

A intertextualidade como marca dos *stickers* do WhatsApp

Intertextuality as the brand of WhatsApp stickers

Ana Cristina Carmelino¹
Lídia Kogawa²

Resumo: Este artigo trata de uma prática bastante frequente nas trocas de mensagens via WhatsApp: a postagem de *stickers*. Conhecidos como “figurinhas” divertidas criadas por usuários anônimos por meio de aplicativo específico, os *stickers* têm ganhado projeção e relevância na comunicação *on-line*. Partimos da hipótese de que uma das principais marcas dessa forma de interação é o caráter intertextual, já que exige do usuário/interlocutor, na maioria dos casos, conhecimento prévio para as figuras serem compreendidas. Desse modo, além de caracterizar o fenômeno, temos por objetivo mostrar como, muitas vezes, é preciso flagrar o diálogo entre os diferentes textos que os *stickers* mobilizam para se estabelecer a produção do sentido, tendencialmente de cunho humorístico. A análise, no que tange especificamente à intertextualidade, ancora-se nos pressupostos teóricos da Linguística Textual.

Palavras-chave: *Sticker*. WhatsApp. Intertextualidade.

Abstract: This article is about a very frequent practice in exchanging messages via WhatsApp: the posting of stickers. Known as fun “cards”, created by anonymous users through a specific application, stickers have gained prominence and relevance in online communication. We start the exposition from the hypothesis that one of the main marks of this form of interaction is the intertextual character, since it requires the user/interlocutor, in most cases, previous knowledge for the figures to be understood. Thus, in addition to characterizing the phenomenon, we aim to show how, many times, it is necessary to catch the dialogue between the different texts that the stickers mobilize to establish the production of meaning, tendency of humorous nature. The analysis, with regard specifically to intertextuality, is based on the theoretical assumptions of Textual Linguistics.

Keywords: *Sticker*. WhatsApp. Intertextuality.

¹ Universidade Federal de São Paulo, Departamento de Letras, Guarulhos, SP, Brasil. Endereço eletrônico: anacriscarmelino@gmail.com.

² Universidade Federal de São Paulo, Guarulhos, SP, Brasil. Endereço eletrônico: lidiakogawa@yahoo.com.br.

A cultura dos *stickers*: considerações iniciais

Figura 1 - Galeria de *stickers*



Fonte: Capuano (Veja, 4 dez. 2019).

A Figura 1, que compõe a matéria “O que há por trás do fenômeno das figurinhas do WhatsApp” (Veja, 4 dez. 2019), traz vários exemplos de *stickers*, espécie de figurinhas divertidas e customizadas que têm sido frequentemente usadas nas trocas de mensagens via WhatsApp³, rede social tida como a mais popular do ano de 2019. A reportagem evidencia que, sendo ou não apreciador de tais imagens, não há como fugir delas, pois invadem os *smartphones* sem pedir licença e engrossam uma galeria bem diversificada: gatinhos fofos, cachorros esquisitos, dancinha do Coringa feita pelo ator Joaquin Phoenix, expressões insólitas de celebridades – como de personagens de novelas, apresentadores de televisão (Fátima Bernardes, Sandra Annenberg, William Bonner, Silvio Santos), cantores (Gretchen) – são alguns dos casos ilustrados pela reportagem.

Configurados por elementos imagéticos e/ou verbais, fáceis de serem criados e colecionáveis, os *stickers* vêm tornando obsoletos os *emojis* e *emoticons* e modificando a forma como nos comunicamos digitalmente, uma vez que têm substituído, muitas vezes, as interações apenas escritas ou faladas (neste caso, as mensagens gravadas em áudio). Trata-se de um fenômeno que permite estabelecer diálogo sobre todo e qualquer assunto, de forma bem-humorada, e expressar diferentes sentimentos, cuja vantagem é permitir a economia de tempo e espaço: um simples desenho pode traduzir textos longos e elaborados. Como destaca Germano (27 dez. 2019), “muito mais do que mil palavras, uma imagem pode valer até 65.536 letras [...]”.

³ O aplicativo de mensagens instantâneas WhatsApp, criado por Jan Koum e Brian Acton (ex-funcionários do Yahoo) em 2009, alcançou em 2019 o *ranking* de aplicativos mais utilizados no mundo, passando, portanto, a ser considerado o maior meio de comunicação digital (ALVES, 18 jan. 2019). As vantagens oferecidas, entre outras, são envio e recebimento de mensagens em tempo real e utilização de recursos animados.

Esse é o limite de caracteres que o aplicativo [WhatsApp] permite que se mande a cada mensagem. E, mesmo podendo escrever esse tanto, [...] para responder aquele seu amigo sem noção foi uma simples figurinha”.

Considerando-se a proliferação dos *stickers*, bem como o fato de que a troca das figurinhas tem ganhado espaço e relevância nas conversações *on-line*, buscamos aqui caracterizar essa forma de interação via WhatsApp. Uma hipótese sobre o fenômeno é a de que uma de suas principais marcas seja o caráter intertextual, dado que exige dos usuários conhecimento prévio para produzir sentido. Partindo do exposto, para fins de esclarecimento teórico e metodológico, com exceção às considerações iniciais e finais, este texto está dividido em três seções em termos de configuração:

- a primeira é dedicada à caracterização dos *stickers*, com base em textos da internet (já que até o momento não há trabalhos científicos no país publicados sobre o tema) e exemplos do fenômeno;
- a segunda é reservada à apresentação dos tipos de intertextualidade à luz dos pressupostos da Linguística Textual;
- a terceira é voltada à demonstração de como é preciso flagrar o diálogo entre os diferentes textos que os *stickers* mobilizam para que se possa, muitas vezes, compreendê-los e depreender o sentido humorístico trazido por eles.

Stickers do WhatsApp: definição, origem e características

O termo *sticker*, do inglês, significa “pessoa que cola cartazes”, “adesivo” (conforme o dicionário *on-line* “*Word Reference*”). O substantivo tem sido comumente definido como adesivo, autocolante ou etiqueta e, de forma mais coloquial, como figurinha(s). Nos anos 1990, nos Estados Unidos, os *stickers* passaram a ser considerados arte de rua (*sticker art*), um componente da cultura alternativa, tal qual o grafite e o estêncil. Segundo os registros de Arnold (29 abr. 2017), um dos precursores dos *stickers* como arte foi Frank Shepard Fairey, que começou o trabalho na década de 1980 e ficou conhecido por ser um dos maiores e mais influentes designers gráficos. Seus principais trabalhos foram a criação de uma campanha de *street art* que se popularizou em algumas cidades por meio do adesivo “Andre the Giant Has a Posse”⁴, que deu origem à série “Obey the Giant” (Figura 1), e o retrato de Barack Obama com

⁴ OBEY THE GIANT: curta conta a história de Shepard Fairey, **B9**, 17 abr. 2013. Disponível em: <https://www.b9.com.br/36302/obey-giant-shepard-fairey/> Acesso em: 20 jan. 2020.

a legenda “hope”⁵ (Figura 2), que se tornou famoso e foi usado em sua campanha para a presidência em 2008 como estratégia de persuasão ao voto jovem⁶.

Figura 2 - Imagem “Andre the Giant Has a Posse”



Fonte: Merigo (17 abr. 2013).

Figura 3 - Imagem da campanha “Hope”



Fonte: Hurley (18 nov. 2015).

Os adeptos dessa expressão urbana, como destaca Arnold (29 abr. 2017), não apenas saíam às ruas para colar seus adesivos, mas também os trocavam com artistas do mundo todo por meio do correio. Segundo o autor, os objetivos dos *stickers* variavam de acordo com os propósitos do artista: podiam “ter cunho político, de protesto ou impacto, servir como adorno urbano ou apenas como uma forma de expressão pessoal”.

Em meados dos anos 2000, os *stickers* (frisam-se “adesivos”) chegam ao Brasil e tomam conta das grandes capitais. Colados em muros, postes e placas de sinalização de trânsito, decoravam as ruas das cidades e traziam, juntamente com a arte, ideias e conceitos. A exemplo, o indiozinho Xadalu (Figuras 3 e 4), criado pelo artista Dione Martins, ficou famoso nas ruas de Porto Alegre. Conhecida pelo apelo à injustiça social sofrida pelos nativos na colonização

⁵ CRIADOR do pôster *Hope* diz que Obama se calou demais durante a presidência, **Ípsilon**, 15 mai. 2016. Disponível em: <<https://www.publico.pt/2016/05/15/culturaipilon/noticia/criador-do-poster-hope-diz-que-obama-se-calou-vezes-demasiadas-durante-a-sua-presidencia-1732058>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

⁶ CONHEÇA Shepard Fairey, criador do pôster de Obama que provoca paixões e críticas, **O Globo**, 27 mar. 2009. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/conheca-shepard-fairey-criador-do-poster-de-obama-que-provoca-paixao-criticas-3130098>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

da América, o desenho busca relembrar a existência dos índios⁷. O artista teve seus trabalhos gráficos colados pelo mundo e admirado por fãs.

Figura 4 - Xadalu no muro das ruas de Porto Alegre



Fonte: Luiz (9 set. 2015).

Figura 5 - Xadalu na Muralha da China



Fonte: Luiz (9 set. 2015).

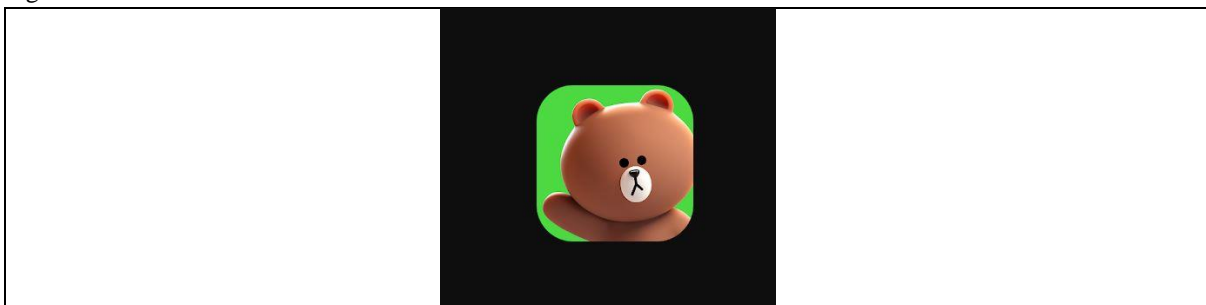
Embora os *stickers* ainda possam ser vistos nas ruas, esse tipo de prática não é tão comum quanto foi na década passada. É preciso ressaltar, no entanto, que ela emerge revitalizada nos meios digitais, especialmente nas mensagens trocadas em redes sociais. Afinal, na era da internet, as pessoas perderam o hábito de trocar figurinhas ou adesivos pelo correio. Em 2011, o Japão lançou um aplicativo, o *Line*, que permitia aos internautas conversarem, trocarem imagens fixas, vídeos, bem como comprarem, produzirem e enviarem *stickers*. Ainda que o termo remeta a uma figurinha *on-line*, a ideia acaba sendo a mesma dos adesivos de rua. Logo, a associação dos *stickers* de rua aos digitais considera o que eles têm em comum: conteúdos sobre temas variados, produzidos por meio de imagens em formato de figurinhas, com o intuito de expressar algo e causar reações nas pessoas.

A título de registro, no Brasil, o *Line* passou a ser usado em 2013. Nesse mesmo ano, o jornal *O Estado de S. Paulo* (cf. CONGO; FRAGA, 25 ago. 2013) publicou uma matéria relatando que o Facebook também havia adotado as figurinhas e que produziria exemplos

⁷ STICKERS: os adesivos que colorem o mundo. **Bastião**, ed. 2, ano 1, 18 out. 2011. Disponível em: <https://issuu.com/revistabastiao/docs/bastiao_02>. Acesso em: 20 jan. 2020.

próprios com mensagens e imagens com o objetivo de gerar, entre outras reações, o riso, ou simplesmente para que os usuários pudessem explicitar o que estavam fazendo. Uma das figurinhas famosas foi a do urso Brown: o personagem aparece em diferentes atividades do cotidiano – cozinha, pendura roupas no varal, dorme, escova os dentes (cf. Figuras 6 e 7).

Figura 6 – Brown - tchau



Fonte: pt.aliexpress.com/item/32808383962.html

Figura 7 – Brown - versões



Fonte: pt.aliexpress.com/item/32808383962.html

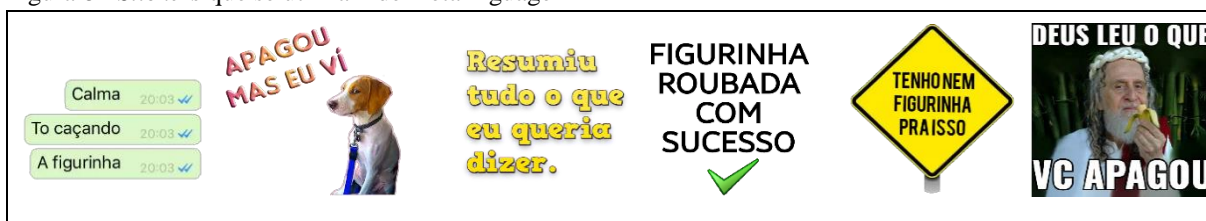
Em outubro de 2018, o Tilt (canal sobre tecnologia do UOL) divulgou uma matéria intitulada “Figurinhas começam a chegar no WhatsApp; veja como usar” (cf. TRINDADE, 25 out. 2018) para instruir especialmente os usuários do aplicativo sobre o modo de utilização de *stickers*, o qual passava a ser possível a partir das versões específicas de smartphones. Além de frequentar os grupos e trocar com amigos, os usuários de Android e iOS podiam baixar programas (Sticker.ly) para transformar fotos e imagens em figurinhas. Para compartilhar as criações, bastava ir ao ícone que aparece nas opções do teclado entre *emojis* e *gifs*. O aplicativo conta com pacotes de diversos personagens, atores, políticos, cantores e uma infinidade de temas do cotidiano. É preciso salientar, no entanto, que, antes de virar moda no WhatsApp, imagens mais básicas já ilustravam os bate-papos no aplicativo Telegram, o pioneiro dessa tecnologia (cf. FRANCO, 25 jun. 2019; CAPUANO, 4 dez. 2019).

Um dado importante a se considerar, talvez um dos mais relevantes sobre o fenômeno, é que os internautas não apenas aderiram a essa prática de interação na contemporaneidade, como também a têm usado com bastante frequência para substituir os textos da linguagem

verbal escrita ou falada, isto é, as mensagens digitadas ou gravadas em áudio. Conforme destaca Franco (24 dez. 2019), a “exemplo do que experimentavam os adolescentes dos anos 1980 e 1990, que tinham como sonho de consumo os papéis de carta estampados por bichinhos fofos e tremiam de ansiedade diante das folhas mais raras, os jovens de hoje regozijam na busca pelo *sticker* mais insólito”.

Um modo de verificar o uso constante dos *stickers* e sua multiplicação nos aplicativos de conversas é atentarmos para casos que trabalham com a metalinguagem exatamente para brincar com a situação. Vejamos alguns exemplos:

Figura 8 - *Stickers* que se utilizam de metalinguagem



Fonte: arquivo pessoal.

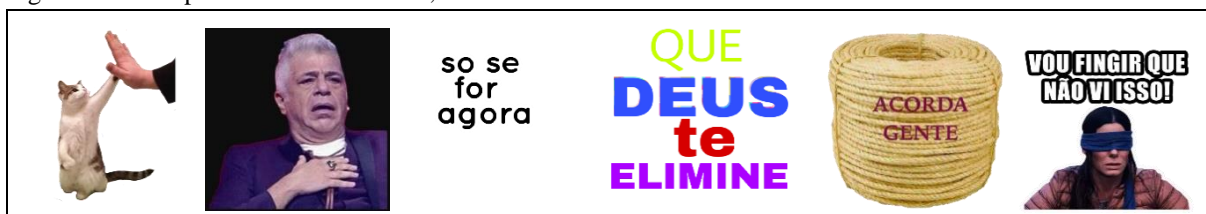
Mas qual seria a explicação para o uso cada vez mais comum dos *stickers* nas interações digitais? Por constituir uma imagem compacta (mesmo as que são construídas apenas por palavras), permite maior rapidez no envio e menor espaço de armazenamento nos smartphones. O *sticker* traduz com presteza e, de forma bem-humorada, uma ideia, servindo para manifestar comentários, desejos, posicionamentos e sentimentos. Segundo Germano (27 dez. 2019), as figurinhas são capazes de ajudar a “transportar o gélido e apático espaço que é uma tela de celular só preenchida com texto”. Desse modo, ajuda na comunicação. A exemplo, em relatório divulgado em julho pela Adobe for World Emoji Day, “83% dos jovens usuários de smartphone sentem-se mais confortáveis em compartilhar emoções” por meio de imagens do que por palavras (cf. CAPUANO, 4 dez. 2019).

Os *stickers* constituem um mecanismo de reação. É como se os usuários coletassem (e colecionassem) respostas prontas para usar em ocasiões futuras. Por serem polissêmicos, podem ser empregados em diferentes situações de interação, o que dá um tom mais divertido e atual ao assunto a que se referem. Nesse sentido, as figurinhas acabam assumindo o papel que convém a quem as usa. Esses são apenas alguns dos motivos que podem elucidar a intensa frequência de adesão a esse recurso nas conversas via WhatsApp.

No que tange à configuração, os *stickers* apresentam certos traços característicos. Criados por usuários anônimos por meio de aplicativo específico, os adesivos/imagens digitais

são bem-humorados e formados por uma composição multimodal⁸, já que, em geral, são constituídos por elementos imagéticos e /ou verbais. A figurinha pode conter apenas elementos visuais, apenas verbais e, o mais comum, visuais e verbais. Vejamos mais dois exemplos de cada caso, lidos, respectivamente, da esquerda para a direita:

Figura 9 – Exemplos de stickers visuais, verbais e verbo-visuais



Fonte: arquivo pessoal.

Os dois exemplos da esquerda são de *stickers* apenas visuais. Em geral, os elementos imagéticos consistem em desenhos, fotos de pessoas conhecidas, captação de uma cena de vídeo, entre outros. O primeiro deles, em que se tem a imagem de um gato batendo a mão com um humano, é usado para expressar parceria (verbalmente corresponderia a “conte comigo”; “estamos juntos”; “somos amigos”). O segundo, uma cena do cantor Lulu Santos assombrado com o que vê, comumente serve para manifestar espanto, em qualquer que seja a situação.

Os dois exemplos centrais ilustram *stickers* apenas verbais escritos. A parte verbal escrita tende a ser constituída por palavra, expressão, frase curta ou dito popular. Nesse sentido, os *stickers* trazem em cena, de forma variada e criativa, construções da linguagem popular. O primeiro – construído pela expressão gíria “só se for agora”, que remete à intenção de realizar uma ação imediata – é empregado como resposta positiva a um convite, uma vez que a expressão tem como sinônimos “tô dentro”, “vamos nessa”. O segundo, “Que Deus te elimine”, subverte o conhecido ditado “Que Deus te ilumine”. É uma forma bem-humorada de dizer “Deus me livre de você” especialmente às pessoas que demoram a responder.

No caso dos dois exemplos da direita, os de configuração verbo-visual, tem-se geralmente a criação de uma situação polissêmica entre os elementos. No primeiro, há o desenho de um rolo de corda com a expressão “acorda gente”, grafada no meio. O exemplo, uma brincadeira construída a partir da semelhança fônica entre o substantivo feminino “a corda” (conjunto de fios torcidos juntos) e o verbo “acordar” (despertar), é usado em situações diversas, geralmente bem-humoradas, para dar “bom-dia”, tirar do sono de forma animada ou para fazer alguém voltar a si, recobrar o sentido. O segundo e último *sticker* – constituído pela foto da

⁸ A multimodalidade é entendida aqui como a “característica dos textos cujos significados são realizados por meio de mais de um código semiótico”, quando ocorre, portanto, o “entrecruzamento de linguagens – verbal (oral e/ou escrita), visual, sonora” (CAVALCANTE; CUSTÓDIO FILHO; BRITO, 2014, p. 152).

atriz Sandra Bullock com os olhos vendados e a expressão “Vou fingir que não vi isso” – remete filme “Bird Box” (2018), em que Malorie Hayes (personagem principal, interpretada por Bullock) passa a maior parte do tempo com os olhos tampados com uma faixa para não ver o mal que se espalha e mata as pessoas. A figurinha é utilizada para demonstrar que se viu/leu algo indesejado.

Por se apropriarem tanto de frases prontas quanto de outras formas (digitais ou não) – fotos, vídeos, *gifs*, memes, gráficos, placas, logotipos, letras de músicas –, os *stickers* parecem ter a intertextualidade como marca em sua constituição, exigindo, na grande maioria dos casos, conhecimento prévio para serem compreendidos. É exatamente sobre essa característica das figurinhas que trataremos mais à frente. Antes, porém, é preciso que versemos sobre a noção de intertextualidade.

A intertextualidade sob o viés da Linguística Textual

Nas práticas comunicativas, especialmente para a produção de sentido, é preciso que se perceba, muitas vezes, o diálogo que um texto estabelece com outros previamente existentes. Esse fenômeno, objeto de interesse de pesquisadores de diferentes campos do conhecimento, recebe o nome de intertextualidade. Ainda que não seja a proposta deste artigo fazer um percurso histórico sobre o conceito, é importante registrar que muito do que é ou foi estudado diz respeito às tipologias intertextuais presentes em textos literários. Aqui achamos relevante não apenas lembrar a origem do conceito, mas também explicitar os pressupostos adotados pela teoria na qual nos ancoramos para tratar do tema.

O conceito de intertextualidade foi formulado no campo da Teoria Literária, na década de 1960, por Júlia Kristeva, para quem “qualquer texto se constrói como um mosaico de citações e é a absorção e transformação de um outro texto” (1974, p. 60). O postulado de que parte a crítica literária francesa é o dialogismo de Bakhtin (1992), no qual todo texto (enunciado) está em diálogo com outros. Kristeva defende que a obra literária redistribui textos anteriores em um só, sendo necessário pensá-la como um “intertexto”, numa sucessão de textos já escritos ou que ainda serão escritos.

Na ótica da Linguística Textual, teoria aqui adotada, a intertextualidade consiste em um dos temas a que essa área sempre se dedicou. Concebida como um fator de textualidade, “compreende as diversas maneiras pelas quais a produção/recepção de um dado texto depende do conhecimento de outros textos por parte dos interlocutores” (KOCH, 2004, p. 42). Nessa perspectiva, que também incorpora o postulado dialógico bakhtiniano, o fenômeno é visto de dois ângulos: a) em sentido amplo (*lato sensu*), como um princípio constitutivo de todo e

qualquer texto; e b) em sentido restrito (*stricto sensu*), quando, em um texto, é inserido outro anteriormente produzido e que faz parte da memória social dos interlocutores.

Levando-se em conta especificamente o sentido restrito, em que a intertextualidade é atestada, em níveis variáveis, por marcas identificáveis e delimitáveis do intertexto (sinais tipográficos e índices semânticos), Koch, Bentes e Cavalcante (2007)⁹, em obra dedicada ao tema, subdividem as manifestações desse tipo em: *intertextualidade temática*, quando diferentes textos compartilham os mesmos temas; *estilística*, quando se repete, imita ou parodia certos estilos ou variedades linguísticas, em busca de efeitos de sentido diversos; *explícita*, quando há a exposição da fonte do intertexto, caso de citações, referências; e *implícita*, quando não se explicita a fonte do intertexto, como nas alusões, paródias e paráfrases. Todas essas formas, registram as autoras, podem coexistir em um mesmo texto.

Ainda no que diz respeito à intertextualidade implícita, Koch, Bentes e Cavalcante (2007) resgatam a noção de *détournement*, termo cunhado de Grésillon e Maingueneau (1984, p. 114, tradução nossa¹⁰), que consiste na produção de “um enunciado que possui as marcas linguísticas de uma enunciação proverbial, mas que não pertence ao estoque dos provérbios reconhecidos”. Os dois autores observam a existência de dois tipos de *détournement*: um tipo *lúdico*, que consiste no simples jogo com a sonoridade das palavras, sem qualquer implicação política ou ideológica; e outro, *militante*, que subverte um enunciado, em razão de interesses diversos. De acordo com Koch, Bentes e Cavalcante (2007), o *détournement* é um tipo especial de paródia, que se restringe a enunciados mais curtos e que pode ser produzido por diferentes operações, como as substituições (de fonemas ou palavras), os acréscimos, as supressões e as transposições realizadas sobre um texto-fonte.

Em sentido amplo, a intertextualidade pode ser compreendida como uma condição de existência de qualquer texto, uma vez que, a rigor, todo dizer remete a enunciados anteriores. Contudo, é necessário considerar que as relações estabelecidas entre os textos não se restringem aos enunciados isolados, mas incluem “modelos gerais e/ou abstratos de produção e recepção de textos/discursos” (KOCH; BENTES; CAVALCANTE, 2007, p. 85), ou seja, diversos

⁹ Convém destacar que o agrupamento das classificações de intertextualidade apresentadas pelas autores é feito sob diversos critérios: intertextualidade das semelhanças x intertextualidade das diferenças (SANT’ANNA, 1985); intertextualidade implícita x intertextualidade explícita (PIÉGAY-GROS, 1996); intertextualidade por captação x intertextualidade por subversão (MAINGUENEAU, 1997); heterogeneidade mostrada x heterogeneidade constitutiva (MAINGUENEAU, 1997); heterogeneidade mostrada marcada x não-marcada (AUTHIER-REVUZ, 1990). Neste texto, consideramos apenas o que é recorrente nas reflexões de Koch.

¹⁰ “le détournement, qui consiste à produire un énoncé possédant les marques linguistiques de renonciation proverbiale mais qui n'appartient pas au stock des proverbes reconnus” (GRÉSILLON; MAINGUENEAU, 1984, p. 114).

gêneros. Com base nisso, as autoras propõem ainda a existência de uma *intertextualidade intergenérica*, em que “molduras comunicativas” assumem lugar em práticas sociais que não lhes são prioritariamente correspondentes, ou seja, quando um gênero exerce a função de outro (cf. KOCH; BENTES; CAVALCANTE, 2007, p. 64).

Em trabalhos contemporâneos sobre o tema, estudiosos da Linguística Textual têm retomado com certa frequência em suas discussões/reflexões duas propostas tipológicas intertextuais filiadas à teoria literária: a de Genette (2010 [1982]) e a de Piègay-Gros (1996). No primeiro caso, citem-se as pesquisas de Faria e Brito (2016) e Cavalcante, Faria e Carvalho (2017); já no segundo, o trabalho de Cavalcante (2012). Essas classificações interessam em virtude de sua produtividade para a construção e a produção de sentidos nos textos, não apenas verbais, frisa-se, mas sobretudo multimodais. Passemos a um breve resumo das duas propostas.

Ao detalhar como a intertextualidade opera dentro de textos específicos, Genette (2010) usa o termo *transtextualidade* para delinear metodicamente os arranjos das possíveis relações entre textos, depreendendo cinco tipos: *intertextualidade*, que supõe a presença efetiva de um texto em outro, caso de citação explícita, alusão ou plágio; *paratextualidade*, relação entre o texto em si e os paratextos que o circundam, tais como títulos, prefácios, epígrafes, etc.; *metatextualidade*, que se refere à relação de comentário, crítica, avaliação entre um texto e outro; *hipertextualidade*, quando um texto deriva outro, ou seja, é a relação que une um texto B (hipertexto) a um texto anterior A (hipotexto), seja por transformação (caso da paródia e do travestimento burlesco) ou por imitação (como o pastiche); e *arquitextualidade*, que põe um texto em relação a diversas classes às quais ele pertence, como o gênero em que se enquadra.

Ainda no caso da *hipertextualidade*, é importante registrar que, aos subtipos transformação e imitação que distinguem as práticas hipertextuais por derivação, Genette (2010) propõe outro critério de ordem funcional, denominado regime, o qual marca a distinção entre o satírico (que busca uma intenção crítica, por vezes agressiva ou irônica), o lúdico (que visa a um tipo de entretenimento) e o sério (que não tem função nem satírica, nem lúdica, situando-se num campo “neuro”). No entanto, segundo ressalta o próprio Genette, não se deve considerar a tripartição de forma radical, tendo em vista que, entre os regimes lúdico e sério, há o humorístico; entre o sério e o satírico, há o polêmico; e, entre o satírico e o lúdico, há o irônico.

Seguindo os pressupostos de Genette (2010), Piègay-Gros (1996), na seção “Typologie de l’intertextualité”, propõe uma classificação das relações intertextuais em dois grandes grupos: a *copresença*, na qual se observa, em distintos níveis de evidência, a relação entre dois ou vários textos, ou seja, a presença de fragmentos de textos previamente produzidos; e a

derivação, quando se verifica que um texto deriva de outro anteriormente existente. Com o intuito de estudar as diferentes formas intertextuais em sua singularidade, a autora destaca subtipos em ambos os casos.

As relações intertextuais por copresença podem ser explícitas ou implícitas. No primeiro caso, quando a fonte aparece de modo explicitado, tem-se a *citação*, que pode vir marcada ou não por sinais tipográficos diversos (aspas, recuo, itálico, diminuição da fonte); e a *referência*, em que se observa a remissão a elementos de outro texto (autor, personagem, obra) sem que haja necessariamente citação. Já no segundo caso, quando a fonte da enunciação não é explicitada, tem-se o *plágio*, uma apropriação do texto alheio; e a *alusão*, espécie de referenciação indireta (retomada sutil) que demanda maior capacidade de inferência por parte do leitor.

As relações intertextuais por derivação são caracterizadas pela transformação ou pela imitação de um texto. Neste caso, a autora destaca três tipos. A *paródia*, com diversos propósitos (humorísticos, poéticos), consiste na transformação de um texto-fonte, no qual se altera o conteúdo ou a estrutura, mas o estilo é mantido. O *travestimento burlesco*, em geral com finalidade satírica, consiste na reescritura do estilo de um texto cujo conteúdo é preservado. O *pastiche* caracteriza-se pela imitação do estilo de um autor ou dos traços de sua autoria. Aos tipos de relações intertextuais de derivação propostos por Piègay-Gros (1996), Cavalcante (2012), autora que retoma essa classificação, acrescenta a *paráfrase*, que consiste na repetição de um texto a fim de esclarecê-lo, com caráter didático, e o já mencionado *détournement*.

Elemento intertextual: uma das principais marcas dos *stickers* do WhatsApp

Conforme mencionado, defende-se a ideia de que um dos principais traços dos *stickers* seja o elemento intertextual, tendo em vista que a grande maioria deles mobiliza em sua construção outros textos. Saber o diálogo que as figurinhas estabelecem com outros enunciados previamente existentes é importante não só para compreendê-las, mas, sobretudo, para entender o que expressam quando são usadas nas situações de interação.

Do que vimos sobre intertextualidade, em especial quando as marcas do intertexto são explícita ou implicitamente reconhecíveis e demarcáveis, podemos verificar que os *stickers* trazem em sua composição grande parte dos processos intertextuais tratados (se não todos). Começamos pelo simples fato de que muitas figurinhas originam-se de outros enunciados. Enquadrando o processo no que Genette (2010) chama de “arquitextualidade” (quando um texto é posto em relação a diversas classes às quais ele pertence, como o gênero em que se enquadra) ou no que Koch, Bentes e Cavalcante (2007) nomeiam como “intertextualidade intergenérica”

(em que se vê a relação entre gêneros/produções textuais), é possível observar, entre outros, exemplos como os que seguem:

Figura 10 - *Stickers* com origem em outras produções



Fonte: arquivo pessoal.

Verifica-se a variedade de situações (e de gêneros) em que os *stickers* se apoiam para serem produzidos. Na linha de cima, lidos da esquerda para a direita, temos, na sequência, figurinhas compostas por:

- a foto da apresentadora de TV Hebe Camargo e um de seus bordões, “gracinha”¹¹, usado para enaltecer convidados, tende a expressar que alguém ou certo comportamento é simpático, educado ou “fofo”;
- a cena de vídeo de Geraldo Alckmin e da frase “como é bonita essa história”¹², pronunciada em sua campanha presidencial de 2018 após assistir a relatos da população, serve de comentário, sincero ou irônico, sobre algo postado;
- o momento do filme nacional “Tropa de Elite” (2007), em que Capitão Nascimento, protagonista vivido pelo ator Wagner Moura, pede uma vassoura para utilizar como objeto de tortura para tirar informações de um traficante, é usado para repreender algo dito/postado;
- o famoso desenho animado do Pica-Pau – composto pelo pássaro, seu cavalo fiel e companheiro Pé de Pano e o enunciado “vamos embora Pé de Pano” – busca convidar ou sugerir a um amigo para saírem em retirada;
- o meme da reação expressa pela menina Chloe ao ver a irmã (Lily) chorando após os pais contarem que iriam à Disney¹³, tende a ser usado como forma de dizer “não estou entendendo”, “o quê?”;
- um *emoji* (ideograma de origem japonesa usado em redes sociais para transmitir a ideia de uma palavra) com carinha desapontada (olhar caído) acrescido de mão em posição de

¹¹ FRASES marcantes de Hebe Camargo, **O Globo**, 29 set. 2012. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/frases-marcantes-de-hebe-camargo-6236321>. Acesso em: 20 jan. 2020.

¹² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1QLm42EaJaY>

¹³ Disponível em: <https://recordtv.r7.com/domingo-espetacular/videos/domingo-espetacular-explica-o-fenomeno-dos-memes-e-encontra-chloe-uma-das-maiores-estrelas-da-internet-14092018>.

“espere” e da palavra “chega”, serve para exprimir frustração, desapontamento, tristeza, crítica.

Na linha abaixo, encontram-se exemplos que também se apropriam de outras produções e as modificam. Uma vez mais, da esquerda para a direita, temos:

- um *gif* (espécie de vídeo de poucos segundos, replicado via redes sociais) com um gato, acompanhado de “IXI MARIA”, que é usado nas interações para expressar certo estranhamento;
- o hit “Caneta Azul” (postado no YouTube em outubro de 2019)¹⁴, composto e interpretado pelo maranhense Manoel Gomes, que viralizou e foi cantado por famosos; deu origem ao *sticker* usado para manifestar, de forma descontraída, que algo foi perdido;
- o ditado popular “Sem luta não há vitória” é alterado para “Sem lutas não há derrotas” no intuito de “motivar” ações de forma subversiva;
- a logomarca da Claro (empresa de telecomunicações do Brasil), acompanhada da expressão “... que não!”, é um *sticker* usado de forma divertida (já que a palavra “claro” pode significar algo certo, correto) para negar/contrariar algo;
- um gráfico (representação visual de dados e informações numéricas que visa medir e demonstrar proporções de forma) com o título “agora você passou do limite” é usado como forma de manifestar crítica.

No que concerne aos vários tipos de relações intertextuais nomeadas de “intertextualidade estilística” por Koch, Bentes e Cavalcante (2007), de “intertextualidade e hipertextualidade” por Genette (2010), ou ainda de “copresença e derivação” por Piègay-Gros (1996) – ressalvadas não apenas as peculiaridades dos olhares teóricos, mas também o modo como os modelos propostos, ao menos os dois últimos, foram pensados em textos literários majoritariamente verbais escritos –, pode-se verificar que muitas delas (consideradas as devidas adaptações) podem ser observadas na constituição de *stickers*, os quais, como já visto, podem ser apenas verbais, apenas visuais ou verbo-visuais. Atentemos aos exemplos que seguem:

¹⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BsIXE-0O8IY>.

Figura 11- *Stickers* cuja relação intertextual é estilística



Fonte: arquivo pessoal.

Os exemplos de *stickers* que compõem a primeira linha da Figura 11 apresentam marcas que nos levariam a enquadrá-los no que Piègay-Gros (1996) entende por relações intertextuais de copresença explícitas e implícitas [ou “intertextualidade”, conforme Genette (2010)]. Já os da segunda linha, de copresença por derivação [ou “hipertextualidade”, segundo Genette (2010)]. Antes de olharmos caso a caso, é preciso salientar que nem sempre as classificações dadas pelos teóricos são observadas com clareza no objeto de análise pelo fato de comporem enunciados multimodais, dado que evidencia a sua complexidade.

O primeiro *sticker* traz marcas intertextuais da citação, tendo em vista que o enunciado verbal escrito, demarcado pelo sinal tipográfico aspas, indica explicitamente o “autor” do dizer. A figurinha, que busca confirmar algo, é composta pela imagem do ex-jogador de futebol Ronaldinho Fenômeno (Ronaldo Luís Nazário de Lima) vestido de terno e gravata, e a expressão mais emitida por ele: “É”. No caso, podemos dizer que a imagem do ex-atacante funciona como uma apropriação do conteúdo, só que visualmente.

O segundo exemplo pode ser entendido como caso de referência, uma vez que se verifica a remissão verbal escrita a famoso (“Chan”) sem que haja necessariamente citação. No *sticker*, o ator oriental Jackie Chan, conhecido pelos filmes de ação com lutas marciais, tem seu sobrenome (Chan) associado à palavra “Tchan” (de pronúncia semelhante), parte do refrão da música do grupo “É o Tchan”, “Segura o tchan, amarra o tchan” (expressão de duplo sentido: momento repentino ou órgão genital). A figurinha, em geral, serve para advertir, pedindo “calma”, “segura a onda”.

O terceiro (e último) exemplo da primeira linha pode ser considerado alusão, espécie de referenciação indireta que exige maior capacidade de inferência por parte do leitor. Originado do meme conhecido como “A garota desastre”, o *sticker* traz a imagem de Zoe Roth, uma garotinha, com um sorriso malicioso, fotografada pelo pai (Dave Roth) em frente a um

treinamento do corpo de bombeiros, em 2004, na sua vizinhança, em Carolina do Norte (EUA)¹⁵. No geral, é postado para dizer “estou de olho”, “estou vendo o que está acontecendo”.

Retomando os exemplos da segunda linha, de “derivação” ou “hipertextualidade”, vemos que os dois primeiros são casos de paródia (mais precisamente *détournement*), o terceiro é pastiche e o quarto, paráfrase. A paródia, apenas lembrando, consiste na transformação de um texto-fonte, no qual se altera o conteúdo ou a estrutura, mas o estilo é mantido. Nos *stickers* é possível observar um tipo de paródia que se restringe a enunciados bem-humorados e curtos, o *détournement*. Em: “Desistir é para os fracos. Ideal é nem tentar”, o enunciado verbal (sobressalente a um fundo de pôr-do-sol em mar) altera, por meio da substituição de uma frase, o ditado popular “Desistir é para os fracos, persistir é para os fortes”.

O segundo exemplo de *détournement* é o que altera o texto verbal da logomarca da empresa Poupatempo (projeto criado e implantado pelo governo do estado de São Paulo que oferece em um mesmo local centenas de serviços) com o acréscimo do pronome “meu” (Poupa meu tempo), para dizer “não me faça gastar o tempo que tenho”. São muitos os exemplos de *stickers* que se valem da técnica intertextual do *détournement* para produzir humor e se constituir. Além da operação de acréscimo, nota-se a da substituição de palavras (“Sem lutas, não há derrotas”/ Sem lutas não há vitórias; “Falou pouco mas falou bosta”/ Falou pouco mas falou bonito) ou fonemas (Vaza/ Nasa; “Que Deus te elimine”/ Que Deus te ilumine).

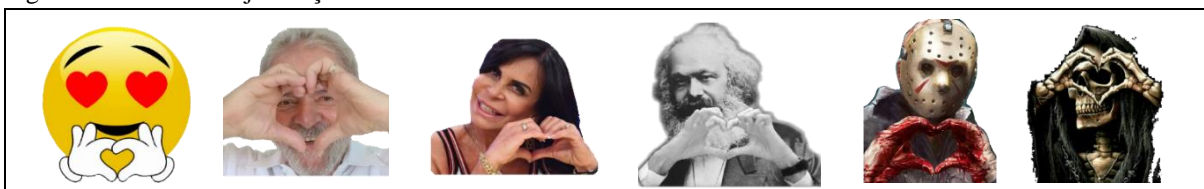
O terceiro exemplo, o da imagem de Mona Lisa (pintura do italiano Leonardo da Vinci), é um caso de *pastiche*, já que imita o estilo do pintor. O *sticker* simula a expressão introspectiva e um pouco tímida da Mona Lisa, por meio do rosto de uma menina, para pedir que o interlocutor se contenha. O último exemplo, considerando-se estritamente o enunciado verbal escrito, é um caso de *paráfrase*, tendo em vista que o termo “ninguém” de “Bom dia pra quem não bebe, ama a namorada, paga as contas em dia e responde o zap na hora, ou seja, ninguém” repete o enunciado anterior a fim de esclarecê-lo, condensá-lo. Ainda sobre esse *sticker*, cabe dizer que ele surgiu do meme batizado de “Te Sento a Vara”, criado pelo dono do perfil comercial no Instagram “sentoavara”, Henrique Soares da Rocha Miranda. O homem retratado é João Nunes Franco, de 92 anos, morador de uma cidade goiana.

Também é possível observar diferentes *stickers* compartilhando os mesmos temas. Trata-se do processo destacado por Koch, Bentes e Cavalcante (2007) por “intertextualidade temática”. A título de exemplificação, podemos considerar os casos de brincadeira com política, celebridades, religião ou relação de amizade. Há exemplos distintos, cujo propósito é expressar

¹⁵ Disponível em: <https://www.dicionariopopular.com/disaster-girl-garota-desastre/>.

a mesma ideia, retratando, portanto, um mote comum, como se vê em: “sinta-se abraçado”, “eu vi a mensagem que apagou”, “passou do limite”, “não gosto do que vejo”. Dentre os *stickers* que compartilham o mesmo tema, virou mania os que buscam manifestar carinho a partir do gesto de alguém juntando as mãos para formar um coração. O modo de declarar sentimentos nobres pode ser visto por *emoji* (primeira imagem da Figura 12) ou por famosos (demais imagens, da esquerda para a direita): a já citada Hebe Camargo, o ex-presidente Lula (Luiz Inácio Lula da Silva), a cantora Gretchen (Maria Odete Brito de Miranda Marques), o sociólogo Karl Marx, o serial killer Jason Voorhees (dos filmes de “Sexta-feira 13”) e Exu Caveira (entidade cultuada na umbanda e tida como leal e amiga). É claro que, embora o tema seja o mesmo, a intenção na escolha do referente que faz o coração no momento da postagem pode produzir sentidos distintos.

Figura 12 - *Stickers* cuja relação intertextual é temática



Fonte: arquivo pessoal.

Como se observa, a interpretação dos *stickers* requer recuperar de forma intertextual enunciados, situações e/ou os fatos, comumente veiculados na mídia, que motivaram sua criação. Sem uma memória das informações sobre o tema aludido pela figurinha ou sobre a sua origem, é difícil compreendê-la. Desse modo, o conhecimento intertextual é especialmente relevante nesse recurso humorístico de interação, como defendido e mostrado neste texto.

Considerações finais

Neste artigo, buscamos não apenas caracterizar os *stickers* do WhatsApp, mas também evidenciar que um de seus principais traços é a intertextualidade, elemento que interfere diretamente em sua produção de sentido. As relações intertextuais observadas na constituição das figurinhas são de níveis diversos: entre gêneros/produções, de ordem temática e estilística. A análise permitiu averiguar que, para cada *sticker*, dependendo do grau de viralização e do nível de criatividade, é possível encontrar, muitas vezes, textos/gêneros diversos, que, emergindo da internet (hit, meme, *gif*, *emoji*, vídeos) ou não (logomarcas, ditados, filmes, desenhos, fotos), caminham para uma standardização, uma vez que as diferentes produções acabam se tornando *stickers*.

Observa-se que o recurso dos *stickers* é hoje essencial para a produção de textos bem-humorados, por isso se mostra bastante eficaz como forma de interação nas redes sociais. As figurinhas permitem estabelecer diálogo sobre qualquer assunto, expressar diferentes sentimentos, fazer comentários diversos, mostrar posicionamento sobre algo. Tudo isso com a grande vantagem em tempos de interação: economia de tempo e espaço.

Desse modo, considerando-se a diversidade não só de temas, mas também de recursos linguísticos e imagéticos, pode-se dizer que, ao falarmos de *stickers*, estamos nos reportando a uma rica e multifacetada prática linguageira digital, que, por meio da viralização e da intertextualidade, assume proporções gigantescas e imprevisíveis na construção de sentidos.

Referências

ALVES, P. WhatsApp supera o Facebook e é o aplicativo mais popular do mundo, **Techtudo**, 18 jan. 2019. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2019/01/whatsapp-supera-o-facebook-e-e-o-aplicativo-mais-popular-do-mundo.ghtml>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

ARNOLD, F. Mais que um sticker: uma expressão urbana, **Beta**, 29 abr. 2017. Disponível em: <<http://www.betaredacao.com.br/mais-que-um-sticker-uma-expressao-urbana/>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

AUTHIER-REVUZ, J. Heterogeneidade(s) enunciativa(s). **Cadernos de Estudos Linguísticos**, Campinas, n. 19, p. 25-42, jul./dez. 1990.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

CAPUANO, A. O que há por trás do fenômeno das figurinhas do WhatsApp. **Veja**, 4 dez. 2019. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/entretenimento/o-que-ha-por-tras-do-fenomeno-das-figurinhas-do-whatsapp/>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

CAVALCANTE, M. M. **Os sentidos do texto**. São Paulo: Contexto, 2012, p. 145-170.

CAVALCANTE, M. M.; CUSTÓDIO FILHO, V.; BRITO, M. A. P. **Coerência, referência e ensino**. São Paulo: Cortez, 2014.

CAVALCANTE, M. M.; FARIA, M. G. S.; CARVALHO, A. P. L. Sobre intertextualidades estritas e amplas. **Revista de Letras**, v. 36, n. 2, p. 7-22, jul./dez. 2017.

CONHEÇA Shepard Fairey, criador do pôster de Obama que provoca paixões e críticas, **O Globo**, 27 mar. 2009. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/conheca-shepard-fairey-criador-do-poster-de-obama-que-provoca-paixao-criticas-3130098>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

CONGO, M.; FRAGA, N. *Stickers* são uma nova forma de comunicação, **O Estado de São Paulo**, 25 ago. 2013. Disponível em: <<https://link.estadao.com.br/noticias/geral,stickers-sao-nova-forma-de-comunicacao,10000033083>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

CRIADOR do pôster *Hope* diz que Obama se calou demais durante a presidência, **Ípsilon**, 15 mai. 2016. Disponível em: <<https://www.publico.pt/2016/05/15/culturaipilon/noticia/criador-do-poster-hope-diz-que-obama-se-calou-vezes-demasiadas-durante-a-sua-presidencia-1732058>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

FARIA, M. S.; BRITO, M. A. P. Intertextualidade e textos multimodais: uma relação estreita. **Intersecções**, ed. 18, ano 9, n. 1, p. 112- 120, fevereiro/2016

FERREIRA, A. B. H. **Novo Aurélio Século XXI**: o dicionário de língua portuguesa. 3. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro; Nova Fronteira, 1999.

FRANCO, M. Figurinhas se tornam o novo vocabulário em redes sociais, **Folha de S.Paulo**, Equilíbrio e saúde, 25 jun. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2019/06/figurinhas-se-tornam-o-novo-vocabulario-em-redes-sociais.shtml>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

FRASES marcantes de Hebe Camargo, **O Globo**, 29 set. 2012. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/frases-marcantes-de-hebe-camargo-6236321>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

GENETTE, G. **Palimpsestos**: a literatura de segunda mão. Trad. Cibele Braga et al. Belo horizonte: Edições Viva Voz, 2010 [1982].

GERMANO, F. 2019, o ano em que as figurinhas de WhatsApp chegaram e mudaram nossa vida. Tilt, **UOL**, 27 dez. 2019. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2019/12/27/2019-foi-o-ano-delas-por-que-amamos-tanto-usar-as-figurinhas-do-whatsapp.htm>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

GRÉSILLON, A.; MAINGUENEAU, D. Polyphonie, proverbe et détournement, ou un proverbe peut en cacher un autre. **Langages**, 19e. année, n. 73, p. 112-125, 1984.

HURLEY, M. The poster. **Rampages**, 18 nov. 2015. Disponível em: <<https://rampages.us/monicahurley/2015/11/18/the-poster/>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

KOCH, I. G. V. **Introdução à linguística textual**: trajetória e grandes temas. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

KOCH, I. G. V.; BENTES, A. C.; CAVALCANTE, M. M. **Intertextualidade**: diálogos possíveis. São Paulo: Cortez, 2007.

KRISTEVA, J. **Introdução à semanálise**. São Paulo: Perspectiva, 1974 [1969].

LUIZ, M. Indiozinho que invadiu ruas de Porto Alegre em adesivos ganha o mundo, **G1**, 9 jul. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2015/07/indiozinho-que-invadiu-ruas-G1-globo.com>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em Análise do Discurso**. 3. ed. Campinas: Pontes, 1997.

MERIGO, C. **Obey The Giant**: curta conta a história de Shepard Fairey, b9, 17 abr. 2013. Disponível em: <<https://www.b9.com.br/36302/obey-giant-shepard-fairey/>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

MICHAELIS. **Moderno dicionário inglês-português, português-inglês**. São Paulo: Melhoramentos, 2000.

OBEY THE GIANT: curta conta a história de Shepard Fairey, **B9**, 17 abr. 2013. Disponível em: <<https://www.b9.com.br/36302/obey-giant-shepard-fairey/>> Acesso em: 20 jan. 2020.

PIÈGAY-GROS, N. **Introduction à l' intertextualité**. Paris: DUNOD, 1996.

PRETI, D. O vocabulário oral popular: a gíria. In: PRETI, Dino. **Estudo de língua oral e escrita**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004. p. 65-113.

RODRÍGUEZ, V. WhatsApp incluirá los stickers de Facebook y usará los servidores de la red social, **Molvizona**. Disponível em: <<https://www.movilzona.es/2017/05/24/whatsapp-incluire-los-stickers-de-facebook-y-usaria-los-servidores-de-la-red-social/>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

SANT'ANNA, A. R. de. **Paródia, paráfrase e cia**. São Paulo: Ática, 1985.

STICKERS: os adesivos que colorem o mundo. **Bastião**, ed. 2, ano 1, 18 out. 2011. Disponível em: <https://issuu.com/revistabastiao/docs/bastiao_02>. Acesso em: 20 jan. 2020.

TRINDADE, R. Figurinhas começam a chegar no WhatsApp; veja como usar, Tilt, **UOL**, 25 out. 2018. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/tecnologia/noticias/redacao/2018/10/25/figurinhas-comecam-a-chegar-no-whatsapp-veja-como-usar.htm>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

WHATSAPP lança figurinhas e clima de eleição pega carona, **GMC**, 28 out. 2018. Disponível em: <<https://gmconline.com.br/noticias/politica/whatsapp-lanca-figurinhas-e-politica-pega-carona>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

WORDREFERENCE. **Dicionários on-line de idiomas**. Disponível em: <<https://www.wordreference.com/enpt/sticker>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

Sobre as autoras

Ana Cristina Carmelino ([Orcid iD](#))

Doutora e mestra em Linguística e Língua Portuguesa pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP), com estágio pós-doutoral no Instituto de Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP); graduada em Letras pela UNESP. É professora do Departamento de Letras da Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP).

Lídia Kogawa ([Orcid iD](#))

Graduanda em Letras - Francês na Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP).
Graduada em Comunicação Institucional pela Universidade Braz Cubas.

Recebido em janeiro de 2020.

Aprovado em maio de 2020.