

Representatividade de gênero em *emojis*: uma pesquisa exploratória comparativa entre São Paulo e Recife sobre a congruência de estratégias de uso e produção pictográfica em plataformas digitais *Gender representation in emojis: an exploratory research of the congruence between use and pictographic production in digital platforms*

Raquel Klafke, Hana Leite, Daniela Hanns & Hans Waechter

emoji, design, gênero, uso

Nos últimos anos, o *Unicode Consortium* se dedicou a ampliar a representatividade de gênero em *emojis*, pictogramas digitais que potencializam a comunicação textual. Contudo, apesar de seus esforços, ferramentas indicam que os mesmos signos são muito pouco utilizados. Para investigar a questão, apresenta-se neste artigo o resultado de estudo exploratório sobre critérios empregados no uso de *emojis* por seus usuários, que considerou um panorama comparativo entre usuários das cidades Recife e São Paulo com métodos quanti e qualitativos, enfoque sobre o marcador “gênero”. A pesquisa quantitativa contou com 85 respondentes e foi baseada nas dimensões sintática, semântica e pragmática da imagem. A etapa qualitativa foi conduzida com 13 entrevistas presenciais para aprofundamento. Como resultado, observou-se alguns critérios recorrentes, como (1) a representação de identidade por mais de um aspecto além de gênero (semântico), (2) a similaridade física como aspecto relevante (sintático) e (3) escolhas a partir de usos específicos, como expressão de emoções (pragmática). Concluiu-se, a partir de depoimentos, dados e padrões, que a dimensão que mais afeta a questão investigada é a pragmática: mesmo projetados para representar diversos gêneros, os *emojis* analisados carecem de características que os tornem “expressivos” – como expressões faciais diferentes –, fazendo com que, na prática, não sejam utilizados. O estudo aponta, portanto, que compreender de forma mais ampla a dimensão de uso de signos digitais, abrangendo seus significados e aplicações por parte de usuários, contribui para a produção de signos mais assertivos para uso em mensagens instantâneas.

Emoji, design, gender, use

For the past years, the Unicode Consortium has broadened gender representation in emoji, digital pictograms that improve written communication. However, despite the efforts, tools show that those signs are not very used. To understand this issue, this paper presents the results of an exploratory research on users criteria to choose and use emoji, considering users in the cities Recife and São Paulo with quantitative and qualitative methods focusing on gender. The quantitative approach was based on syntactic, semantic and pragmatic questions, held among 85 users. The qualitative approach was held among 13 users with deeper interviews. As result, some recurring patterns were observed, such as (1) the self-representation by several aspects besides gender (semantic); (2) the physical similarity as a relevant issue (syntactic); and (3) choices based on specific uses, as emotional expression (pragmatic). It's concluded, based on testimonies, data and patterns, that the pragmatic dimension is the most significative regarding the low usage of representative emoji, due to their lack of diverse facial expressions. This research shows, therefore, that a deeper comprehension about the pragmatic dimension of emoji can help the design of more meaningful emoji, improving the experience of digital communication.

1 Introdução

O presente artigo resulta da investigação de critérios de escolha de *emojis* empregados por usuários tendo como foco o marcador “gênero”. De acordo com o *Unicode Consortium* (Davis & Edberg, 2017), *emojis* são

pictogramas (símbolos pictóricos) comumente apresentados com aparência cartunesca e usados em conjunto com textos. Eles representam coisas como faces, clima, veículos e prédios, comidas e

Anais do 9º CIDI e 9º CONGIC

Luciane Maria Fadel, Carla Spinillo, Anderson Horta, Cristina Portugal (orgs.)

Sociedade Brasileira de Design da Informação – SBDI

Belo Horizonte | Brasil | 2019

ISBN 978-85-212-1728-2

Proceedings of the 9th CIDI and 9th CONGIC

Luciane Maria Fadel, Carla Spinillo, Anderson Horta, Cristina Portugal (orgs.)

Sociedade Brasileira de Design da Informação – SBDI

Belo Horizonte | Brazil | 2019

ISBN 978-85-212-1728-2

bebidas, animais e plantas, ou ícones que representam emoções, sentimentos ou atividades. (tradução nossa)

Dentre vários aspectos que compõem uma percepção de identidade, escolheu-se focar “gênero” em função do histórico recente de projetos concebidos para promover maior representatividade de mulheres. De acordo com dados apresentados por Been et al. (2016), mulheres compõem a maior parcela de usuários de *emoji*. Abordar a questão é, portanto, de interesse do design enquanto projeto em ação – de aprimorar experiência e de se pensar politicamente a linguagem (Kress & van Leeuwen, 2006).

Contudo, de acordo com as ferramentas *EmojiTracker* (2013) (Figura 1) e *EmojiStats* (2019) (Figura 2), que contabilizam o uso de *emojis* nas plataformas *Twitter* e *iOS*, *emojis* “representativos” são pouco usados em comparação com outros *emojis* (Figura 3). Em Leite (2018), confirma-se a predominância no padrão de uso de *emojis* que representem expressões, emoções e gestos (como *smileys* 😊). Nota-se, portanto, que existe um descompasso entre a implementação de *emojis* pelo *Unicode* e o uso efetivo desses *emojis* por usuários.

Figura 1: Interface do contador *EmojiTracker* (elaborado pelos autores a partir de captura de tela).

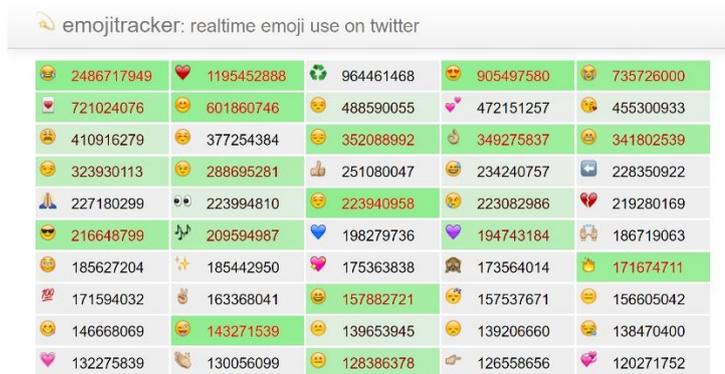


Figura 2: Interface do contador *EmojiStats* (elaborado pelos autores a partir de captura de tela).



Figura 3: Exemplos de *emojis* “representativos” e “smiley” (elaborado pelos autores com imagens disponibilizadas no portal *Emojipedia*).



Neste estudo, parte-se da verificação exploratória de critérios de uso de *emojis*. O artigo está dividido em: *Método*, que traz as abordagens quantitativa e qualitativa do estudo; *Objeto de Estudo* e sua contextualização; e *Resultados*, com o fito de "otimizar questões de estrutura, significado e uso pelo sujeito em contexto determinado, visando a interação com a informação de modo acessível, compreensível, utilizável e simples" (Passos, Mealha & Lima-Marques, 2015, p. 1015).

O trabalho deriva de estudos anteriores de Leite (2018) e Klafke (2019), que investigam as relações entre produção e uso de *emojis* nas cidades de Recife e São Paulo, respectivamente, oferecendo um parâmetro comparativo geográfico para análise.

2 Objeto de estudo

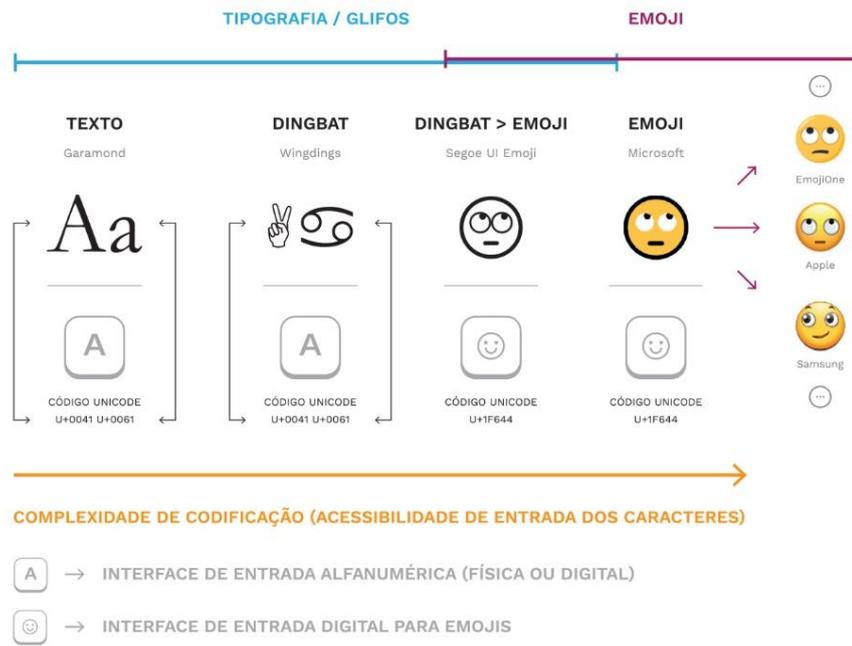
Emoji, smiley, emoticon

O meio escrito na comunicação digital, de natureza verbal, carece de elementos típicos de interações sociais – como expressões faciais, gestos e sons –, precisando de complementos para aperfeiçoar sua aplicação pragmática (Gulşen, 2016). Os *emoticons* foram uma primeira tentativa: mapeados desde os anos 80, são representações tipográficas que conferem à palavra uma nova visualização gráfica, como ":-)" (felicidade) ou ":-(" (tristeza).

Os *emoticons* são inspirados nas expressões humanas, como o *smiley* – ícone amarelo com um sorriso, utilizado como referência para signos digitais nos anos 90 e início dos anos 2000. À combinação tipográfica se confere volume, forma e cor, ampliando as possibilidades de comunicação. A relação evolutiva entre *smiley* e *emoticon* se torna evidente ao observar-se que essas palavras eram usadas como sinônimos (Klafke, 2019).

Tecnicamente, *emojis* são gráficos codificados como fonte tipográfica. É uma forma de representação pictórica que amplia as possibilidades abertas por *emoticons* e *smileys*. Os *emojis* podem ser apresentados como: 1) *emojis* – gráficos, com design policromático; 2) texto – *emojis* textuais (glifos), semelhantes aos dingbats, com design monocromático mas com interface de entrada diferente da alfanumérica (Figura 4) (Leite, 2018).

Figura 4: Gráfico da relação entre representação gráfica, interface de entrada e complexidade de codificação dos *emojis* e fontes tipográficas (Leite, 2018, p. 23).



O Consórcio Unicode e a produção de signos

O *Unicode Consortium* é uma organização internacional sem fins lucrativos que se dedica a desenvolver padrões de codificação e decodificação universais de caracteres digitais para proporcionar comunicação consistente entre diferentes plataformas. A partir dos anos 2000, desenvolveu uma forma particular de apresentação de caractere: o *emoji*.

A produção de *emojis* segue um percurso anual de ideação, aprovação e desenvolvimento (Klafke, 2019): abre-se um processo livre de submissão de propostas, analisadas por um sub-comitê dedicado ao assunto (*Unicode Emoji Sub-Committee*, com membros como *Apple*, *Microsoft*, *Facebook* e *Google*). Uma vez aprovadas, podem ser implementadas pelas principais empresas do mercado (Figura 5).

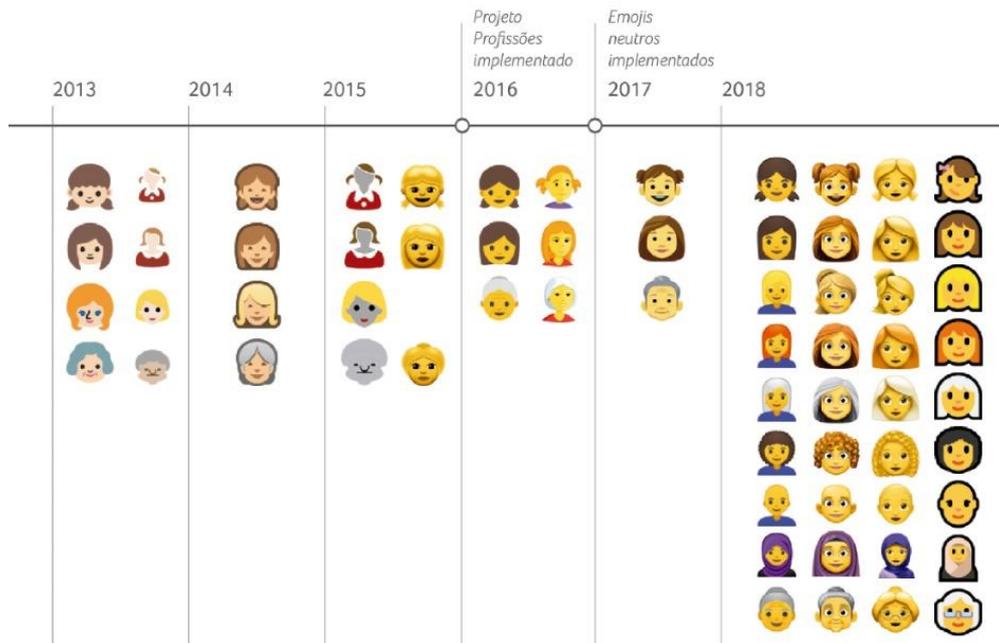
Figura 5: Exemplo de *emojis* pertencentes à mesma categoria (Unicode, 2019).

person															
Nº	Code	Browser	AppI	Goog	FB	Wind	Twtr	Joy	Sams	GMail	SB	DCM	KDDI	CLDR Short Name	
198	U+1F47E													baby	
199	U+1F902													child	
200	U+1F466													boy	
201	U+1F467													girl	
202	U+1F901													person	

O processo de criação e implementação de *emojis* levanta questões sobre produção de signos, pois muitas propostas aprovadas são apresentadas pelas mesmas empresas que participam do *Unicode* (Klafke, 2019). A pauta de gênero foi um interesse específico: com o projeto *Expanding Emoji Professions: Reducing Gender Inequality*, (Been et al., 2016) o

número de discussões sobre representatividade de mulheres na comunicação digital aumentou. Desde então, cada atualização do padrão *Unicode* considera uma expansão de signos em relação ao tema gênero, buscando tornar a comunicação digital mais representativa (Figura 6).

Figura 6: Exemplo da expansão de *emojis* relacionados a gênero ao longo de 2015 a 2019 (Klafke, 2019).



Uma perspectiva de gênero

Aqui, admite-se a perspectiva de Butler (2016) para se compreender gênero. A autora desenvolve o conceito de performatividade, ou sua construção a partir de atos repetidos que naturalizam discursos e noções relacionados a reprodução, sexualidade e identidade. Esse modelo permite visualizar interpretações mais representativas e igualitárias, uma vez que é possível modificar padrões e subverter noções naturalizadas de gênero – ao que chama de *atos emancipatórios*.

O modelo de Butler (2016) oferece bases com aplicações práticas no campo do design, pois cultura material e imaterial podem ser interpretadas como atos performativos. O design é capaz, portanto, de naturalizar ou subverter noções de gênero (Klafke, 2019). Ao utilizar *emojis* como recurso para fortalecer um determinado posicionamento em relação ao gênero, o *Unicode Consortium* produz discursos com a intenção ideológica de igualdade e representatividade, tornando-se um exemplo de ato emancipatório.

Se o design de informação busca atender às necessidades humanas a partir da articulação de objetos dotados de funções simbólicas, estéticas e práticas (Braidá & Nojima, 2014, p. 21), os *emojis* possuem um alto potencial para se explorar a questão de gênero: de uma perspectiva estética, por tangibilizar visualmente a diversidade de representações; em termos práticos, por ampliar o vocabulário do dia-a-dia com novas possibilidades de autoidentificação; por último, em termos simbólicos, por dar visibilidade à discussão de representatividade feminina e sugerir uma quebra arbitrária de padrões comunicativos.

3 Método

Essa pesquisa foi elaborada a partir da combinação de métodos quantitativos e qualitativos de levantamento de dados. O objetivo da estratégia foi identificar padrões comuns de uso

relacionados às dimensões semântica, pragmática e sintática (Gomes Filho, 2006; Braida & Nojima, 2014), enquanto a abordagem qualitativa auxiliou na compreensão acerca do juízo de usuários para uso de *emojis* específicos. Para compreensão de gênero, utilizou-se o modelo proposto por Butler (2016).

Levantamento quantitativo: aplicação de questionário

A etapa quantitativa foi realizada a partir de questionário desenvolvido e implementado pela ferramenta *Typeform*. As questões foram elaboradas a partir das dimensões semântica, pragmática e sintática, e o questionário foi disponibilizado *on-line* para residentes das cidades de Recife (28 respondentes) e São Paulo (57 respondentes). As imagens de *emojis* utilizadas para elaboração de perguntas são de autoria da empresa *Apple*, devido à popularidade que apresentam nos meios *on-line* e *off-line* (Figura 7).

Figura 7. Objetos produzidos a partir da estética de *emojis* da Apple (elaborado pelos autores a partir de registros fotográficos feitos em São Paulo ao longo de 2018).



Em São Paulo, o acesso ao formulário foi distribuído em comunidade de pessoas relacionadas a tecnologia e empreendedorismo. Em Recife, o acesso ao formulário foi distribuído em comunidade de pessoas de profissões variadas das áreas de ciências humanas, da saúde e exatas, como design, engenharias, artes, economia, direito, e ciência da computação. Em ambas as cidades, os usuários possuíam alta afinidade com tecnologias, eram integrantes de classe média, possuíam educação superior incompleta ou completa e eram predominantemente brancos e pardos.

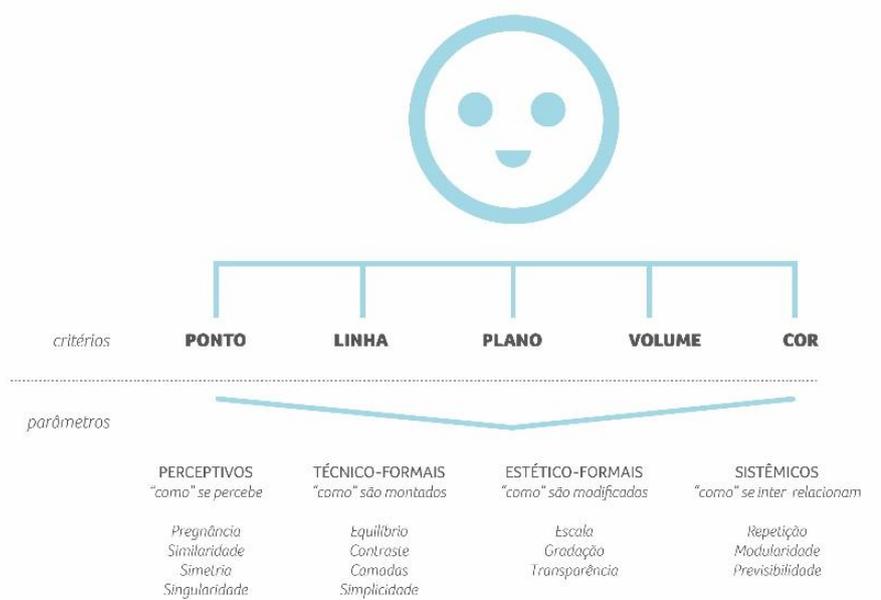
Levantamento qualitativo: entrevistas

As entrevistas foram realizadas com 13 respondentes (6 em Recife, 7 em São Paulo). O roteiro foi elaborado a partir de perguntas do questionário quantitativo. Manteve-se a opção de perguntas abertas para explorar os critérios de uso de seus usuários. O cruzamento de dados quantitativos e qualitativos permitiu a identificação de critérios empregados por usuários de *emojis*.

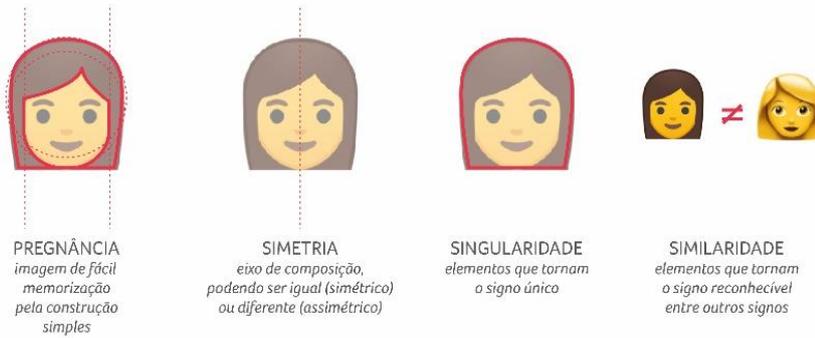
Elaboração das perguntas

As perguntas elaboradas para o questionário e entrevistas (Tabela 1) foram baseadas nas dimensões apresentadas por Gomes Filho (2006): sintática, semântica, pragmática. Por sintática, entende-se “o conjunto de relações que existe entre as unidades: palavras, signos e símbolos que formam o vocabulário” (como se estruturam visualmente, ver Figuras 8 a 12); por semântica “a dimensão do próprio objeto e da coisa significada” (o que representam); e, por pragmática, “a relação entre os signos e seus usuários, ou seja, seus intérpretes” (frequência, uso e finalidade).

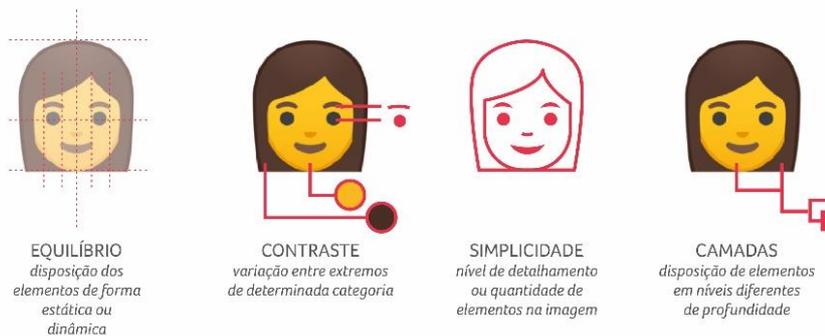
Figuras 8 a 12: Desdobramentos sintáticos de *emojis* (Klafke, 2019).



parâmetros PERCEPTIVOS



parâmetros TÉCNICO-FORMAIS



parâmetros **ESTÉTICO-FORMAIS**



parâmetros **SISTÊMICOS**



Tabela 1: Relação de perguntas relacionadas às dimensões pragmáticas, sintáticas e semânticas (elaborado pelos autores).

Abordagem	Pergunta	Objetivo	Dimensão
Quantitativa	Com que frequência você utiliza <i>emojis</i> em mensagens (balões de conversa)?	Entender a presença de <i>emojis</i> no processo de comunicação dos usuários.	Pragmática
	Com qual finalidade você usa <i>emojis</i> ?	Entender por que usuários optam por usar <i>emojis</i> dentre suas ferramentas de comunicação.	Pragmática
	Na sua opinião [escala], o quanto <i>emojis</i> representam você?	Explorar a assertividade do <i>emoji</i> enquanto solução gráfica para se representar.	Semântica
	Qual dos grupos abaixo apresenta <i>emojis</i> que, na sua percepção, mais representam você?	Entender que significados usuários atribuem a <i>emojis</i> para considerá-los representativos.	Semântica
	Do grupo selecionado, com qual <i>emoji</i> você mais se identifica?		
	Por que você escolheu (ou não) as	Explorar os aspectos visuais que tangibilizam o conceito de	Sintática e Semântica

	imagens anteriores como <i>emojis</i> que melhor representam você?	representação. Entender que significados usuários atribuem a <i>emojis</i> para considerá-los representativos.	
	Considerando que eles representem você, por que os <i>emojis</i> aqui identificados não se encontram entre os mais utilizados em seu dia a dia?	Entender por que certos <i>emojis</i> não são utilizados, mesmo identificados como “representativos”. Explorar quais aspectos visuais tornam os <i>emojis</i> “utilizáveis”.	Pragmática, Sintática e Semântica
Qualitativa	Qual é a frequência de uso de <i>emojis</i> ? Quais são os usos mais comuns? Por quê?	Entender a presença de <i>emojis</i> no processo de comunicação dos usuários.	Pragmática
	Você costuma usar esse <i>emoji</i> ? Por quê?	Entender por que certos <i>emojis</i> são ou não utilizados, mesmo identificados como “representativos”.	Pragmática
	O que, para você, significa que os “ <i>emojis</i> representam você”?	Entender de forma ampla o significado de “representação”.	Semântica
	Qual dos <i>emojis</i> mais representa você? Por quê?	Entender que significados usuários atribuem a <i>emojis</i> para considerá-los representativos. Explorar os aspectos visuais que tangibilizam o conceito de representação.	Sintática e Semântica
	Na sua opinião, <i>emojis</i> precisam ser representativos? Como podem ser mais representativos?	Explorar as possibilidades de expansão de significados para ampliar a dimensão de uso de <i>emojis</i> . Explorar os aspectos visuais que tangibilizam o conceito de representação.	Sintática e Semântica

Há de se destacar que, apesar da separação entre elas para fins didáticos, elas se inter-relacionam, sobrepõem ou mesmo se anulam. Por isso uma pergunta pode explorar mais de uma dimensão.

4 Resultados

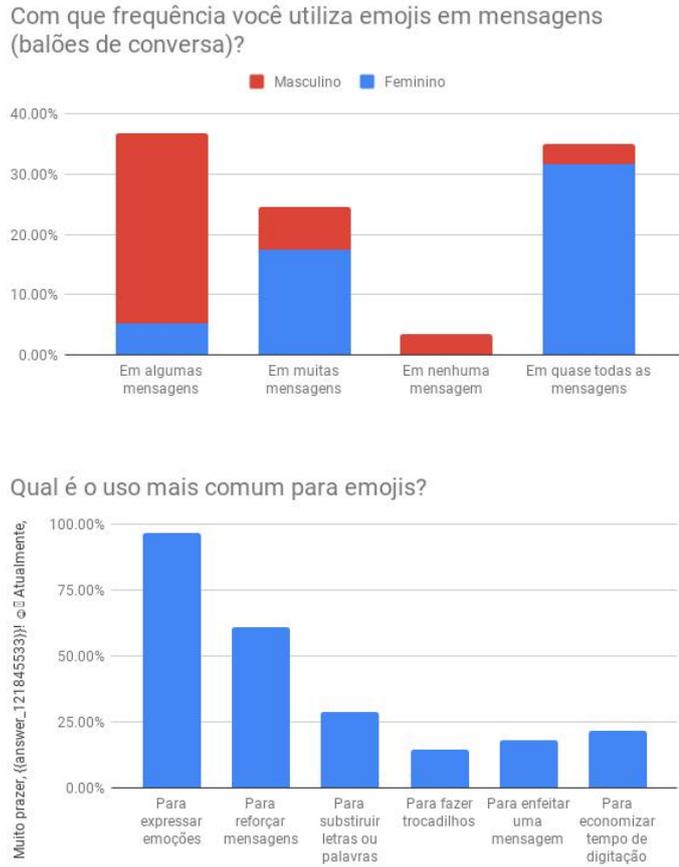
Resultados quantitativos

Contexto Recife

A cidade de Recife contou com 28 respondentes, sendo 54,39% com gênero declarado feminino e 45,61% com gênero declarado masculino. A faixa etária é bem distribuída na amostra, consistindo em 35,71% entre 26 a 30 anos, 28,57% entre 31 a 35 anos e 28,57% acima de 36 anos.

A maioria das mulheres declara usar muitos *emojis* em quase todas as mensagens (49,04%), enquanto homens respondem por 31,58% dos usuários que usam apenas em algumas mensagens. Homens tendem a usar *emojis* para economizar tempo ou substituir palavras, enquanto mulheres recorrem a critérios pessoais de comunicação, como fazer trocadilhos ou enfeitar textos. Contudo 96,43% do total considera-os para expressar emoções, seguido por 60,71% que utilizam para reforçar mensagens textuais (Figuras 13 e 14).

Figuras 13 e 14: Gráficos ilustrativos sobre hábitos de uso de usuários de *emojis* em Recife (elaborados pelos autores).



A maioria dos usuários (67,86%) não considera que *emoji* os representa. As únicas usuárias que se sentem representadas (14,29%) declaram utilizar os *emojis* apontados na pesquisa com frequência, sendo o principal argumento a semelhança com aparência física (função sintática). Os usuários que não os utilizam têm justificativas variadas, como "não costumo expressar meu visual por *emojis*" ou "porque uso mais os que possuem carinhas expressivas". As afirmações são coerentes com o resultado de uso mais comum de *emojis*, que coloca em primeiro plano a expressão de emoções como critério principal para a função pragmática (Rothenberg, 2013; Leite, 2018; EmojiXpress, 2019).

Em Recife, os respondentes selecionaram mais tons de pele diferentes do padrão amarelo, sugerindo maior abertura para expressão de etnias. Os grupos mais escolhidos estão representados na Figura 15. Também não citaram etnia em nenhuma justificativa possível entre as respostas abertas. Gênero não se destacou como um critério declaradamente relevante de representação, apesar dos participantes escolherem *emojis* do mesmo gênero que suas declarações.

Figura 15: Grupos mais escolhidos em pesquisa aplicada em Recife (elaborado pelos autores com imagens disponibilizadas em *Emojipedia*).



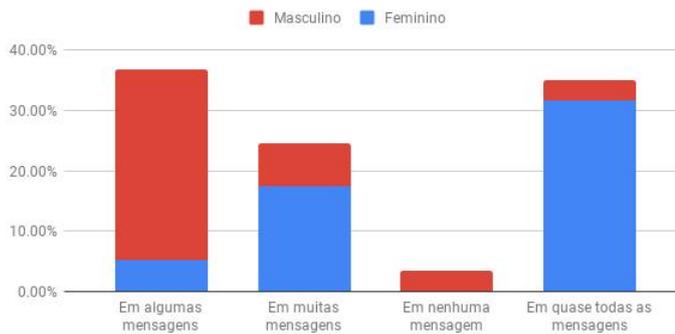
Contexto São Paulo

A cidade de São Paulo teve 57 respondentes: 54,39% com gênero declarado feminino e 45,61% com gênero declarado masculino. A distribuição etária foi equilibrada: 35,09% com idades entre 19 a 25 anos, 33,33% entre 26 a 30 anos, 21,05% entre 31 a 35 anos e os demais acima de 36 anos.

Assim como em Recife, mulheres tendem a usar mais *emojis*, declarando usá-los na maioria de seus envios, e ambos os gêneros têm como função prática primária a expressão de emoções. “Enfeitar mensagens” foi mais recorrente em mulheres (Figuras 16 e 17). *Emojis* também são considerados para reforçar conteúdos textuais, correspondendo à utilidade prática declarada de 68,42% dos respondentes.

Figuras 16 e 17: Gráficos ilustrativos sobre hábitos de uso de usuários de *emojis* (elaborados pelos autores).

Com que frequência você utiliza emojis em mensagens (balões de conversa)?



Qual é o uso mais comum para emojis?



Diferente de Recife, mais da metade dos respondentes consideram que *emojis* os representam bem (57,90%). Mulheres tendem a se sentir mais representadas. Os grupos mais citados como representativos correspondem aos apresentados na Figura 18. Houve bastante variação em relação a cores, refletindo uma variedade de representação dos participantes. A

justificativa mais comum foi o critério aparência, como cor do cabelo, cor da pele ou mesmo penteado.

Figura 18. Grupos mais escolhidos em pesquisa aplicada em São Paulo (elaborado pelos autores com imagens disponibilizadas em *Emojipedia*).



Apesar dos números, a maioria dos respondentes indicou que não utiliza os *emojis* apontados como representativos de si (80,70%). Como justificativa, encontram-se os principais argumentos a falta de expressividade nas faces e a falta de aplicação prática em conversas cotidianas. Observa-se, portanto, um descompasso entre como usuários utilizam seus *emojis* e como eles são projetados para ampliar a representatividade em plataformas digitais.

O critério "gênero" não apareceu nas questões abertas em relação ao uso de *emojis*, apesar de haver uma correspondência direta entre gênero declarado e *emoji* escolhido como referencial de identificação. Etnia apresentou ocorrências explícitas, como "[...] a cor amarela deixa de lado a questão de raça".

Outro dado interessante se refere à usabilidade de *emojis* com diferentes tons de pele. Afirmações como "[...] escolher a amarela porque tenho preguiça de ficar escolhendo cor de pele e cabelo" apontam para a interface como um dos possíveis fatores que justificam o baixo uso de *emojis* com modificadores.

Resultados qualitativos

Contexto Recife

A primeira pergunta da entrevista abordou a dimensão pragmática, explorando a frequência de uso de *emojis*. A abordagem qualitativa permitiu observar outro potencial de objeto de estudo – as *figurinhas* e os *gifs*, pela liberdade criativa de criar suas próprias imagens. Mas, em geral, todos utilizam *emojis* com frequência. Quanto à função do *emoji*, as respostas foram semelhantes entre usuários: para expressar emoções e reforçar mensagens.

A segunda pergunta, de natureza semântica, trata do que significa "representação" para os usuários. A premissa do *Unicode Consortium*, ao trabalhar com variações visuais de diferentes categorias de *emoji*, apoia-se em uma noção de representação política – etnia, gênero. Esses aspectos, contudo, não foram mencionados pelos usuários. Ao invés disso, os entrevistados relacionaram "representação" a um conceito mais amplo de identidade, que se relaciona com características físicas, comportamentos, gostos pessoais ou sentimentos específicos.

"Eu prefiro *emoji* com animais e desenhos. Os rostos humanos não me representam. Uso mais gatinhos." – usuário S

"Eu não me sinto representado por nenhum, mas gosto de usar a do grupo 5" [mulheres de cabelo liso e longo] – usuário F A

"Porque ele parece comigo fisicamente (cor da pele, estilo de corte de cabelo e barba)" – usuário J

Mesmo sem declarar o aspecto gênero para definir representatividade, a maioria dos usuários identificaram seus *emojis* de acordo com seus gêneros declarados, com exceção de 2 usuários que não se sentiram representados por nenhum *emoji* humano (de gênero neutro ou não). Durante a seleção, os usuários se concentravam nos *emojis* de seus gêneros correspondentes, para depois definir outras características (como tom de pele e corte/cor de cabelos).

Por fim, os *emojis* considerados “representativos” não são usados no dia-dia pelos usuários, em função da falta de expressão e ações, coerente com as funções dos *emojis* anteriormente apontadas: expressar emoções e reforçar mensagens.

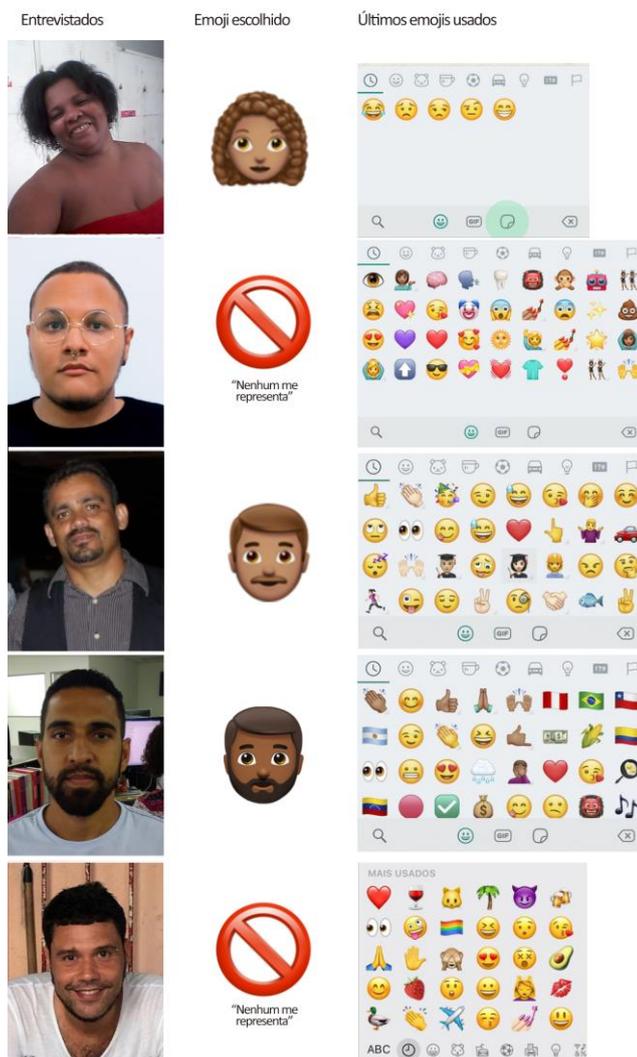
“Não tinha conhecimento desse *emoji*. Uso mais o rostinho (*smiley*). Porque eles expressam mais.” – usuário C

“Eu só a utilizo quando refiro a mim mesma, e uso *emoji* mais pra falar para outros e para ações”. – usuário C B

Além disso, foi possível notar a influência das opções disponíveis na pesquisa na definição de *emojis* mais usados, pois nem todos os usuários estão familiarizados com o conjunto completo de *emojis*.

“Uso mais carequinhas (*smileys*). Falta de oportunidade. As pessoas também não usam, aí acabo não usando. As pessoas usam mais *smileys*, *gifs* e *figurinhas*, por isso uso-os também.” – usuário A

Figura 19. Usuários entrevistados em Recife (elaborado pelos autores com consentimento dos entrevistados).



Contexto São Paulo

Semelhante a Recife, a abordagem qualitativa permitiu observar o potencial de *figurinhas* e *gifs*. O recurso está diretamente relacionado ao que os interlocutores costumam usar mais, estabelecendo uma linguagem comum.

A função do *emoji* também varia de acordo com usuário. Para os usuários C e L, ele é uma forma de tornar um texto mais atrativo:

“Minha relação com *emoji* é muito próxima, deixa a conversa mais atrativa. Torna tudo mais divertido e informal” – usuária C

“Por exemplo, uso *emojis* para fazer lista de compras. É mais fácil para recordar e é mais bonitinho.” – usuário L

Emojis também são usados para reduzir ambiguidades e facilitar as conversas. Apesar de sua natureza polissêmica, esses signos auxiliam a linguagem verbal quando usados em conjunto, como afirma o usuário R:

“[...] dizem que não me expresso muito bem. Uso para ironias, piadas, coisas relacionadas a não-seriedade das mensagens.” – usuário R

Semelhante aos resultados de Recife, na segunda pergunta, de natureza semântica, os entrevistados relacionaram “representação” às características físicas, comportamentos, gostos pessoais e sentimentos.

“É como se fosse uma imagem espelhada do que sou: do que penso, do que sinto na situação.” – usuário R

“Gosto de usar coisas que estão alinhadas com atividades que eu faço, que me representam. Por exemplo, eu corro e uso o *emoji* de corrida.” – usuário L

“Personalidade. Algum *emoji* que tenha uma característica minha.” – usuária G

A representação, inclusive, não se restringe à figura humana. Sob uma perspectiva sintático-semântica, formas que ilustram conceitos completamente diferentes podem se referir a um mesmo objeto:

“Também gosto de usar *emojis* que lembram a mim, como o ‘esquilinho’.” – usuária CM

A terceira pergunta restringiu o significado de “representação”, associando imagens de *emojis* à percepção de representação dos usuários. Diante de um conjunto restrito de signos, usuários recorrem a noções limitadas de representação, como semelhança física. Cada usuário tem sua hierarquia de preferências, desde a negação de um aspecto (gênero, etnia) até priorização de corte de cabelo em relação ao tom de pele:

“Me reconheço como uma mulher branca de cabelo cacheado. Se tivesse a cartilha inteira, muito provavelmente não escolheria um bonequinho: é muito ‘chumbadinho’.” – usuária M

“Primeiro, pelo cabelo preso. Adoro cabelo preso. Depois, eu me vejo como mulher.” – usuária CM

“Ainda me considero jovem, apesar de ‘crescer fora do tempo’. Por dentro, me sinto jovem. E o amarelo... por não acreditar nessa coisa de branco, amarelo, gênero.” – usuário R

“Primeiro penso na etnia, porque sou preta. Quanto mais me identifico com isso, mais reafirmo isso. Sempre que permite trocar de cor, eu troco.” – usuária C

Como em Recife, todos os usuários identificaram seus *emojis* de acordo com seus gêneros declarados. Durante a seleção, os usuários se concentraram nos *emojis* de seus gêneros correspondentes, para depois definir outras características (como tom de pele e corte/cor de cabelos).

A quarta pergunta explorou o uso dos *emojis* selecionados como representativos. As respostas condizem com os resultados da pesquisa quantitativa, que destacou a proximidade entre *emojis* e emoções. Como os *emojis* “representativos” possuem uma expressão padrão, são pouco utilizados pelos usuários:

“Não diz nada, só é um bonequinho com cabelo ruivo.” – usuária G

“Uso mais os de emoções, pois se aplicam mais no dia a dia.” – usuária CM

Por fim, a última pergunta explorou como os *emojis* em questão poderiam ser mais representativos. Gênero, novamente, não surgiu explicitamente como aspecto prioritário. Em vez disso, eles abordam uma pluralidade de perfis e comportamentos:

“Embora tenha tons de pele, eles ainda são idênticos. Não tem mais nada que os distingue. Não tem corpinho tatuado, piercings... não tem *emoji* pra gordinha, com ‘papadinha’...” – usuária M

“Não tem o cabelo cacheado, como o *black*. Mas esses detalhes são importantes, porque me abriu opções, mesmo não usando.” – usuária C

“Eles foram criados por um motivo: representar uma pessoa no momento, e não o gênero, classe, raça... a função do *emoji* é mais ser algo de sentimento e a maneira como você reagiu a determinado momento, não para mostrar quem eu sou.” – usuário R

Figura 20. Usuários entrevistados em São Paulo (elaborado pelos autores com consentimento dos entrevistados).



5 Conclusão

Gênero, apesar de pouco citado por usuários, é levado em consideração na escolha dos *emojis* que são mais representativos. A questão de representatividade surge em duas frentes:

usuários que utilizam *emojis* genericados, mas nem sempre declaram explicitamente suas opiniões; e usuários que utilizam somente os *emojis* do tipo “*smiley*”, de emoções, por acreditar que são mais neutros.

O conceito de representatividade se mostra mais amplo que questões ideológicas. Pode-se traçar os critérios a partir dos pilares semântico (ao eleger uma característica de personalidade) ou sintático (semelhança física). Na maioria dos casos, representa valores mais abstratos – tais como emoções (“*smileys*” expressivos), conceitos (“panda”, que é “fofo”), atividades (“corredor”, que é “corrida”) ou mesmo memórias afetivas (“girassol”, que lembra “família”).

A dimensão pragmática, contudo, demonstrou ser mais complexa do que previsto. A primeira descoberta aponta para a intenção de uso: *emojis* sintaticamente diferentes só se justificam quando representam valores diferentes. Em outras palavras: mais valem *emojis* com expressões diferentes que *emojis* com cabelos diferentes. A segunda descoberta revela desafios relacionados à interface de mensageiros instantâneos. A escolha de figuras humanas com suas variações de cor depende de mais interações com a interface quando comparada aos *smileys*, primeiros *emojis* disponíveis para seleção. Esforço de usuários, portanto, também se mostra como um critério relevante.

Tabela 2. Resumo das dimensões dos *emojis* e suas implicações para a base de usuários (elaborado pelos autores).

Comportamento da base de usuários	Recife	São Paulo	Em ambas cidades
Dimensão pragmática	Não apenas gênero surge como um pré-requisito de escolha, mas também outras características identitárias.	Gênero surge como um pré-requisito de escolha, “limitando” o leque de opções no ato da escolha.	As principais intenções de uso, pela perspectiva de usuários, é representar emoções, atividades, gostos e características associadas à personalidade. A interface cumpre papel importante no uso de <i>emojis</i> . Quanto mais próximos e menos esforço exigem de seus usuários, mais provavelmente serão utilizados. <i>Smileys</i> , dentre os mais utilizados, são os primeiros que surgem na interface como opção de escolha.
Dimensão sintática	Em se tratando de figuras humanas, a cor e a forma cumprem papel importante para seleção por identificação (mesma etnia, mesmo formato de cabelo ou barba).	Em se tratando de figuras humanas, a cor cumpre papel importante para seleção, seja por identificação (mesma etnia) ou negação de categorias (uso do amarelo).	A idade, delimitada pelo uso de linhas e planos, também é um aspecto importante na escolha. As formas que delimitam diferenças entre homens e mulheres, especificamente em relação aos cabelos e ao formato do rosto, delimitam e funcionam como critérios de escolha para seleção de <i>emojis</i> .
Dimensão semântica			Figuras humanas não são suficientes para representar usuários, que se entendem como um conjunto de aspectos relacionados a atividades,

gostos, pensamentos e outras preferências. Figuras humanas carecem de variação de expressões, reduzindo seu potencial significativo para usuários. Qualquer *emoji* tem potencial de significar algo a usuários. Uma flor, um animal ou um objeto podem comunicar mais que figuras humanas.

Esse estudo exploratório abre outras possibilidades de pesquisa, mais complexas e abrangentes. Como se estabelecem as posições contrárias ou favoráveis à ampliação de representação em *emojis*? Como o público feminino, especificamente, interpreta a questão de gênero na comunicação digital? Que tipo de interface facilitaria o uso de *emojis* por parte dos usuários? Quais são os limites aceitáveis de representação por parte dos usuários? Estudos voltados a essas questões em muito podem contribuir para uma experiência de uso mais efetiva, com uma reflexão acerca da importância do design no contexto da comunicação e da cultura contemporânea.

Referências

- Been, R. et al. (2016). Expanding Emoji Professions: Reducing Gender Inequality. *The Unicode Consortium*. Recuperado em fevereiro de 2019 de <https://unicode.org/L2/L2016/16160-emoji-professions.pdf>.
- Braida, F. & Nojima, V. L. (2014). *Tríades do design: Um olhar semiótico sobre a forma, o significado e a função*. Rio de Janeiro: Rio Book's.
- Butler, J. (2016). *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Davis, M.; Edberg, P. (2017). Unicode Technical Standard #51: Unicode Emoji. *The Unicode Consortium*. Recuperado em maio de 2017 de <http://unicode.org/reports/tr51/>.
- EmojiXpress. (2019). *EmojiStats*. Recuperado em julho de 2019 de <http://www.emojistats.org/>.
- Gomes Filho, J. (2006). *Design do objeto: bases conceituais*. São Paulo: Escrituras.
- Gulşen, T. (2016). You Tell Me in Emojis. *Computational and Cognitive Approaches to Narratology*. Hershey, PA: IGI Global.
- Klafke, R. F. (2019). Não é só um emoji: representações visuais de gênero em signos de mensageiros instantâneos entre 1996 e 2018. *Dissertação (Mestrado)*. São Paulo, Brasil: Universidade de São Paulo.
- Kress, G. & van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: the grammar of visual design*. Londres: Routledge.
- Leite, H. (2018). Observações do uso dos emojis: aspectos sintáticos, semânticos e pragmáticos na retórica visual de mensagens digitais. *Dissertação (Mestrado)*. Recife, Brasil: Universidade Federal de Pernambuco.
- Passos, R.; Mealha, O. & Lima-Marques, M. (2015). Uma discussão sobre o objeto do design da informação. *Anais do 7º Congresso Internacional de Design da Informação*. São Paulo: Blucher.
- Rothenberg, M. (2013). *Emojitracker*. Recuperado em julho de 2019 de <http://emojitracker.com/>.
- Unicode. (2019). Full Emoji List, v12.0. Recuperado em julho de 2019 de <https://unicode.org/emoji/charts/full-emoji-list.html>.

Sobre o(a/s) autor(a/es)

Raquel Klafke, Mestre, USP, Brasil <raquel.klafke@usp.br / raquel.klafke@gmail.com>

Hana Leite, Mestre, UFPE, Brasil <hanaluzia@gmail.com>

Daniela Hanns, PhD, USP, Brasil <dk.hanns@usp.br>

Hans Waechter, PhD, UFPE, Brasil <hnwaechter@terra.com.br>