisa empírica, mais similar a uma fishing exploration (pesquisa exploratória), pretende-se, de partida, tatear os interesses dos comunicantes surdos e posturas dos mesmos quanto a possíveis atos e/ou reflexos de exercício de cidadania. Particularmente neste trabalho entende-se por comunicantes surdos, os usuários, a diversidade de sujeitos digitais comunicantes pertencentes a cultura surda (SDC)<sup>3</sup>. Estes fazem usos e apropriações através de mídias digitais como meio interacional de comunicações criativas. Neste particular interacional de usos, apropriações e criações de atributos, a rede social facebook tem sido um meio midiático mais acessado por estes

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao II Seminário Internacional de Pesquisas em Mediatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 8 a 12 de abril de 2018.

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação, turma Fadvale. Pedagoga, advogada. Professora universidade Federal de Juiz de Fora Campus Governador Valadares (UFJF/GV). oqms@hotmail.com

<sup>3</sup> Sujeitos Digitais Comunicantes quero referir-me a sujeitos que fazem uso de mídias digitais, pertencentes a diferentes culturas.



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

usuários. Os comunicantes<sup>4</sup> surdos em nada diferenciam de outros comunicantes oriundos de culturas diferentes. Sob esta perspectiva é que se apresenta o objeto deste estudo. Objeto que parte do pressuposto de que as postagens específicas no facebook da ASUGOV/GV podem ser tensionadas entorno das apropriações e manifestações para com as construções da cidadania comunicativa. Considera-se aqui por cidadania comunicativa, as palavras de CLAUDIO (2016) quando afirma: “[...] a cibercultura influencia na cidadania dos sujeitos contemporâneos, pois a interatividade mediática entre atores/usuários e informação, perpassa três eixos: o cidadão, a sociedade e a cultura digital”. Neste contexto coloca-se aqui a questão que orienta este estudo: as imagens de emojis postadas pelos membros pertencentes a rede Facebook da ASUGOV, poderia apontar para apropriações construtivas da cidadania comunicativa destes associados?

### **2. Objetivo e fundamentação teórica**

O presente estudo tem por objetivo investigar e compreender, a partir de observações empíricas no facebook da ASUGOV/GV, postagens de emojis passíveis de apropriações para a construção da cidadania comunicativa.

Vinte e sete anos (1990 a 2017): mudanças consideráveis na forma de consumo na web pode ser relevado. Nos primórdios, internet seria apenas de leituras, estática. Hoje em dia, a internet tornou-se de participação, de mobilidades a se levar espantos. Em comparação com os meios de comunicação já existentes (radio, tv, cinema, jornais) a internet precisou de tempo bem menor, em relação àqueles, para se consolidar (STRUTZEL, 2015). Desta forma, em pouco tempo modificou os modos de aquisição e consumo de produtos e serviços, informações e entretenimentos. Neste diapasão, a

---

<sup>4</sup> A palavra comunicantes está contida no contexto da expressão ‘ser cidadão’. Sob o olhar do ser cidadão, a construção da cidadania comunicativa perpassa e enlaça os meios midiáticos.



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

reboque dessas transformações, surgiram as redes sociais exigindo maior atenção ao uso das mesmas, nas potencialidades que oferecem, o facebook como uma plataforma de estratégia comunicacional. Estratégia e comunicação se imbricam. Imbricam-se em transformar e/ou modificar a realidade ao alcance de metas estabelecidas, gerenciamento do hoje e do futuro (PÉREZ, 2002). Teoricamente este trabalho se fundamenta na Teoria Ator – Rede (TAR) (LATOUR, 2012); nas interações em rede (posts, visualizações entre outros) (PRIMO, 2013) e na transmetodologia (quem são estes comunicantes? - etnografia) (HENRIQUES, 2016).

### 3. Materiais e método

Optamos pela pesquisa qualitativa e a análise de conteúdo em considerarmos tais escolhas inerentes a parte subjetiva do problema (BARDIN, 2009). O universo desta pesquisa (N) foram emojis mais postados no facebook da ASSUGOV (953), no período de janeiro a julho de 2017. Os emojis são utilizados como uma das formas comunicacionais entre os componentes desta rede. Aos pertencentes da cultura surda infere-se que o uso deste aplicativo se dá por uma melhor afinidade e proximidade para com o uso de sinais (Libras). Em outros termos, através da imagem do emoji postada é transmitida uma ideia, palavra ou frase inteira (sujeito, verbo, predicado).

### 4. Post analisado



Figura 1 – Post analisado. Fonte: Acesso Facebook.



## II Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

Figura	Significado	Significado inferido no face da ASUGOV	Quantidade de emojis postados	Total (N)
	curtiu	concordância	893	
	amei	concordância	28	
	Batendo palmas	concordância	11	
	uau	concordância	07	
	Mandando beijo	concordância	07	
	Figura feminina com braço para o alto	concordância	03	
 Haha	ha ha	concordância	02	
	apaixonada	concordância	02	
	Alegre	concordância	01	
	triste	Não concordância	01	
				953

Tabela 1: Quadro emojis. Elaboração: Sônia Queiroz (2017).



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

Os três emojis mais postados, “curtiu / amei / batendo palmas” (932 ocorrências dos 953 quantificados) foram adequados ou pertinentes ao conteúdo e ao objetivo das respostas para com as postagens. Lexicalmente, ‘curtir’, ‘amar’, ‘bater palmas’ são palavras / expressões indicativas de um ato, de vontade, individual via de regra, das afeições em geral. A atenção para com a comunicabilidade da palavra ‘amar’ e da expressão ‘bater palmas’, a inteligibilidade da mensagem em ambas, estão nucleadas no sentido de concordar, aprovar.

Sob o prisma da interatividade o post mencionado foi compartilhado 17 vezes. Todos compartilhantes associados a ASUGOV. O compartilhamento foi considerado como uma reação cujo objetivo era o fortalecimento do empoderamento da cidadania comunicativa. A pesquisa bibliográfica foi realizada no Portal Cappes, espaço Cafe, utilizando a expressão facebook, emojis, cultura surda e cidadania comunicativa.

### **5. Revisão de literatura**

Estudos interdisciplinares que perpassam e constroem conhecimentos sobre surdez tecem considerações significativas sobre indivíduos pertencentes a uma cultura identificada surdez, nominados comunicantes surdos (CORTINA, 2005; STROBEL, 2013). Comunicantes surdos também são utilizadores de mídias sociais no escopo de se fazerem comunicar (envio, produção e recepção de mensagens). Neste sentido, a rede social facebook é uma potencializadora de acessibilidades, compartilhada por indivíduos de culturas diferentes, ouvintes e surdos (PORTAL DO SURDO, 2010). O compartilhar de mensagens entre estes indivíduos apenas reforça o fato de que existem diferentes linguagens. Um possível problema a existir, passível de ser ultrapassado sem maiores transtornos, refere-se a questões de acessibilidade a estes meios e/ou a diferenças de linguagens. A ampla possibilidade de comunicação/transmissão de uma



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

ideia, palavra ou frase inteira através da linguagem<sup>5</sup> dos emojis<sup>6</sup>, faz com que esta ocupe espaço importante nestas postagens como condição bilíngue – bicultural reduzindo tais diferenças (PORTAL DO SURDO, 2010).

Isto explica porque o Facebook vem se tornando mais onipresente na vida de pessoas pertencentes a culturas diversas. Redes sociais são estruturas de forma dinâmicas e complexas. Via de regra, são compostas por pessoas com valores e/ou objetivos em comum, interligadas de forma horizontal e predominantemente descentralizadas (SOUZA e QUANDT, 2008:34). A descentralização pode ser aqui entendida na visualização do quantum de relacionamentos de atores que compõem uma rede e que também possuem alta conectividade com outros atores, outras redes. Neste sentido, a observação no facebook da ASUGOV, sob os auspícios primeiros de Alex Primo (2013), consubstanciará observações a partir de postagens de emojis no interregno de janeiro a julho de 2017.

*Outrossim, não estudamos tecnologias, mas, sim, os fenômenos comunicacionais mediados pelas mídias, nos quais elas mesmas são também actantes. Interessa menos o software Facebook, apesar da impressionante sofisticação de seu código e banco de dados, do que tudo aquilo que acontece (a) nele e (b) com ele. Isto é, as associações a serem estudadas não podem limitar-se apenas a (a), ou tal mídia digital seria vista apenas como um intermediário, uma mera canaleta transmissora de sinais. Ao se considerar (b) passa-se a se observar toda diferença que essa tecnologia faz nas ações. E mais, investigar-se também como a organização Facebook modifica e até condiciona os processos de interação mediada por computador (de desktops e notebooks a smartphones e tablets) e todos os outros participantes da situação em curso (ALEX PRIMO, 2013).*

---

<sup>5</sup> Códigos que envolvem significação não precisando necessariamente abranger uma língua (GOLDFELD, 2002, p.25).

<sup>6</sup> Emoji é uma palavra de origem japonesa, composta pela junção dos elementos *e* (imagem) e *moji* (letra), considerado um pictograma ou ideograma, ou seja; uma imagem que transmite a ideia de uma palavra ou frase completa ([www.significados.com.br](http://www.significados.com.br); acesso em 30 de julho).



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

O autor Bruno Latour (2012) considera que para entender ainda mais o humano é preciso partir da ideia de que os objetos têm poder de ação. Ação mediante redes. Introduz assim a teoria Ator-Rede. Sistematiza-a em controvérsias as quais denomina incertezas. A incerteza abordada por Latour, pertinente a este estudo, sugere que a ação é assumida (Ação/ator – Ator/rede). O ator não é uma peça como a que já se encontra em um tabuleiro e que, depois mediante manifestação de outrem, age. Trata-se de um ente que se constitui apenas na ação (actante /atuante). Desta forma a ação é pensada como um evento e não como um ato – localizando sujeitos e objetos. Quando o autor usa a expressão Ator-Rede, seu propósito é justamente deslocar a origem dessa ação. Neste tencionar de incertezas, aponta para que os objetos também agem. Eles agem, pois pensar a rede é pensar numa série de ações (eventos) distribuídas, e não pensadas somente em razão de causa e efeito.

### **6. Notas conclusivas**

Reflexões podem ser observadas nas postagens de emojis no facebook da ASUGOV. Dos 1496 associados, 953 (64,4%) emitiram postagens/respostas em quantidade que indica uma apropriação de uso regular de uma mídia digital. Os três emojis considerados como ponto de partida para construção de resposta ao problema nuclear do presente estudo, também aponta, sob a perspectiva quantitativa que as imagens postadas podem ser consideradas atos desencadeadores de manifestações interativas entre usuários exercentes de um conhecimento de uma cultura digital, pertencentes a uma cultura surdez ou não. Estas manifestações evidenciam apropriações comunicacionais para com a construção de uma cidadania comunicativa, que ao reduzir possíveis ruídos entre mensagens, aumenta a confiabilidade entre estes usuários.



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

### Referências bibliográficas

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Portugal / Lisboa: edições 70, 2009, 281p.

BOURE, Robert. A história das Ciências da Informação e da Comunicação na França: O caso das origens literárias das CIC. **Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação**, vol.3, nº 5, janeiro-junho/2015. Disponível em: <<http://questionsdecommunication.revues.org/7358>>. Tradução: Edu Jacques, doutorando do PPGCC-Unisinos.

CLAUDIO, Janaína Pereira. A cultura dos sujeitos comunicantes surdos: construções da cidadania comunicativa e comunicacional digital no facebook / por Janaína Pereira Claudio. – 2016. 293 f. : il., 30 cm. **Tese** (doutorado) — Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2016.

CORTINA, Adela. **Cidadãos do mundo para uma teoria da cidadania**. Tradução de Silvana Cobucci Leite. São Paulo: Loyola, 2005.

GOLDFELD, Marcia. **A Criança Surda, linguagem e cognição numa perspectiva sociointeracionista**. 7ª edição. São Paulo: Plexus editora, 2002.

HENRIQUES, Sandra Mara Garcia. **Etnografia móvel: uma proposta metodológica para os estudos da mobilidade na comunicação**. Porto Alegre, 2016. 227 f. **Tese** (Doutorado) – Faculdade de Comunicação Social, PUCRS. Orientador: Prof. Dr. Eduardo Campos Pellanda.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social**. Uma introdução à teoria Ator-Rede. Salvador: EDUFBA, 2012.

PÉREZ, Rafael Alberto. **Pensar la estratégia: outra perspectiva**. Buenos Aires: La Crujía, 2012.

STRUTZEL, Tércio. **Presença Digital: estratégias eficazes para posicionar sua marca pessoal ou corporativa na web**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2015.