



## A DIFERENÇA NA ESCRITA DAS PUBLICAÇÕES NA PÁGINA DO FACEBOOK DO GRUPO PET GAPE

KEROLIN CARDOSO LULHIER<sup>1</sup>; HELOISA HELENA DUVAL DE AZEVEDO<sup>2</sup>

<sup>1</sup>UFPEL – [kerlinlulhier@gmail.com](mailto:kerlinlulhier@gmail.com)

<sup>2</sup> UFPEL – [profa.heloisa.duval@gmail.com](mailto:profa.heloisa.duval@gmail.com)

### 1. INTRODUÇÃO

O ambiente virtual pode ser considerado um dos principais meios de comunicação nos dias de hoje. Seja para trabalhar ou apenas para se descontraí, os computadores, celulares, notebooks e tablets estão sempre à disposição, com informações quase em tempo real. O conteúdo disponível se encontra presente diante de nós. Segundo COSTA, o surgimento da internet provocou excitação, curiosidade e receio desde o seu surgimento:

[...] a excitação e a curiosidade foram, no entanto, muito maiores do que os receios. Ambas decorreram daquilo que de pronto a internet oferecia a qualquer um que a ela se conectasse: a possibilidade inédita de conhecer tudo (isto é, de ter acesso a qualquer tipo de informação) e de interagir com todos (isto é, de poder entrar em contato com qualquer outro de seus vários milhões de usuários ao redor do mundo) (2006, p. 27).

Hodiernamente as pessoas estão mais conectadas, por isso o grupo PET GAPE (Programa de Educação Tutorial – Grupo de Ação e Pesquisa em Educação Popular), criou, através de seus colaboradores, as plataformas de conteúdos digitais do PET. São elas: a página no Facebook e o blog, criado através do site Wordpress.

Anteriormente, a manutenção das plataformas acima era realizada pela egressa integrante do PET GAPE, Jéssica Corrêa, hoje, graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). No momento em que adentrei ao lugar de Jéssica, também como bolsista do curso de Jornalismo, percebi que as escritas a respeito de tarefas executadas pelo grupo tinham semelhanças, mas também muitas diferenças.

Conforme MOTTA, “[...] O objetivo do texto (verbal ou não-verbal) da notícia ou reportagem é transmitir informações de forma efetiva e econômica, no sentido linguístico dos termos e que este desejo é compactuado pela comunidade de leitores.” (2004, p. 119). No mesmo parágrafo o autor também afirma que há predominância de intenções pela busca da verdade entre ambas as partes. Enquanto exerce o ato comunicativo, o emissor transmite conteúdo, enquanto o receptor adquire a informação passada:

Em todo ato comunicativo, o emissor transmite parte do seu conteúdo de forma explícita, parte de forma implícita. Da mesma maneira, o destinatário interpreta a mensagem, parcialmente, através de seus conteúdos literais, e, parcialmente, através de estímulos implícitos, sugeridos pelo enunciado (MOTTA, 2004, p. 119).



Ainda sob a perspectiva de MOTTA, 2004 (p. 118), “as análises da linguagem jornalística não podem descartar informações referenciais, mas precisam identificar a comunicação das emoções implícitas nos relatos informativos”, ou seja, conhecimentos que dão sentido ao que é dito, não devem, em hipótese alguma serem descartados. Já informação que é gerada pelo lado emocional do ser humano, que não é visível, deve ser detectada e levada em consideração. Neste momento, MOTTA, 2004 faz referência a FERNÁNDEZ, 1997 quando define emoções como vivências da personalidade acompanhadas de reações fisiológicas que resultam em um determinado comportamento expressivo e comunicativo. Na mesma linha de raciocínio, o autor afirma que “[...] toda emoção pressupõe uma atividade, energia o força, a ação de um ser vivo que reage a um estímulo precedente do exterior ou de um processo interno de pensamento reflexivo” (p. 128).

## 2. METODOLOGIA

Inicialmente, foi feita a coleta dos dados a serem analisados. Na ocasião, o recorte foi feito na rede social *Facebook*, pela abrangência mundial que o site possui, sendo utilizado por pessoas de várias faixas de idade. A escolha pela rede social também se deu por ser uma das plataformas de comunicação do PET GAPE com a comunidade em geral, mas principalmente com a comunidade acadêmica da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL).

Os posts analisados foram os referentes à chamada de edital para seleção de novo bolsistas em 2018 e 2019.

No contexto, foram analisados os seguintes pontos: chamada para o post no site *Facebook* e abordagem das pautas.

Aqui, a intenção é mostrar as diferenças e semelhanças entre a escrita das parceiras do PET, Jéssica Corrêa e Kerolin Lulhier. Atualmente, Kerolin se encontra como bolsista do grupo e está vinculada ao curso de Jornalismo na UFPEL.

## 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com o que foi falado anteriormente, este trabalho visa detectar as diferenças e semelhanças nos posts da página do *Facebook* do grupo PET GAPE. As postagens escolhidas foram referentes à chamada para inscrições de novos bolsistas no grupo. Em 2018, a publicação foi feita pela petiana egressa, Jéssica Corrêa. Já neste ano, a publicação foi feita por Kerolin Lulhier.

Mediante a análise feita, a escrita das duas bolsistas apontam as diferenças e as semelhanças. A publicação feita por Jéssica em dezembro de 2018, possui escrita mais formal, em semelhança à linguagem jornalística cortês. A escrita é apresentada de forma clara e coesa, com palavras, sem espaço para conversação, fora a barra de comentário disponibilizada pela própria rede social.

Na redação feita por Kerolin, em 7 de setembro de 2019, há predominância de linguagem formal e informal. Um dos pontos cruciais para a publicação estar enquadrada na linguagem informal é através da utilização dos *emojis*.



Os *emojis* são formas de linguagens pictográficas em imagens de texto. Segundo a tradução, *emoji* significa “pequenas imagens, símbolos ou ícones usados em campos de texto em comunicações eletrônicas (como em SMS, e-mails e redes sociais) para expressar uma atitude emocional do escritor, transmitir informações sucintas, comunicar uma mensagem brincalhona sem usar palavras”.

Levando em consideração o significado do termo, pode-se entender que as imagens utilizadas na publicação, pela atual bolsista, expressam informalidade, já que a imagem definida como *emoji* pode substituir palavras. No caso, a imagem escolhida foi a de aviso, para chamar atenção para um acontecimento importante. Outras informalidades detectadas, foram: na frase em destaque “HÁ VAGAS”, remetendo às oportunidades. O hífen usado na separação de letras na expressão urgentemente também se refere a pressa de preencher as vagas, além de dar ideia de pausa para uma melhor explicação. O “corre e te inscreve” acompanhado de *emojis* lembra a ideia de correr, ser rápido.

A semelhança encontrada entre as publicações está no engajamento apresentado em relação á outras publicações. Por se tratar de vagas remuneradas e de acesso a alunos de qualquer curso da universidade, a procura e relação se tornam maiores. Em uma publicação de atividades mensais, a procura é baixa, pois não há interesse no que é realizado. Em época de seleção, a procura aumenta, visto que muitos estudantes não são oriundos da cidade de Pelotas, e precisam de sustento durante a permanência na UFPel. Estes foram os resultados constatados:

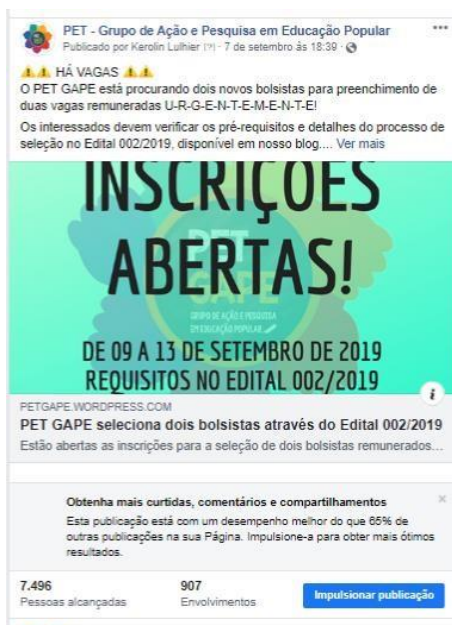


Imagem 1



Imagem 2

Imagem 1: Post do Facebook da bolsista Kerolin Lulhier. Imagem 2: P Post do Facebook da ex bolsista Jéssica Corrêa.

#### 4. CONCLUSÕES



Conclui-se que o interesse dos discentes foca-se, em sua maioria, apenas nas publicações que de alguma forma possam lhe trazer benefícios. Outra constatação, é que as publicações obtiveram um aumento de visibilidade significativa do fim de 2018 até o presente momento. A este ganho, podemos atribuir um ponto: a quebra de linguagem quanto ao material abordado e publicado. Aqui, pode oportunizar conhecimento acerca dos tipos de linguagens e que as redes sociais são espaços propícios para utilização destas. No momento em que a linguagem se tornou mais informal, as publicações começaram a ser visitadas com mais frequência.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Livro

COSTA, A.M. **Cabeças Digitais**. Rio de Janeiro: PUC Rio, São Paulo: LOYOLA, 2006.

GARCIA FERNANDES, J. L. **A comunicación de lãs emociones**. Madrid, Complutense, 1991.

### Artigo

MOTTA, L.G. Jogos de linguagem e efeitos de sentido da comunicação jornalística. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v.1, n.1, p. 117 - 133, 2004

### Documentos eletrônicos

NABUCO, C. **A psicologia do emojis**: por que esses símbolos são cada vez mais usados? Uol, São Paulo, 30 jul. 2019. Viva Bem. Acessado em 14 jul. 2019. Online. Disponível em:  
<https://cristianonabuco.blogosfera.uol.com.br/2019/07/30/a-psicologia-dos-emojspor-que-esses-simbolos-sao-cada-vez-mais-usados/>